

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra Marketingové komunikace a Public Relations

Bakalářská práce

2024

Lucie Svobodová

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra Marketingové komunikace a Public Relations

Volební chování generace Z v České republice

Bakalářská práce

Autorka práce: Lucie Svobodová

Studijní program: Marketingová komunikace a Public Relations

Vedoucí práce: Mgr. Anna Shavit, PhD.

Rok obhajoby: 2024

Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracovala samostatně a použila jen uvedené prameny a literaturu.
2. Prohlašuji, že práce nebyla využita k získání jiného titulu.
3. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna pro studijní a výzkumné účely.

V Praze dne 30. dubna 2024

Lucie Svobodová

Bibliografický záznam

SVOBODOVÁ, Lucie. *Volební chování generace Z v České republice*. Praha, 2024. 64 s. Bakalářská práce (Bc). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií, Katedra Marketingové komunikace a Public Relations. Vedoucí bakalářské práce Mgr. Anna Shavit, PhD.

Rozsah práce: 79 350 znaků s mezerami

Abstrakt

Tato bakalářská práce se zabývá volebním chováním generace Z v České republice. Klade si za cíl prozkoumat, jaké jsou její klíčové hodnoty, obavy a jakým způsobem se věnuje politice. Porozumět tématům, která jsou pro generaci Z důležitá, je pro politiky klíčové, aby mohli efektivněji zastupovat její zájmy. V teoretické části je popsána politická psychologie, základní faktory ovlivňující volební chování a modely vysvětlující volební chování. Dále je definována generace Z. Následuje praktická část, která je rozdělena do dvou částí. První část výzkumu je realizována pomocí hloubkových rozhovorů se zástupci generace Z. V rámci rozhovorů respondenti popisují své životní priority, největší obavy a politickou participaci. Respondenty nejvíce trápí jejich finance, klimatická změna a politická situace spojená s hrozbou války. Z rozhovorů dále vyplynulo, že nadměrné sledování světového dění má negativní vliv na psychické zdraví respondentů. O politiku se zajímají nebo chtějí zajímat všichni respondenti. S prezidentem spokojeni jsou, ale současná vláda jejich zájmy nezastupuje tak, jak by si představovali. Druhá část výzkumu je provedena pomocí sekundární analýzy povolebních dat, která zjišťuje, jak se měnila volební účast mladých lidí ve volbách do Poslanecké sněmovny od roku 1998 do roku 2021 s cílem zjistit, zda generace Z volí ve větší míře než starší generace ve věku mladé dospělosti. Více do hloubky je rozebráno volební chování mladé generace ve volbách do Poslanecké sněmovny v roce 2021 a v prezidentských volbách 2023, se zvláštní pozorností věnovanou projektům Milion chvilék, Zavolíme a influencerům.

Abstract

This bachelor thesis deals with the voting behaviour of Generation Z in the Czech Republic. It aims to explore what Generation Z's key values and concerns are and how they engage with politics. Understanding the issues that are important for Generation Z is crucial for politicians to be able to represent their interests more effectively. The theoretical part describes political psychology, the key factors influencing voting behaviour and models explaining voting behaviour. Next, Generation Z is defined. This is followed by the practical part, which is divided into two parts. The first part of the research is conducted through in-depth interviews among representatives of Generation Z. In the interviews, the respondents describe their priorities in life, their greatest concerns and their political participation. Respondents are most concerned about their finances, climate change and the political

situation related to the threat of war. The interviews also revealed that excessive monitoring of world events has a negative impact on respondents' mental health. All respondents are interested or want to be interested in politics. They are satisfied with the president, but the current government does not represent their interests as they would imagine. The second part of the research is conducted using secondary analysis of post-election data to see how youth turnout in the House of Representatives elections has changed from 1998 to 2021 to see if Generation Z votes more than older generations in the age of young adulthood. The voting behaviour of the younger generation in the 2021 House of Commons elections and the 2023 presidential elections is analysed in more depth, with particular attention to the projects like Million chvilek, Zavolíme and influencers.

Klíčová slova

generace Z, volební chování, politická psychologie, povolební analýza, hloubkový rozhovor

Keywords

generation Z, voting behavior, political psychology, post-election analysis, in-depth interview

Title/název práce

Voting behaviour of Generation Z in the Czech Republic

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala především vedoucí mé bakalářské práce paní Mgr. Anně Shavit, PhD. za její odborné vedení, čas a relevantní připomínky. Dále patří mé velké díky účastníkům výzkumného šetření. Vážím si času, který mi věnovali, a jejich cenných odpovědí.

Obsah

Úvod	8
TEORETICKÁ ČÁST	11
1 Politická psychologie.....	11
1.1 Emoce	12
2 Faktory ovlivňující volební chování.....	12
2.1 Věk	12
2.2 Příjem a vzdělání	13
2.3 Socio-kulturní a politické faktory	14
3 Modely vysvětlující volební chování	14
4 Vymezení a charakteristika generace Z.....	16
4.1 Generace Z a psychické zdraví.....	17
5 Postoje a hodnoty generace Z.....	20
5.1 Míra zděláná české generace Z	21
5.2 Životní cíle a obavy	22
5.2.1 Klimatická změna	23
5.2.2 Přijetí homosexuality	24
5.2.3 Obavy	24
5.3 Politické názory a aktivita	25
5.3.1 Politická orientace	26
5.3.2 Politická aktivita	27
5.3.3 Důvěra v instituce	27
PRAKTICKÁ ČÁST	29
6 Metodologie.....	29
6.1 Formulace výzkumného cíle a otázek	29

6.2 Metoda zkoumání a sběru dat.....	30
6.2.1 První fáze výzkumu – Hlubkové rozhovory.....	30
6.2.2 Druhá fáze výzkumu – Sekundární analýza.....	32
7 Rozbor hloubkových rozhovorů provedených mezi zástupci generace Z.....	33
7.1 Obavy a priority.....	33
7.1.1 Ekonomická situace.....	34
7.1.2 Klimatická změna.....	35
7.2 Psychické zdraví.....	36
7.2.2 Vliv sledování světového dění na psychické zdraví.....	36
7.3 Pohled generace Z na generaci Z.....	37
7.4 Zájem o politiku.....	38
7.4.1 Ovlivnění influencery a iniciativami mladých při volbách do Poslanecké sněmovny 2021 a v prezidentských volbách 2023.....	39
7.5 Hodnocení současné vlády a prezidenta.....	40
7.6 Shrnutí zjištění z hloubkových rozhovorů.....	41
8 Srovnání volební účasti mladých od roku 1998 do roku 2023.....	42
8.1 Povolební analýza parlamentních voleb 2021 se zaměřením na mladé voliče.....	43
8.2 Volební účast v prezidentských volbách 2023.....	44
8.3 Vliv neziskových organizací a influencerů na volební účast generace Z.....	45
8.4 Shrnutí sekundární analýzy povolebních dat.....	46
9 Diskuse a návrhy na budoucí výzkum.....	47
10 Závěr.....	48
11 Summary.....	50
Použitá literatura.....	52
Teze bakalářské práce.....	58
Seznam grafů a obrázků.....	62

Úvod

To, jak mladí volí, se v posledních několika volbách výrazně mění. Z médií často slyšíme, že současná mladá generace je mimořádně motivovaná a schopná pracovat na zlepšení svých komunit i celé společnosti. V této bakalářské práci autorka zkoumá, zda jsou tato tvrzení pravdivá. Zkoumaná generace bude v polovině 21. století představovat produktivní výkonné jádro české společnosti a významnou část voličů. Lépe pochopit její názory a chování je proto klíčové. Společnost do ní vkládá velké naděje a očekávání – v nadcházejících desetiletích bude generace Z muset nevyhnutelně čelit zásadním domácím i globálním výzvám. Mezi ně patří například stárnutí české populace – druhý demografický přechod, který vytvoří strukturální poptávku po zásadní reformě (Jungwirth et al., 2021). Klimatická změna je dalším příkladem nevyhnutelných celosvětových výzev, s nimiž se česká generace Z bude potýkat. Další významnou oblastí je technologický pokrok, který je zároveň i jedním z důsledků chování dnešních mladých lidí (Seemiller & Grace, 2017; Murmuration, 2023).

Hodnoty generace Z mohou výrazně ovlivňovat její politické preference a rozhodování ve volbách. Prioritám a obavám generace Z se autorka v souvislosti s volebním chováním věnuje proto, že ačkoliv pro mladé lidi politika nemusí být vždy prioritou, témata, která za priority považují, jsou součástí politiky a volebních programů. Pochopení těchto hodnot může pomoci předpovídat, jaké politické strany nebo kandidáti budou pro mladé voliče atraktivní a jaké politické otázky považují za klíčové. Politici budou díky porozumění těmto hodnotám nejmladší skupiny voličů schopni na generaci Z nejen lépe cílit, ale především ji lépe reprezentovat a zabývat se tématy, která jsou pro ni ze všeho nejdůležitější.

V bakalářské práci jsou nejprve popsány základní teoretické koncepty, které popisují psychologii stojící za volebním chováním, a skupiny faktorů, které ovlivňují volební chování jednotlivce. Dále je v textu vymezena a charakterizována generace Z, její názory, hodnoty a přístup k politické aktivitě na základě výzkumů jak z České republiky, tak ze zahraničí. Hlavními využívanými zdroji jsou zejména lokální data – studie od Jungwirth et al. s názvem „Česká mládež v roce 2021“ (Jungwirth et al., 2021), Atlas Čechů od

společnosti Behavio (Behavio, b.d.), dále výzkum mezi evropskými zástupci generace Z provedený společností Deloitte (Deloitte, 2022) a americký povolební výzkum generace Z od společnosti Murmuration (Murmuration, 2023).

V praktické části je na základě východisek z teoretické části vypracován hloubkový rozhovor mezi specifickou skupinou zástupců generace Z, studentů bakalářského oboru Marketingová komunikace a Public Relations na Fakultě sociálních věd Univerzity Karlovy. Hloubkové rozhovory si kladou za cíl zjistit, jaké jsou jejich hodnoty, obavy, politická aktivita, a jak vnímají současnou politickou situaci. Následně je v praktické části pomocí sekundární analýzy povolebních dat zkoumána volební účast mladých Čechů a Čechů ve volbách do Poslanecké sněmovny od roku 1998 do roku 2021, která je provedena za účelem zjistit, zda se volební účast generace Z liší od míry volební účasti jiných generací ve věku mladé dospělosti. Podrobněji je pak popsáno jejich volební chování ve volbách do Poslanecké sněmovny v roce 2021, kdy byla volební účast mladých rekordní (Prokop et al., 2021) a v prezidentských volbách 2023, protože v těchto zmíněných volbách začala hrát generace Z významnější roli než kdy předtím.

Cílem práce je tedy především otevřít debatu o generaci Z a zjistit, jaké jsou v jejím volebním chování trendy.

Na základě konzultace s vedoucí bakalářské práce se autorka odklonila od teze následovně: Hlavní výzkumná otázka uvedena v tezi, tedy zda je vyšší volební účast mladých lidí v posledních letech čistě zásluhou politické komunikace anebo nastupující generace pouze cítí rostoucí potřebu ovlivnit politickou situaci kvůli jejím přesvědčením, byla překomponována na více výzkumných podotázek, které se z důvodu povahy výzkumu nezabývají politickou komunikací, ale pouze hodnotami a názory zástupců generace Z. Dále se autorka v práci nezabývá kapitolou uvedenou v tezi pod číslem 3, která se měla týkat celkovým volebním chováním v České republice, protože toto téma je velmi rozsáhlé, a zkoumala pouze generaci Z, nikoliv všechny věkové skupiny. Dále byla vynechána podkapitola definována v tezi pod číslem 7.3., která měla být zaměřena na rozhovory s odborníky z politického marketingu. Tato kapitola byla vynechána v souladu s celkovým odkloněním se od tématu politické komunikace. Další odklonění od teze spočívá ve vymezení zpracovaného materiálu, kterým měly být mimo jiné také povolební výsledky

českých prezidentských voleb 2023 se zaměřením na mladou generaci. Potřebná povolební data ovšem nejsou dostupná. Byla změněna také metoda kvalitativního výzkumu, kterou není online dotazník, ale kombinace hloubkových rozhovorů a sekundární analýzy dat.

TEORETICKÁ ČÁST

1 Politická psychologie

Politická psychologie poskytuje náhled do politických procesů skrze vnitřní perspektivu jedince. Odhaluje mentální procesy, které jsou základem politického chování a rozhodování. Snaží se identifikovat jak unikátní příčiny jednání, tak univerzální prvky, které jsou společné pro impulsy většího počtu lidí i jednotlivce. Právě politická psychologie pomáhá pochopit, že jsou mnohé z osobnostních charakteristik voličů sociálně a dějinně podmíněny (Krejčí, 2004). Pokud chceme zjistit, co ovlivňuje volební chování generace Z, musíme proto začít právě zde.

„Uchvácení systémovými zákonitostmi moci, v zajetí vášnivých sporů nad ideologickými postuláty či unesení diskusí o volebních systémech, politologové často zapomínají, že politika je vykonávána konkrétními jedinci a konkrétními skupinami při rozhodování,“ (Krejčí, 2004, p. 15).

Někteří autoři podle Krejčího argumentují, že zásadním přínosem politické psychologie je její schopnost rozklíčovat motivaci a behaviorální procesy související s volbami. To pravděpodobně pramení z názoru, že politická psychologie překračuje koncept naivního racionalismu, který nesprávně předpokládá, že lidské chování je výhradně produktem racionálního úsudku a cílených akcí jednotlivce. Motivace, která stojí za voličským chováním, totiž obsahuje nejenom racionální, ale i morální, emocionální a nevědomou složku (Krejčí, 2004). Teorie nevědomí a omezené racionality dále upozorňují na fakt, že ne všechny záměry pramení z plně kontrolovatelných zdrojů. Je obecně uznáváno, že mnohé aspekty lidského chování jsou motivovány faktory, kterých si jedinec nemusí být plně vědom, a tudíž si nemusí být plně vědom ani důvodů svého specifického chování a jednání (Kulachai et al., 2023).

Krejčí uvádí ve své knize Politická psychologie klasickou rovnici, která zachycuje základní příčiny chování a jednání ve vědomí člověka:

$$B = f(OE)$$

„*B*“ značí veškeré pozorovatelné chování, včetně toho politického. Toto chování je výsledkem „*f*“ interakce mezi organismem „*O*“ a prostředím „*E*“ (Krejčí, 2004).

1.1 Emoce

Velmi důležitou roli hrají ve volebním chování také emoce. Porozumění vzájemnému působení mezi emocemi a názory občanů může být klíčové, jelikož názory ve společnosti představují její kolektivní postoj vůči konkrétním otázkám (Jarymowicz & Bar-Tal, 2006). Určité zkušenosti mají vliv na kolektivní názory a emocionální orientace, které formují společenské pohledy. Tyto emocionální orientace mohou ovlivňovat společenské pohledy několika způsoby – mohou vést ke změnám v postojích vůči specifickým otázkám (Page & Shapiro, 1983), například ke zvýšení podpory práv LGBTQ+, nebo k akcím proti změně klimatu. V případě, že významná část populace sdílí určitou emocionální orientaci na sociální otázku, vyvíjí tlak na politiky a organizace, aby jednali, čímž pohání společenskou změny (Page & Shapiro, 1983).

2 Faktory ovlivňující volební chování

Nejzásadnějšími faktory, které je potřeba pochopit pro porozumění politické angažovanosti občanů, jsou individuální faktory. Mezi klíčové faktory ovlivňující volební chování patří příjem, vzdělání, pohlaví, věk, politická ideologie, osobnostní rysy, emoční inteligence, obavy z klimatických změn a zkušenosti se zdravotní péčí (Kulachai et al., 2023). Osobnostní rysy, jako míra svědomitosti, extroverze či introverze, spolu s emoční inteligencí, mají také významný vliv na politickou účast a chování (Kulachai et al., 2023).

