

# Životní styl generace mileniálů

Bc. Lenka Javorová

---

Diplomová práce  
2018



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta humanitních studií

---

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

Fakulta humanitních studií

Ústav pedagogických věd

akademický rok: 2017/2018

## ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Lenka Javorová**  
Osobní číslo: **H150473**  
Studijní program: **N7507 Specializace v pedagogice**  
Studijní obor: **Sociální pedagogika**  
Forma studia: **kombinovaná**

Téma práce: **Životní styl generace mileniálů**

Zásady pro vypracování:

**Zpracování rešerše a studium odborné literatury.**

**Vymezení pojmů a teoretických východisek vztahujících se ke generaci mileniálů a jejich životního stylu.**

**Příprava metodiky výzkumné části.**

**Realizace kvantitativního výzkumu formou dotazníkového šetření.**

**Zpracování a vyhodnocení získaných dat, včetně jejich interpretace.**

**Prezentace výsledků výzkumu, jejich shrnutí a doporučení pro praxi.**

Rozsah diplomové práce:

Rozsah příloh:

Forma zpracování diplomové práce: **tištěná/elektronická**

Seznam odborné literatury:

GILLERNOVÁ, Ilona, Vladimír KEBZA a Milan RYMEŠ. Psychologické aspekty změn v české společnosti: člověk na přelomu tisíciletí. Praha: Grada, 2011. Psyché. ISBN 978-80-247-2798-1.

CHRÁSKA, Miroslav. Metody pedagogického výzkumu: základy kvantitativního výzkumu. Praha: Grada, 2016. Pedagogika. ISBN 978-80-247-5326-3.

KOLESÁROVÁ, Karolína. Životní styl v informační společnosti. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského Praha, 2016. ISBN 978-80-7452-119-5.

PRŮCHA, Jan, Eliška WALTEROVÁ a Jiří MAREŠ. Pedagogický slovník. Praha: Portál, 2013. ISBN 978-80-262-0403-9.

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

Vedoucí diplomové práce:

**Mgr. Irena Balaban Cakirpaloglu, Ph.D.**

Ústav pedagogických věd

Datum zadání diplomové práce:

**1. prosince 2017**

Termín odevzdání diplomové práce:

**20. dubna 2018**

Ve Zlíně dne 1. prosince 2017

  
doc. Ing. Anežka Lengalová, Ph.D.  
děkanka



  
Mgr. Jakub Hladík, Ph.D.  
ředitel ústavu

## PROHLÁŠENÍ AUTORA DIPLOMOVÉ PRÁCE


Beru na vědomí, že

- odevzdáním diplomové práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby <sup>1)</sup>;
- beru na vědomí, že diplomová práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k nahlédnutí;
- na moji diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3 <sup>2)</sup>;
- podle § 60 <sup>3)</sup> odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60 <sup>3)</sup> odst. 2 a 3 mohu užít své dílo – diplomovou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování diplomové práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky diplomové práce využít ke komerčním účelům.

Prohlašuji, že

- elektronická a tištěná verze diplomové práce jsou totožné;
- na diplomové práci jsem pracoval samostatně a použitou literaturu jsem citoval. V případě publikace výsledků budu uveden jako spoluautor.

Ve Zlíně 16.03.2018



.....

1) zákon č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, § 47b Zveřejňování závěrečných prací:

(1) Vysoká škola nevydělečně zveřejňuje disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce, u kterých proběhla obhajoba, včetně posudků oponentů a výsledku obhajoby prostřednictvím databáze kvalifikačních prací, kterou spravuje. Způsob zveřejnění stanoví vnitřní předpis vysoké školy.

(2) Disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce odevzdané uchazečem k obhajobě musí být teč nejméně pět pracovních dnů před konáním obhajoby zveřejněny k nahlášení veřejnosti v místě určeném vnitřním předpisem vysoké školy nebo není-li tak určeno, v místě pracoviště vysoké školy, kde se má konat obhajoba práce. Každý si může ze zveřejněné práce pořizovat na své náklady výpisy, opisy nebo rozmnoženiny.

(3) Platí, že odevzdáním práce autor souhlasí se zveřejněním své práce podle tohoto zákona, bez ohledu na výsledek obhajoby.

2) zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 35 odst. 3:

(3) Do práva autorského také nezasahuje škola nebo školské či vzdělávací zařízení, uče-li nikoli za účelem přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního prospěchu k výuce nebo k vlastní potřebě dílo vytvořené žákem nebo studentem ke splnění školních nebo studijních povinností vyplývajících z jeho právního vztahu ke škole nebo školskému či vzdělávacího zařízení (školní dílo).

3) zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

(1) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení mají za obvyklých podmínek právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla (§ 35 odst.

3). Odpírá-li autor takového díla udělit svolení bez vážného důvodu, mohou se tyto osoby domáhat nahrazení chybějícího projevu jeho vůle u soudu. Ustanovení § 35 odst. 3 zůstává nedotčeno.

(2) Není-li sjednáno jinak, může autor školního díla své dílo užit či poskytnout jinému licenci, není-li to v rozporu s oprávněnými zájmy školy nebo školského či vzdělávacího zařízení.

(3) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení jsou oprávněny požadovat, aby jim autor školního díla z výdělku jím dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence podle odstavce 2 přiměřeně přispěl na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložily, a to podle okolností až do jejich skutečné výše; přitom se přihlédá k výši výdělku dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.

## **ABSTRAKT**

Diplomová práce pojednává o životním stylu generace mileniálů, tedy lidí, kteří se narodili na přelomu tisíciletí. Práce je rozdělena na dvě části – teoretickou a praktickou část. V teoretické části práce jsou vysvětleny základní pojmy, jako je pojem generace a jsou rozebrány taktéž její jednotlivé typy. Velká část pozornosti je soustředěna zejména na generaci mileniálů a její charakteristiku a detailní popis toho, čím se tato generace vyznačuje. Diplomová práce se dále zaměřuje na definování životního stylu a determinantů, které jej ovlivňují. V praktické části se práce věnuje analýze toho, jakým způsobem generace mileniálů tráví svůj volný čas. Jako způsob sběru dat bylo vybráno dotazníkové šetření. Závěr práce shrnuje všechny dosažené výsledky práce.

**Klíčová slova:** generace, mileniálové, životní styl, volný čas, dotazníkové šetření, analýza

## **ABSTRACT**

The diploma thesis deals with the lifestyle of the Generation Millennials - people born at the turn of the Millennium. The thesis is divided into two parts - theoretical and practical one. In theoretical part of this thesis there are explained the basic terms such as the generation and also there are examined its individual types. The great part of attention is focused on the Generation Millennials and its characteristics and detailed description. The diploma thesis is focused also on the definition of a lifestyle and its determinants. In practical part of the thesis is dedicated to analytics of how the Generation Millennials spend their spare time. The survey was chosen as a method of data collection. All the results are summarized in the conclusion.

**Keywords:** generation, millennials, lifestyle, spare time, survey, analysis

## **Poděkování**

Ráda bych touto cestou poděkovala Mgr. Ireně Balaban Cakirpaloglu, Ph.D. za odborné vedení, cenné rady a připomínky, které mi v průběhu zpracování diplomové práce poskytla. Také děkuji své rodině za trpělivost a velkou podporu po celou dobu studia.

## **Čestné prohlášení**

Prohlašuji, že odevzdaná verze diplomové práce a verze elektronicky nahraná do IS/STAG jsou totožné.

## OBSAH

<b>ÚVOD</b> .....	<b>9</b>
<b>I TEORETICKÁ ČÁST</b> .....	<b>10</b>
<b>1 GENERACE</b> .....	<b>11</b>
1.1 VYMEZENÍ POJMU GENERACE .....	11
1.2 TYPY JEDNOTLIVÝCH GENERACÍ .....	12
1.2.1 Generace hrdinů .....	13
1.2.2 Tichá generace .....	13
1.2.3 Silná generace .....	14
1.2.4 Husákovy děti.....	14
1.2.5 Generace mileniálů.....	15
1.2.6 Generace Z .....	16
<b>2 GENERACE MILENIÁLŮ</b> .....	<b>18</b>
2.1 CHARAKTERISTICKÉ ZNAKY GENERACE MILENIÁLŮ .....	19
2.2 ROZDÍLNÉ ZNAKY GENERACÍ .....	21
2.2.1 Odlišnosti Generace Y a Generace X.....	21
2.2.2 Odlišnosti Generace Y a Generace Z .....	25
2.3 GENERACE MILENIÁLŮ A TECHNOLOGIE.....	27
2.3.1 Generace mileniálů v digitálním světě.....	27
2.3.2 Sociální sítě .....	28
2.3.3 Nejpopulárnější sociální sítě .....	28
<b>3 ŽIVOTNÍ STYL</b> .....	<b>30</b>
3.1.1 Pojetí životního stylu.....	31
3.2 FAKTORY OVLIVŇUJÍCÍ ŽIVOTNÍ STYL .....	32
3.2.1 Další faktory ovlivňující životní styl.....	33
3.2.2 Výzkumné studie o životním stylu.....	33
<b>4 VOLNÝ ČAS</b> .....	<b>35</b>
4.1.1 Vymezení volného času .....	36
4.1.2 Funkce volného času .....	37
4.2 VÝVOJ VOLNÉHO ČASU .....	37
4.2.1 Česká společnost a volný čas .....	39
<b>II PRAKTICKÁ ČÁST</b> .....	<b>42</b>
<b>5 VÝZKUMNÁ ČÁST</b> .....	<b>43</b>
5.1 VÝZKUMNÝ CÍL .....	43
5.2 VÝZKUMNÉ OTÁZKY .....	43
5.3 HYPOTÉZY PRŮZKUMU.....	43
5.4 VÝZKUMNÝ SOUBOR.....	44
5.5 VÝZKUMNÁ METODA.....	45
<b>6 ANALÝZA A INTERPRETACE VÝSLEDKŮ</b> .....	<b>47</b>



6.1	GRAFY .....	47
6.2	HYPOTÉZY .....	74
6.3	ZÁVĚREČNÉ SHRnutí VÝZKUMU .....	76
6.4	DOPORUČENÍ PRO PRAXI .....	77
<b>ZÁVĚR .....</b>		<b>79</b>
<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....</b>		<b>80</b>
<b>SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK .....</b>		<b>87</b>
<b>SEZNAM OBRÁZKŮ .....</b>		<b>88</b>
<b>SEZNAM TABULEK.....</b>		<b>89</b>
<b>SEZNAM GRAFŮ .....</b>		<b>90</b>
<b>SEZNAM PŘÍLOH.....</b>		<b>91</b>

## ÚVOD

Diplomová práce se zabývá životním stylem generace mileniálů, tedy lidí, kteří se narodili na přelomu tisíciletí. Práce se zaměřuje na způsob trávení jejich volného času, a to z několika důvodů. Generace mileniálů je ovlivňována neustálým užíváním komunikačních prostředků a digitálními technologiemi. Díky tomu, že virtuální svět je zpřístupněn všem, mohou lidé sdílet své radosti i strasti a vyjadřovat svůj názor. Životní styl generace mileniálů se může zdát povrchní, avšak nutno podotknout, že žádná jiná předchozí generace nebyla tolik ovlivněna láskou a empatií. Mileniálové jsou toho nedílnou součástí a mají velkou moc toto dění ovlivnit. Autorka diplomové práce shledává užitečnost daného tématu za aktuální a to z pohledu toho, že již několik let odborníci o nástupu generace mileniálů hovoří a v současné době představuje velmi diskutované téma z důvodu demografických změn ve společnosti. S rychle rostoucím nástupem nových technologií je proto důležité prozkoumat danou generaci především ve způsobu trávení jejich volného času.

Při zpracování diplomové práce bylo vycházeno z teoretických poznatků získaných studiem českých a zahraničních odborných monografií, publikovaných vědeckých článků v odborných časopisech a ostatních elektronických zdrojů.

Teoretická část diplomové práce popisuje současný stav vědeckého poznání. Staví především na poznacích z odborných knih, vědeckých článků a relevantních elektronických zdrojů, jakož i empirických výzkumů. Podstatu celé práce však představují výsledky kvantitativního výzkumného šetření provedeného prostřednictvím dotazníkového průzkumu. Toto šetření pak přináší odpovědi na to, jaký je v současné době životní styl příslušníků generace mileniálů z hlediska trávení volného času. Nabytými poznatky by tato práce mohla rozšířit současnou oblast znalostí, jak vzhledem k těmto fenoménům, tak i v návaznosti na ostatní generace.

Empirická část diplomové práce se soustředí na otázku toho, jak generace mileniálů tráví svůj volný čas.

Hlavním cílem práce je získání nových poznatků o této generaci a především zmapování způsobu trávení volného času.

Výsledek práce by měl přinést sociální pedagogice nové a efektivní formy ve vyučovacím procesu, co se týče provázanosti skrze sociální sítě a přiřadit tak do vyučovacého procesu moderní technologie.

## **I. TEORETICKÁ ČÁST**

## 1 GENERACE

Je náročné obsáhnout rozměrné množství sociologických publikací, co se týče tématu generace. Obsahuje rozmanité teoretické přístupy a zastřešuje široké spektrum výzkumných oblastí – od kulturní a politické sociologie, až ke zkoumání sociální nerovnosti. Níže uvedená kapitola pojednává o vymezení jednotlivých typů generací a zaměřuje se spíše na teoretické poznání dané problematiky.

### 1.1 VYMEZENÍ POJMU GENERACE

Termín generace pochází z latinského slova *generare* (plodit) či *genos* (rod) a má několik vymezení. Na generaci můžeme nahlížet z několika úhlů, např. z biologického pohledu, demografického, ekonomického či pohledu sociologického (Roubíček, 1997, s. 128-132).

Tento pojem se tedy může vymezovat např. kalendářním věkem, kdy se jedná o soubor členů společnosti, kteří se narodili přibližně ve stejné době (a tudíž jsou přibližně stejného věku) (Geist, 1992, s. 98). Z tohoto pohledu se jedná o seskupení spřízněných věkových skupin, jejíž příslušníci jsou spojeni stejným způsobem myšlení a prožívají důležité momenty své osobní biografie ve stejných historických a kulturních podmínkách (např. ve stejných obdobích budou navštěvovat školu, volit si životního partnera, vybírat si povolání, atd.) (Jandourek, 2012, s. 94).