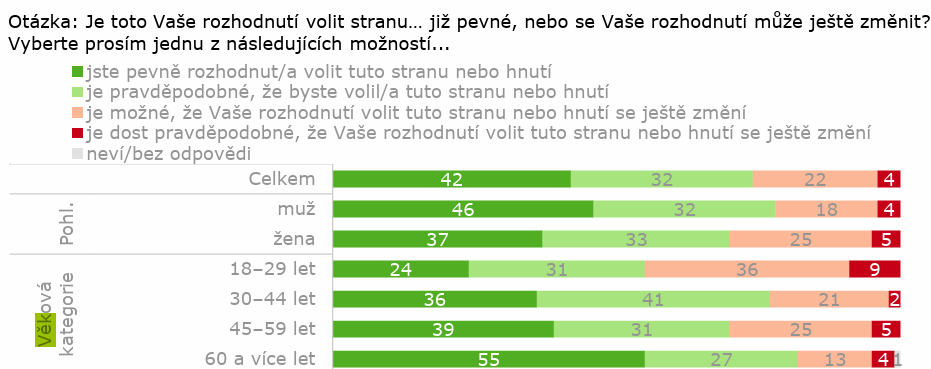
2.1 Věk

V této práci je primárním faktorem, kterým se autorka zabývá, věk voliče. Mladí voliči obvykle podporují progresivnější kandidáty, zatímco starší voliči se přiklánějí spíše ke konzervativnějším stranám (Tilley & Hobolt, 2011). Je však důležité poznamenat, že vztah mezi věkem a volebním chováním se může v různých zemích a kontextech lišit. Faktory, jako je politická krajina, ekonomické podmínky a kulturní hodnoty, mohou ovlivňovat

volební rozhodnutí různých věkových skupin odlišným způsobem (Dalton, 2008). Rozdíly v tematických prioritách, životních zkušenostech a generačních hodnotách tak přispívají k rozdílným volebním vzorcům v různých věkových skupinách (Kulachai et al., 2023).

Pokud jde o věk, pak platí, že čím jsou voliči starší, tím je pravděpodobnější, že budou věrní jedné straně (Česká televize & Kantar, 2024), jak můžeme vidět na grafu s číslem 1. U osob, které se rozhodnou pro volební účast už v raném věku, je větší pravděpodobnost, že se jí budou držet v průběhu celého života (Bandura, 1997).

Graf 1: Věrnost volbě jedné strany



Zdroj: Česká televize & Kantar, 2024

2.2 Příjem a vzdělání

Výzkumy ukazují, že lidé s vyšším příjmem často podporují konzervativní a pravicové strany kvůli preferenci nižších daní a menšího zasahování vlády do tržního systému, což odpovídá jejich ekonomickým zájmům (Alesina and Glaeser, 2004). Na druhou stranu, jedinci s nižším příjmem mají tendenci podporovat levicové strany, jež prosazují redistribuci příjmů, sociální programy a ekonomickou rovnost (Kulachai et al., 2023).

Vzdělání hraje rovněž významnou roli ve volebním chování, neboť vyšší vzdělání souvisí s větší pravděpodobností volební účasti. To je dáno větším vystavením různorodým názorům, rozvojem kritického myšlení a rozsáhlejším přístupem k informacím, který studenti často mají (Nie et al., 1976). Jak uvádí Krejčí ve své knize Politická psychologie, diskuse se studenty o politice bývají nejen upřímné, ale také naplněny logickými argumenty. (Krejčí et al., 2004).

Krejčí nicméně poukazuje také na to, že politické motivace, hodnoty a postoje, které řídí chování i mezi studenty, nejsou založeny pouze na zkušenostech a systematickém vzdělání v oblasti politologie. Stejně důležité jsou také faktory jako výchova a kulturní prostředí. (Krejčí, 2004).

2.3 Socio-kulturní a politické faktory

Vedle individuálních faktorů mají významný vliv na volební chování také socio-kulturní faktory, mezi které patří sociální identita, etnicita, náboženství, ale také vliv médií a sociálních sítí. Zatímco dříve představovala hlavní zdroj informací tradiční média, jako televize a tisk, generace Z preferuje jako svůj primární zdroj čerpání zpráv sociální sítě (Parmelee et al., 2023). Sociální sítě, jako jsou Facebook, Instagram nebo X (dříve Twitter), jsou v současnosti běžnou volbou pro politickou diskusi a šíření informací. Mohou ovšem představovat výzvy, jako jsou například dezinformace nebo „echo chambers“¹. Poskytují prostor pro manipulaci, což má dopad na kvalitu informací a demokratické procesy (Kulachai et al., 2023).

Politické faktory hrají zásadní roli ve volebních rozhodnutích. Identifikace strany je jedním z hlavních faktorů, podle kterého voliči činí rozhodnutí. Stranická identifikace může formovat celkové politické postoje voliče, jeho hodnoty a politické preference, a slouží jako vodítko pro jeho volební chování (Campbell et al., 1960 v Kulachai et al., 2023). Stranická identifikace zároveň poskytuje voličům pocit identity a sounáležitost se širší komunitou (Kulachai et al., 2023).

3 Modely vysvětlující volební chování

Model IMB, neboli „information, motivation, behavior“ (informace, motivace, behaviorální dovednosti), byl prokázán jako nástroj schopný předpovídat, a dokonce i změnit řadu chování (Fisher a Fisher, 2000 v Glasford, 2008). Model IMB předpokládá, že výkon daného chování je založen na informacích, které jedinec zná, jeho motivaci a

¹ „echo chamber“ – situace, ve které lidé vnímají pouze názory jednoho typu nebo názory, které jsou podobné jejich vlastním (Cambridge University Press, b.d.).

behaviorálních dovednostech souvisejících s chováním (Kulachai et al., 2023) Jednou z oblastí, kde tento model nachází uplatnění, je právě problém nízké volební účasti u mladých lidí. Zvýšení volební účasti mezi mladými dospělými je zásadní ze dvou hlavních důvodů: výzkumy naznačují, že raná politická participace předpovídá budoucí volební angažovanost (Green & Shachar, 2000; Matsusaka & Palda, 1999) a také, že pokud velká část populace nevolí, demokratický systém je oslaben. Zvýšení účasti mladých dospělých tím pádem může vést k tomu, že zvolení zástupci lépe reflektují potřeby této skupiny, což demokratický systém činí schopnějším naplnit své principy (Glasford, 2008).

Dva nejnvlivnější modely pro předpovídání chování jsou „the theory of reasoned action“, neboli teorie odůvodněného jednání (TRA) (Ajzen & Fishbein, 1980 v Glasford, 2008) a „the theory of planned behavior“, aneb teorie plánovaného chování (TPB) (Ajzen, 1985). Tyto modely tvrdí, že záměry předurčují chování a specifikují proměnné, které tyto záměry k jednání ovlivňují. Na těchto modelech staví i IMB model (Fisher a Fisher, 1992), který zdůrazňuje, že informace a motivace ovlivňují chování primárně prostřednictvím behaviorálních dovedností.

Podle TRA tedy záměr, který má jedinec k určitému chování, toto chování předurčuje. Záměry jsou určeny dvěma faktory: postojem jedince k vykonání chování a subjektivními normami, tedy vnímáním, zda důležití lidé, jako rodiče nebo přátelé, považují chování za důležité. TPB rozšiřuje TRA o vnímání jedince o snadnosti vykonání chování neboli vnímanou behaviorální kontrolu.

U lidí, kteří vnímají, že mají vysokou míru kontroly, je 1,66krát vyšší pravděpodobnost, že půjdou volit, než u těch, kteří mají nižší míru této vnímané kontroly. Podobně pak lidé, kteří mají vysokou sociální motivaci, tedy ti, kteří mají podporu ze strany rodiny a přátel, mají 1,62krát vyšší pravděpodobnost, že půjdou volit, než jedinci, kteří nemají rodinu a přátele, kteří volby podporují (Glasford, 2008). Pravděpodobnost, že jedinec půjde volit, se zvyšuje, čím více má jedinec znalostí o volebním procesu, kandidátech a informací potřebných k rozhodnutí (Glasford, 2008).

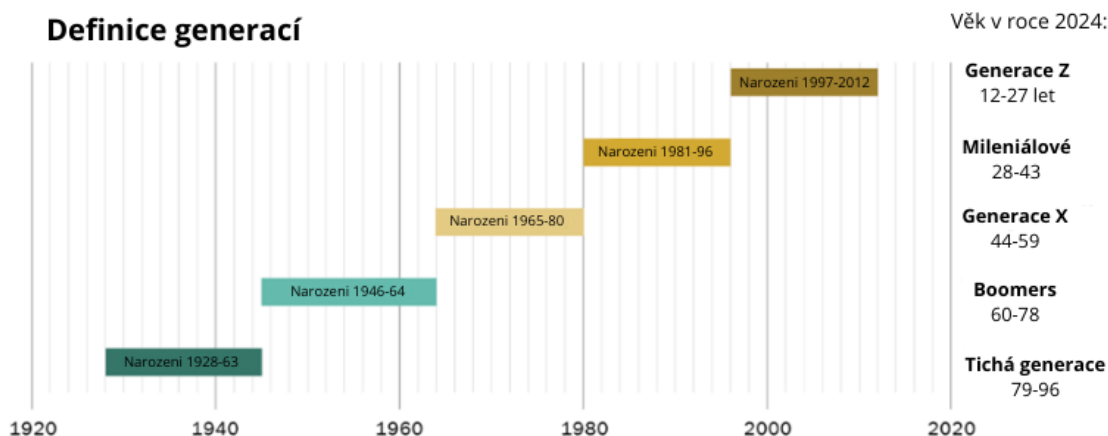
Dohromady tedy tyto modely naznačují, že současní mladí dospělí, stejně tak jako starší generace, půjdou volit, pokud budou vnímat, že mají dostatek informací potřebných k

volbě a budou k volbám sociálně motivováni, což znamená, že budou vnímat sociální podporu ze strany pro ně významných a blízkých osob.

4 Vymezení a charakteristika generace Z

Podle definice Pew Research Center označuje pojem generace Z lidi narozené od roku 1997 do roku 2012 (Dimock, 2019). V roce 2024 je tedy nejstarším zástupcem generace 27 let a nejmladším 12 let. Jak značí následující graf, od roku 1981 do roku 1996 se bavíme o generaci nazývané jako mileniálové. Lidé narozeni mezi roky 1965 a 1980 jsou označováni jako zástupci generace X. Mezi roky 1946-1964 byli narozeni takzvaní „boomeři“ a lidé narozeni mezi roky 1928 a 1945 jsou označováni jako tichá generace (Dimock, 2019).

Graf 2 – Roky narození jednotlivých generací

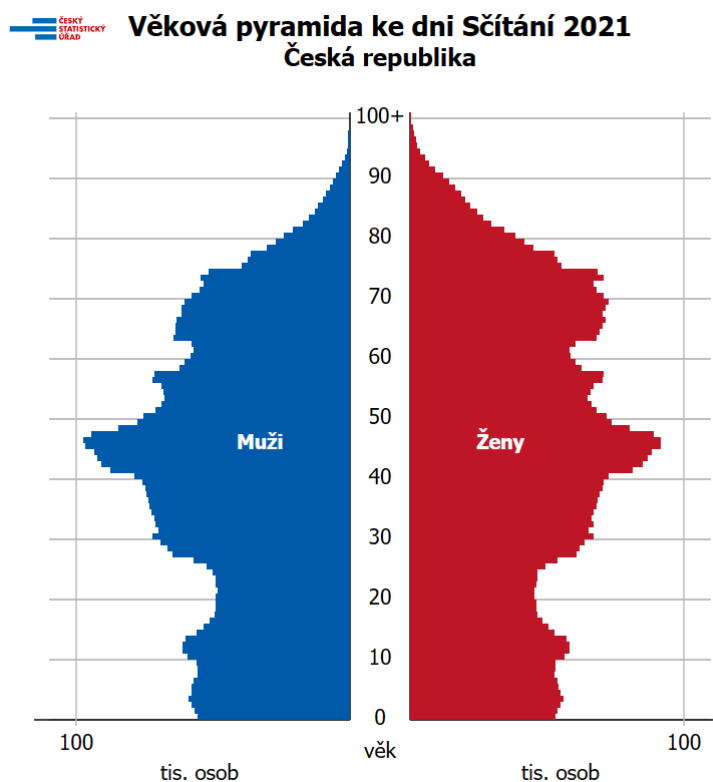


Zdroj: Pew Research Center (2019)

Z procentního zastoupení mladých lidí ve věkové kategorii 15–29 let lze vysledovat dlouhodobý trend stárnutí populace České republiky (Jungwirth et al., 2021). Některé ročníky jsou slabší a jiné silnější, jak můžeme vidět na následujícím grafu: Věková pyramida ke dni Sčítání lidu 2021 v České republice. Lidí narozených mezi roky 1997 a 2012, tedy zástupců generace Z, je podle grafu v Česku výrazně méně oproti starším generacím. Tím pádem mají mladší lidé v současné době menší vliv na celkový výsledek voleb oproti ostatním věkovým skupinám. Klesající počet lidí v této skupině má za

následek zároveň stárnoucí charakter populace (Jungwirth et al., 2021.).

Graf 3 – Věková pyramida ke dni Sčítání lidu 2021



Zdroj: Český statistický úřad (2022)

4.1 Generace Z a psychické zdraví

Zabývat se psychickými problémy a zejména dostupností jejich prevence a léčby by mělo být pro politiky důležité, protože psychické problémy mohou u jedince ovlivnit míru zájmu o politické dění a účast ve volbách (Johnson, 2017). *“Ti, kteří mají špatné duševní zdraví mohou jednoduše postrádat psychické zdroje a energii, které by mohli věnovat politické angažovanosti,”* (Johnson, 2017).

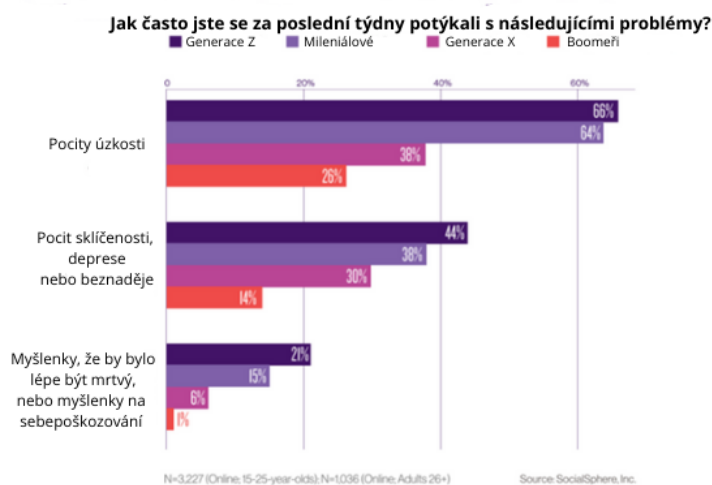
Generace Z je podle názoru mnohých jiná než všechny předchozí generace. Jsou to děti hyperpropojeného světa s přístupem k obrovskému množství informací už od útlého věku (Seemiller & Grace, 2017). Tito lidé dospívali v době globální covidové krize a klimatických změn. Zažili finanční krizi v roce 2008, politické nepokoje po celém světě i masové střelby. Internet a sociální média nabízejí důvěrné podrobnosti o těchto typech

událostí, což v mnoha mladých lidech vyvolává strach a obavy (Seemiller & Grace, 2017). Předchozí generace sice také žily v době krizí, a dokonce i válek, ale díky přístupu k internetu a množství informací, které má generace Z k dispozici, jsou dnešní mladí lidé ke všem globálním problémům jaksí blíž a díky sociálním sítím a vysoké míře propojenosti jsou negativními zprávami více obklopeni (Seemiller & Grace, 2017).

Podle výzkumu provedeného společností Murmuration mezi americkými zástupci generace Z není překvapením, že během ročního výzkumného projektu neustále zjišťovali, že respondenti zažívají mimořádně vysokou míru úzkosti a deprese. I tak ale ve volbách vykazují mimořádnou volební účast (Murmuration, 2023). To potvrzuje i výzkum od společnosti Deloitte provedený mezi evropskými zástupci generace Z, podle kterého zůstává generace Z i navzdory ekonomickým a sociálním překážkám odhodlána k provádění pozitivních změn ve světě. Jsou silně zaměřeni na udržitelnost, duševní zdraví a vyvážení pracovního a osobního života (Deloitte, 2022).

Následující graf zobrazuje data z dotazníkového šetření o prevalenci určitých psychologických problémů napříč čtyřmi generacemi (Murmuration, 2023). Konkrétně byly zkoumány následující kategorie: Pocity nervozity a úzkosti, pocity sklíčenosti, deprese, nebo beznaděje a myšlenky, že by bylo lépe být mrtvý nebo myšlenky na sebepoškození. Data v grafu jsou prezentována na základě online šetření s celkem 3 227 respondenty ve věkové skupině 15–25 let a 1 036 respondenty ve věkové skupině 26 let a více.

Graf 5 – Z jak velké části se jednotlivé generace cítí zatíženy psychickými problémy



Zdroj: SocialSphere, Inc. v *Murmuration 2023*

Ve výzkumu provedeném společností Deloitte mezi evropskou generací Z uvedla téměř polovina (46 %) respondentů z generace Z, že jsou stále nebo často ve stresu. Z těch, kteří uvádějí časté pocity stresu, třetina zdůrazňuje, že za jejich stres a úzkost jsou zodpovědné vysoké pracovní nároky a nedostatečné vyvážení mezi pracovním a osobním životem (Deloitte, 2022). Duševní zdraví považuje za důležité 96 % mladých lidí, přičemž jen 19 % se daří mít vnitřní duševní pohodu (MediaGuru, 2023).

„Z vlastní zkušenosti vnímám, že pro mou generaci (generace Z) je spousta krizí, které se teď dějí na globální úrovni, prvními krizemi, které jsme v životě po 30 letech blahobytu zažili. Spousta z nás se s tím učí poprvé vyrovnávat. Poprvé něco nemůžeme, poprvé se bojíme o svůj život a poprvé čelíme finanční krizi. To je něco, s čím se mladí lidé učí vyrovnat. Zároveň vnímáme kolem nás obrovskou ekologickou krizi, která způsobuje spoustu úzkostí. Starší generace zažívaly krize častěji. Byly vlastně vychovávány v době, kdy krize byla permanentní, a tudíž se s tím učily žít delší dobu,“ uvedl zakladatel online terapeutické platformy Hedepy Lukáš Krčil (Krčil v Svobodová, 2023).

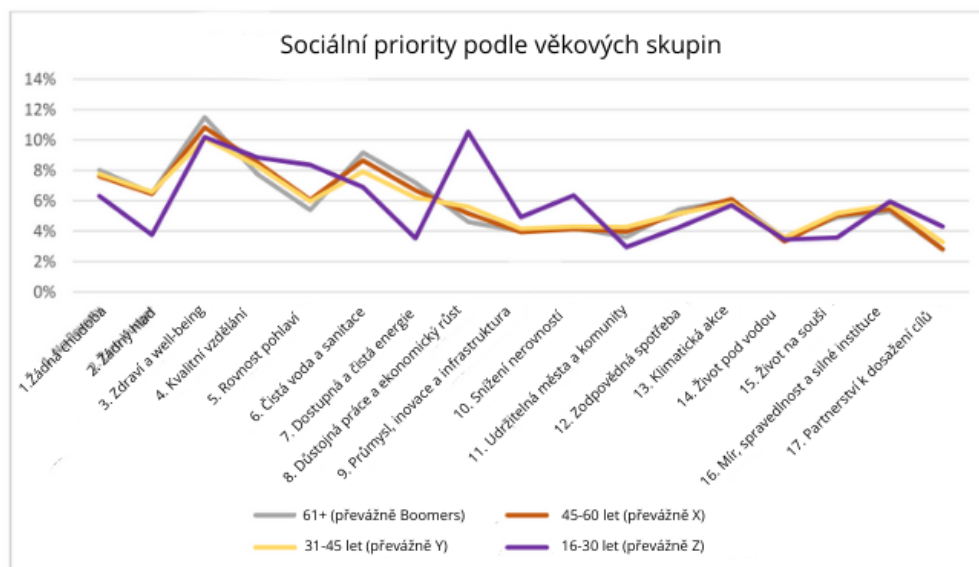
5 Postoje a hodnoty generace Z

Pochopit postoje a hodnoty generace Z by mělo být pro politiky a strany klíčové, pokud chtějí mladé voliče efektivně zastupovat a reprezentovat. Mladé Češky a mladí Češi se podle výzkumu od Jungwirth et al. primárně soustředí na dosahování svých osobních cílů a ambicí. Angažmá v občanských aktivitách a politické participaci obvykle považují za méně důležité ve srovnání s prioritou získání nezávislosti a budování úspěšné kariéry (Jungwirth et al., 2021). To ale neznamená, že by pro ně politika byla tabu. Tato generace totiž transformuje své osobní zájmy do kolektivního aktivismu (Seemiller & Grace, 2017), čímž jasně projevuje své postoje a očekávání od politiků a politických stran. Zájem o aktivismus je pro generaci Z typický. To můžeme pozorovat na jejich hojném zapojení do protivládních protestů a akcí proti klimatické změně (Daňková & Maca, 2019).

Respondenti z výzkumu s názvem „Česká mládež v roce 2021“ identifikovali jako hlavní vnímané hrozby klimatickou změnu, sociální nespravedlnost a obavy spojené s globální pandemií – ve všech případech se jedná o politická témata. Ženy pak častěji než muži vyjádřily obavy z fyzického násilí (Jungwirth et al., 2021).

Na následujícím grafu číslo 4 jsou zobrazeny společenské priority podle věkových skupin (v procentech hlasů) podle výzkumu od společnosti MyWorld v roce 2023, kterého se celosvětově zúčastnilo kolem 600 000 lidí. Různé barevné čáry reprezentují různé věkové skupiny: šedá čára znázorňuje 61+ let (převážně generace „boomers“), červená znázorňuje 45-60 let (převážně generace X), oranžová znázorňuje 31-45 let (převážně mileniálové) a fialová znázorňuje 16-30 let (převážně generace Z). Graf zobrazuje procentuální zastoupení hlasů pro každou prioritu ve vztahu k věkovým skupinám, což umožňuje vidět, jaké priority jsou důležité pro různé generace.

Graf 4 – Sociální priority v jednotlivých věkových skupinách



Zdroj: My World, 2023 v Arnoldus & Van Lierop, 2023)

5.1 Míra zdělání české generace Z

Jak již bylo zmíněno výše, vzdělání má významný vliv na volební účast jedince (Nie et al. 1976; Krejčí, 2004). Při hodnocení úrovně vzdělání je důležité si uvědomit, že mnoho mladých Češek a Čechů ještě nedokončilo svou akademickou dráhu, což znamená, že jejich nejvyšší dosažené vzdělání zatím není definitivní. Proto se sociologové v průzkumu „Česká mládež v roce 2021“ zaměřili na aktuální vzdělávací status respondentů, který poskytuje spolehlivější údaje než údaj o nejvyšším dokončeném vzdělání. Z průzkumu vyplývá, že 36 % mladých lidí v České republice momentálně neprochází žádným vzděláváním či odbornou přípravou. Další 27 % navštěvuje střední školy nebo učiliště a 29 % z nich pokračuje ve studiu na vysokých školách (Jungwirth et al., 2021). Pokud porovnáme tyto údaje s veškerým českým obyvatelstvem, zjistíme, že vysokoškolské vzdělání má u nás z celé populace 21 % lidí (Behavio, b.d.).

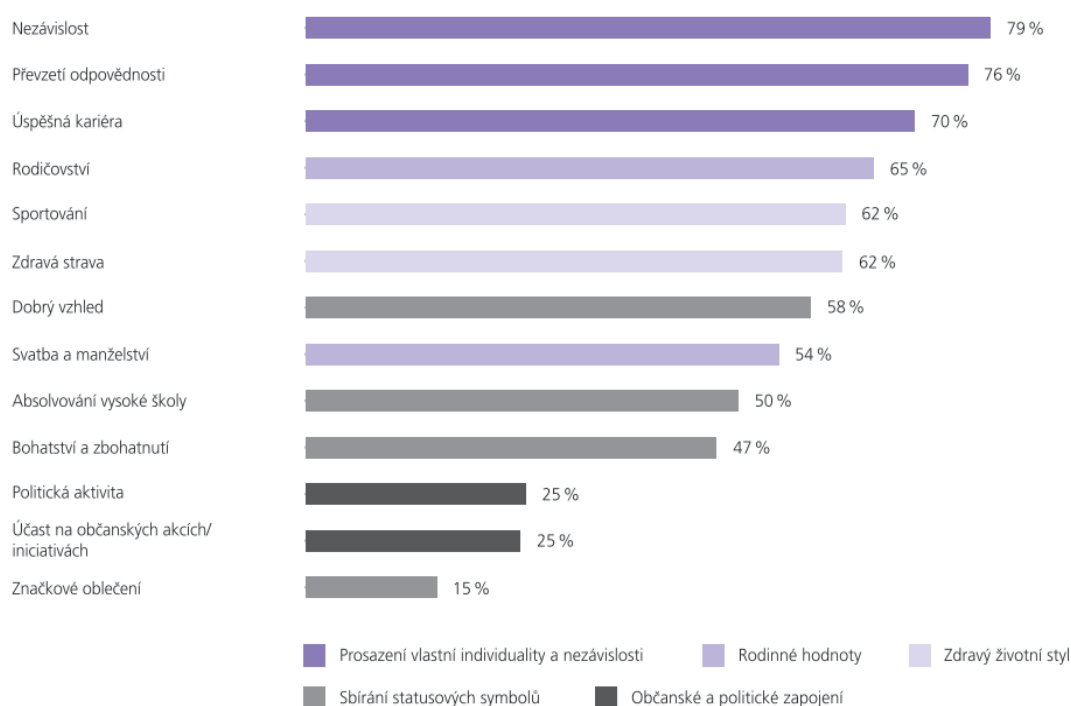
Je tedy patrné, že míra vzdělání je u generace Z v porovnání s předchozími generacemi vyšší. Tento trend ukazuje na zvýšenou prioritizaci vyššího vzdělání mezi mladými lidmi, který lze pozorovat ve většině rozvinutých zemí po celém světě. U mladých Češek a Čechů

je míra spokojenosti se vzděláním 38 %, čímž se řadí v hodnocení kvality vzdělávání na první místo v rámci Visegradské čtyřky (Jungwirth et al., 2021).

5.2 Životní cíle a obavy

Pro politiky by mělo být zásadní porozumět životním cílům a největším obavám mladých voličů, pokud chtějí generaci Z oslovovat. Jak můžeme vidět na následujícím grafu, mladé Čechy a mladí Češi považují za svou největší životní prioritu nezávislost, kterou považuje za svůj životní cíl 79 % z nich. Za své další životní cíle považují převzetí odpovědnosti, úspěšnou kariéru nebo rodičovství. Vítězí u nich tedy prosazení vlastní individuality a nezávislosti (Jungwirth et al., 2021).

Graf 6: Životní priority české generace Z



Zdroj: Jungwirth et al. (2021)

Ačkoliv politická aktivita je prioritou pouze pro 25 % zástupců generace Z (Jungwirth et al., 2021), zájem o aktivismus spojený s politikou je pro generaci Z typický. To je pozorovatelné na jejich hojném zapojení do protivládních protestů a akcí proti klimatické změně (Daňková & Maca, 2019).

Vzhledem k možnosti jednoduše cestovat, kterou mají zástupci generace Z už od narození, se může zdát překvapivé, že pobyt v zahraničí nepovažují za svou prioritu, a zájem o vycestování je u nich velmi malý. S přibývajícím věkem tento zájem ještě více klesá, protože starší jedinci v této demografické skupině vyvíjejí silnější sociální vazby a rozšiřují své kontaktní sítě. Mezi destinace nejčastěji uváděné těmi, kteří do zahraničí chtějí odjet a aspoň šest měsíců tam pobývat, patří USA, Německo, Španělsko, Kanada, Itálie a Nizozemsko (Jungwirth, 2021).

Podle studie provedené mezi generací Z v západní Evropě, vychází vliv generace Z na společnost a organizace z jejich důrazu na autenticitu a transparentnost. Tato generace se mobilizuje prostřednictvím digitálních dovedností, osobní zájmy transformuje do kolektivního aktivismu a po organizacích vyžaduje, aby jednaly v souladu s jejími hodnotami, kterými jsou společenská odpovědnost a rovnováha mezi pracovním a soukromým životem (Arnoldus & Van Lierop, 2023).

5.2.1 Klimatická změna

V otázce klimatické změny se zdá být generace Z naléhavější, než starší generace (Jungwirth et al., 2021.). Zatímco ve skupině americké generace Z pokládá klimatickou změnu za naléhavé téma 73 % lidí, v americké generaci X je to pouze 56 % (Murmuration, 2023). Mladí lidé v České republice jsou si také intenzivně vědomi problému klimatické změny, jejíž průběh a důsledky je výrazně znepokojují. Obavy ze znečištění a změny klimatu vyjádřilo 89 % z nich, což z tohoto problému činí největší zdroj obav mezi mladými lidmi nejen v České republice, ale v celém regionu Visegrádské čtyřky (V4), kde má z klimatických změn strach alespoň 87 % mladých (Jungwirth et al., 2021).

Velká většina mladých Evropanů se snaží snižovat svůj dopad na životní prostředí. Jsou připraveni investovat více do produktů, které jsou ekologicky udržitelné, a očekávají, že politici a firmy budou v oblasti ochrany životního prostředí podnikat větší kroky, než zatím podnikají (Deloitte Global, 2022).

5.2.2 Přijetí homosexuality

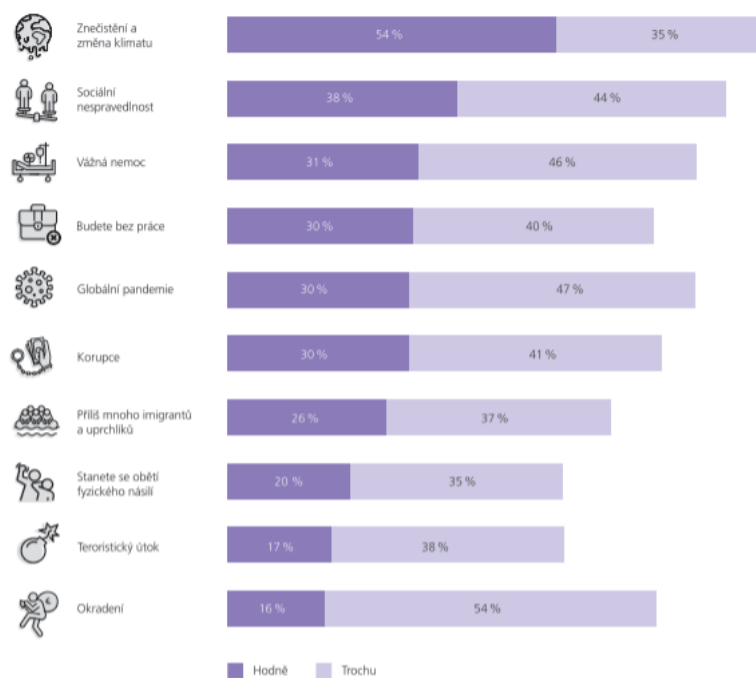
Generace Z je oproti těm předešlým výrazně tolerantnější k homosexualitě. Pouze 8 % mladých lidí by mělo v České republice vážné námitky proti homosexuální osobě nebo páru v roli sousedů, což je dokonce méně než průměr ve Visegradské čtyřce, kde tento poměr činí 14 %. Mnoho mladých lidí ale homosexualitu spíše toleruje než plně akceptuje, přičemž respondenti často uváděli, že s homosexuály nemají problém, pokud své vztahy nevyjadřují veřejně (Jungwirth et al., 2021). Čechů, kteří souhlasí s tím, že homosexuální páry mají být tolerovány a mají mít možnost adopce dětí, je celkově pouze 48 % (Behavior, b.d.). Výzkumy, které by zkoumaly tolerantnost generace Z vůči LGBTQ+ komunitě, v České republice zatím provedeny nebyly.