Ekonomický pohled na generaci vychází z dělení lidského života na tři základní etapy – předprodukční věk, produkční věk a poprodukční věk (Roubíček, 1997, s. 128-132). Termín generace může být též chápán jako časový úsek mezi narozením těchto členů společnosti (kteří se narodili ve stejnou dobu) a narozením jejich potomků (Geist, 1992, s. 98). Jedná se tak o biologické vymezení. Z tohoto pohledu může existence jedné generace trvat přibližně 20-30 let. Jde v podstatě o dobu mezi tím, kdy měla potomstvo matka a její dcera, což dnes přibližně kolísá právě v intervalu 25-30 let. Zde mluvíme o rodinné generaci. Odlišným pojmem je kulturní generace, což je skupina lidí, která se sice někdy liší věkem, ale má stejnou a výraznou životní zkušenost. Takto lze třeba mluvit o „válečné generaci“, kdy muži různého věku společně pobývali na frontě. Mohou se tak lišit od svých vrstevníků, kteří na frontě nebyli a tyto zkušenosti nemají (Jandourek, 2012, s. 94). Totéž se týká třeba i „počítačové generace“, „generace beatníků“ a „generace hippies“, atd. (Hart, Hartlová, 2015, s. 176). Z biologického hlediska tak může existovat několik generací, pokud však ve

společnosti nedochází k velkým změnám, není možné mít několik kulturních generací (Jandourek, 2012, s. 94).

Zpravidla se nová generace formuje v období významných společenských změn, než v období společenské stability. Její vznik je tak pravděpodobnější ve vyspělých (kapitalistických) ekonomikách, než v méně rozvinutých společnostech (Maříková, 1996, s. 339-340).

Existence různých typů generací, jejich vzájemná interakce a střídání, mají dle Bohumila Geista (1992, s. 98) důležité sociologické důsledky, a to:

1. generačně diferencují společnosti;
2. vytvářejí nástupem mladých a odchodem starých lidí kontinuitu kultury;
3. člení společnost podle historicko-sociální příslušnosti jejích členů (generace jsou tímto dynamickým sociálním faktorem).

Sociolog Karl Mannheim (1927) označil generace jako „sociální formující sílu“ a německý teoretik Wilhelm Pinder (1926) jako „nesoučasnost současníků“, protože spolu ve stejnou dobu žili příslušníci různých generací, kteří měli odlišný stupeň socializace, což mimo jiné vedlo často k řadě tzv. generačních konfliktů (Geist, 1992, s. 98).

## 1.2 TYPY JEDNOTLIVÝCH GENERACÍ

Každá generace má svá specifika. Dle autorů Kotlera a Kellera (2007, s. 288), je každá generace ovlivněna svou dobou – filmy, hudbou, politikou a politickým uspořádáním, a též událostmi onoho období. Díky tomu, že různé doby přinášely (a stále přinášejí) různé události, jež ovlivnily celosvětový generační vývoj, má každá generace svůj jedinečný charakter a její příslušníci společné rysy chování.

Sociologové rozdělují a definují tyto generace: G.I. generation (Generace hrdinů), Silent generace (Tichá generace), Baby boomers (Silná generace), Generace X (Husákovy děti), Generace Y (Millennials) a Generace Z. Různí autoři se přiklánějí k rozdílnému vymezení těchto sociologicky, běžně používaných názvů. V této práci však budeme vycházet z tohoto dělení a popíšeme, čím jsou dané generace charakteristické.

### 1.2.1 Generace hrdinů

Je známá jako G.I. generation. Jedná se o lidi narozené v letech 1901-1924. Iniciály “GI“ pocházejí z amerického vojenského názvosloví a napovídají o tom, že daná generace byla určena pro tzv. “potřeby vlády“ (Government Issue) (Investopedia [online]).

Jsou to lidé, kteří po dobu svého mládí žili v období světových válek, prožili válečné období, kde muži této generace povětšinou bojovali alespoň v jedné z válek. Dále byli utvářeni ekonomickou krizí 30. let 20. století, a proto je jejich hlavní prioritou finanční zabezpečení. Tito lidé jsou opatrní na peníze a utrácejí je zodpovědně (Kubátová, Kukulková, 2013, s. 75).

### 1.2.2 Tichá generace

Tichá generace (Silent Generation) jsou lidé narození v letech 1925-1945, kteří jsou definováni jako konformní lidé, jež si cení stability, a proto se velmi často angažují v občanském životě. Jsou to děti druhé světové války a velké hospodářské krize. Někdy se této skupině též říká Generace veteránů, nebo „tradiční generace“ (Kane, 2010, s. 56).

Uznávali usedlý styl života – muž je živitelem rodiny a rozhoduje, naopak žena se stará o domácnost společně s výchovou dětí, které musejí na slovo poslouchat. Tato generace brzy uzavírala manželství, brzy měla děti a málo se rozváděla. Ne často se stávalo, že se manželé rozváděli, jelikož zánik manželství byl v Československu uzákoněn až v roce 1950, do té chvíle existovaly dvě možnosti:

1. **možnost** – „rozvod od stolu a lože“ (tzn. že manželství trvalo i nadále, ale nežili spolu),
2. **možnost** – „rozluka“ (tzn. svojí podstatou se jednalo o rozvod, ale podmínkou bylo naplnění některého z důvodů jako např. duševní choroba, cizoložství atd.) (Aksen [online]).

Jedná se o nejstarší generaci, se kterou se v dnešní společnosti můžeme setkat. V současné době jsou její příslušníci staří okolo 70-90 let, a většina z nich je již v důchodu. Na rozdíl od následujících generací jsou technicky méně zdatní a hůře si zvykají na změny (Kane, 2010, s. 56).

### 1.2.3 Silná generace

Pojem Silná generace, neboli generace Baby Boomers je pop kulturní termín, který označuje lidi narozené v období 1946-1964. Jednalo se o první výraznou generaci lidí, kteří se narodili v poválečné době (Karieraweb [online]). Samotný název je odvozen z nárůstu porodnosti po skončení druhé světové války. Příslušníci této generace vyrostli v relativně bezpečných dobách a v období ekonomického růstu a plné zaměstnanosti (Wuest, Welkey a kol., 2008, s. 12). V současnosti tito lidé dosahují důchodového věku, a jelikož žijí v letech obrovských změn, jedná se o velmi přizpůsobivou a flexibilní generaci (Bergh, Behrer, 2012, s. 21-22).

Dle Zemke a kol. (2013, s. 252) jsou jednotlivé generace vymezeny nejen věkem, ale i politickým prostředím, ve kterém se nachází. Tak např. americká Baby boomers, byla vychovávána v prostředí americké představy a v České republice tato generace vyrůstala v komunistickém systému. I přesto mají společné to, že se narodili v silné ekonomické době, a jejich rodiče zažili válečné období. Jedná se o generaci dětí, která nebyla přivedena na svět pouze z ekonomických důvodů, ale byla většinou plánovaná.

Kane (2017) uvádí, že co se týče technologií, není generace Baby Boomers v tomto směru příliš vzdělaná a nerada se adaptuje na změny, avšak dodává, že jde to pracovitý lid, který touží po kariéřním postupu (The balance [online]).

### 1.2.4 Husákovy děti

Husákovy děti, neboli Generace X, se skládá z lidí narozených od poloviny šedesátých let až do konce let sedmdesátých. Nejčastěji se udává jejich narození v letech 1965-1977. Jedná se o generaci, která není vymežována jednotně, proto může být rozpětí let této generace v některých zdrojích rozšířeno, až do roku narození 1981 nebo 1982, čímž se s následující generací částečně překrývají (Kociánová, 2012, s. 108). Jak již bylo zmíněno, tato generace je také nazývána pojmem „Husákovy děti“, což souvisí s působením Gustava Husáka na tehdejší politické scéně; či může být nazývána též jako generace „umělá“, protože označení „X“ je marketingová nálepka, která vyjadřuje, že tito lidé v mládí neměli zdánlivě žádný společný cíl nebo žebříček hodnot. Buď měl každý své „životní X“ a rozhodl se za tím jít, popřípadě se rozhodl žádné „životní X“ nevyhledávat. Tato generace velmi často sdílí životní cíle svých rodičů (v oblasti kariéry, rodiny, domova, pověsti atd.), ale zároveň odmítá jakýkoliv celkový pohled na svět (Sangri-lla [online]).

Dopad na tuto generaci mělo Pražské jako v roce 1968, vznik Federace Československé socialistické republiky, upálení Jana Palacha a následné protesty proti okupaci. Ve svém výsledku se jedná o výrazně postojovou generaci, která hledá takové hodnoty a významy, které se vyplatí pěstovat celý život (Sangri-Ila [online]).

### 1.2.5 Generace mileniálů

Generace mladých lidí, narozená od začátku 80. let minulého století, do doby před počátkem nového tisíciletí, je označována jako generace mileniálů, také Generace Y (Student.e15. [online]). Poprvé byl pojem Generace Y nalezen v časopise *Advertising Age* v srpnu roku 1993, který popisoval generaci dětí narozených v letech 1985 až 1995. Tato generace je chápána jako nástupce Generace X a „Generace MTV“ (Wikipedie [online]).

Termín Generace Y je společný s termínem „Millennial Generation“ či „Millennials“ (Mileniálové či Děti Milénia) (Strauss, Howe, 1992, s. 31), „Net Generation“ (Bloomberg [online]), „Generation Search“, „Generation Next“ (Bergh a Behrer, 2012, s. 89-90), či „Echo Boomers“ (Kotler, 2013, s. 542). V neposlední řadě se Generace Y někdy označuje jako „Generation Why“, a to dle fonetického znění písmena „Y“ a anglického slova „Why“ („Proč“). Od ostatních generací se liší tím, že tato skupina lidí vyrostla v asertivním stylu komunikace a nemá strach se ptát „Proč?“ (Třípól [online]). Je to generace otázek a zpochybňování a často se označuje i jako „názorová generace“ – lidé této skupiny často dokáží měnit a přizpůsobovat své názory. Domluvit se, je pro ně důležitější, než mít poslední slovo, a proto bohužel často mohou působit (zejména v očích starších generací) nerozhodně či bezpáteřně (Sangri-Ila [online]). V posledních letech se o této generaci začíná také mluvit i jako o tzv. „Me Me Me Generation“ („Generace já, já, já“) a to z toho důvodu, že se u zástupců této generace daleko více projevují narcistické sklony, než u generací předchozích (Wikipedie [online]).

Jelikož neexistuje žádný přesný termín, kdy Generace Y začíná a končí, autoři používají různé rozmezí roků narození, a to od poloviny 1970 do počátku roku 2000. Jiné zdroje tuto generaci rozdělují na další generační jednotky. Z pohledu některých odborníků se Generace Y dělí ještě na dvě podskupiny a to na lidi starší 25 let, kteří jsou blíže Generaci X, a na ty mladší (Kariérweb [online]). Dalším příkladem je Moscardo (2010, s. 65), který rozděluje tuto generaci na Generation Why, která je narozena 1982-1985 a která je na pokraji Generace X; dále ji dělí na Millennials (lidé narozeni 1985-1999) a na iGeneration, jejíž příslušníci jsou narozeni v rozmezí let 1999-2002 a jsou na pokraji Generace Z, a proto s ní



sdílí rysy typické pro tuto kohortu lidí. Millennials jsou prostřední skupinou Generace Y, a je zde tedy vysoká pravděpodobnost, že vykazují charakteristické rysy této generace nejpřesvědčivěji.

Někteří autoři tedy uvádějí Mileniály jako samostatnou generaci oddělenou od Generace Y, nicméně v této práci bude tato skupina chápána jako součást Generace Y.

Bližší specifikace této generace je detailněji popsána ve druhé kapitole této práce.

### 1.2.6 Generace Z

Po Generaci Y nastupuje Generace Z. Jedná se o lidi narozené v průběhu devadesátých let dvacátého století a přelomu milénia. Nejčastější datování narození členů této skupiny se udává v letech 1995-2010 (Bergh, Behrer, 2012, s. 24). Pojmenování této generace patrně souvisí s tím, že její nástup představuje jakýsi zlom v tradicích a dříve jasně definovaných a automaticky přijímaných rolích. Generace Z bývá v odborné literatuře též nazývána např. „Bubble Wrap Kids“, „The New Millennials“, „Digital Natives“, „Zees“, „Zeds“, „Screenagers“, „Wired Generation“, „iGen“ či „Gen Next“ (McCrindle, 2014, s. 114).

Jedná se o děti převážně zástupců Generace X (popřípadě generace Baby Boomers či Generace Y), které jsou v současné době školáky základních a středních škol. Nejstarším příslušníkům této generace je kolem 20 let. Tyto děti se narodily v digitálním světě, proto jsou zvyklí být neustále online a technologie se staly každodenní součástí jejich životů. Jedná se zatím o nejroztříštěnější a nejrozmanitější generaci, jejíž formativní roky budou trvat až 30 let (Bergh, Behrer, 2012, s. 24). Již nyní je ale vnímána z hlediska vývoje a růstu jako nejrychleji dospívající generace vůbec. Na základě průzkumů WHO bylo zjištěno, že oproti předchozím generacím prochází Generace Z větším počtem životních fází a to s významným časovým předstihem. Jedinci tak dospívají podstatně rychleji (McCrindle, 2014, s. 118). Na vývoj Generace Z měl vliv vstup České republiky do Evropské unie, jakož i jistě řada teroristických útoků ve světě (Generation Z [online]).

Prostředí, ve které byla generace Z vychovávána se zcela rozlišuje od předešlých generací. Rozdíly shledáváme hned v několika směrech a to např. rozdíly v oblasti péče o domácnost, výchova dítěte apod. Hlavní podstatný rozdíl je ten, že se tyto děti rodí generaci Baby prvorodiček, který sahá až k 30. roku (Generation Z [online]).

Příslušníci Generace Z si nejspíše těžce budou pamatovat na dobu bez internetu a mobilního zařízení. Jako jediná generace totiž nepoznala skoro nic jiného než to, co nabízí digita-

lizovaný svět. I když se z různých koutů bude stále ozývat názor, že se jedná o generaci, která se bojí práce a nezvedne se od počítače, faktem stále zůstane to, že oni se do takového světa již narodili a moderní technologie se tak staly součástí jejich života již od první třídy (E15.CZ [online]).

## 2 GENERACE MILENIÁLŮ

V předchozí kapitole bylo popsáno, ve kterých letech se narodili příslušníci různých generací a jakými výrazy je jejich kohorta nazývána. Jelikož se tato diplomová práce zabývá životním stylem generace mileniálů, bude této skupině nyní detailněji věnována následující kapitola, ve které bude nastíněno, kolik je v současné době jejich příslušníků a jak se tito mladí lidé chovají.

Diplomová práce bude vycházet z věkového rozmezí Mileniálů (Generace Y) dle Mascarda (20010, s. 65), který rozděluje mileniály narozené od roku 1985-1999 včetně.