5.2.3 Obavy

Co se obav generace Z týče, z výzkumu mezi evropskou generací Z provedeného společností Deloitte v roce 2022 vyplývá, že jejich hlavním zdrojem obav jsou vysoké náklady, ze kterých má obavu 29 % jejich zástupců. Téměř polovina respondentů uvedla, že žije od výplaty k výplatě a obává se, že nebudou schopni pokrýt své výdaje (Deloitte, 2022). V Evropě dosáhla nezaměstnanost nejvyšší úrovně za posledních 20 let, když byla generace Z na prahu dospělosti (Arnoldus & Van Lierop, 2023) Díky tomu má nyní podstatná část osob z generace Z zvýšené povědomí o nutnosti finančního plánování budoucnosti (Francis & Hoefel, 2018).

Na následujícím grafu můžeme vidět, že u české generace Z je nejčastější obavou znečištění a změna klimatu, následována sociální nespravedlností, vážnou nemocí a nenalezením práce.

Graf 7: Největší obavy české generace Z



Zdroj: Studie FES Mládež V4 a Pobalťi 2021. V publikaci se mohou nacházet mírně odlišné výsledky dané zacházením s desetinnou čárkou. .

Zdroj: Jungwirth et al. (2021)

5.3 Politické názory a aktivita

V silně medializovaných volbách v říjnu 2021 došlo k výrazným změnám, kdy se dříve opoziční strany dostaly k moci a získaly významnou podporu díky podpoře občanských iniciativ, jako například Milion Chvilek² nebo Zavolíme³, ve kterých mladí lidé hráli klíčovou roli. Tento vývoj otevřel možnosti pro lepší zastoupení zájmů mladé generace, její větší zapojení do veřejného dialogu a zdůraznění jejích problémů. Na druhou stranu je

² Milion chvilek – iniciativa mladých občanů, jejíž účelem je podpora a kultivace demokratické kultury, občanské angažovanosti a veřejné diskuse v České republice (Milion Chvilek, b.d.).

³ Zavolíme – koncept předvolebních debat od studentů pro studenty. Hlavním cílem projektu je zvýšení volební účasti mladých lidí, rozvoj jejich zájmu o veřejné dění a společenskou odpovědnost a v neposlední řadě propojování formálního a neformálního vzdělávání (Zavolíme. b.d.).

ale možné, že nesplněné sliby a očekávání způsobily u generace Z ještě větší pocity nespokojenosti a odcizení.

V roce 2020, když byla v České republice vláda v čele s Andrejem Babišem⁴, mladé Češky a mladí Češi cítili, že jejich zájmy nejsou v České republice dostatečně reprezentovány. Pouze 9 % z nich mělo pocit, že jejich zájmy jsou v politice zastoupeny dobře nebo velmi dobře. Tento nedostatek reprezentace vede k nižšímu zájmu o politiku a nižší volební účasti (Jungwirth, 2021).

Některé studie také uvádějí, že v generaci Z jsou do politické aktivity zapojeny více ženy než muži, což značí další rozdíl oproti starším generacím (McDonald & Deckman 2023).

5.3.1 Politická orientace

Třetina mladých lidí v České republice je orientována pravicověji, k levicové politice se pak hlásí zhruba pětina (Peterson et al. 2020 v Jungwirth et al., 2021). Mladí lidé s levicovou orientací v České republice mají tendenci více favorizovat redistribuci bohatství mezi chudými a bohatými a věří, že by vláda měla garantovat péči o všechny občany. Koncepti univerzálního základního příjmu převážně podporují právě mladí s levicovými názory a do jisté míry také ti, kteří se řadí k politickému středu. Ve svých politických postojích je generace Z sociálně liberálnější než předchozí generace (Oravová, 2023).

V případě vlivu rodičů, 31 % respondentů ve výzkumu „Česká mládež 2021“ uvedlo, že s rodiči politicky vůbec nesouhlasí nebo souhlasí jen mírně, zatímco stejný podíl respondentů (31 %) uvedl, že s rodiči v politických názorech spíše nebo velmi souzní (Jungwirth, 2021). Podle Krejčího mohou rodiče ovlivňovat své děti v politických názorech a postojích podle rovnice $B = f(EO)$, kde, jak již bylo uvedeno výše, „B“ značí politické chování, které je výsledkem interakce „f“ mezi organismem „O“ a prostředím „E“. Rodiče jsou v tomto případě „E“.

⁴ Druhá vláda Andreje Babiše – vláda byla složena ze stran ANO a ČSSD. Předsedou vlády byl Andrej Babiš (ANO) a vládla v letech 2018–2021 (Vláda České republiky, b.d.).

5.3.2 Politická aktivita

Pro generaci Z v Česku není politika tabu. Zhruba 39 % mladých lidí se o politiku zajímá poměrně pravidelně, zatímco další třetina se o ni zajímá hlavně v období před volbami. Méně než třetina mladých politiku neřeší. Z výzkumu pro web Aktuálně.cz vyplývá, že přibližně polovina lidí z generace Z sleduje politické události v médiích (Daňková & Maca, 2019 v Aktuálně.cz).

Za hlavní zdroj zpráv považuje generace Z sociální sítě, především pak Instagram (Parmelee et al., 2023), primárně ovšem na sítích hledá zábavný obsah (MediaGuru, 2023). Generace Z přitom vykazuje výraznou preferenci pro vizuální typy obsahu, což znamená, že je zvláště přitahována a ovlivněna vizuálním aspektem informací, které konzumuje. Pro mnohé z nich je sledování videa, které poskytuje přehled o aktuálních událostech nebo problémech, preferovanějším způsobem získávání informací než čtení textových článků o téže tematice (Oravová, 2023).

Pro generaci Z je charakteristický zájem o aktivismus, což je vidět na jejím zapojení do protivládních protestů nebo akcí proti klimatickým změnám. V posledních dvou letech podepsala nějakou petici zhruba polovina mladých Češek a Čechů a přibližně čtvrtina se zúčastnila nějaké demonstrace (Daňková & Maca, 2019). Obecně ale mladí lidé v České republice nevidí v občanských aktivitách a politické účasti svou prioritu, oproti tomu dávají větší přednost již zmíněné získání nezávislosti a budování úspěšné profesní dráhy (Jungwirth et al., 2021).

I přesto, že je mezi generací Z malý podíl těch, kteří aktivně vyjadřují své názory na současnou politickou situaci a veřejné záležitosti, zároveň je u nich zřetelný zájem o vytvoření více možností pro jejich angažmá v politice. V posledních letech je v této oblasti znatelný velký potenciál v podobě vzniku mnoha iniciativ zaměřených na mladou generaci (Jungwirth et al., 2021), jako například Milion Chviliek nebo Zavolíme.

5.3.3 Důvěra v instituce

Jungwirth et al. uvádí, že mladé Češky a mladí Češi obecně projevují vysokou úroveň důvěry v soudy, policii a armádu, přičemž výraznější rozdíly v postojích k těmto institucím nejsou obvyklé. Stejně tak je důvěra v Evropskou unii a NATO poměrně jednotná, což lze

připsat skutečnosti, že jejich mezinárodní role nemá bezprostřední vliv na reprezentaci zájmů mladých lidí v české domácí politice (Jungwirth et al., 2021).

Co se Evropské unie týče, v České republice je podpora setrvání v této instituci vyšší mezi mladými lidmi s levicovou orientací, kde 80 % z nich by hlasovalo proti odchodu, ve srovnání s pravicově orientovanými, kde je to 72 %. Naopak 62 % mladých podporovatelů antisystémové strany SPD je proti členství v EU. Postoj k EU se dále liší v závislosti na vzdělání a na tom, zda jedinec aktuálně studuje. Zhruba 41 % mladých lidí s ukončeným středoškolským vzděláním bez maturity, kteří nadále nejsou ve vzdělávacím procesu, by podpořilo odchod z EU, zatímco mezi těmi, kteří maturovali, by pro odchod hlasovalo pouze 18 % (Jungwirth et al., 2021).

V celé české populaci, napříč všemi generacemi, si 42 % lidí myslí, že je pro ně Evropská unie trochu výhodná, a jako velmi výhodnou ji pak hodnotí 31 % obyvatel České republiky (Behavio, b.d.). Dalo by se tedy poznamenat, že ve srovnání s nestabilním postojem české veřejnosti, je ve skupině generace Z odpor vůči Evropské unii extrémně málo zastoupený.

PRAKTICKÁ ČÁST

6 Metodologie

V této části práce se autorka zaměří na rozvoj teoretických východisek a uvede cíle výzkumu a výzkumné otázky. Zároveň budou představeny a odůvodněny metody sběru dat, které byly zvoleny pro naplnění cíle bakalářské práce.

6.1 Formulace výzkumného cíle a otázek

V teoretické části práce byla popsána politická psychologie, která vede voliče k volební účasti a určitému volebnímu chování, byla definována generace Z a její názory a hodnoty. Tvrzení vyplývající z této teorie se autorka snaží ověřit v následující praktické části.

Cílem výzkumu je zjistit, jaké jsou hodnoty zástupců generace Z, čeho se nejvíce obávají, a především, jak přistupují k volbám a politice. Dále si autorka klade za cíl zjistit, jak se vyvíjela volební účast mladých lidí ve volbách do Poslanecké sněmovny od roku 1998 do roku 2021, a tedy jestli je volební účast generace Z vyšší, než byla volební účast předchozích generací v tomto věku. Autorka zároveň zkoumá více do hloubky, jaké bylo volební chování mladých voličů ve volbách do Poslanecké sněmovny v roce 2021 a v prezidentských volbách v roce 2023, a jaký vliv mohly mít na volební účast mladých lidí iniciativy jako Milion Chviliek, Zavolíme a influenceři. V těchto posledních dvou celostátních volbách totiž mladá generace začala hrát významnou roli (Jungwirth, 2021).

Na základě výzkumných cílů byly stanoveny tyto výzkumné otázky:

VO1: Jaké jsou největší obavy a priority zástupců generace Z?

VO2: Jak vnímají zástupci generace Z své psychické zdraví a do jaké míry je ovlivněno světových děním?

VO3: Myslí si zástupci generace Z o vlastní generaci, že je něčím výjimečná?

VO4: Do jaké míry zajímá zástupce generace Z politické dění a jakým způsobem se ho účastní?

VO5: Jsou zástupci generace Z spokojeni se současnou vládou⁵ a prezidentem⁶?

VO6: Přispěla iniciativa influencerů a projektů, jako například Milion Chvilek nebo Zavolíme, k nárůstu volební účasti mezi generací Z ve volbách do Poslanecké sněmovny v roce 2021 a prezidentských volbách 2023?

VO7: Jaký je vývoj volební účasti mladé generace ve volbách do Poslanecké sněmovny v České republice?

6.2 Metoda zkoumání a sběru dat

Při výzkumu byly na základě povahy tématu a stanovených výzkumných otázek použity dvě metody. První fáze výzkumu byla realizována kvalitativní metodou za pomoci hloubkových rozhovorů, přičemž výběr respondentů byl záměrný účelový. Respondenti v rozhovorech mluvili o svých hodnotách, obavách, psychickém zdraví a politických aktivitách.

Jako druhá metoda výzkumu byla použita sekundární analýza povolebních dat, pomocí které bylo zkoumáno především to, jak se mění volební účast mezi mladými lidmi z generace Z a předchozích generací. Podrobněji jsou pak popsána data z voleb do Poslanecké sněmovny v roce 2021 a prezidentských voleb 2023.

6.2.1 První fáze výzkumu – Hloubkové rozhovory

Hloubkový rozhovor odhaluje, co motivuje názory účastníků, jaké jsou jejich skutečné názory a odůvodnění jejich odpovědí. Jeho cílem je analyzovat příčiny a motivace určitého chování a jednání. Tato metoda je obzvláště užitečná, když je potřeba pochopit problém v jeho širokém kontextu. Hloubkový rozhovor nemusí být založen na předem stanovených hypotézách, ty mohou být totiž formulovány až na základě informací získaných během rozhovoru. Rozhovor má flexibilní rámec, ve kterém rozhoduje tazatel o obsahu a pořadí otázek dle průběhu rozhovoru (Vojtíšek, 2012). Hloubkové rozhovory jsou často

⁵ Současná vláda –vláda složená ze stran SPOLU a Piráti a Starostové. Předsedou vlády je Petr Fiala (SPOLU) a vládne od roku 2021 (Wikipedia, 2023).

⁶ Současný prezident – Petr Pavel

prováděny jako konverzace, dají se popsat jako „konverzace s posláním“ (Legard et al., 2003).

Kontrola respondentů je důležitou součástí pro zvýšení validity tvrzení vyplývajících z rozhovorů (Carlson, 2010), proto autorka s respondenty výzkumu uskutečnila v průběhu dvou týdnů vždy rovnou dva hloubkové rozhovory, aby zjistila, zda jsou jejich odpovědi konzistentní a zda má na odpovědi vliv jejich aktuální nálada a prostředí, ve kterém se nacházejí.

V rámci snahy o zodpovězení výzkumných otázek 1,2,3,4,5 a částečně také 6, které mají být zodpovězeny v této části studie, vymezila autorka základní koncepci rozhovorů. Sled otázek bude pro všechny účastníky stejný, avšak v průběhu rozhovoru dochází k mírným úpravám a pokládání doplňujících otázek.

Okruhy otázek pro hloubkový rozhovor byly sestaveny následovně:

1. Největší životní obavy a priority: Co jsou v současnosti vaše největší obavy? Jak vnímáte svou současnou ekonomickou situaci? Jak moc se zajímáte o ekologii a klimatickou změnu?
2. Otázky na psychické zdraví: Jak se dnes cítíte? Cítíte občas smutek, úzkost, anebo že už nevíte, jak dál? Jak moc máte pocit, že vás ovlivňuje světové dění a zprávy, které sledujete?
3. Pohled na generaci Z: Myslíte si, že je generace Z něčím výjimečná oproti ostatním generacím, případně čím?
4. Zájem o politiku: Jakých voleb jste se zatím zúčastnili? Jak moc a jakým způsobem se zajímáte o politiku?
5. Názor na současného prezidenta a vládu: Jste spokojeni se současným prezidentem a vládou? Přijdete si dostatečně zastoupeni a reprezentováni?
6. Ovlivnění iniciativami jako Milion Chvilek, Zavolíme a influencery: Sledovali jste před posledními dvěma celostátními volbami některé influencery nebo profily na sociálních sítích? Jaké profily vás nejvíce ovlivnily? Myslíte si, že vaši volební účast motivovaly z nějaké části projekty jako Milion chvilek nebo Zavolíme?

Pro rozhovory byli osloveni dohromady čtyři respondenti, zástupci generace Z, se kterými byly provedeny vždy dva hloubkové rozhovory v rámci dvou týdnů během dubna 2024. Výběr respondentů byl záměrný a účelový. Byla zvolena specifická skupina, studenti bakalářského oboru Marketingová komunikace a Public Relations na Fakultě sociálních věd Univerzity Karlovy, která má již potřebný kontext ke zodpovězení navržených otázek – zná generaci Z. Autorka od všech získala souhlas s použitím jejich odpovědí v bakalářské práci a respondenti byli zároveň z důvodu povahy rozhovorů částečně anonymizováni, protože sdílí často velmi osobní informace. Pohlaví respondentů anonymizováno nebylo, aby při práci s daty nebyl ztracen případný rozdíl mezi gendery. Při výběru respondentů byla dodržena genderová vyváženost.