V současné době je více než polovina světové populace mladší než 30 let. Generace mileniálů je tak jednou z největších demografických skupin - 2,5 mld lidí na celém světě je tvořeno Mileniály. V roce 2020 bude jejich podíl na globální pracovní síle tvořit 50 %, v roce 2030 to bude již 75% podíl. V následujících 30 letech bude mít tak tato generace značný vliv na společnost, politiku, ekonomiku, podnikání i kulturu (Bergh, Behrer, 2012, s. 21). Počet příslušníků Generace mileniálů v České republice zobrazuje tabulka č. 1, ve které se nacházejí počty mužů a žen narozených mezi lety 1985-1999.

Tabulka 1: Přehled české Generace mileniálů

DATUM NAROZENÍ	VĚK	MUŽI	ŽENY	CELKEM
1999	18	47055	44811	91866
1998	19	47558	45573	93131
1997	20	47916	45847	93763
1996	21	50894	48655	99549
1995	22	56377	54013	110390
1994	23	63546	60742	124288
1993	24	64475	61236	125711
1992	25	68643	65192	133835
1991	26	69334	66655	135989
1990	27	68901	66346	135247
1989	28	71679	69092	140771
1988	29	71826	67925	139751
1987	30	73388	68993	142381
1986	31	74922	70700	145622
1985	32	75422	70724	146146
-	-	<b>951936</b>	<b>906504</b>	<b>1858440</b>

Zdroj: ČSÚ, 2016, vlastní zpracování

## 2.1 CHARAKTERISTICKÉ ZNAKY GENERACE MILENIÁLŮ

Generaci mileniálů (stejně jako ostatní generace) utvářely různé vlivy, zejména to byla doba (historická zkušenost), ve které tito mladí lidé vyrůstali. Příslušníci této generace se narodili do období blahobytu a míru. Jednalo se o „plánované“ děti, o které rodiče pečovali, starali se o ně, intenzivně je podporovali a od mala jim říkali, že mohou v životě dosáhnout čehokoli, co si záměnou. Odtud pramení zvýšené sebevědomí této generace. Na začátku dětství a dospívání lidí této generace nedošlo k žádným zásadním tragickým událostem, a tak tito mladí lidé žili obklopeni veškerými technickými vymoženostmi a znali pouze ekonomický růst (Třípól [online]). Jedná se tak zkrátka o pokrokové lidi zaměřené zejména na technologie, se kterými vyrostli a které využívají na denní bázi. Permanentní online přítomnost je jednou ze základních charakteristik této skupiny, která se promítá i do mezilidské komunikace. Mladí lidé velmi často sdílejí informace, zážitky a zkušenosti, a jsou orientováni zejména na život „teď a tady“ a proto se o této generaci hovoří také jako o „internetové generaci“ (E15.CZ [online]). Pro tuto generaci tak byla celosvětová expanze internetu a mobilních sítí a jejich služeb (jako je e-mail, textové a multimediální zprávy, multimediální obsah internetu, webové komunitní sítě atd.), velmi důležitým formujícím prvkem. Jejich nynější technická gramotnost má na příslušníky této generace nesporný vliv. Členové mají podstatně snazší přístup k informacím a zároveň dokáží čerpat z velkého množství zdrojů a filtrovat podstatné od nepodstatného, což zvyšuje efektivitu řešení (ProQuest [online]). Základní charakteristika této skupiny lidí je v souvislosti s tímto téměř stálá online přítomnost, která se prolíná jak do mezilidské komunikace, tak do běžného života. Je to skupina lidí, která je dobře vybavena, co se týče technologií (mají vlastní notebooky, internet v mobilu apod.) a díky tomu jsou lépe vybaveni, než starší generace. Sdílejí informace, své zkušenosti a zážitky skrze sociální sítě a online přítomnost jim nabízí i snazší „realizaci“ přátelství, které je pro danou generaci velmi výrazné, ať už jde o hlubší vztah, či „jen“ vyjádření na Facebooku (E15.CZ [online]).

Díky sociálním sítím není pro Generaci mileniálů komunikace s vrstevníky žádnou obtíž. Tito jedinci neshledávají žádnou potíž v tom, komunikovat s lidmi z jiných zemí. Velmi lehce si mezi sebou vytvoří sociální vazby a bez zábrán komunikují i s lidmi, které by předcházející generace měla problém oslovit. Díky sociálním sítím se vytrácí soukromí, kdy Generace Y zveřejňuje na svých profilech osobní data, uvádí svá telefonní čísla apod., bez problémů se tak vzdává svého soukromí, což je výrazný rozdíl v porovnání s Generací X, která je k vyzrazení svých soukromých údajů velice váhavá (BrandBakers [online]).

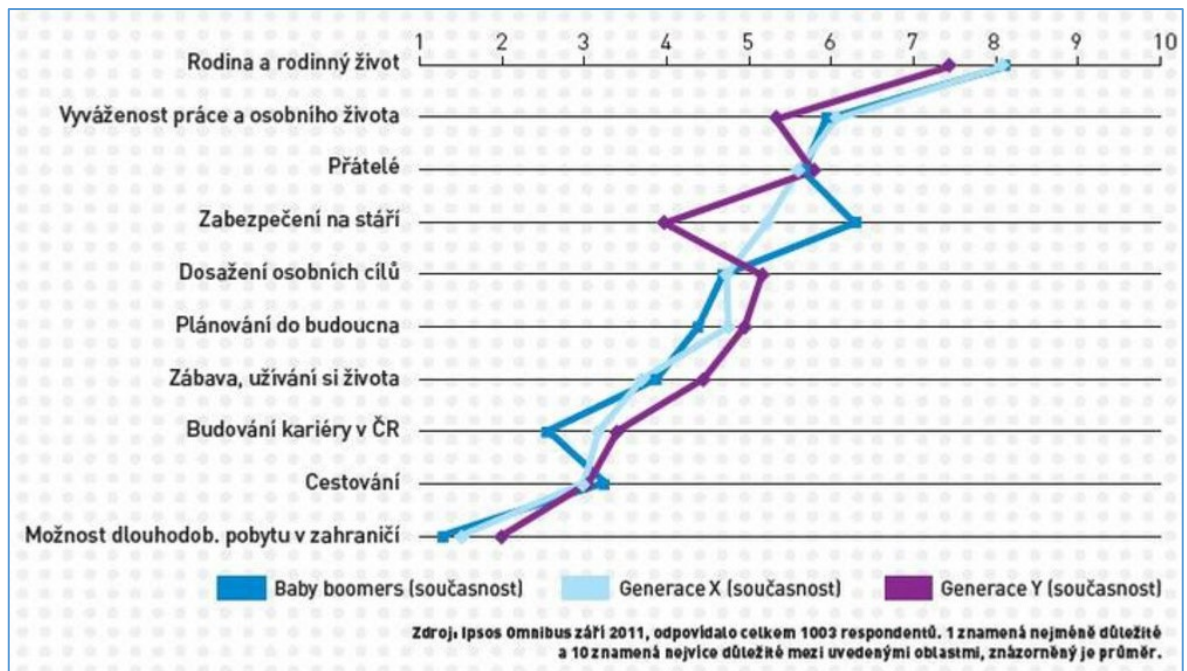
Howe a Strauss (2000, s. 261) ve své publikaci *Millenials Rising* tvrdí, že ve srovnání s předchozí generací (Generací X) je to skupina lidí, která je více pozitivní, ne příliš egocentrická. Mnohem méně se u nich projevuje strach z válek, násilí apod. Mileniálové věří v kolektivní sílu, proto mají tendenci tíhnout ke společným aktivitám a týmové hře. Naopak (TheAtlantic [online]) uvádí, že je to egocentrická generace, kterou nezajímá okolní svět, nýbrž jejich facebookové stránky. Článek kritizuje knihu od autorů Howe a Strausse s názvem *Millenials Rising*, jejichž autoři dle své teorie uvádějí, že Generace mileniálů bude kopií generace lidí, kteří byli nekonfliktní se zájmem o politiku své země.

Tato generace se orientuje především na život teď a tady a není pro ni prioritou plánování budoucnosti. Dle (Česká televize [online]) je Generace mileniálů typická tím, že práce a kariéra pro ně nejsou na prvním místě a upřednostňují cestování před budováním kariéry. Díky tomu, že chtějí více cestovat si berou krátkodobé půjčky a díky financím tak odkládají založení rodiny i dobu stěhování se od rodičů.

Dle (First Choice consulting [online]) je charakteristickým rysem volnost. Mají možnost pracovat odkudkoli, cestovat po světě a mají možnost využívat všech dostupných možností, které jim dnešní svět nabízí a zároveň se nechtějí omezovat. I když se to může zdát být protichůdné s jinými rysy, je pro ně důležité mít čas na sebe a své blízké a mnohem častěji se uchylují k tradičním hodnotám, jako je manželství a založení rodiny. Je tedy patrné, že mnoho autorů a publikací popisují Generaci mileniálů z různých pohledů.

Níže uvedený graf znázorňuje životní priority vybraných generací. Uvedený graf pochází z roku 2011, na který odpovídalo 1003 respondentů. Číslo jedna znázorňuje nejméně důležité, naopak nejvyšší číslo deset znamená nejvíce důležité mezi danými oblastmi, znázorněný je průměr.

Graf 1: Životní priority vybraných generací



Zdroj: E15.CZ, 2011

## 2.2 ROZDÍLNÉ ZNAKY GENERACÍ

Generace Y je oproti svým předchůdcům naprosto odlišná. Je to dáno dobou, ve které její příslušníci vyrůstali – zažili obrovský technologický boom (zpřístupnil velké množství dříve špatně dostupných informací), nezažili válku či větší krizi hodnot. Tuto generaci utvářely tak mimo jiné i události jako je exploze Challengeru, výbuch Černobylu, pád Sovětského svazu, první válka v Zálivu, či útok na USA 11. září 2001 (E15.CZ [online]). Z těchto důvodů se příslušníci této generace odlišují od svých předchůdců.

Generace Y bude tedy porovnávána s Generací X, coby její předchůdce, a Generací Z coby následující generací. Na konci kapitoly bude uvedena tabulka, která bude znázorňovat typické charakteristické znaky generace X, Y a Z.

### 2.2.1 Odlišnosti Generace Y a Generace X

Generaci Y předcházela Generace X, jejíž příslušníci jsou charakterizováni pesimistickým pohledem na svět, což bylo zapříčiněno díky růstu společensky nebezpečných jevů, jako byly drogy, pohlavně přenosné choroby, interupce, zvyšující se počet rozvodů atd., které se

během dětství příslušníků této generace začaly objevovat. Podle (Třípól [online]) je pro ně dále typický zejména nedostatek důvěry v základní hodnoty. Od Generace Y se také odlišují svým anarchistickým postojem vůči starším generacím (zejména vůči Generaci Baby Boomers).

Podle autora Jiřího Bláhy a jeho spolupracovníků (2017, s. 152-153) jsou mezi generacemi X a Y taktéž následující odlišnosti (viz. tabulka 2).

Tabulka 2: Rozdíly mezi Generací X a Y

	<b>Generace X</b>	<b>Generace Y</b>
<b>Motto</b>	„Pracovat a hrát tvrdě.“	„Život začíná po práci.“ „Nejprve žij, pak pracuj!“ či „Pracujeme, abychom žili.“
<b>Peníze</b>	Hodnota	Prostředek
<b>Snaha o skloubení pracovního a osobního života (Work-Life Balance)</b>	Nikoli – pracovní život je upřednostňován	Ano
<b>Využívání moderních technologií</b>	S určitými problémy	Bez problémů
<b>Ochota se zadlužovat</b>	Menší	Větší
<b>Udržení si dobrého pracovního místa</b>	Důležité	Ochota pracovní místa měnit
<b>Postoj ke změnám</b>	Negativní	Pozitivní
<b>Ochota pracovat přes čas</b>	Ano	Ne
<b>Vztah k nadřízenému</b>	Nedůvěra	Otevřenost
<b>Zaměstnání</b>	Dlouhodobé	krátkodobé
<b>Ochota se stěhovat za prací</b>	Ne	Ano
<b>Sport a péče o zdraví</b>	Méně	Více
<b>Pohled na svět</b>	Pesimisté či realisté	Optimisté
<b>Pohled na spolupracovníky</b>	Kolegové	Přátelé
<b>Otevřenost novým myšlenkám</b>	Menší	Větší
<b>Motivace</b>	Stabilita, jistota, odpovědnost	Rozvojové programy, flexibilita ze strany zaměstnavatele, týmová práce, projekty, nefinanční benefity
<b>Vzdělávání a rozvoj</b>	Tradiční (např. přednášky, semináře), skupinové	Moderní (např. koučink, mentoring, rotace práce), individuální
<b>Vytrvalost („tah na branku“)</b>	Větší	Menší

<b>Samostatnost</b>	Větší	Menší
<b>Nákupní chování</b>	Dle reklamy	Dle doporučení kamarádů
<b>Pracoviště</b>	Klasické kanceláře	Otevřená pracoviště
<b>Podřízení se pravidlům, nařízením, autoritám</b>	Bez problémů	S problémy
<b>Zpět vazba</b>	Pravidelná, ale ne příliš častá	Neustálá

Zdroj: Jiří Bláha a kol., 2017, s. 28

Generace Y se nejvíce odlišuje od Generace X vztahem k moderním informačním technologiím, vztahem k financím a vztahem k práci. Členové Generace Y disponují vysokou digitální gramotností a moderními technologiemi doslova žijí. Jejich používání ovlivňuje zcela zásadně přístup ke světu a k práci. Jsou neustále online, komunikují a využívají sociální sítě (např. Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, atd.), na kterých tráví velkou část svého dne. Díky tomu získávají mnoho známých a kontaktů, ale na druhou stranu jsou těmito sítěmi izolováni, a tak mají na rozdíl od předcházející Generace X méně přátelských vztahů (co se týče přímého setkávání) (Bláha a kol., 2017, s. 154). Díky technickému pokroku, mobilním telefonům a internetu si okolo sebe příslušníci této generace vytvářejí síť přátel, se kterými mohou udržovat kontakt, čímž podle všeho tak našli způsob, jak se vyrovnat s pocitem nejistoty a případného nebezpečí (Lifecourse online)].

Členové Generace X s těmito novými technologiemi na rozdíl od Generace Y nevyrostali, a tak byli nuceni se s nimi naučit žít a užívat je, aby z nich mohli těžit ve svůj prospěch. V současnosti jsou počítače, mobilní telefony, notebooky a internet součástí života i této starší generace (Mediterranean Journal of Social Sciences [online]).

Generace Y je vybavena výbornou schopností adaptace na změny a rychlé zvraty ji nezastraší, ba naopak jsou běžnou součástí jejich životů. To způsobuje, že tato generace není příliš trpělivá, což se odráží například na tom, že se nebojí využívat půjček, úvěrů a hypoték. Nemají potřebu dlouhodoběji šetřit a své pracovní místo mění hned, jakmile se objeví nějaká výhodnější pracovní nabídka. Peníze bere tato generace jako prostředek zábavy (Mediterranean Journal of Social Sciences [online]) a velmi často se řídí motem „Pracujeme, abychom žili!“, na rozdíl od Generace X, která peníze považuje za hodnotu. Starší generace se tak mnohem méně zadlužuje a má snahu udržet si dobré pracovní místo (Bláha a kol., 2017, s. 154).



Mileniálové se tak v pracovní oblasti zcela odlišují od svých rodičů (Generace X) už z toho důvodu, že měli jiné pracovní návyky a očekávání od života i zaměstnání. Tato skupina mladých lidí je ve svém přístupu k práci mnohem liberálnější. Často se pouští do vlastního podnikání a nepotřebují trávit v práci 8 hodin denně. Sociologové tuto skupinu označují jako „generation sell – generace prodeje.“ Když neprodávají své služby a produkty, musí prodat sami sebe. Generace Y dokáže často měnit zaměstnání. V minulosti tomu bylo naopak, dnes je to bráno jako pozitivní fakt. Kromě výše platu, je mimo jiné pro tuto generaci důležitá práce, která je bude bavit, naplňovat, dodávat jim pocit životní pohody, tudíž nemají problém skončit v práci, ve které se cítí nespokojeni (Hradubické noviny [online]).

Tato generace chce přispívat společnosti spíše duševními než materiálními hodnotami, proto upřednostňují povolání, které je vnitřně naplňuje. S tím souvisí větší poptávka po klouzavé pracovní době, případně po práci z domova (E15.CZ [online]).

Pružná pracovní doba proto hraje pro Generaci Y důležitou roli. Vstávat do práce, až se jim bude chtít, vyřídit si své osobní záležitosti během pracovní doby, ale zároveň jsou příkloněni tomu, že si své pracovní resty dokončí o víkendu a svátcích (Hradubické noviny [online]).

V návaznosti na nestabilitu politických soustav a řadu politických skandálů se pro Generaci Y zdá být charakteristická skepse vůči autoritám, politickým reprezentantům a osobám veřejného zájmu (Managing the Multigenerational Workplace [online]). Vzhledem k tomu, že dětství a dospívání příslušníků Generace Y proběhlo, až na zásadní změnu politického uskupení, v relativním klidu a neudála se zde žádná zásadní tragická událost, bývá Generace Y označována za generaci optimistů (Managing the Multigenerational Workplace [online]).

Ve zkratce se dá říci, že příslušníci Generace Y mají vysoké sebevědomí, nechtějí být závislí, ve svém životě vyhledávají časté změny, jsou velmi učenliví a nedělá jim problém práce s moderními technologiemi. Založení rodiny odkládají na pozdější dobu, nicméně se poté snaží stejně jako Generace X skloubit rodinný život a práci (Bláha a kol., 2017, s. 154).

Ačkoliv jsou Generace X a Generace Y v mnohém rozdílné, mají i společné atributy. Členové obou generací jsou vysoce ambiciózní, potřebují mít zajímavou práci, chtějí dosahovat co nejlepších výsledků, dosáhnout uznání a mít odpovídající finanční ohodnocení. Generace Y je ale na rozdíl od Generace X více idealističtější, a též je výrazně ekonomicky

aktivnější a vyžaduje vyšší životní úroveň za využití všech pracovních možností (Bláha a kol., 2017, s. 154).

### 2.2.2 Odlišnosti Generace Y a Generace Z

Tabulka 3: Rozdíl mezi Generací Y a Z

Generace Y	Generace Z
Myslí v 3D	Myslí v 4D
Multikulturní	Smíšené (rasa a pohlaví)
Tolerantní	Jednotní
Nezralý	Zralý
Komunikují skrze text	Komunikují skrze obrázky
Sdílejí věci	Dělají věci
Mají nízkou důvěru	Mají pokoru
Tady a teď	Zaměření na budoucnost
Optimisté	Realisté
Chtějí objevovat	Chtějí být úspěšní
Týmová orientace	Kolektivní vědomí

Zdroj: Generace Y, 2017

V návaznosti na dobu, ve které Generace Z vyrůstá, lze předpokládat, že tato generace bude v porovnání s generacemi předchozími ekonomicky gramotnější. Na rozdíl od Generace Y, která se nebojí zadlužit se, bude Generace Z ochotná nákup odložit do doby, než porovná cenu na internetu a vybere produkt s nejlepším poměrem kvality a ceny (Kmošek [online]).

Rozdíly lze spatřit i na poli vzdělávání, kdy má Generace Z nakročeno k tomu stát se vůbec nejvzdělanější generací dosavadní doby, díky tomu, že začínají se studiem v podstatně ranějším věku a zároveň jeho dokončení dle svých představ razantně prodlužují (McCrindle, 2014, s.64). Rozdíl je také v tom, že Generace Y a potažmo i další předchozí generace, byly zvyklé se data učit z paměti, kdežto příslušníci Generace Z toto mohou považovat za zbytečné zvláště proto, že všechny informace jsou dostupné na internetu (Generation Z [online]). Předpokládá se, že tato generace bude více orientována na sebe a bude umět rychle zpracovávat informace v porovnání s předchozími generacemi.

Tandfonline ([online]) uvádí, že 2. pol. 20. stol. je typická zásadními událostmi, a to především událostmi politickými a technologickým vývojem. Pojem „generace“ začal získávat sociální smysl „na úkor původního biologického, spojeného s následnictvím. Tři nadcházející generace tak mají typické vlastnosti pro tehdejší politické,

sociální a technologické změny. V tabulce 1 jsou tyto typické prvky zmíněné. Používají se pro determinování sociálních, historických, technologických a psychologických změn do konce 20. století ve společenských vědách (Tandfonline [online])“.

Tabulka 4: Charakteristické znaky pro jednotlivé generace

<b>Generace</b>	<b>Rok narození</b>	<b>Historické pozadí</b>	<b>Sociální prostředí</b>	<b>Technologie</b>
<b>Generace X</b>	1960-1980	Utvářené politickými zkušenostmi a kulturním pohledem na pád Berlínské zdi, rozpad SSSR a Jugoslávie	Začátek kariéry odkládají déle než předchozí generace, žijí doma, zůstávají bez rodin	Vznik počítačů, hraní videoher je v ústraní, internet používán pro komerční a sociální účely
<b>Generace Y</b>	1980-1995	Značné zapojení technologií do každodenních událostí	Utvářené rozvojem a proudem své doby	Technologie přebírají roli v komunikaci
<b>Generace Z</b>	1995-2010	Obliba sociálních sítí, kdy je svět chápán bez jakýkoliv bariér	Ustavičně online, zaniká rozdíl mezi reálným a online světem	Komunikační rolí se stávají technologie

Zdroj: Tandfonline, 2010, [online]

## 2.3 GENERACE MILENIÁLŮ A TECHNOLOGIE

V historii se společnost nebo detailněji společenské prostředí člověka, neproměňovalo takovým rychlým způsobem, a tak výrazně, jako tomu máme v současnosti pod vlivem nových informačních technologií.

Dle Kolesárové (2016, s. 104) je název informační společnost odvozován od klíčového významu informací pro naši společnost. Po společnostech, pro jejichž trvání a rozvoj mělo podstatný význam zemědělství, průmysl a těžba surovin, nastává zásadní až ontický význam informací pro společnost.

„Význam a působení informací v některých oblastech se před nástupem informační společnosti předpokládal, u dalších se teprve objevuje s dalším rozvojem komputery a digitalizace. Technologie ve složkách softwaru i hardwaru v dalších generacích přináší nové a nečekané možnosti“ (Kolesárová, 2016, s. 104).

### 2.3.1 Generace mileniálů v digitálním světě

„Generace Y jsou lidé ovlivněni digitalizací světa, koncem studené války, novými politickými i ekonomickými strukturami. Ke komunikaci slouží této generaci web, mobilní telefony, objevují se počítačové hry“ (Ikaros [online]).

Sociální sítě a nová média jsou nástrojem, který ve své podstatě umožňuje nepřetržitý tok informací, tedy to, čím Generace mileniálů žije. S pomocí internetu a sociálních sítí, jež zprostředkovávají vzájemnou komunikaci, bez ohledu na jeho povolání, bez ohledu na jeho společenský život, nebo časové pásmo je to, o čem tato generace vyrostla. Např. průzkum společnosti *PewResearch* (2010) odhalil, že 9 z 10 mladých Američanů usíná s mobilním telefonem u své hlavy. Čímž je velmi pravděpodobné, že k obdobným výsledkům bychom došli i v našich podmínkách. Díky sociálním sítím není pro Generaci mileniálů komunikace s vrstevníky žádnou obtíží, také neshledávají žádnou potíž v tom, komunikovat s lidmi z jiných zemí. Velmi lehce si mezi sebou vytvoří sociální vazby a bez zábran komunikují i s lidmi, kterých by předešlá generace měla problém oslovit. Díky sociálním sítím se vytráčí soukromí, kdy Generace Y zveřejňuje na svých profilech osobní data, uvádí svá telefonní čísla apod., bez problémů se tak vzdává svého soukromí, což je výrazný rozdíl v porovnání s Generací X, která je k vyzrazení svých soukromých údajů velice váhavá (BrandBakers [online]).

### 2.3.2 Sociální sítě

Tento pojem byl poprvé zaznamenán v knize *Class and Commitees in Norwegian Island parish* v 50. letech 20. století, britským autorem Johnem Arundelou Barnese, který zkoumal sociální vazby v rybářské vesnici. Stavěl na teorii, že by společenský život mohl být pokládán za množiny bodů, z nichž jsou některé spojené linkami, jež vytvářejí celkovou síť vztahů (Bioteams[online]).

Wiley Online Library [online] ve svém článku *Social Network Sites Definition, History and Scholarship* uvádí definici sociální sítě s pomocí tří pilířů:

1. **pilíř** – sociální síť jako služba online, které pomáhá jednotlivým lidem tvořit veřejné nebo částečně veřejné profily uvnitř omezeného systému,
2. **pilíř** – sociální síť je schopna jednotlivce navzájem propojovat a tvořit seznam uživatelů, kteří si mezi sebou vyměňují informace,
3. **pilíř** – sociální síť dokáže sledovat a protínat vytvoření obsahu a seznamy s těmi, které jsou utvořeny jinými uživateli této sítě.

Sociální sítě jsou na internetu místem, kde se střetávají lidé, sdílejí obsahy a své zážitky. Předpokládá se zde vzájemná interakce. Existuje celá řada sociálních sítí, které vznikají na základě témat, kamarádů, rodinných vazeb, jiné se zaměřují na seznámení se. Historicky byly tyto sítě určeny především k tomu, aby zde lidé diskutovali, chatovali a setkávali se s jinými lidmi, avšak s rozvojem technologií došlo k rozmachu používání a sdílení multimédií. Sociální sítě se tak staly nástrojem k využívání jiných služeb a staly se prostředkem k seznámení a udržování oboustranných vazeb (Bezpečný internet [online]).

Z průzkumu AMI Digital Index, který zastřešovala společnost AMI Digital ve spolupráci s agenturou Stem/Mark z roku 2017 vyplynulo, že mezi nejčastějšími uživateli sociálních sítí v České republice jsou převážně ženy. Ženy na sociální sítě kladou větší důraz a tráví na nich mnohem více času než muži. Dle výzkumu navštěvuje sociální sítě větší zastoupení žen (72 %) než mužů, a největší procento žen u nich tráví mezi jednou až čtyřmi hodinami denně (MediaGuru [online]).

### 2.3.3 Nejpopulárnější sociální sítě

Dle (Objevit [online]) se sociální sítě řadí mezi fenomény nového milénia. Mezi nejoblíbenější sociální sítě patří Facebook, Twitter, LinkedIn, ale i mnoho dalších, které si získaly

svou popularitu a některé z nich mají i stovky milionů uživatelů. Níže bude stručně popsáno 6 sociálních sítí, které mají vysokou oblibu.

- **„Facebook“** – celosvětově rozšířená sociální síť. V České republice ji užívá podstatná část populace. Cílem Facebooku je usnadnit lidem komunikaci mezi sebou, sdílet informace, fotografie, videa apod.
- **„YouTube“** – zprvu měl sloužit pro sdílení amatérských videí, ale v současné době jsou na YouTube zpřístupněné filmy, videoklipy atd.
- **„Twitter“** – tuto sociální síť v České republice používají především lidé, kteří se pohybují v oblasti marketingu a médií. Sociální síť je schopna psát příspěvky o maximální délce 140 znaků, které se zobrazují na profilu uživatele a na stránkách lidí, kteří ho sledují.
- **„LinkedIn“** – slouží jako pracovní síť, jejíž cílem je propojit profesionály, aby se stali tvořivějšími. Díky této sociální síti lze získat hodnocení a podrobnosti spolupráce s jinými uživateli.
- **„Instagram“** – vznikl před 8 lety. Jeho původním úmyslem bylo sdílení fotografií z iPhoneů, fotografie lze upravovat s pomocí několika filtrů a poté sdílet s ostatními uživateli. Nyní je možné sdílet i krátká 15 sekundová videa.
- **„Google+“** – podobá se sociální síti Facebook, ale má mnoho odlišných znaků. Nabízí lepší rozčlenění kontaktů do různých kategorií, neboli okruhů, u kterých lze nastavit, co samostatné okruhy mohou vidět. Jelikož Google je majitelem velkého okruhu služeb, které lze spojit s Google+, např. Google Maps aj.

### 3 ŽIVOTNÍ STYL

V dnešní době je často pojem životní styl spojován se společenskými vědami. Podle sociologie životního stylu Duffkové, Urbana a Dubského (2008, s. 51-52) můžeme životní styl definovat jako způsob, jakým lidé žijí. Patří sem to, jak lidé bydlí, vzdělávají se, stravují se, baví se, chovají se v různých situacích, navzájem komunikují, rozhodují se, zachovávají určité hodnoty, starají se o děti atd. Pedagogický slovník (Průcha, Walterová, Mareš, 2013, s. 317) definuje životní styl jako: „Typický způsob uspořádání činností, jednání lidí, vztahů, vědomí hodnot, norem a věcného prostředí ve společnosti, které je integrací *životních způsobů* jedinců.“

K zásadní změně životního stylu obyvatel vyspělých zemí došlo ve druhé polovině 20. století, a to díky velkému technickému pokroku a bydlení ve výškových domech na sídlišťích. Lidé začali žít převážně sedavým způsobem života. Do práce i z práce se především dopravují za pomoci automobilu, v pracovní době převážně sedí, místo toho, aby šli po schodech, jezdí výtahem či eskalátorem. Po pracovní době se jim nechce na procházku a raději svůj volný čas tráví za počítačem nebo sledováním televize. Co se týče domácích prací, i zde výrazně zasáhla technika a zbavila člověka pohybu. Dříve lidé prali prádlo ve valše – dnes máme automatické pračky, vysavače, myčky na nádobí a dálkové ovladače, které nás osvobozují i od minimálního pohybu (Machová, Kubátová, 2015, s. 16).