Pro rozhovory byli vybráni následující respondenti a respondentky:

Respondentka 1 (21 let)

Respondent 2 (25 let)

Respondentka 3 (20 let)

Respondent 4 (22 let)

6.2.2 Druhá fáze výzkumu – Sekundární analýza

Sekundární analýza je využívána pro zkoumání již existujících dat. Tato výzkumná metoda není jen o přepracování existujících závěrů, ale o tvůrčí práci s daty, která může přinést nové teoretické poznatky. Sekundární analýza se snaží maximalizovat užitek z již shromážděných dat, a to i v případě, že primární data nebyla získána s cílem řešit konkrétní aktuální otázku (Rašek, 1985), kterou je v mém případě volební účast a volební chování generace Z. Ve společenských vědách se jen zřídka setkáme s situací, kdy existuje pouze jedna správná interpretace dat. Pokud umožníme různým výzkumným týmům analyzovat stejný soubor dat, můžeme získat bohatší a podrobnější pochopení zkoumaného tématu (Vávra & Čížek, 2011). Metoda tedy umožňuje vědcům lépe využít existující materiály, usnadňuje porovnávání výsledků z různých výzkumů a přispívá k rozvoji teorie tím, že nabízí nové perspektivy a interpretace dat (Rašek, 1985).

7 Rozbor hloubkových rozhovorů provedených mezi zástupci generace Z

Hloubkové rozhovory prováděla autorka se čtyřmi respondenty vždy dvakrát, aby zjistila, zda se jejich odpovědi neliší na základě prostředí nebo momentálního psychického rozpoložení. První rozhovor byl u většiny respondentů uskutečněn v rušnějším prostředí než druhý rozhovor. Poprvé respondenti vždy odpovídali v kavárně během všedního dne, když šli ze školy, anebo věděli, že je ten den čekají ještě nějaké povinnosti. V tomto případě uvedli tři ze čtyř respondentů, že se zrovna cítí ve stresu a že „toho mají teď hodně“.

„Jsem momentálně trochu přehlcená a roztěkaná. Zítřka mě čeká hodně věcí, na které se musím připravit – mám celý den školu a do toho ještě pracovní pohovor,“ (Respondentka 1).

„Jsem trochu unavený. Mám hodně práce i školy. Cítím stres a kdybych takhle jel ještě pár týdnů, tak asi vyhořím,“ (Respondent 2).

Druhé sezení probíhalo v klidnějších podmínkách, a to buď během víkendu anebo večer, kdy už respondenti před sebou ten den neměli žádné povinnosti.

„Dnes se cítím krásně, mám dobrou náladu. Jsem po práci, kde jsem byl osm hodin v kuse. Nějaké stresy mám, ale jinak jsem teď celkově spokojený,“ (Respondent 4).

Názory respondentů se během dvou sezení, které od sebe byly vzdálené zhruba týden, neměnily, ale na druhém sezení často respondenti rozebrali téma ještě více do hloubky a specifikovali konkrétní odpovědi.

7.1 Obavy a priority

Jak již bylo uvedeno výše, porozumět obavám a prioritám generace Z je důležité pro pochopení, jaké jsou její politické preference. Co se největších životních obav týče, nejčastěji respondenti uváděli finanční krizi, klimatickou změnu a světové politické

směřování. Pokud se politici budou těmto tématům věnovat a zavádět o nich debatu, získají nejen podporu mladé generace, ale zároveň mohou zvýšit její celkovou spokojenost.

„Mou největší obavou je „cost of living crisis“⁷, tedy základní ceny bydlení a životních potřeb. Potom klimatická změna, protože včera byl duben a bylo už třetí den přes 30 stupňů. Potom potenciální světová válka v důsledku konfliktu s Ruskem a Čínou na dvou frontách,“ (Respondent 2).

„V mých obavách asi pořád hrají nějakou roli finance, i když se nad nimi snažím nepřemýšlet tolik a být spíš v přítomném okamžiku, ale nějakou finanční krizi vnímám. Potom mě napadá hyperkorektnost, takže společenské směřování,“ (Respondentka 1). Autorka se dále respondentky doptala, zda tuto hyperkorektnost vnímá pouze v politickém kontextu České republiky anebo globálně. *„Asi globálně. Ta hyperkorektnost podle mě občas už překračuje meze a je z mého pohledu spíš škodlivá. Mám celkově strach z takového toho, že lidé nejsou schopni vést diskuse a staví se buď na jeden nebo na druhý extrém. Napadají mě třeba práva LGBTQ+ komunity, kdy na jedné straně jedni chtějí identity jako třeba „motorka“, a na druhé straně jsou ti, kteří absolutně neuznávají základní právo na manželství. Lidé se přiklánějí buď k jednomu nebo druhému extrému a neumí najít společnou řeč. Zároveň vidím neochotu vést diskusi,“* (Respondentka 1).

„Do budoucna se určitě nejvíce bojím nějaké klimatické změny. Nejen proto, že nám to bude všechno ničit, což je samozřejmě taky špatně, ale spíš mě to děsí z toho důvodu, že to bude těžké s migrací, kterou ta klimatická změna způsobí. To, že někde bude tak nesnesitelně, že se lidé budou muset stěhovat, může společnost hodně destabilizovat a bojím se, že to bude těžké období. Přijde mi, že je to blízko a je to něco, čeho se hodně bojím,“ (Respondent 4).

7.1.1 Ekonomická situace

V odpovědi na otázku, jak vnímají svou současnou ekonomickou situaci, se respondenti shodli, že jejich finance jsou momentálně dostačující, zejména kvůli finanční podpoře ze strany rodičů. Chtěli by být ale nezávislejší.

⁷ „Cost of living crisis“ – krize nákladů na život

„Stále dostávám peníze od rodičů, takže jsem na tom dobře, ale chtěla bych si být schopná vydělávat více sama a být nezávislá,“ (Respondentka 3).

„Je to komplexnější. Teď žiji s rodiči, tudíž mé výdaje na život jsou minimální a mám se velmi pohodlně. Na druhou stranu, kdybych žil sám, což je můj cíl, tak nevím, co si budu moct dovolit,“ (Respondent 2).

7.1.2 Klimatická změna

Ze studií a výzkumů napříč generací Z, které byly v této práci zmíněny, vyplývá, že spousta zástupců této generace považuje klimatickou změnu a ekologii za svou prioritu (Murmuration, 2023; Jungwirth et al., 2021). Podle respondentů z hloubkových rozhovorů tomu ovšem tak úplně není, ačkoliv o tématu mají povědomí a zprávy z této oblasti sledují. Jako prioritu toto téma vnímá pouze jeden z nich. Účastníci rozhovorů také často uváděli, že mají strach, že žádná jejich aktivita nebude mít vliv na celkový výsledek.

„Zajímám se spíš okrajově. Sem tam si něco přečtu, někde něco zaznamenám, ale není to, že bych se o to zajímala aktivně. Přemýšlím nad tím, když dělám nějaké nákupní rozhodnutí, ale neberu to jako prioritu, která by řídila můj každodenní život,“ (Respondentka 1).

„Třídím a záleží mi na tom, ale já s tím nic nezmůžu, ani ty protesty vlastně ne. Řídí to někdo nad námi a dokud se nerozhodnou ti, co v tom mají peníze, tak se nic nezmění. Kdybych fakt věděla, že to funguje a změní se to, tak dělám, co můžu,“ (Respondentka 3).

„Když jsem byl mladší, chodil jsem na demonstrace hodně, fakt už zhruba od patnácti. Vedli mě k tomu i rodiče, že o tom mám přemýšlet, ale taky na sociálních sítích jsem tyto zprávy sledoval pořád dokola a tím pádem to pro mě bylo hodně důležité,“ (Respondent 4)

„Lidi to podle mě nejsou schopni ovlivnit do takové míry, jak je jim prezentováno aktivisty. Ale když mám možnosti, tak si stejně vždy vyberu tu zelenější,“ (Respondentka 1).

7.2 Psychické zdraví

Jak bylo uvedeno výše, velká část současných mladých lidí cítí často smutek, stres anebo dokonce, že už neví, jak dál, ve větší míře než jakákoliv předchozí generace (Murmuration, 2023). Toto tvrzení potvrdila většina respondentů, která na otázku, zda občas cítí smutek, úzkost, anebo že už neví, jak dál, odpovídala z velké části kladně. Zároveň ale respondenti uvedli, že už se do značné míry naučili s těmito pocity pracovat. Je v zájmu politiků, aby se zajímali o psychické zdraví svých občanů, protože psychické problémy mohou způsobit prioritizaci jiných témat, než je volební účast a zájem o politiku celkově (Johnson, 2017).

„Občas cítím smutek i úzkost, ale vím, že ta cesta nekončí. Nikdy si neřeknu, že už nevím, jak dál. Držím se toho, že nic není tak hrozný, jak se zdá,“ (Respondentka 3).

„Poslední dobou se takhle cítím méně, protože se mi teď v životě docela daří, a zároveň jsem už delší dobu na antidepresivech,“ (Respondent 2).

„Většinou tyhle pocity nemám. Bývám smutná, ale v porovnání s jinými jedinci i tím, jak jsem na tom bývala dřív, mi přijde, že jsem se hodně posunula a naučila se s tím pracovat do takové míry, že si ty pocity nenechám připustit, pokud to jde, a neutápět se v nich,“ (Respondentka 1).

7.2.2 Vliv sledování světového dění na psychické zdraví

Podle výzkumu od Seemiller & Grace je generace Z smutnější než předchozí generace, protože na ni více působí světové dění, které sleduje. Podle nich za to mohou především sociální sítě, na kterých mladí vidají zprávy z více zdrojů a kanálů (Seemiller & Grace, 2017). Zde se odpovědi respondentů lišily. Zatímco u dvou z nich nemají zprávy vliv na jejich každodenní fungování, další dva jsou jimi naopak ovlivňováni do značné míry.

„Jsem trochu „doom scroller“⁸, takže pocit, že mě světové dění ovlivňuje, mám hodně. Dodnes si pamatuji, když vypukla například okupace Krymu v roce 2014. Jel jsem tehdy na

⁸ doom scrolling – činnost, při níž jedinec tráví hodně času díváním se na telefon nebo počítač a čte negativní zprávy (Cambridge University Press, b.d.)

pohřeb prababičky a řešil jsem to více než smrt vlastní prababičky, protože jsem se bál, že přijdou až k nám. Tehdy mi bylo 16 let. Zároveň si pamatuji, když začal Covid. V prosinci 2019 jsem o tom četl článek a emočně mě to ovlivnilo až do stavu depresí. Určitě je to tím, že těch zpráv je hodně a že začínám vnímat ty souvislosti. Ve chvíli, kdy má člověk více informací, uvědomuje si křehkost některých systémů a to, jak rychle by se to mohlo sesypat. Když něco slyším poprvé, jsem spíš „odcitlivěný“, jedna zpráva se mnou nehne,“ (Respondent 2).

„Přesně kvůli tomuhle já už se snažím moc zprávy nesledovat, mám potom pocit, že svět končí, i když to tak není. Například při střelbě na Filozofické fakultě jsem sledovala sociální síť, kde to na mě šlo ze všech stran. Všichni se k tomu vyjadřovali, ale často to byly jen výkřiky do tmy a akorát se lidi navzájem stresovali. Když začala válka na Ukrajině, týden jsem byla tělesně slabá a smutná, nemohla jsem jít ani do školy, protože na mě všechny ty záběry hrozně působily. Sociální síť určitě vnímám jako zesilovače a důvod, proč jsme v depresích,“ (Respondentka 3).

„Dřív jsem si to bral hodně na tělo a byl jsem z toho hodně smutný. Nedokázal jsem se od toho oprostit. Zároveň jsem kvůli tomu začal chodit na terapie a tam jsem to řešil. Tohle období už ale skončilo, uvědomil jsem si, že s tím nic neudělám a musím to řešit jen do té míry, do jaké to řešit můžu. Zpátky do téhle temné fáze mě naposledy přivedla válka na Ukrajině. To pro mě bylo hodně náročné, protože jsem to hodně sledoval,“ (Respondent 4).

7.3 Pohled generace Z na generaci Z

Autorka se v rámci hloubkového rozhovoru ptala také na otázku, zda si respondenti myslí, že je generace Z, jíž jsou součástí, něčím výjimečná oproti předchozím generacím.

V odpovědích na tuto otázku se respondenti neshodli. Dvě respondentky si myslí, že generace Z je mnohem empatičtější, ovšem pouze do určité míry, a zároveň to ne vždy představuje pozitivní vlastnost. Respondenti se naopak shodli v tom, že jejich generace ničím výjimečná není.

„Určitě jsme empatičtí, ale jenom vůči lidem, kteří dříve byli zanedbávaní a na které společnost nehleděla tolik. Na druhou stranu nejsme zase moc ochotni vést dialogy s tou starší generací, u kterých máme zafixováno, že se nechtějí měnit a neumějí vést dialogy.

Takže mi přijde, že ano, jsme empatičtější, ale asi jenom jedním směrem. Taky mi přijde, že se generace Z snaží vystupovat více autenticky. Mají to raději i u značek i politiků. Dáváme na autenticitu velký důraz, i když ne vždy je pravá a autentická,“ (Respondentka 1).

„Generace Z je jiná, ne výjimečná. Vybočuje podle mě faktem, že se narodila do nějakého světa, kde je obrovská saturace médií a média reportují více o negativních tématech, jako právě klimatická změna nebo konflikty. Myslím si, že generace Z je ještě skeptičtější vůči systému. Každá generace se vzpouzí proti systému, ale přijde mi, že u nás to není ani tak o rebelii v naději na lepší svět, ale spíš o cynismu. Myslím si, že je to tím, že těch médií je tolik,“ (Respondent 2).

„Jsme výjimeční tím, že se hodně koukáme jak na emoce naše, tak emoce druhých. Dokážeme se navzájem lépe pochopit. Starší generace často odmítá city. My mluvíme o všem otevřeněji, nebojíme se ptát a ozvat se. Jestli chce ale někdo náš respekt, musí si ho zasloužit. Negativem je, že se těmi emocemi často necháme strhnout,“ (Respondentka 3).

„Asi ne. Každá generace má něco, necítím se speciálně. Šikovnější si myslím, že nejsme,“ (Respondent 4).

7.4 Zájem o politiku

Politické dění sleduje každý z respondentů na odlišné úrovni, i přesto se všichni z nich zúčastnili všech celostátních voleb, které od svých osmnácti let zažili. Před volbami do Poslanecké sněmovny v roce 2021 a před prezidentskými volbami v roce 2023 respondenti zaznamenali určitou aktivitu influencerů a iniciativ Milion chviliek a Zavolíme, ale nenechali se jimi přímo ovlivnit.

„Od svých 18 let jsem se zúčastnil všech voleb – dvou do Poslanecké sněmovny a dvou prezidentských. Za prezidenta jsem volil Jiřího Drahoše, a pak Petra Pavla. Ve volbách do Poslanecké sněmovny jsem volil v roce 2017 TOP09 a v roce 2021 PirSTAN⁹,“ (Respondent 2).

⁹ PirSTAN – zkratka pro stranu Piráti a Starostové

„Ted' sleduji politiku fakt hodně málo. Sotva jsem stihla zaznamenat, že jsou na Slovensku volby. Stydím se za to, chtěla bych se vrátit do toho, že mám všeobecný přehled,“ (Respondentka 1). Autorka se respondentky dále doptala, proč má pocit, že se musí o politické dění zajímat a zda na sebe cítí kladený tlak od svého okolí. *„Přijdu si potom, obzvlášť ve sféře lidí, ve které se pohybuji, lépe. Cítím určitě tlak i od okolí, ale já sama se potom cítím sebevědoměji, když vím, že na to téma můžu něco říct, protože o něm něco vím,“* (Respondentka 1).

„Zúčastnil jsem se všech voleb, co šlo. Mám dvojitý občanství, takže volím i v celostátních volbách na Slovensku. Při všech volbách u nás jsem navíc byl ve volební komisi,“ (Respondent, 4)

„Ted' to dění moc nesleduji. Přijde mi, že v politice toho moc dobrého není a vždycky musíme volit menší zlo,“ (Respondentka 3).

7.4.1 Ovlivnění influencery a iniciativami mladých při volbách do Poslanecké sněmovny 2021 a v prezidentských volbách 2023

Všichni z respondentů před volbami do Poslanecké sněmovny 2021 i před prezidentskými volbami 2023 zaznamenali určitou aktivitu influencerů a neziskových organizací zaměřených na mladé voliče, která nabádala k volební účasti. Ani jedno však podle nich nemělo přímý vliv na jejich volební účast. V souvislosti s politikou nejčastěji sledovali instagramový profil Jsem v obraze. S hnutím Milion chvilek potom většina respondentů sympatizovala spíše před volbami do Poslanecké sněmovny v roce 2021, protože bojovalo proti tehdejší vládě Andreje Babiše.