Avšak v průběhu života se jedincům životní styl vyvíjí a mění. To je zapříčiněno tím, že se člověk dostává do kontaktu s okolním světem. Jedná se o kombinaci vlivu výchovy, hospodářských podmínek, sociálního prostředí a mnoho dalších vlivů, které nás utvářejí. Nicméně v posledních letech se životní styl obyvatel vyspělých zemí výrazně změnil, a to díky vědeckotechnickému rozvoji. Mezilidské vztahy se díky technologiím začaly zhoršovat. Současný životní styl směřuje k tomu, že se lidé honí za novými věcmi, penězi, úspěchem a mocí. Pracovní vytíženost, která z toho plyne, poznamenává život celé rodiny (Čevela, Čeledová a Dolanský, 2009, s. 39). Psychologický slovník (Hartl, Hartlová, 2015, s. 573) vymezuje životní styl jako komplex hodnot, postojů a dovedností, které se odrážejí v činnosti člověka. Zahrnuje síť mezilidských vztahů, fyzického pohyb, stravy a zájmů. Kraus (2014, s. 166) definuje životní styl jako optimální seřazení životních forem od harmonického celku. Životní styl je zasazen do širšího sociálního kontextu a každého jedince ovlivňuje historický vývoj, tradice a ekonomická míra společnosti.

Z daných definic je zřetelně viditelné, že životní styl spadá do kategorie, která je velmi široká a složitá. Životní styl ovlivňuje zkrátka celá řada faktorů, jako jsou společenské faktory, vědecký a technický rozvoj, kulturní tradice, rodina, ale též věk, pohlaví, zdravotní stav, vzdělání, psychologické charakteristiky a tak dále (Kraus, 2014, s. 168-169). Velkou měrou se na tvorbě životního stylu podílí i internet (Sociální pedagogika [online]).

### 3.1.1 Pojetí životního stylu

Ve výše uvedené oblasti odborná literatura občas rozpoznává dva termíny – životní styl a životní způsob. Pojem **životní styl** je spojován spíše s osobností a pokud hovoříme o životním způsobu, v první řadě tím myslíme makrostrukturální stránku sociálních úkazů (ekonomické, technické a skupinové procesy). Pojem **životní způsob** bývá vázaný k větším sociálním celkům, tzn. typický životní způsob států či národů (Sociální pedagogika [online]).

Životní styly můžeme rozčlenit dle **převažujících hodnot a podle povahy každodenních činností jedince.**

#### 1. Převažující hodnoty:

- „**životní styl s náplní studia**“ – uskutečňován těmi lidmi, kteří se zabývají četbou, navštěvují divadla, ale také sledují televizi. Společenství lidí, pro které je typickou vlastností zvědavost,
- „**životní styl, který považuje za důležitou hodnotu hru a zábavu**“ – forma tohoto životního stylu je typická např. pro sportovce, ale taky pro hráče různých her,
- „**životní styl s rozjímáním**“ – je provozován jednotlivci nebo v kolektivu lidí.

#### 2. Povahy každodenních činností:

- „**aktivity orientované na práci, profesi a přípravu na ni**“ – vzdělávání, nástup do zaměstnání, kariéra atd.,
- „**aktivity spojené s rodinou**“ – hledání životního partnera, zakládání rodiny, výchova dětí atd.,
- „**aktivity v oblasti zájmu**“ – vyčleňování osobních zájmů, zábava, odpočinek atd.,
- „**aktivity propojené se společenským životem**“ – např. zastávání pozic v politickém životě,
- „**aktivity spojené s uspokojováním biologických a hygienických potřeb**“ (Sociální pedagogika [online]).



Velkou roli při formování životního stylu má společnost, ve které žijeme. Souvisí i mimo jiné s utvářením našich hodnot, tedy celkového vlastního životního stylu, je dána kulturou, tradicemi, zvyklostmi, ale také společenskými i právními normami. Při utváření životního stylu hraje důležitou roli i čas, který záleží na fázi životního cyklu jedince. Všeobecně lze konstatovat, že lidé mají odlišné životní styly, každý člověk uznává jiné hodnoty, existuje v rámci nějakých sociálních vztahů, jinak tráví svůj volný čas atd. (Dufková, Urban, Dubský, 2008, s. 55-64, 113).

Následující kapitola bude proto věnována faktorům, které ovlivňují životní styl.

### 3.2 FAKTORY OVLIVŇUJÍCÍ ŽIVOTNÍ STYL

Každá bytost, díky svým vlastním příznačným vzorcům chování, prožívá svůj život jinak. Dle Krause (2014, s. 168-169) se jedná o vzorce chování, které jsou buď vrozené, biologické, dány dědičnými faktory nebo získané, které jsou usměrňovány především ekonomickou situací, prostředím, ve kterém člověk od mala vyrůstá, stylem trávení volného času a mnoha dalšími faktory. Mezi nejvýznamnější faktory, které vytvářejí typické rysy životního stylu jednotlivce jsou:

- **faktory vnitřní** (vrozené) – patří sem faktory, které obsahují osobnost jedince, jeho potřeby, hodnoty, zájmy, vlastnosti, životní cíle a ideály,
- **faktory vnější** – závislé na rodinných a celospolečenských podmínkách.

Kraus (2014, s. 168-169) rozděluje tyto faktory do dvou skupin. Následující skupiny mají důležitou účast na formování životního stylu jedince, přesto ani ty nejideálnější životní podmínky nemusí garantovat osvojení správného životního stylu.

„**Objektivní společenské faktory**“ - zde spadají politické a ekonomické vztahy v určité společnosti. Ekonomická situace ovládá aktivity jedince, jak po stránce pracovní, tak volnočasové – vysoká míra nezaměstnanosti markantně např. zapříčiňuje životní styl skupiny obyvatelstva bez práce. Při utváření životního stylu hrají důležitou roli **kulturní tradice**, které se účastní na životě jedince, tak celé společnosti. Kromě kulturních tradic, jedincův život utváří i zvyky aplikované **v orientační rodině** (styl vedení domácnosti, trávení volnočasových aktivit, výchovy dětí, uspokojování biologických potřeb). Působení má i stupeň technického a vědeckého rozvoje dané společnosti.

„**Subjektivní osobnostní faktory**“ - jsou určeny osobními potřebami a úmysly jedince a mezi ně patří **psychologické charakteristiky** (intelektová rovina, temperamentové dispozice), dále **pohlaví, zdravotní stav a věk** člověka. Podstatné místo v motivační stavbě a v chování zaujímá **hodnotový systém**. Dalším neopomenutelným faktorem na působení kvality životního stylu má stupeň dosaženého vzdělání.

### 3.2.1 Další faktory ovlivňující životní styl

Mezi další důležité faktory, které ovlivňují životní styl jedince dle Fraňkové a kol. (2000, s. 46-47) patří **podmínky ekonomické, sociální, ekologické a kulturní**, které budou detailněji vysvětleny níže.

- „**Ekonomické podmínky**“ – patří sem výše příjmu či zvolený způsob dopravy do zaměstnání,
- „**sociální podmínky**“ – zde odlišujeme jedince, kteří žijí ve městech nebo na vesnicích, kde se drtivá většina obyvatel dobře zná mezi sebou,
- „**kulturní podmínky**“ – možnost navštěvování společenských akcí jako např. návštěva festivalů, divadel, koncertů aj.,
- „**ekologické podmínky**“ – tj. prostředí, ve kterém jedinec žije, např. město, vesnice atd.

### 3.2.2 Výzkumné studie o životním stylu

V březnu roce 2015 Univerzita Palackého v Olomouci, v tiskové zprávě dle evropské výzkumné studie „**Health Behaviour in School-aged Children (HBSC)**“, která zkoumá životní styl mladé generace uvedla burčující výsledky. Do výzkumu bylo zapojeno 42 zemí a na její spolupráci se podílelo 220,000 dětí, navštěvující školní instituci. Výzkumná studie zjistila, že zhruba 80 % dětí v České republice chybí pohybová aktivita a svůj volný čas tráví spíše u počítače či televizní obrazovky. Díky nedostatečnému pohybu roste především u chlapců úroveň nadváhy, u dívek se objevuje nadváha zhruba poloviční. Ve srovnání s mezinárodním průměrem spadají české děti do skupiny, které v dřívějším věku začínají s konzumací alkoholu, dříve začínají s kouřením cigaret a marihuany. Co se týče problematiky šikany ve školních institucích, Česká republika je na tom oproti mezinárodnímu průměru mnohem lépe. Díky této studii, tak Česká republika obsadila jedno z posledních míst v mezinárodním srovnání (Univerzita Palackého v Olomouci [online]).

Další výzkum o životním stylu uveřejnil na svých webových stránkách Český rozhlas. Žebříček o množství vykouřených cigaret, zkonsumovaného alkoholu a obezity je kombinací získaných dat Světové zdravotnické organizace, mimo jiné na danou studii odkazuje také britský deník Guardian. Dle sesbíraných dat se Česká republika řadí mezi nejhorší stát, který žije nezdravým životním stylem a to společně se státy východní Evropy. Data dále vypovídají o tom, že ročně každý Čech vypije 13,7 litrů alkoholu, co se týče kouření cigaret, tak se Česko umístilo na 11. místě. Naopak mezi nejzdravější země se řadí ty, které jsou velmi chudé, nejvíce zdravou zemí je Afghánistán. Dle britského deníku The Independent je to zapříčiněno hlavně tím, že zde zakazují konzumaci a držení alkoholu, žije zde i málo obézních lidí a to je zapříčiněno především špatným stavem země společně s válečnými konflikty (Český rozhlas [online]).

## 4 VOLNÝ ČAS

Volný čas je dle Hofbauera (2004, s. 13) čas, který člověku zůstane po ukončení pracovních i nepracovních povinností. Je to čas, kdy jedinec neprovádí činnost pod náporom závazků, které vycházejí z jeho sociálních rolí, především z dělby práce a potřeby uchovat a rozvíjet svůj život.

Pojem volný čas je velice široký a nahlížíme na něj z několika pohledů, a proto jej lze popsat více platnými definicemi. Proto, aby byla pochopena jeho problematika, je nutné rozlišit 2 obecně platné směry na volný čas. Prvním pohledem je vytyčení definice **kvantitativní či reziduální**, které rozumí volnému času především jako opak práce, druhý pohled pak vymezují definice **kvalitativní nebo normativní**, volný čas definuje na základě jeho výrazné vlastnosti, např. svobodná volba činnosti, která nevede k užítku (Čertík, Fišerová, 2009, s. 6).

Všeobecně je volný čas vymezován jako specifická část mimopracovní doby. Je to tedy část dne, kdy člověk není nucen vykonávat činnosti, na které by nahlížel jako na povinnosti nebo něco, co činí v rámci rodiny, jako je péče o děti a ostatní členy rodiny, v souvislosti s uspokojováním svých biologických potřeb. Tato část mimopracovní doby se nazývá jako čas vázaný. Čas se dělí na mimopracovní a pracovní čas, který je dále rozdělován na čas volný a vázaný (Naše společnost [online]).

*Pedagogika volného času* (Pávková, 2018, s. 105) chápe volný čas jako opak doby povinností od nutné práce. Je to doba, kdy si člověk stanoví takové aktivity, které uskutečňuje dobrovolně, dodávají mu pocit uvolnění a to vše si určuje na základě svých vlastních zájmů.

*Sociologie životního stylu* (Dubský, Duffková, Urban, 2008, s. 16) rozčleňuje volnočasové aktivity do šesti skupin:

- sportovní aktivity,
- kulturní aktivity,
- sociální aktivity,
- rekreační a cestovatelské aktivity,
- vzdělávací aktivity,
- veřejné aktivity.

Výše uvedené volnočasové aktivity tedy ukazují na pestrou škálu možností výběru trávení volného času, což znamená, že se volný čas vztahuje s formováním životního stylu a užívání volného času je jeho nedílnou součástí (Hájek, Hofbauer, Pávková, 2008, s. 69).

Ve 20. století docházelo k vyšším pracovním nárokům na člověka, což vedlo ke spoustě společenských problémů, co se týče trávení volného času. Pod nátlakem se později nároky na odpočinek a dovolenou staly jedněmi z podstatných cílů sociálních hnutí (Národní institut dětí a mládeže [online]). Dnes, kdy lidé tráví třetinu dne v práci, ve škole, je pro nás volný čas velmi důležitý a tvoří tak neodmyslitelnou součást našeho života, každý jej však vnímá z jiného pohledu. Někteří jedinci mají volný čas spojený se svými koníčky, zálibami, pohybovými aktivitami, a naopak jiní lidé jej mají spjatý s odpočinkem nebo dokonce s nudou.

#### 4.1.1 Vymezení volného času

Podstata trávení volného času byla poprvé definována v 80. letech na konferenci v Oslu. Dle UNESCO je volný čas označován ze 4 pohledů:

- „**ekonomické hledisko**“ – z volného času se v současné společnosti stává odvětví, které je užíváno pro vzdělávací a výchovnou činnost, tak komerčně. Podstatné je mít na mysli, kolik prostředků pro volný čas investuje do zařízení společnost a jakou formou se alespoň nějaké náklady vrátí. Lidé tak mohou dosáhnout lepších vědomostí při volnočasových aktivitách, které následně uplatní ve své profesi nebo rekvalifaci. Z ekonomického hlediska je tedy volný čas vyhrazený vůči času a práci,
- „**psychologické hledisko**“ – podstatou je zaměřit se na psychologické vymezení volného času. Psychologické hledisko je orientováno na motivaci chování ve volném čase, zaobírá se zájmy člověka ve volném čase,
- „**pedagogické hledisko**“ – toto hledisko bere zřetel na věkové i individuální zvláštnosti a jejich respektování ve volném čase, proto by pedagogické ovlivňování volného času mělo uspokojovat potřeby nových dojmů, sociální kontaktů, ale zajistit i pocit bezpečí,
- „**sociální hledisko**“ – volný čas je ovlivněn mnoha faktory i životním stylem člověka. Volný čas tedy není otázkou jedince, jelikož výběr činností je usměřován řadou subjektivních a objektivních faktorů, do nichž pronikají hodnoty prosazované ve společnosti (Čertík, Fišerová, 2009, s. 9).

#### 4.1.2 Funkce volného času

Volný čas splňuje mnoho funkcí, které se mohou lišit dle jednotlivých autorů, kteří je popisovali při vytváření svých teoretických základů proto, aby vymezili pojem volný čas. Funkce volného času tak vymezují autoři jako je např. Pávková a kol., Horst W. Opa-schowski aj. Následné vymezení bude popsáno dle Rogera Sueho , Čertíka a Fišerové.

Roger Sue (cit. podle Janiš ml. 2009, s. 13) vymezuje 4 funkce volného času:

- **psychologická** (zábava a rozvoj);
- **sociální** (sociálizace);
- **terapeutická**;
- **ekonomická** (výdaje jedinců obětované na aktivity volného času).

Dle Čertíka a Fišerové (2009, s. 10) je volný čas rozdělen na 3 funkce:

- **„instrumentální funkce“** – vzhledem k tomu, že na začátku 19. století dochází ke změnám stylu řízení práce v průmyslové výrobě, je podstatné obstarat dělníkům dostatečný čas na regeneraci sil a jelikož je práce lépe organizovaná, tak se stejně přistupuje i volnému času,
- **„humanizační funkce“** – patří sem výchovné vzdělávací a socializační možnosti volného času. Jelikož se kultivace ducha i těla protíná volným časem, pomáhá volný čas uchovávat kulturní dědictví pomocí lidových zvyků,
- **„zábavná funkce“** – volný čas je zde chápán jako prostor pro uskutečňování osobních zálib a zájmů, jejich vykonání navozuje pocit uspokojení.

## 4.2 VÝVOJ VOLNÉHO ČASU

Vzhledem ke skutečnosti, že životní vývoj se rychle proměňoval, měnily se také činnosti trávení volného času, ale také se rozšiřovala skupina lidí, kteří trávili volný čas aktivně. A jelikož je volný čas spojený s lidskou existencí už od nepaměti, níže bude popsán vývoj trávení volného času.

Z období **pravěku** nejsou dochovány žádné určité informace, i přesto, že byly nalezeny šošky, malby na stěnách apod. Nejde z toho však usoudit, zda byly zhotoveny jako součást přípravy k lovu nebo vytvořeny ve volném čase, jako svobodná pohnutka autora. Spíše se tedy jedná o pouhé spekulace, i když je pravděpodobné, že v pravěku lidé měli nějaký volný čas. Ve **středověku** již máme jasné důkazy o způsobu trávení volného času, především ze středověkého Řecka a Říma a to díky citátu z Homérový Odysee, ve kterém hovoří o

tom, jak zástupy lidu odešli na závodiště a účastnili se her. Z toho citátu, který ve své publikaci uvedl Němec (2002, s. 23), je zřejmé, že již v 8. stol. př. n. l. existovala jasně definovaná volnočasová aktivita. Velká část obyvatel ve středověkém Řecku byla tvořena skupinou otroků, a z toho důvodu se volnočasovým aktivitám věnoval především svobodný lid. Mezi volnočasové aktivity patřily především olympijské hry a s volným časem jsou zde spojovány i náboženské svátky spojené s řeckou mytologií. Otázce volného času se věnoval Aristoteles (384-322 př. n. l.), který tvrdil, že ve volném čase by se lidé měli věnovat spíše přemýšlení a správě státu. Římská kultura převzala hodně podnětů ze středověkého Řecka. Co se týče otázky volného času je významnou osobností Lucius Annaeus Seneca (4 př. n. l. – 65 n.l.), který napsal rozpravu, jež se nazývá „*O volném čase*“ a zdokonaluje myšlenky Aristotela. Seneca však občanovi připisuje větší práva na volný čas než jeho předchůdce. V období Říma se nejznámějšími volnočasovými aktivitami staly gladiátorské hry nebo jiná představení, konaná v amfiteátrech. Ve **středověku** se do popředí běžného života, výchovy, ale i volného času dostalo křesťanství, které se šířilo skrze celou Evropu. Díky tomu se však volný čas dostal pod záštitu církve a volnočasové aktivity byly vytyčeny pouze do období církevních svátků apod. ostatní sportovní aktivity byly téměř zakázány. I přesto křesťanská církev nepřímo pomohla ke vzniku známé středověké volnočasové aktivity, a to rytířských turnajů, která byla zapříčinená tím, že během středověku bylo uskutečněno několik křížáckých válek z důvodu osvobození Svaté země z rukou „nevěřících“ a díky těmto výpravám utvořili rytířský stav, kdy se rytíři utkávali i mezi sebou a tato zábava se tak stala napínavou podívanou. Významnou osobností v době středověku se stal italský pedagog Vittorino Ramboldini da Feltre (1378-1446), kterému se povedlo silnou pozici církve upozadit. Vybuďoval tzv. *Dům radosti*, kde spojil tělesný rozvoj s teoretickými poznatky. V **novověku** se okrajově o volném čase zmínil Thomas More (1478-1553), který vydal knihu s názvem *Utopie*, ve které představil ideální společnost. Lehce se zde zmiňuje o hře jako prostředku intelektuálního vývoje a mimo jiné, zde upozorňuje na negativní typy her jakou, jsou kostky či podobné hazardní hry. Thomas Campanella (1568-1639) podobně jako More, uveřejnil publikaci o ideálním státu s názvem *Sluneční stát*. Orientuje se zde na názorné vyučování, které přechází do hravého vyučování. Později např. Jan Ámos Komenský (159-1670) a John Locke (1632-1704) přikládali hře velký význam a to v souvislosti s výchovou i vzděláním. Důsledkem průmyslové revoluce v 19. století vycházejí na povrch nové problémy, které vyplývají z patologického trávení volného času, které byly spojeny s dělníky, kteří často holdovali alkoholu, kterým se věno-

val Robert Owen (1771-1858). Owen se stal ředitelem továrny v New Larnaku, kde si povšimnul toho, že dělníci mají dlouho pracovní dobu a nežijí tak kulturním životem. Pokusil se tak o zlepšení prostředí, ve kterém dělníci a jejich rodiny žili. Co se týče pevné pracovní doby a stěhování obyvatel za prací do měst, vznikala problém, kam s dětmi po skončení výuky a jak zkombinovat život dělníků v továrnách v návaznosti na volný čas. Díky tomuto pohnutku začaly vznikat organizace zabývající se volným časem. Mezi známé osobnosti, zakládající tyto organizace patřili např. George Williams nebo František Drtina. V České republice byla založena organizace *Sokol* a jednalo se tak o první český gymnastický spolek, jehož úlohou bylo rozvíjet tělesnou zdatnost a podpora vlasteneckého myšlení (Janiš ml., 2009, s. 5-9). Od té doby se volný čas plně rozvíjel a i v současnosti je velmi aktuálním tématem. Jak již bylo zmíněno v naší společnosti došlo k rychlému vývoji techniky, díky tomu se lidé více nechávají pohlcovat internetem a digitálním světem a svůj volný čas tak tráví využíváním internetu. Můžeme tedy poukázat na fakt, že do značné míry informační technologie ovlivnily vývoj volného času a staly se tak neodmyslitelnou součástí lidské společnosti (Hulanová, 2012, str. 13).

#### 4.2.1 Česká společnost a volný čas

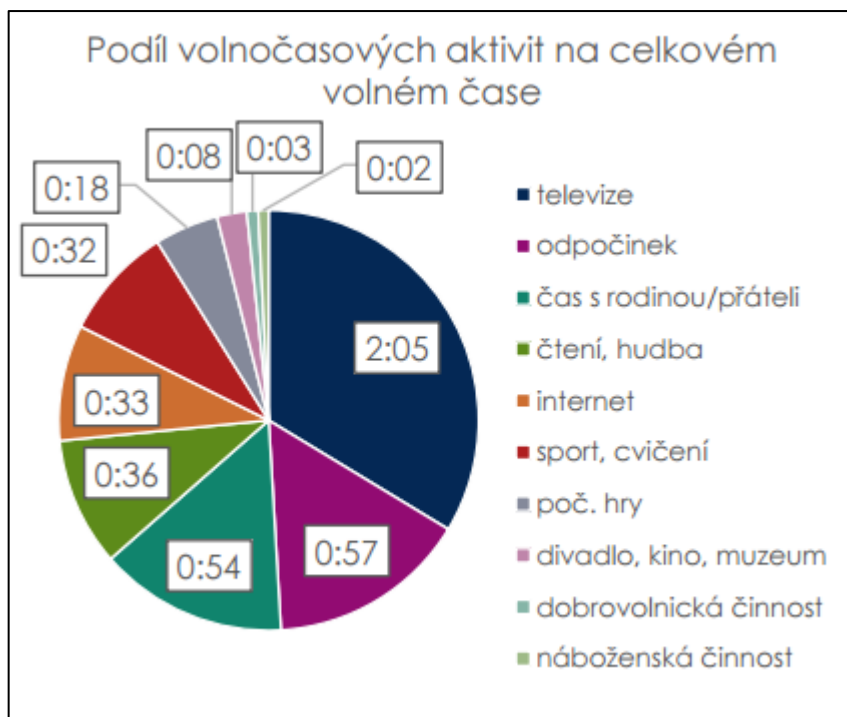
Dle výzkumu *Proměny české společnosti*, který proběhnul v roce 2015 vyplynulo, že na průměrného Čecha spadá:

- 6,5 hodiny volného času a to v běžný den,
- 5 hodin denně tráví volnočasovými aktivitami pracující lidé,
- 6,45 hodin mohou lidé volnému času věnovat o víkendu, avšak množství volného času se s věkem proměňuje (MediaGuru [online]).

Dle výše uvedeného výzkumu patří mezi nejběžnější každodenní volnočasovou aktivitu sledování televize, průměrně to jsou 2 hodiny denně, 1 hodinu denně věnují oddechu a další hodina připadá na rodinu nebo přátele. Půl hodinu denně stráví lidé na internetu, poslechem hudby nebo čtením.



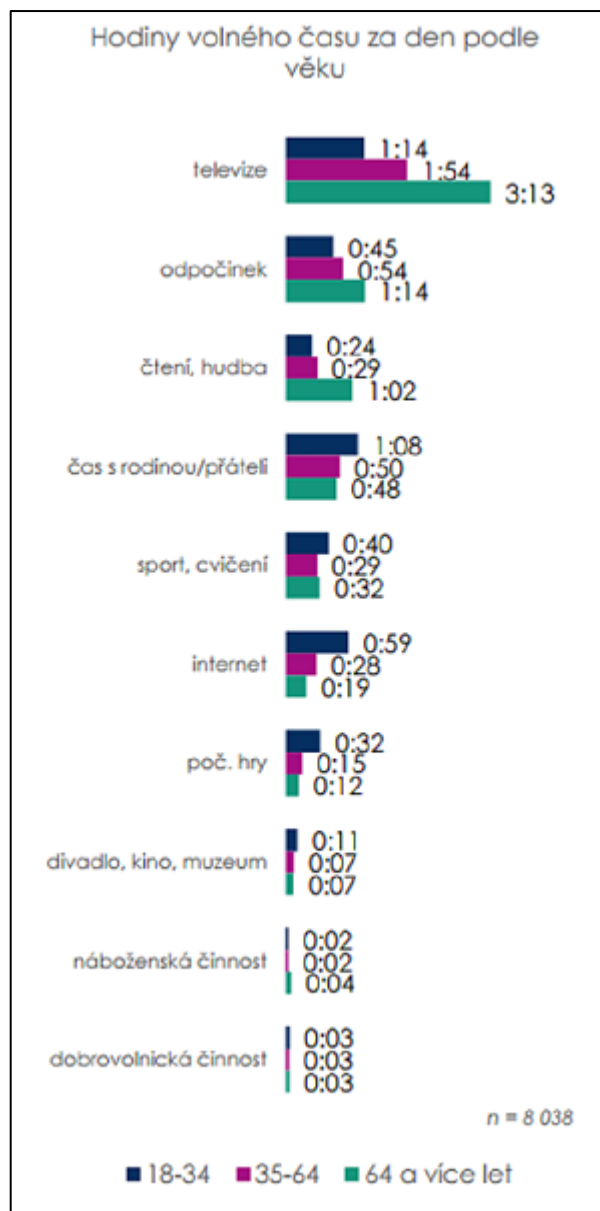
Obrázek 1: Podíl volnočasových aktivit



Zdroj: Proměny české společnosti, SOÚ, n=8038

Výzkum dále ukazuje na to, že průměrná doba, která je ve volném čase vymezena trávením samostatným aktivitám, je usměrněna především věkem. Níže uvedený obrázek, poukazuje na to, kolik hodin volného času za den má česká společnost dle věku a jakým aktivitám je volný čas vyhrazen.

Obrázek 2: Volný čas dle věku



Zdroj: Proměny české společnosti, SOÚ, n=8038

## **II. PRAKTICKÁ ČÁST**

## 5 VÝZKUMNÁ ČÁST

Empirická část bude navazovat na výše vypracovanou teoretickou část, která obsahovala teoretický podklad k diplomové práci.

Praktická část bude zaměřena na kvantitativní výzkum, bude zde prezentován výzkumný cíl práce, hlavní výzkumné otázky, dílčí cíle, hypotézy, výzkumná metoda a výzkumný vzorek. Pro vypracování praktické části byla zvolena publikace od Chrásky z roku 2016 – Metody pedagogického výzkumu: základy kvantitativního výzkumu.

### 5.1 VÝZKUMNÝ CÍL

Hlavním cílem diplomové práce je popsat životní styl Generace mileniálů z hlediska trávení volného času.

Dílčí výzkumné cíle jsou definovat pojmy týkající se předkládané diplomové práce, tj. generace, mileniálové, životní styl, volný čas a provést vlastní zkoumání životního stylu Generace mileniálů z hlediska trávení volného času.

### 5.2 VÝZKUMNÉ OTÁZKY

K dosažení hlavního výzkumného cíle, byla stanovena hlavní výzkumná otázka: Jaký je životní styl Generace mileniálů z hlediska trávení volného času?

*Dílčí výzkumné otázky:*

1. Tráví Generace mileniálů svůj volný čas sportovními aktivitami?
2. Tráví Generace mileniálů svůj volný čas kulturními aktivitami?
3. Věnuje se Generace mileniálů ve svém volném čase sebevzděláváním?
4. Kolik volného času tráví Generace mileniálů na sociálních sítích?
5. S kým Generace mileniálů nejčastěji tráví svůj volný čas?