„U influencerů jsem spíš koukala, jaké mají názory, protože mě to zajímalo, ale neovlivnili mě. Milion Chvilek na mě mělo vliv spíš před těmi volbami v roce 2021. Chodila jsem na demonstrace proti Babišově vládě, ale potom jsem jejich aktivitu už moc nesledovala, protože mi všechno přišlo hrozně negativní. Nicméně jakmile by měl být ve vládě zase někdo jako Babiš, tak myslím, že všichni půjdem na jejich demonstraci znovu, a půjdem hrdě,“ (Respondentka 3).

„Při volbách do Poslanecké sněmovny jsem sledovala spíš Twitter¹⁰ a co tam psali novináři, přičemž šlo o krátká vlákna a věty. V obou volbách jsem pak sledovala profil Jsem v obraze nebo Politika pro mladé. Milion Chvilek jsem taky zaznamenala. Asi mě to do nějaké míry ovlivnilo, ale spíš v tom smyslu, že jsem měla pocit, že o tom mám přehled, a tím pádem, v uvozovkách, právo se k tomu vyjadřovat. Cítila jsem se pak sebevědoměji, když jsem šla volit, protože mi to dávalo věci do kontextu,“ (Respondentka 1).

„Milion chvilek jsem dříve sledoval hodně, byl jsem i na jejich demonstraci proti Babišovi. Ted' už nesympatizuji nijak zvlášť. Hnutí bojovalo proti Babišovi, který vykazoval autokratické znaky, něco jako Orbán nebo ted' Fico na Slovensku. Z toho důvodu mě zajímalo, co Milion chvilek, ale vždycky mi to přišlo trochu pofidérní. Ta akce proti Babišovi byla podle mě vrchol hnutí. Sledoval jsem hodně také Kovyho a v roce 2017 jsem sledoval Dominika Feriho na Instagramu, než vypukly na povrch všechny ty kauzy kolem něho,“ (Respondent 2).

„Při prezidentských volbách si pamatuji, že jsem sledoval Fabulace Jana Špačka. Ze začátku mi to přišlo dobré, ale od prezidentských voleb dál už to bylo fakt špatné. Určitě jsem influencersy zaznamenal, ale tím, že sám sleduji debaty, tak jsem si na nich nestavěl svůj názor. Milion chvilek jsem zaznamenal a pořád je sleduji, ale už mi přijde, že někdy nějaké věci řeší přehnaně. U Zavolíme mi přišla škoda, že debatami jejich aktivita končila. Podle mě to má větší nevyužívaný potenciál,“ (Respondent 4).

7.5 Hodnocení současné vlády a prezidenta

Zatímco u současného prezidenta Petra Pavla se respondenti shodli v tom, že splňuje jejich očekávání, u současné vlády v čele s Petrem Fialou už si tak jistí nejsou. Jedna z respondentek uvedla, že v pohledu na vládu je ovlivněna názory jednoho z rodičů. Podle Krejčího mohou být mladí voliči názory svých rodičů často ovlivněny (Krejčí, 2004), tento jev ovšem nelze považovat za univerzální.

„S prezidentem jsem spokojena a jsem ráda, že jsem ho volila. Ta očekávání, která jsem měla, když jsem ho volila, ted' perfektně splňuje. U současné vlády, kterou jsem taky volila,

¹⁰ Twitter – dnes sociální platforma s názvem X

už tolik spokojená nejsem. Tady jsem ale do velké míry ovlivněna tatškou, od kterého slyším názory. Pořád mi dává do hlavy, že na nás studenty kašlou a nelíbí se mu, jak to vedou. Tím mi dává podněty, co si přebírám. Na druhou stranu, já bych asi nebyla spokojena s žádným politikem, protože téměř vždy jsou politici pokrytci. Všichni tam jsou pro své zájmy, což je lidská přirozenost, ale je to tak,“ (Respondentka 1).

„Jo. Asi jsem, spíš tak napůl. Myslím si, že by mohli lépe komunikovat vzhledem k občanům, ale Vít Rakušan to teď zkouší. Prezident funguje přesně tak, jak fungovat má. Dělá to dobře, dává na povrch společenské otázky a podle mě spojuje společnost,“ (Respondent 4).

„Já jsem tu koalici, co je teď ve vládě, volila. Ne, že by mě úplně zklamali, ale čekala jsem od nich trochu něco jiného. S prezidentem jsem jinak spokojená. Je to prezident, který nedělá ostudu a je šarmantní. Jsem tedy více méně spokojena s oběma, protože pořád jsou lepší než ta předchozí vláda a prezident,“ (Respondentka 3).

„S prezidentem spokojený jsem, ačkoliv mé zájmy nereprezentuje asi tak, jak by mohl. S vládou spokojený nejsem, myslím si, že na mladé kašle,“ (Respondent 2). Autorka v rámci hloubkového rozhovoru poprosila respondenta o specifikování, jak by mohl prezident jeho zájmy reprezentovat lépe. *„Prezident činí kroky, které si myslím, že jsou prospěšné pro společnost jako takovou, ale nevšiml jsem si konkrétních iniciativ, které by byly zaměřené přímo na naši generaci,*“ (Respondent 2).

7.6 Shrnutí zjištění z hloubkových rozhovorů

Z hloubkových rozhovorů vyplynulo, že zástupce generace Z nejvíce trápí jejich finance, klimatická změna a světová politická situace. Konkrétní obavy, které při rozhovorech zazněly, byly například, že se lidé začnou kvůli klimatické změně stěhovat ze zemí, které začnou být neobyvatelné, do jiných, nebo vysoká míra polarizace společnosti.

Co se psychického zdraví týče, všichni respondenti uvedli, že se se svým psychickým zdravím naučili už do jisté míry pracovat, i díky pomoci odborníků. Sledování světového dění má na jejich psychiku významný vliv a u některých respondentů vede dokonce až k depresím. Nejčastěji uváděli jako události, kvůli kterým se cítili nejhůře, válku na Ukrajině a prosincovou střelbu na Filozofické fakultě Univerzity Karlovy.

V odpovědích na otázku, zda si respondenti myslí, že je generace Z něčím výjimečná a jiná oproti starším generacím, se účastníci hloubkových rozhovorů neshodli. Dva respondenti uvedli, že generace Z je empatičtější než předchozí generace, ovšem pouze do určité míry. Zbytek respondentů se naopak shodl v tom, že jejich generace ničím výjimečná není.

Politiku sledují všichni respondenti, někteří více, jiní méně, o politiku se ale zajímat chtějí. Za svůj dospělý život se všichni zúčastnili všech celostátních voleb, které v České republice proběhly. Iniciativy Milion Chvilek, Zavolíme a influencery zaznamenali všichni respondenti, ale na jejich volební účast měli pouze malý vliv.

Při hodnocení současné vlády a prezidenta se respondenti, až na jednoho, shodli, že s prezidentem spokojeni jsou a jejich zájmy reprezentuje dostatečně, ale vláda podle nich zájmy mladých lidí spíše přehlíží.

8 Srovnání volební účasti mladých od roku 1998 do roku 2023

V následující kapitole je zkoumáno, jak se měnila volební účast mladé generace ve volbách do Poslanecké sněmovny od roku 1998 do roku 2021 pomocí sekundární analýzy existujících povolebních dat. Tento výzkum si klade za cíl zjistit, zda se generace Z účastní voleb více než předchozí generace v tomto mladém věku. Zároveň bude podrobněji zkoumáno volební chování mladé generace ve volbách do Poslanecké sněmovny v roce 2021 a v prezidentských volbách 2023, protože v těchto volbách hrála už generace Z významnou roli. V této části práce bude pracováno s “mladou generací”, jakožto lidmi od 18 do 35 let, jíž je generace Z součástí – v roce 2023 tvořila už více než polovinu voličů z této skupiny. Důvodem je, že dostupné povolební analýzy nikdy nezkoumají přímo generaci Z, ale o něco širší věkovou skupinu.

Jak můžeme vidět na následujícím grafu, volební účast mladých lidí od 18 do 35 let byla napříč lety 1998-2017 poměrně konstantní.

Při sledování, jak se liší volební účast mladých lidí od celkové volební účasti ve volbách do Poslanecké sněmovny, zjistíme, že tento rozdíl se postupně snižuje. V roce 1998 byl rozdíl mezi celkovou volební účastí a volební účastí mladých dospělých 6 %. Od té doby se rozdíl chvíli sice zvyšoval – v roce 2002 to bylo 9 % a v roce 2006 13,5 %, což značí, že mladí v těchto letech zájem o volby příliš neměli. Ve volbách v roce 2010, 2013 a 2017 byl pak rozdíl mezi celkovou volební účastí a účastí mladých poměrně konstantní – kolem 6-7 %, což se však změnilo v roce 2021, kdy byla volební účast mladých 63 %, zatímco celková volební účast byla 65,4 % (Prokop et al., 2021). Rozdíl ve volební účasti mladých lidí a celkové volební účasti byl tak jen 2,4 %. Důvodem může být právě vysoký poměr generace Z ve skupině mladých voličů a zároveň aktivita iniciativ zaměřených na mladé voliče.

Graf 8 – Volební účast v jednotlivých skupinách

	1998	2002	2006	2010	2013	2017
účast	74,0	58,0	64,5	62,6	59,5	60,8
ZŠ	70	51	49	53	47	41
SŠ bez mat	72	51	61	59	58	54
SŠ s mat	78	59	72	68	60	69
VŠ	80	73	83	79	77	79
18-35 let	68	49	51	55	53	53
36-60 let	76	61	69	64	63	62
61 let a více	79	64	75	71	70	71

Zdroj: Linek (2018)

8.1 Povolební analýza parlamentních voleb 2021 se zaměřením na mladé voliče

V této kapitole je zkoumáno, jaké bylo volební chování české generace Z ve volbách do Poslanecké sněmovny v roce 2021. Volební účast mladých voličů se ve volbách do Poslanecké sněmovny v roce 2021 oproti volbám v roce 2017 významně zvýšila. Podle PAQ Research byla při volbách 2021 u voličů mezi 18 a 34 lety volební účast 63 %, zatímco v roce 2017 to bylo pouze 52 %. Celková volební účast byla v roce 2021 65,4 % (Prokop et al., 2021). Ačkoliv byl dopad mladých na celkový výsledek voleb v roce 2021

omezen faktem, že jich ve skupině bylo méně než v roce 2017 (Sčítání 2021, 2021), díky vyšší mobilizaci tvořili až 23 % všech voličů a výrazně přispěli k úspěchu liberálních a středopravicových opozičních stran, které své kampaně ve velké míře komunikovaly na sociálních sítích, kde generace Z čerpá informace (MediaGuru, 2023).

U generace Z dominovala strana Piráti a Starostové, kterou volilo 33 % mladých lidí, a SPOLU, kterou volilo 31 %. ANO volila tato věková kategorie nejméně ze všech ostatních věkových kategorií (13 %) (Prokop et al., 2021).

U studentů vzrostla účast oproti volbám v roce 2017 z 55 % na 73 %, přičemž u nich dominovala strana Piráti a Starostové (Prokop et al., 2021).

Významným negativním faktorem pro volební účast jsou u mladých lidí sociální problémy (Prokop et al., 2021). Lidé se sociálními problémy a nižším příjmem totiž výrazně méně důvěřují demokratickému režimu. Mezi mladými voliči převládají studenti vysokých škol, což je v souladu s vysokou volební účastí lidí s vysokoškolským titulem. Výrazně nižší je naopak volební účast mladých lidí, kteří nestudují (Prokop et al., 2021; Jungwirth et al., 2021.).

8.2 Volební účast v prezidentských volbách 2023

V prvním kole prezidentských voleb 2023 byla celková volební účast 68,24 % a ve druhém kole to bylo dokonce 70,25 % (Český statistický úřad, 2023). Volební účast ve druhém kole těchto prezidentských voleb dosáhla nejvyšší míry od parlamentních voleb v roce 1998, kdy hlasovalo 74 % voličů, čímž se stala rekordní v historii celostátních voleb v zemi. Podle výzkumné agentury Median tvořili v prvním kole prezidentských voleb největší část voličů právě lidé mezi 18 a 29 lety (ČTK, 2023).

Volební účast mladých lidí byla ve volbách do Poslanecké sněmovny v roce 2021 a v prezidentských volbách 2023 rekordně vysoká. Důvody mohou být zvýšená aktivita hnutí cílených na mladé lidi, jako například Milion chviliek a Zavolíme, aktivita influencerů, kteří mladé nabádali k volbám, ale také to, že se o slovo hlásí generace Z, která v roce 2021 a 2023 tvořila většinu skupiny mladých lidí zkoumanou v povolebních výzkumech.

8.3 Vliv neziskových organizací a influencerů na volební účast generace Z

Jak již bylo uvedeno, iniciativy zaměřené na mladou generaci a influenceři mají v posledních letech významnou moc ovlivňovat výsledky voleb.

Jak ve volbách do Poslanecké sněmovny v roce 2021, tak v prezidentských volbách 2023, spousta influencerů veřejně vyjadřovala podporu určitým kandidátům a nabádala k volbám jako takovým (Heřmanová, 2023). Potenciálním problémem ovšem může být například názorová předpojatost influencerů, což vede k sdílení jejich osobních, subjektivních názorů namísto objektivních faktů. K dalším kritickým otázkám patří nedostatečná kontrola nad obsahem kvůli absenci editora, zjednodušování informací, občasné vynechání zdrojů informací, vytváření názorových bublin mezi sledujícími a chybějící diverzita názorů, protože kontrolu nad výběrem zpráv má výhradně influencer, který tak subjektivně určuje, v jakém zarámování bude informace na jeho profilu prezentována (Oravová, 2023). Mezi influencery, kteří přes volby v posledních letech pravidelně nabádají mladé lidi k volební účasti, patří například Kovy, instagramový profil Jsem v obraze, časopis hey fomo nebo instagramový profil s názvem Politika (nejen) pro mladé, kteří na svých profilech zároveň průběžně informují o současném dění.

Nezisková organizace Milion chviliek měla pravděpodobně také vliv na vysokou volební účast u mladých lidí. Jak uvádí na svých webových stránkách, jejich cílem je podporovat a rozvíjet demokratickou kulturu, zapojení občanů a veřejnou debatu v České republice (Milion chviliek, b.d.). Následující příložený propagační leták zobrazuje snahu hnutí Milion chviliek motivovat k účasti v druhém kole prezidentských voleb 2023 co nejvíce lidí.

Obrázek 1 – Propagační leták od hnutí Milion chviliek



Zdroj: Milion chviliek (2023)

Mladou generaci se k volební účasti od roku 2020 snaží motivovat také projekt Zavolíme.

„Naším hlavním cílem je snaha o zvýšení volební účasti mladých lidí, rozvoj jejich zájmu o veřejné dění a společenskou odpovědnost a v neposlední řadě propojování formálního a neformálního vzdělávání. Soustředíme se na témata mladé generace,“ (Zavolíme, b.d.).

8.4 Shrnutí sekundární analýzy povolebních dat

Tato kapitola se věnuje analýze volební účasti mladých voličů ve volbách do Poslanecké sněmovny od roku 1998 do roku 2021. Dále zkoumá volební chování mladých lidí, zejména generace Z, ve volbách do Poslanecké sněmovny v roce 2021 a prezidentských volbách v roce 2023.

Volební účast mladých lidí se významně zvýšila v roce 2021, přičemž do té doby byla víceméně konstantní. Mladí voliči tvořili v roce 2021 významnou část populace, která podpořila liberální a středopravicové opoziční strany, přičemž její největší preference měly strany Piráti a Starostové a SPOLU.

Zvláštní pozornost byla v kapitole věnována vlivu iniciativ zaměřených na mladé voliče a influencerů na volební chování mladých. Sociální sítě totiž hrají stále významnější roli v politické mobilizaci mladé generace. Na její vysokou volební účast měly pravděpodobně vliv také organizace jako Milion chviliek a projekt Zavolíme, které se zaměřují na zvyšování volební účasti a politické angažovanosti mladých lidí.