### 5.3 HYPOTÉZY PRŮZKUMU

Aby mohlo být dosaženo cíle kvantitativního výzkumu, je nutno provést testování hypotéz. Hypotéza je vědecky objasněný předpoklad o určité neznámé skutečnosti. Jedná se o podmíněné tvrzení v rámci vztahu mezi dvěma či více proměnnými. Hypotéza musí být zkonstruována tak, aby byla empiricky ověřitelná. Hypotézy jsou pokaždé v oznamovací větě a uvádějí do vztahu proměnné s proměnnými. Také obsahuje tvrzení o vztazích mezi pro-

měnnými, musí také jít konkrétněji a musí obsahovat jasnou implikaci pro ověření daných vztahů. Tato kritéria vysvětlují, že konstatování hypotézy:

- 1) obsahuje dvě či více proměnných, které jsou měřitelné či potenciálně měřitelné,
- 2) udává, jaký je vztah mezi proměnnými (Olecká, Ivanová, 2010, s. 10).

K tomu, aby byl naplněn cíl diplomové práce k výzkumné části, jsou stanoveny následující hypotézy:

**Hypotéza 1:** Neexistuje statisticky významný rozdíl ve způsobu trávení volného času mezi pohlavím a věnování se sportovním aktivitám ve volném čase Generace mileniálů.

**Hypotéza 2:** Není statisticky významný rozdíl mezi pohlavím a využíváním sociálních sítí ve volném čase u Generace Mileniálů.

## 5.4 VÝZKUMNÝ SOUBOR

Předmětem šetření jsou jevy, konkrétněji osoby, procesy nebo věci. Pro usnadnění vysvětlování budeme hovořit o lidech, které nazýváme subjekty výzkumu. Základní soubor tvoří všichni lidé, od kterých chceme v rámci výzkumu získat informace. Výzkumník si vymezuje základní soubor tak, aby odpovídal uplatnění jeho výsledků. Pro výzkum diplomové práce byla zvolena **Generace mileniálů, tj. lidé narozeni do roku 1985 do roku 1999 včetně**. Všechny získané informace budou uplatnitelné pouze pro výše uvedenou generaci. Výsledky výzkumu nelze praktikovat na jiné základní soubory, neboť jejich vlastnosti mohou být zcela jiné. Pro definování základního souboru je potřebné, aby byl správný, vzhledem k tomu, abychom věděli, na koho se výsledky výzkumu vztahují. Z tohoto důvodu je nutné, aby výzkumník vybral část subjektů, která se nazývá výběrový soubor. S těmito subjekty bude výzkumník v rámci svého výzkumu poté pracovat. Výběrový soubor lze nejlépe získat pomocí náhodného výběru subjektů (Gavora 2000, str. 59-60).

## 5.5 VÝZKUMNÁ METODA

Jako metodika diplomové práce byla zvolena metoda dotazníkového šetření. Dotazníkový průzkum probíhá na základě dotazování, které patří mezi nerozšířenější postupy výzkumu. Dotazování se uskutečňuje pomocí nástrojů – dotazníků. Kontakt výzkumníka a respondenta může být:

- **přímý** (jedná se o písemné zodpovězení otázek),
- **nepřímý** (dotazování je zprostředkováno pomocí tazatele, jenž se stává mezičlánkem výzkumníka a respondenta) (Foret, 2008, s. 47).

*Sestavení dotazníků by mělo vyhovovat třem základním požadavkům:*

- **účelově technickým** (sestavení a formulace otázek do celku, aby dotazovaný odpovídal co nejpřesněji),
- **psychologickým** (vytvoření takových podmínek, aby bylo pro respondenta vyplnění dotazníku snadným, příjemným a chtěným úkolem, a aby respondent odpovídal stručně a pravdivě),
- **srozumitelnosti** (respondent musí všemu rozumět, aby věděl, co je po něm požadováno (Foret, 2008, s. 47).

*K zajištění výše uvedeného pomáhají tyto aspekty:*

- **celkový dojem dotazníku** (vzbuzení zájmu, apel ke spolupráci, zajištění anonymity),
- **formulace otázek** (jednoznačnost, srozumitelnost, validita a spolehlivost),
- **typ otázek** (otevřené, uzavřené a jejich kombinace),
- **manipulace s dotazníkem** (distribuce a sběr, kontrola úplnosti a správnosti) (Foret, 2008. s. 47-48).

Dotazník diplomové práce se skládá z 20 otázek, které si autorka sama sestavila. V hlavičce dotazníku byli respondenti obeznámeni s pokyny a účelem vyplnění dotazníku. Dotazník sloužil pouze Generaci mileniálů (lidé narozeni od roku 1985 do roku 1999 včetně). Dotazník byl přístupný na následující adrese <https://www.vyplnto.cz/databaze-dotazniku/zivotni-styl-generace-mileni/>. Respondenti byli osloveni prostřednictvím sociální sítě Facebook.

V dotazníku se objevovaly otázky otevřené, uzavřené i polouzavřené. Nejčastěji šlo o použití otázek uzavřených, kde měli respondenti předem připravené odpovědi bez možnosti na otázku odpovědět vlastními slovy.

Výzkum proběhl od 29. 03. 2018 do 04. 04. 2018. Pro vyplňování dotazníku nebyl stanoven žádný časový limit a jeho průměrná doba vyplnění se pohybovala v časovém intervalu cca 3 minut. Návratnost dotazníku byla 74,7 %, jehož se zúčastnilo 126 respondentů Generace mileniálů. Všechny dotazníky byly respondenty vyplněny, tudíž nebylo potřeba žádný z dotazníků vyřadit.

Výsledky dotazníky jsou prověřeny Chí-kvadrát testem, též testem dobré shody. Dle Chrástky (2016, s. 71) jde o test, který spadá do kategorie významnosti, u kterého se potvrzuje, zda četnosti, které byly získány, a to měřením v pedagogické realitě, se liší od četností teoretických, které odpovídají určené nulové hypotéze. Vzorec pro výpočet chí-kvadrát testu je následující:

**Závislost kvalitativních znaků** 
$$\chi^2 = \frac{n(ad-bc)^2}{(a+b)(c+d)(a+c)(b+d)}$$

**Rozhodovací pravidlo** 
$$\chi^2 > \chi_{\alpha(1)}^2 \rightarrow H_0 \text{ zamítáme}$$

(Terek, M. Interpretacia štatistiky a dát, s. 211)

## 6 ANALÝZA A INTERPRETACE VÝSLEDKŮ

Z dotazníkového šetření vyplynuly následující zjištění, které byly pro lepší přehlednost znázorněny pomocí tabulek a grafů a následně byly slovně vyhodnoceny.

### 6.1 GRAFY

#### Otázka č. 1 – Jaké je Vaše pohlaví?

Z dotazníkového šetření vyplynulo, že z celkového počtu 126 respondentů je 88 žen (69,84 %) a 38 mužů (30,16 %). Z těchto faktů lze usuzovat, že dotazník vyplnilo větší zastoupení žen.

Tabulka 5: Pohlaví respondentů

Pohlaví	Počet respondentů
Žena	88
Muž	38
<b>Celkem</b>	<b>126</b>

Zdroj: Vlastní zpracování, 2018

Graf 2: Pohlaví respondentů



Zdroj: Dotazníkové šetření, 2018



**Otázka č. 2 – Jaký je Váš rodinný status?**

Nadcházejícím atributem bylo rozčlenění respondentů dle toho, jaký je jejich rodinný status. Možnosti výběru bylo sedm – svobodný/svobodná, ženatý/vdaná, rozvedený/rozvedená, vdovec/vdova, v partnerském vztahu, v registrovaném partnerství a odloučení (rozluka). Na odpověď, zda jsou respondenti vdovec/vdova nebo zda žijí v odloučení žádný respondent neodpověděl, tudíž nebyly zohledněny ve tvorbě grafu. 49 (38,89 %) respondentů, zvolilo možnost „v partnerském vztahu“. O 5 respondentů méně, tj. 44 (34,92 %) zvolilo odpověď, že jsou svobodí, jednalo se tak o druhou nejčastější zvolenou odpověď. Možnost zda žijí v registrovaném partnerství, zvolili 2 respondenti. Odpovědi jsou znázorněny v následující tabulce a grafu.

Tabulka 6: Rodinný status

<b>Odpověď</b>	<b>Počet respondentů</b>
Svobodný/svobodná	44
Ženatý/vdaná	26
Rozvedený/rozvedená	5
Vdova/vdovec	0
V partnerském vztahu	49
V registrovaném partnerství	2
Odloučení (rozluka)	0
<b>Celkem</b>	<b>126</b>

Zdroj: Vlastní zpracování, 2018

Graf 3: Rodinný status



Zdroj: Dotazníkové šetření, 2018

**Otázka č. 3 – Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?**

Třetí otázka se vztahovala k tomu, jaké je nejvyšší dosažené vzdělání respondentů. Z průzkumu vyplynulo, že 69 (54,76 %) Mileniálů má vysokoškolské vzdělání. Pouze 4 respondenti zvolili odpověď, že jejich nejvyšší dosažené vzdělání je základní vzdělání. Všechny odpovědi jsou zpracovány v následující tabulce a grafu.

Tabulka 7: Nejvyšší dosažené vzdělání

Odpo věď	Poč et respondentů
Základní vzdělání	4
Středoškolské vzdělání s maturitou	37
Středoškolské vzdělání s výučním listem	8
Vyšší odborné vzdělání	8

Vysokoškolské vzdělání	69
<b>Celkem</b>	<b>126</b>

Zdroj: Vlastní zpracování, 2018

Graf 4: Nejvyšší dosažené vzdělání



Zdroj: Dotazníkové šetření, 2018

#### Otázka č. 4 – Jaký je Váš ekonomický status?

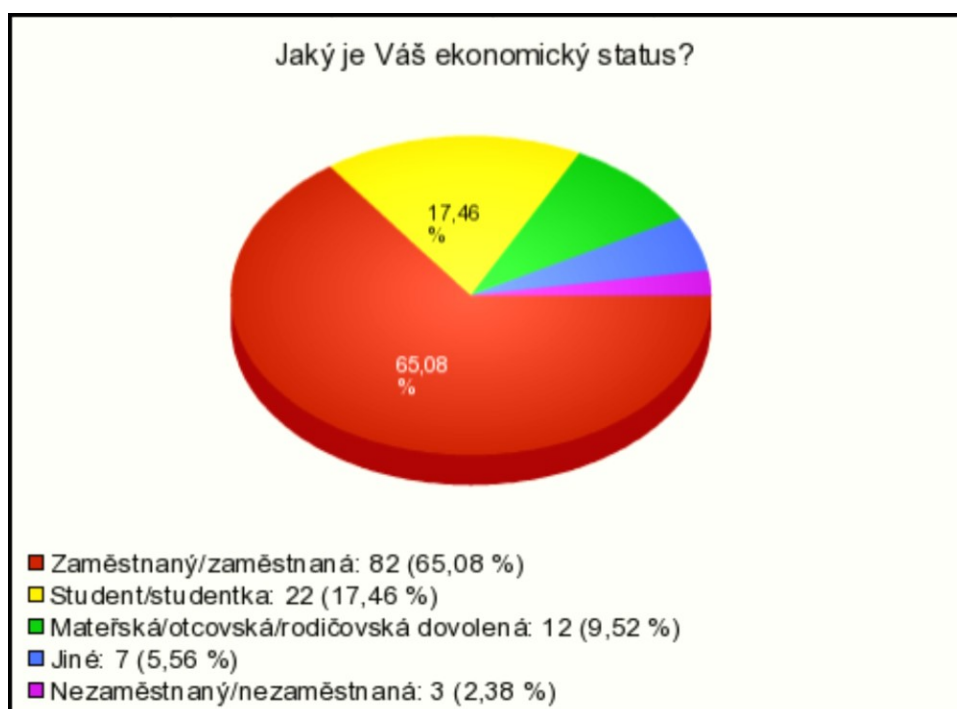
Posledním identifikačním znakem rozdělení respondentů byla otázka na jejich ekonomický status. Zda patří do skupiny Generace mileniálů, kteří stále navštěvují vzdělávací instituci, docházejí nebo nedocházejí do zaměstnání, jsou na mateřské/otcovské/rodičovské dovolené nebo patří do jiné skupiny. Z tabulky i grafu je patrné, že nejčastější odpovědí bylo, že 82 (65,08 %) Mileniálů je zaměstnaných a studentů je 22 (17,46 %), což byla druhá nejčastěji zvolená odpověď. Do kategorie „jiné“ se řadí 7 (5,56 %) Mileniálů, o čem vypovídá, že do dané skupiny mohou patřit Mileniálové, kteří jsou např. vedeni v evidenci uchazečů o zaměstnání, pobírají invalidní důchod apod.

Tabulka 8: Ekonomický status

Odpo věď	Poč et respondentů
Student/studentka	22
Zaměstnaný/zaměstnaná	82
Nezaměstnaný/nezaměstnaná	3
Mateřská/otcovská/rodičovská dovolená	12
Jiné	7
<b>Celkem</b>	<b>126</b>

Zdroj: Vlastní zpracování, 2018

Graf 5: Ekonomický status



Zdroj: Dotazníkové šetření, 2018

**Otázka č. 5 – Napište jedním slovem, co si představíte pod pojmem „volný čas“:**

Na výše uvedenou otázku měli respondenti odpovědět vlastními slovy, bez možnosti výběru. Pod pojmem „volný čas“ si 10 (7,94 %) respondentů představilo relaxaci nebo odpočinek. Dále respondenti uváděli např. zábavu, volno, sport, svobodu, spánek aj. V kategorii „ostatní odpovědi“ se skrývají pojmy, které již neměli takovou četnost, aby byly zmíněny v tabulce a grafu.

Tabulka 9: Představa o volném čase

<b>Odpověď</b>	<b>Počet respondentů</b>
Relax	10
Odpočinek	10
Zábava	6
Volno	5
Sport	4
Klid	3
Svoboda	3
Spánek	2
Dovolená	2
Rodina	2
Ostatní odpovědi	79
<b>Celkem</b>	<b>126</b>

Zdroj: Vlastní zpracování, 2018

Graf 6: Představa o volném čase



Zdroj: Dotazníkové šetření, 2018

### Otázka č. 6 – Jak moc je volný čas ve Vašem životě důležitý?

Jednalo se o uzavřenou otázku, kde měli respondenti na výběr ze čtyř možností. Žádný respondent neuvedl, že by pro něj nebyl jeho volný čas nedůležitý, tudíž daná odpověď nebyla v grafu zohledněna. Z níže uvedených výsledků vyplývá, že pro 69 (54,76 %) Mileniálů je volný čas velmi důležitý, pro 54 (42,86 %) Mileniálů je jejich volný čas dost důležitý, pouze 3 (2,38 %) respondenti odpověděli, že pro ně není volný čas příliš důležitý.