9 Diskuse a návrhy na budoucí výzkum

Tato bakalářská práce zkoumala chování a hodnoty generace Z s důrazem na volební chování. Při vypracovávání bylo shledáno několik limitů pramenících z nedostatku dostupných dat a výzkumů na toto téma, zejména v České republice.

Prvním limitem je, že v dostupných povolebních výzkumech týkajících se českých voleb, se pojem mladá generace nerovná pojmu generace Z. Skupina mladých lidí zahrnutá v povolebních analýzách je většinou definována jako voliči od 18 do 35 let, a zahrnuje v sobě tak nejen generaci Z, ale i mileniály, a to zejména ve volbách do Poslanecké sněmovny v roce 2017. Tato věková kategorie je velmi rozmanitá a zahrnuje jedince v různých fázích mládí, od těch, kteří se nacházejí teprve na začátku dospělého života, až po ty, kteří se již usazují ve vlastních domácnostech a zakládají rodiny (Jungwirth et al., 2021). Tím pádem se jejich životní priority a největší obavy mohou lišit.

Do budoucna je potřeba provést celkově více povolebních výzkumů čistě mezi generací Z, ne pouze mezi „mladými lidmi“, aby bylo možné sledovat trendy v jejich volebním chování. Je totiž možné, že jejich názory se od generace mileniálů významně liší. Tento výzkum je důležitý, protože generace Z bude brzy představovat produktivní výkonné jádro české společnosti a velmi významnou část voličů, kterou se politici budou snažit oslovit. Znat jejich životní hodnoty a největší obavy je proto klíčové jak pro politiky, tak například jejich potenciální zaměstnavatele.

Dalším limitem této práce je kvalitativní výzkum v podobě hloubkových rozhovorů, který byl proveden na relativně malém vzorku respondentů ve specifické skupině zástupců generace Z, na studentech bakalářského oboru Marketingová komunikace a Public Relations na Fakultě sociálních věd Univerzity Karlovy. Do budoucna autorka navrhuje provést hloubkové rozhovory mezi větším množstvím respondentů z rozdílných sociálních skupin, aby byl vzorek reprezentativní. Metoda hloubkových rozhovorů zároveň ale vždy bude obsahovat specifické limity, zejména malý počet účastníků. Z toho důvodu je možné využít také jiné metody výzkumu, jako například kvalitativní dotazník. Zároveň je důležité provést stejný výzkum ve starších generacích, abychom mohli pozorovat rozdíly mezi generacemi.

Další limit se týká vlivu iniciativ Milion chvilek, Zavolíme a influencerů na volební účast generace Z. Neexistují totiž žádná data, která by dokazovala přímý vliv těchto projektů na volební chování a účast mladých voličů. Tento vliv by se dal dokázat například pomocí kvantitativních online dotazníků mezi generací Z.

V rámci dalšího výzkumu by bylo zároveň zajímavé prozkoumat, do jaké míry má na volební účast generace Z politická komunikace nebo zda chodí volit spíše díky její vysoké míře uvědomění a zájmu o zlepšení politické situace v souladu s jejími hodnotami.

10 Závěr

Tato bakalářská práce se zabývala volebním chováním generace Z. Autorka se zaměřila především na hodnoty této skupiny populace, její největší obavy a priority, které se ve volebním chování odráží. Pochopit témata, která jsou mladou generací vnímána jako důležitá, je pro politiky zásadní, protože na jejich základě mohou s mladými lidmi komunikovat a snažit se ve své funkci lépe zastoupit jejich zájmy.

V teoretické části byla nejprve popsána politická psychologie, jakožto jádro, z kterého pramení volební chování. Dále byly popsány nejzásadnější faktory, které ovlivňují volební chování a také modely, které ho vysvětlují. Poslední kapitola teoretické části byla zaměřena na definici generace Z, popis jejích charakteristik, hodnot a volebního chování.

Tato zjištění vyplynula z několika výzkumů mezi mladými lidmi provedenými v Evropě, České republice i USA.

Cílem praktické části bakalářské práce bylo zjistit, zda tvrzení vyplývající z teoretické části souhlasí s názory konkrétních zástupců generace Z v České republice a s povolebními daty do Poslanecké sněmovny v roce 2021 a z prezidentských voleb 2023. Jako výzkumné metody autorka zvolila hloubkové rozhovory, které byly prováděny mezi skupinou studentů bakalářského oboru Marketingového oboru a Public Relations na Fakultě sociálních věd Univerzity Karlovy, a sekundární analýzu povolebních dat. Bylo definováno dohromady sedm výzkumných otázek.

Ačkoliv z teoretické části vyplývá, že mladí se o politiku příliš nezajímají, respondenti v hloubkových rozhovorech uváděli jako své největší priority politická témata. To naznačuje, že mladá generace je sice považována za méně tradičně politicky aktivní, například vzhledem k volební účasti, ale může být velmi aktivní v sociálním aktivismu.

Z hloubkových rozhovorů vyplynulo, že největšími obavami zástupců generace Z jsou finance, globální politická situace a klimatická změna. Zatímco ve výzkumech v teoretické části nebyl jako obava nebo priorita uveden válečný konflikt, respondenti v hloubkových rozhovorech ho zmiňovali a vraceli se k němu napříč rozhovorem často i několikrát. Respondenti zároveň uváděli časté problémy s psychickým zdravím, které jsou i podle nich do jisté míry zapříčiněny nadměrným sledováním světového dění, především na sociálních sítích. Ačkoliv z médií často slyšíme, že generace Z je výjimečná, dva z respondentů se za výjimečné nebo jiné oproti předchozím generacím nepovažují. Někteří respondenti se ale shodli na tom, že generace Z oproti jiným empatictější. Co se politické angažovanosti týče, respondenti se o politiku většinou zajímají, všichni se zúčastnili všech celostátních voleb a někteří i demonstrací proti předchozí vládě. S prezidentem účastníci hloubkových rozhovorů spokojeni jsou, ale vláda by se podle nich mohla zájmům mladých lidí věnovat více.

Součástí praktické části byla také analýza volební účasti mladých lidí ve volbách do Poslanecké sněmovny. Zde se ukázalo, že volební účast mladé generace významně stoupla ve volbách do Poslanecké sněmovny v roce 2021 a v prezidentských volbách v roce 2023. To naznačuje, že generace Z se účastní voleb více než předchozí generace ve věku mladé

dospělosti. Autorka dále zkoumala volební chování mladé generace v těchto volbách, přičemž zjistila, že mladí voliči v roce 2021 tvořili významnou část populace, která zapříčinila zvolení liberální a středopravicové strany. Nejvíce mladí lidé volili právě strany SPOLU a Piráti a Starostové. Pozornost byla věnována vlivu iniciativ Milion chvilék, Zavolíme a influencerů na volební chování a účast generace Z. Neexistují ovšem data, která by dokazovala, že tyto iniciativy opravdu měly na mladé voliče přímý vliv.

11 Summary

This bachelor thesis dealt with the voting behaviour of Generation Z in the Czech Republic. The author focused mainly on the values of this population group and their greatest concerns and priorities, which are reflected in their voting behaviour.

Understanding the issues that are perceived as necessary by the younger generation is crucial for politicians, as they can use them as a basis to communicate with young people and try to better represent their interests in office.

The theoretical part first described political psychology as the core from which voting behaviour stems. Next, the most important factors that influence voting behaviour and the models that explain it were described. The last chapter of the theoretical part focused on defining Generation Z, describing its characteristics, values and voting behaviour. These findings emerged from several surveys of young people conducted in Europe, the Czech Republic and the USA.

The aim of the practical part of the bachelor thesis was to find out whether the statements resulting from the theoretical part agree with the opinions of specific representatives of Generation Z in the Czech Republic and with the post-election data for the Chamber of Deputies in 2021 and the presidential elections in 2023. The author chose in-depth interviews conducted among a group of undergraduate Marketing and Public Relations students at the Faculty of Social Sciences of Charles University and secondary analysis of post-election data as research methods. A total of seven research questions were defined.

Although the theoretical part shows that young people are not very interested in politics, respondents in the in-depth interviews mentioned political issues as their top priorities.

This suggests that while the younger generation is less traditionally politically active, for example, with regard to voter turnout, they can be very active in social activism. The in-depth interviews revealed that the biggest concerns of Generation Z representatives are finance, the global political situation and climate change. While war was not mentioned as a concern or priority in the theoretical part of the research, respondents in the in-depth interviews mentioned it and often returned to it several times throughout the interview. At the same time, respondents mentioned frequent mental health problems, which they also believe are to some extent caused by excessive monitoring of world events, especially on social media. Although we often hear from the media that Generation Z is exceptional, two of the respondents do not consider themselves exceptional or different from previous generations. However, some respondents agreed that Generation Z is more empathetic than others. In terms of political involvement, the respondents are mostly interested in politics, and all of them have participated in all national elections, and some of them have participated in demonstrations against the previous government. The participants in the in-depth interviews were satisfied with the president, but they thought the government could pay more attention to the interests of young people.

The practical part also included an analysis of young people's voter turnout to the Chamber of Deputies in the elections. Here it was found that the turnout of the young generation increased significantly in the 2021 House of Representatives and 2023 presidential elections. This suggests that Generation Z participates in elections more than previous generations in their young adulthood. The author further examined the voting behaviour of the young generation in these elections, finding that young voters in 2021 formed a significant proportion of the population, which caused the election of the Liberal and centre-right parties. Most young people voted for the parties SPOLU and Piráti a Starostové. Attention was paid to the influence of the Million chvilek, Zavolíme and influencers initiatives on the voting behaviour and participation of Generation Z. However, there is no data to prove that these initiatives really had a direct impact on young voters.

Použitá literatura

AJZEN, Icek. *From intentions to actions: A theory of planned behavior*. In: Action control: From cognition to behavior. Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg, 1985. p. 11-39.

ALESINA, Alberto a Edward Ludwig GLAESER. *Fighting poverty in the US and Europe: A world of difference*. Oxford University Press, USA, 2004.

ARNOLDUS, Sten a Peter VAN LIEROP, 2023. *Generation Z reaching adulthood in society. Perceptions of Generation Z's impact on the construction of Societal Challenges and Organisational Changes in Western Europe: A Qualitative Exploration*. Sweden. Master of Arts Final Thesis. Malmö University.

BANDURA, Albert. *Self-efficacy: The exercise of self-control*. New York: W.H. Freeman and Company, 1997.

BEHAVIO. *Češi, kteří si myslí, že EU je pro ně velmi výhodná*. Atlas Čechů [online]. [cit. 2024-03-28]. Dostupné z: https://atlascechu.cz/results/eu_vyhody-zasadni

BEHAVIO. *Češi, kteří souhlasí s tím, že homosexuální páry mají být tolerovány a mají mít možnost adopce dětí*. Atlas Čechů [online]. [cit. 2024-03-28]. Dostupné z: https://atlascechu.cz/results/homosexuality-marriage_adoption

BEHAVIO. *Úroveň vzdělání – Vysoká škola*. Atlas Čechů [online]. [cit. 2024-03-28]. Dostupné z: https://atlascechu.cz/results/education_level-university

CAMBRIDGE UNIVERSITY PRESS. *Doomscrolling*. *Cambridge Dictionary* [online]. [cit. 2024-04-01]. Dostupné z: https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/doomscrolling#google_vignette

CAMBRIDGE UNIVERSITY PRESS. Echo chamber. *Cambridge Dictionary* [online]. [cit. 2024-04-01]. Dostupné z: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/echo-chamber>

CAMPBELL, Angus et al. *The American Voter*. Hoboken: Wiley, 1960

CARLSON, Julie A. *Avoiding traps in member checking*. Qualitative Report, 2010, 15.5: 1102-1113. Cialdini, R. B., and Goldstein, N.J. (2004). Social influence: Compliance and conformity. *Annual Review of Psychology* 55: 591–621.

ČESKÁ TELEVIZE a KANTAR CZ s.r.o. *Trendy Česka 24: 90. vlna*. Praha: Česká televize, 2024.

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. Volba prezidenta republiky - 2023. *Český statistický úřad* [online]. [cit. 2024-04-01]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/volba-prezidenta-republiky->

ČTK. Mladí to chtějí vzít do svých rukou. K druhému kolu se chystá přes 80 procent voličů. *Novinky.cz* [online]. 2023 [cit. 2023-04-02]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/clanek/volby-prezidenta-druheho-kola-se-chce-zucastnit-82-volicu-40420584>

DALTON, Russell J. *The good citizen: How a younger generation is reshaping American politics*. CQ press, 2015.

DAŇKOVÁ, Markéta a Tomáš MACA. *Zatracená generace Z: Jak přemýšlejí mladí Češi o životě, práci i budoucnosti*. *Aktuálně.cz* [online]. 2019 [cit. 2023-04-03]. Dostupné z: [Zatracená generace Z: Jak přemýšlejí mladí Češi o životě, práci i budoucnosti - Aktuálně.cz \(aktualne.cz\)](https://aktualne.cz/zatracena-generace-z-jak-premysleji-mladi-cesi-o-zivote-praci-i-budoucnosti-)

DELOITTE. Striving for balance, advocating for change: THE DELOITTE GLOBAL 2022 GEN Z & MILLENNIAL SURVEY. 2022 [online]. [cit. 2023-03-28]. Dostupné z: <https://www.deloitte.com/global/en/issues/work/genzmillennialsurvey-2022.html>

DIMOCK, Michael. Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins. Pew Research Center [online]. 2019 [cit. 2023-02-19]. Dostupné z: <https://www.pewresearch.org/short-reads/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>

FISHER, Jeffrey D. a William A. FISHER. *Theoretical approaches to individual-level change in HIV risk behavior*. In: Handbook of HIV prevention. Boston, MA: Springer US, 2000. p. 3-55.

FRANCIS, Tracy a Fernanda HOEFEL, 2018. 'True Gen': Generation Z and its implications for companies. McKinsey [online]. [cit. 2024-04-02]. Dostupné z: <https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/true-generation-z-and-its-implications-for-companies>

GLASFORD, Demis E. *Predicting voting behavior of young adults: The importance of information, motivation, and behavioral skills*. Journal of Applied Social Psychology, 2008, 38.11: 2648-2672.

GREEN, Donald P. a Ron SHACHAR. *Habit formation and political behaviour: Evidence of consuetude in voter turnout*. British Journal of Political Science, 2000, 30.4: 561-573.

HEŘMANOVÁ, Markéta. *Měli bychom influencery začít brát vážně? Mají moc ovlivnit volby, říká antropoložka Heřmanová*. Hospodářské noviny [online]. 2023 [cit. 2023-04-18]. Dostupné z: <https://archiv.hn.cz/c1-67197340-meli-bychom-influencery-zacit-brat-vazne-maji-moc-ovlivnit-volby-rika-antropozka-hermanova>

JARYMOWICZ, Maria a Daniel BAR-TAL. *The dominance of fear over hope in the life of individuals and collectives*. European Journal of Social Psychology, 2006, 36.3: 367-392.

JOHNSON, April. *Mental health and voter turnout: A study of Georgia counties*. Georgia Journal of Public Policy, 2017, 3.1: 1.

JUNGWIRTH, Michal, KRATOCHVIL, Martin a Martin BUCHTÍK. *Česká mládež v roce 2021: Bezpečná přítomnost, náročná budoucnost*. Friedrich-Ebert-Stiftung, 2021.

KREJČÍ, Oskar. *Politická psychologie*. Praha: Ekopress s.r.o., 2004. ISBN 978-80-86119-84-7.

KULACHAI, Waiphot; LERDTOMORNSAKUL, Unisa a Patipol HOMYAMYEN. *Factors influencing voting decision: a comprehensive literature review*. Social Sciences, 2023, 12.9: 469.

LEGARD, Robin; KEEGAN, Jill a Kit WARD. *In-depth interviews. Qualitative research practice: A guide for social science students and researchers*, 2003, 6.1: 138-169.

LINEK, Lukáš. *Účast ve sněmovních volbách: poznatky, měření a obtíže s předpovědí*. Sociologický ústav AV ČR, v.v.i., 2024.

MATSUSAKA, John G. A Filip PALDA. *Voter turnout: How much can we explain?*. *Public choice*, 1999, 98.3: 431-446.

MCDONALD, Jared a Melissa DECKMAN. *New voters, new attitudes: how Gen Z Americans rate candidates with respect to generation, gender, and race*. *Politics, Groups, and Identities*, 2023, 11.2: 345-365.

MEDIAGURU. *Výzkum: Pro generaci Z je nejdůležitější duševní pohoda*. Mediaguru [online]. 2023 [cit. 2023-04-12]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2023/01/vyzkum-pro-generaci-z-je-nejdulezitejsi-dusevni-pohoda/>

MILION CHVILEK, b.d. *Naše poslání. Milion chvilek pro demokracii* [online]. [cit. 2024-04-08]. Dostupné z: <https://milionchvilek.cz/nase-poslani>

MILION CHVILEK. *Materiály pro prezidentské volby*. Milion chvilek pro demokracii [online]. [cit. 2024-04-12]. Dostupné z: <https://milionchvilek.cz/materialy>

MURMURATION. *Understanding the Gen Z Vote: Post-Election Research Project*.

Murmuration. [online]. 2023 [cit. 2023-03-18]. Dostupné z:

<https://www.murmuration.org/GenZ>

NIE, Norman H.; VERBA, Sidney a John R. PETROCIK. *The changing American voter*. Harvard University Press, 1979.

ORAVOVÁ, Tereza. Trendy v konzumaci zpravodajství u současné mladé generace. Praha, 2023. 118 s. Diplomová práce (Mgr.). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra žurnalistiky. Vedoucí diplomové práce Mgr. David Klimeš, Ph.D.

PAGE, Benjamin I. a Robert Y. SHAPIRO. *Effects of Public Opinion on Policy*. *The American Political Science Review*. March 1983, vol. 77, no. 1, s. 175-190.

PARMELEE, John H.; PERKINS, Stephynie C. a Berrin BEASLEY. *Personalization of politicians on Instagram: what Generation Z wants to see in political posts*. *Information, Communication & Society*, 2023, 26.9: 1773-1788.

PETERSON, Johnathan C.; SMITH, Kevin B. a John R. HIBBING. *Do people really become more conservative as they age?*. *The Journal of Politics*, 2020, 82.2: 600-611.

RAŠEK, Antonín. *Metodika sekundární analýzy sociálních výzkumů práce*. *Sociologický Časopis*, 1985, Čís. 1: 76-86.

SČÍTÁNÍ 2021. Věková struktura. *Sčítání 2021* [online]. [cit. 2024-04-01]. Dostupné z:

<https://scitani.gov.cz/vekova-struktura>

SEEMILLER, Corey a Meghan GRACE. *Generation Z: Educating and engaging the next generation of students*. *About campus*, 2017, 22.3: 21-26.

SVOBODOVÁ, Lucie. *Rozhovor: Pro mladé lidi je možnost psychoterapie ve firmách*

standard, stejně jako pro boomers byly stravenky, říká Lukáš Krčil. Newsgate [online]. 2023 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: <https://newsgate.cz/komentare/rozhovor-pro-mlade-lidi-je-moznost-psychotherapie-ve-firmach-standard-stejne-jako-pro-boomers-byly-stravenky-rika-lukas-krcil/>

TILLEY, James a Sara B. HOBOLT. *Is the government to blame? An experimental test of how partisanship shapes perceptions of performance and responsibility*. The journal of politics, 2011, 73.2: 316-330.

VÁVRA, Martin a Tomáš ČÍŽEK. *Sekundární analýza socio-ekonomických dat a zdroje dat*. Praha: Sociologický ústav AV ČR, v.v.i., 2011.

VLÁDA ČESKÉ REPUBLIKY. II. vláda Andreje Babiše (27.6.2018-17.12.2021). *Vláda České republiky* [online]. [cit. 2024-04-10]. Dostupné z: <https://vlada.gov.cz/cz/clenove-vlady/historie-minulych-vlad/prehled-vlad-cr/1993-2018-cr/andrej-babis-ii/prehled-clenu-vlady-andreje-babise-27-6-2018-trva-175411/>

VOJTÍŠEK, Petr. *Výzkumné metody: Metody a techniky výzkumu a jejich aplikace v absolventských pracích vyšších odborných škol*. Praha: Vyšší odborná škola sociálně právní, 2012. ISBN 978-80-905109-3-7.

WIKIPEDIA. *Vláda Petra Fialy* [online]. Poslední revize 2023 [cit. 2024-04-28]. Dostupné z: https://cs.wikipedia.org/wiki/Vl%C3%A1da_Petra_Fialy

ZAVOLÍME. *O projektu*. *Zavolíme* [online]. [cit. 2024-04-10]. Dostupné z: <https://zavolime.cz/o-projektu/>

Teze bakalářské práce

Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK Teze BAKALÁŘSKÉ diplomové práce									
TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:									
Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta: Svobodová Lucie	Razítko podatelny: <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;"> Univerzita Karlova Fakulta sociálních věd </td> </tr> <tr> <td>Došlo dne:</td> <td style="text-align: center;">13 -09- 2023 -1-</td> </tr> <tr> <td>Čj:</td> <td style="text-align: center;">299 Příloh:</td> </tr> <tr> <td>Přidělena:</td> <td></td> </tr> </table>	Univerzita Karlova Fakulta sociálních věd		Došlo dne:	13 -09- 2023 -1-	Čj:	299 Příloh:	Přidělena:	
Univerzita Karlova Fakulta sociálních věd									
Došlo dne:		13 -09- 2023 -1-							
Čj:		299 Příloh:							
Přidělena:									
Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta: 2021/2022									
Fakultní e-mail diplomantky/diplomanta: 96687037@fsv.cuni.cz									
Studijní program/specializace: Marketingová komunikace a Public Relations									
Název práce v češtině: Volební chování generace Z v České republice									
Název práce v angličtině: Voting Behaviour of Generation Z in the Czech Republic									
Předpokládaný termín dokončení (semestr, akademický rok – vzor: ZS 2022/2023) (diplomovou práci je možné obhajovat <u>nejdříve</u> šest měsíců od schválení tezí) LS 2023/2024									
Základní charakteristika tématu a předpokládaný cíl práce (max. 1000 znaků): V bakalářské práci se budu zabývat volebním chováním generace Z v České republice. Generace Z označuje mladé lidi narozené přibližně mezi druhou polovinou 90. let 20. století a rokem 2010. Dříve byli mladí lidé většinou politických subjektů v ČR spíše přehlíženi, ale nedávné volby ukazují, že mladý elektorát dokáže významně promlouvat do politické situace. Boj o nastupující generaci se stal v posledních letech důležitou součástí politických kampaní. Tato generace přikládá význam novým politickým tématům, jako například otázkám, které se týkají klimatických změn, sociální spravedlnosti, rovnosti nebo lidských práv. Cílem práce je zprvu zjistit, zda se chování generace Z opravdu liší od volebního chování zbytku populace, a to konkrétně na příkladu parlamentních voleb v roce 2021 a prezidentských voleb 2023. Následně pak bude mým cílem pomocí dotazování voličů zjistit, co mladí vyhledávají ve volebních kampaních a jakými faktory jsou při volbách nejvíce ovlivňováni. Je vyšší volební účast mladých lidí v posledních letech čistě zásluhou politické komunikace anebo nastupující generace pouze cítí rostoucí potřebu ovlivnit politickou situaci kvůli jejím přesvědčením?									
Předpokládaná struktura práce (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu): Teoretická část 1. Faktory ovlivňující volební chování 1.1. Psychologické faktory 1.2. Sociální faktory 1.3. Ekonomické faktory 2. Základní teorie a modely vysvětlující volební chování 3. Volební chování v České republice 4. Vymezení a charakteristika generace Z Praktická část 5. Formulace výzkumných otázek 6. Specifikace metody výzkumu									

<p>7. Sběr a zpracování dat</p> <p>7.1. Povolební analýza parlamentních voleb 2021</p> <p>7.2. Povolební analýza prezidentských voleb 2023</p> <p>7.3. Rozhovor s odborníky z oblasti politického marketingu</p> <p>7.4. Dotazník mezi voliči z generace Z</p> <p>8. Popis získaných dat</p>
<p>Závěr – shrnutí a možné nedostatky a limity výzkumu</p>
<p>Vymezení zpracovávaného materiálu (např. konkrétní titul periodika a období jeho analýzy):</p> <p>V teoretické části využiji odborných publikací, které se zabývají modely a teoriemi vysvětlujícími volební chování, faktory, na základě kterých se voliči rozhodují a politickou kulturou v České republice.</p> <p>V rámci praktické části budu nejprve zkoumat povolební výsledky parlamentních voleb 2021 a prezidentských voleb 2023. Dále budou do práce zakomponovány rozhovory s několika odborníky na politický marketing, kteří vysvětlí, jak s generací Z v kampaních efektivně komunikovat. Poslední kapitola praktické části se bude zabývat kvalitativním výzkumem v podobě online dotazníku, který bude zodpovězen cca 50 respondenty spadajícími do generace Z a bude zkoumat jejich volební chování. Otázky budou sestaveny na základě hypotéz, které vyplývají z odborných publikací v teoretické části a na základě rozhovorů s odborníky. Cílem dotazníku je zjistit, jak moc je generace Z ovlivňována politickou komunikací, která témata jsou pro ni důležitá, co v kampaních vyhledává a proč se v posledních letech mladi častěji rozhodují účastnit voleb.</p>
<p>Postup (technika) při zpracování materiálu:</p> <p>Obsahová analýza, jejímž předmětem budou rozhovory s odborníky na politický marketing a zkoumání povolebních analýz. Dále vlastní kvalitativní dotazník provedený mezi mladými lidmi, který bude zkoumat volební chování generace Z.</p>
<p>Základní literatura (nejméně 5 nejdůležitějších titulů k tématu a způsobu jeho zpracování; u všech titulů je nutné uvést stručnou anotaci na 2–5 řádků):</p> <p>KREJČÍ, Oskar. <i>Politická psychologie</i>. Praha: Ekopress, 2004, 319 s. ISBN 80-86119-84-X.</p> <p>Kniha vysvětluje základní pojmy a obeznamuje čtenáře s dosaženými výsledky v oboru. Politický člověk je zkoumán z hlediska jeho biologických pudů, zájmů, potřeb i postojů.</p> <p>Zvláštní pozornost je věnována otázkám zdrojů a povahy agrese, tolerance i altruismu v politickém chování. Autor se zabývá jak psychologií politického profesionála, tak i psychologií veřejnosti, skupin a psychologií davu.</p>
<p>ARZHEIMER, Kai a Jocelyn EVANS. <i>Electoral behaviour</i>. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, 2008, 4 sv. : il. ISBN 978-1-4129-4752-7.</p> <p>Tato kniha poskytuje rozsáhlý přehled studia volebního chování, které je dílčí disciplínou politologie. V první části se autoři zabývají hlavními teoretickými paradigmaty a v další části popisují specifické výzvy a inovativní aplikace v současných studiích voleb. V poslední části pak zkoumají prvky volebního procesu s cílem porozumět jejich různým vlivům na výsledky hlasování.</p>
<p>ŠARADÍN, Pavel a Eva LEBEDOVÁ. <i>Politické kampaně, volby a politický marketing</i>. V Olomouci: Periplus, 2007, 142 s. ; 20 cm. ISBN 978-80-86624-36-5.</p> <p>Tato kniha popisuje několik aspektů, které se objevují při snaze politiků získat co největší podíl na moci. Popisuje také pohled voličů, kteří jim v tomto mohou buď pomoci, nebo naopak zabránit. Kniha</p>

zobrazuje formy politické komunikace, jejichž zvládnutí patří k základním dovednostem politických aktérů 21. století.

GLASFORD, Demis E. Predicting Voting Behavior of Young Adults: The Importance of Information, Motivation, and Behavioral Skills. *Journal of Applied Social Psychology* Volume 38, Issue 11. 2008, 2008, 2637-2884. Dostupné z <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2008.00408.x>
Článek popisuje volební chování u mladých dospělých na modelu IMB (informace, motivace, behaviorální dovednosti). Autor předikuje volební chování u této části populace vzhledem k její nižší volební účasti.

MUŽÍK, Michal. ÚZKOST A HNĚV V POLITICKÉ PSYCHOLOGII. *Československá psychologie* [online]. Praha: Institute of Psychology, Academy of Science, 2020, 64(6), 703-715 [cit. 2023-07-12]. ISSN 0009-062X.

Studie shrnuje výzkumy z oblasti politické psychologie zabývající se vlivem úzkosti a hněvu na politické myšlení a chování, které vycházejí z teorie afektivní inteligence. Úzkost a hněv mají mít podle teorie afektivní inteligence odlišný vliv na politické myšlení a chování. Výzkumy zahrnuté v této studii jsou rozděleny do tří politicko-psychologických oblastí podle zaměření svého výzkumného problému. Jedná o oblasti získávání informací a uvažování, formování názorů a postojů a politické participace.

Diplomové práce k tématu (seznam bakalářských, magisterských a doktorských prací, které byly k tématu obhájeny na UK, případně dalších oborově blízkých fakultách či vysokých školách za posledních pět let):

DVOŘÁK, Adam. *Politická kultura a volební chování studentů*. Praha, 2018. Bakalářská práce. Univerzita Karlova, Filozofická fakulta, Ústav politologie. Vedoucí práce Štefek, Martin.

PILEČEK, Radek. *Efekt souseda a jeho vliv na volební chování v českých parlamentních volbách*. Praha, 2022. Rigorózní práce. Univerzita Karlova, Přírodovědecká fakulta, Katedra sociální geografie a regionálního rozvoje.

ŠVOLBOVÁ, Anita. *Volební chování mladých: otázka rodinného prostředí?* Olomouc, 2021. bakalářská práce (Bc.). UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI. Filozofická fakulta

VOJÁČKOVÁ, Kristýna. *Politická participace mladých lidí* [online]. Brno, 2018 [cit. 2023-07-12]. Dostupné z: <https://is.muni.cz/th/oejow/>. Diplomová práce. Masarykova univerzita, Fakulta sociálních studií. Vedoucí práce Peter SPÁČ.

Datum / Podpis studenta/ky

12.9.2023

Lucie Svobodová

.....

TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:

Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:

Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:

Potvrzují, že výše uvedené teze jsem s jejich autorem/kou konzultoval(a) a že téma odpovídá

mému oborovému zaměření a oblasti odborné práce, kterou na FSV UK vykonávám.

Souhlasím s tím, že budu vedoucí(n) této práce.

Mgr. Anna Shavit, Phd.

12.9.2024

Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga

Datum / Podpis pedagožky/pedagoga

TEZE JE NUTNO ODEVZDAT VYTIŠTĚNÉ, PODEPSANÉ A VE DVOU VYHOTOVENÍCH DO TERMÍNU UVEDENÉHO VE VYHLÁŠCE ŘEDITELE INSTITUTU. A TO PROSTŘEDNICTVÍM PODATELNY FSV UK. PŘIJATÉ TEZE JE NUTNÉ SI VYZVEDNOUT V SEKRETARIÁTU PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY A NECHAT VEVÁZAT DO VÝTISKU DIPLOMOVÉ PRÁCE.

TEZE NA IKSŽ SCHVALUJE GARANT PŘÍSLUŠNÉHO STUDIJNÍHO PROGRAMU.

Seznam grafů a obrázků

Graf 1 – Věrnost volbě jedné strany	13
Graf 2 – Roky narození jednotlivých generací.....	16
Graf 3 – Věková pyramida ke dni sčítání lidu 2021.....	17
Graf 4 – Z jak velké části se jednotlivé generace cítí zatíženy psychickými problémy.....	19
Graf 5 – Sociální priority v jednotlivých věkových skupinách.....	21
Graf 6 – Životní priority české generace Z.....	22
Graf 7 – Největší obavy české generace Z.....	25
Graf 8 – Volební účast v jednotlivých skupinách.....	43
Obrázek 1 – Propagační leták hnutí Milion chvilek.....	46