Tabulka 10: Důležitost volného času

Odpověď	Počet respondentů
Velmi důležitý	69
Dost důležitý	54
Ne příliš důležitý	3
Nedůležitý	0
<b>Celkem</b>	<b>126</b>

Zdroj: Vlastní zpracování, 2018

Graf 7: Důležitost volného času



Zdroj: Dotazníkové šetření, 2018

**Otázka č. 7 – Jak moc jste spokojeni s trávením svého volného času?**

Na výše zmíněnou otázku, museli respondenti rozhodnout mezi možnostmi: „výborný“, „chvalitebný“, „dobrý“, „dostatečný“ a „nedostatečný“. Z toho 63 (50 %) Mileniálů odpovědělo, že trávení svého volného času hodnotí chvalitebně, 15 (11,9 %) Mileniálů hodnotí spokojenost s trávením svého volného času na výbornou. Možnosti výběru „dostatečný“ a „nedostatečný“ zvolilo přesně půl na půl 8 respondentů, tj. (6,35 %).

Tabulka 11: Spokojenost s trávením volného času

<b>Odpověď</b>	<b>Počet respondentů</b>
Výborný	15
Chvalitebný	63
Dobrý	32
Dostatečný	8
Nedostatečný	8
<b>Celkem</b>	<b>126</b>

Zdroj: Vlastní zpracování, 2018



Graf 8: Spokojenost s trávením volného času



Zdroj: Dotazníkové šetření, 2018

**Otázka č. 8 – Kolik máte volného času denně?**

Respondenti museli zvolit jednu z nabízených odpovědí. Odpovědi na tuto otázku mohou být zarážející, jelikož většina Mileniálů uvedla, že denně mají pouze 0-3 hodin denně volného času, z čehož vyplývá, že Generace mileniálů nemá dostatek volného času. Pouze 9 (7,14 %) Mileniálů uvedlo, že mají 10 a více hodin volného času denně.

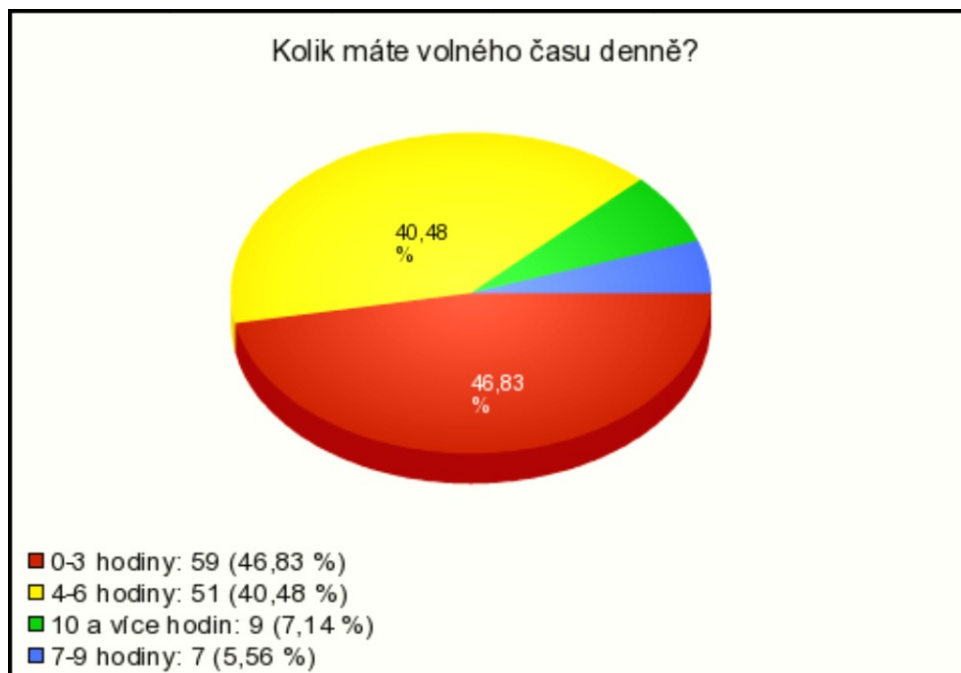
Tabulka 12: Volný čas

Odpověď	Počet respondentů
0-3 hodiny	59
4-6 hodin	51
7-9 hodin	7

10 a více hodin	9
<b>Celkem</b>	<b>126</b>

Zdroj: Vlastní zpracování, 2018

Graf 9: Volný čas



Zdroj: Dotazníkové šetření, 2018

### Otázka č. 9 - S kým nejčastěji trávíte volnočasové aktivity?

Z výzkumu vyplývá, že Mileniálové nejčastěji tráví volnočasové aktivity s partnery, tuto možnost zvolilo 51 (40,48 %) Mileniálů. U možností, zda tráví volnočasové aktivity sami nebo s rodinou byly odpovědi rozděleny přesně na půl, tedy 25 Mileniálů, tj. (19,84 %) tráví volnočasové aktivity nejčastěji sami nebo s rodinou. Všechny odpovědi jsou zpracovány v následující tabulce a grafu. 7 Mileniálů uvedlo, že volnočasové aktivity tráví s někým jiným než z níže uvedených možností.

Tabulka 13: Trávení volnočasových aktivit

Odpoověď	Počet respondentů
Sám/sama	25
S rodinou	25
S přáteli	18
S partnerem/partnerkou	51
Jiné	7
<b>Celkem</b>	<b>126</b>

Zdroj: Vlastní zpracování, 2018

Graf 10: Trávení volnočasových aktivit



Zdroj: Dotazníkové šetření, 2018

**Otázka č. 10 – Sportujete ve svém volném čase?**

Na otázku odpovídalo všech 126 respondentů. Zde byly výsledky zcela jednoznačné. 82 (65,08 %) Mileniálů odpovědělo, že ve svém volném čase sportuje a 44 (34,92 %) Mileniálů se ve svém volném čase nevěnuje sportu.

Tabulka 14: Sport ve volném čase

Odpověď	Počet respondentů
Ano	82
Ne	44
<b>Celkem</b>	<b>126</b>

Zdroj: Vlastní zpracování, 2018

Graf 11: Sport ve volném čase



Zdroj: Dotazníkové šetření, 2018

**Otázka č. 11 – Kolikrát týdně sportujete?**

Respondenti měli na výběr z 6 možností. Žádný respondent neuvedl, že sportuje každý den v týdnu, tudíž odpověď nebyla zohledněna v grafu. Nejčastěji zvolenou odpovědí bylo, že 54 (42,86 %) respondentů sportuje 1x – 2x týdně, o 20 respondentů méně, tj. 34 (26,98 %), zvolilo možnost, že nesportuje vůbec, což byla druhá nejčastěji volená odpověď.

Tabulka 15: Pravidelnost sportování

<b>Odpověď</b>	<b>Počet respondentů</b>
Vůbec nesportuji	34
1x – 2x týdně	54
3x – 4x týdně	26
5x – 6x týdně	11
Každý den v týdnu	0
Vícekrát	1
<b>Celkem</b>	<b>126</b>

Zdroj: Vlastní zpracování, 2018

Graf 12: Pravidelnost sportování



Zdroj: Dotazníkové šetření, 2018

**Otázka č. 12 – Žijete kulturním životem ve svém volném čase?**

Na otázku odpovídalo všech 126 respondentů. Zde jsou výsledky velmi uspokojivé, jelikož 98 (77,78 %) respondentů uvedlo, že ve svém volném čase žije kulturním životem. Pouze 28 (22,22 %) respondentů odpovědělo, že ve svém volném čase nenavštěvuje kulturní akce ve volném čase. Z toho vyplývá, že i přesto mohou žít kulturním životem, ale např. v rámci školních či pracovních povinností.

Tabulka 16: Kulturní život ve volném čase

Odpověď	Počet respondentů
Ano	98
Ne	28
<b>Celkem</b>	<b>126</b>

Zdroj: Vlastní zpracování, 2018

Graf 13: Kulturní život ve volném čase



Zdroj: Dotazníkové šetření, 2018

### 13 – Jaké kulturní akce preferujete?

U dané otázky museli respondenti zvolit alespoň některou z nabízených odpovědí, maximálně však 3 odpovědi, jednalo se o uzavřenou otázku. Největší zastoupení z předem stanovených odpovědí, což je 74 (58,73 %) Mileniálů, preferuje návštěvu kina. Druhá nejčastěji zvolená odpověď Mileniálů je, že preferují navštěvují hudebních akcí, tj. 68 (53,97 %). Třetí nejčastější odpovědí je, že 57 (45,24 %) Mileniálů navštěvuje divadlo. Další odpovědi se skrývají pod pojmy „jiné“.

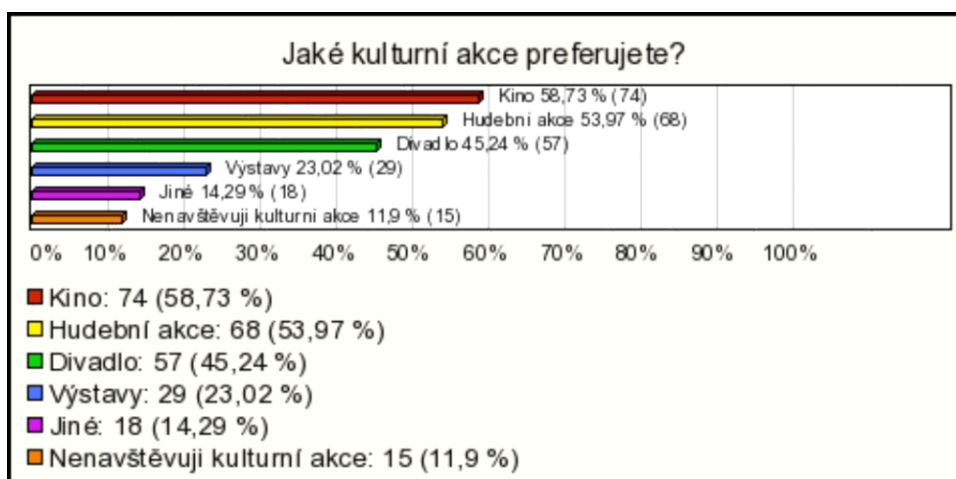
Tabulka 17: Návštěva kulturních akcí

Odpověď	Počet respondentů
Kino	74
Divadlo	57
Hudební akce	68

Výstavy	29
Nenavštěvuji kulturní akce	15
Jiné	18
<b>Celkem</b>	<b>261</b>

Zdroj: Vlastní zpracování ,2018

Graf 14: Návštěva kulturních akcí



Zdroj: Dotazníkové šetření, 2018

#### Otázka č. 14 – Jak často navštěvujete kulturní akce (kino, divadlo, koncerty, apod.)?

Největší zastoupení měla zvolená možnost, že 57 (45,24 %) Mileniálů navštěvuje kulturní akce jednou za čas. O 18 respondentů méně uvedlo, že navštěvuje kulturní akce často. Dále pak 20 (15,87 %) respondentů uvedlo, že navštěvuje kulturní akce výjimečně.

Tabulka 18: Četnost návštěvy kulturních akcí

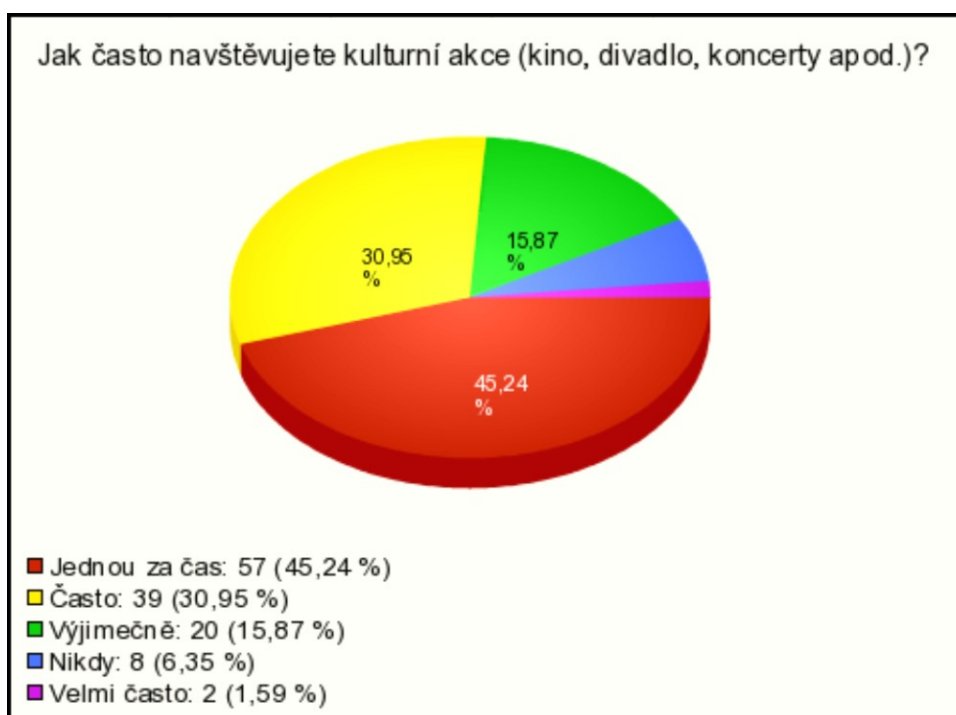
Odpověď	Počet respondentů
Nikdy	8
Jednou za čas	57



Výjimečně	20
Často	39
Velmi často	2
<b>Celkem</b>	<b>126</b>

Zdroj: Vlastní zpracování, 2018

Graf 15: Čestnost navštěvy kulturních akcí



Zdroj: Dotazníkové šetření, 2018

#### Otázka č. 15 – Využíváte sociální sítě ve svém volném čase?

Zde jsou výsledky zcela výstižné, 115 (91,27 %) Mileniálů uvedlo, že ve svém volném čase využívá sociální sítě. Pouze 11 (8,73 %) Mileniálů uvedlo, že sociální sítě ve svém volném čase nevyužívá.

Tabulka 19: Užívání sociálních sítí

Odověď	Poč�t respondentů
Ano	115
Ne	11
<b>Celkem</b>	<b>126</b>

Zdroj: Vlastní zpracování, 2018

Graf 16: Užívání sociálních sítí



Zdroj: Dotazn kov  šetření, 2018

### Otázka  . 16 – Jak  sociální s t  využíváte?

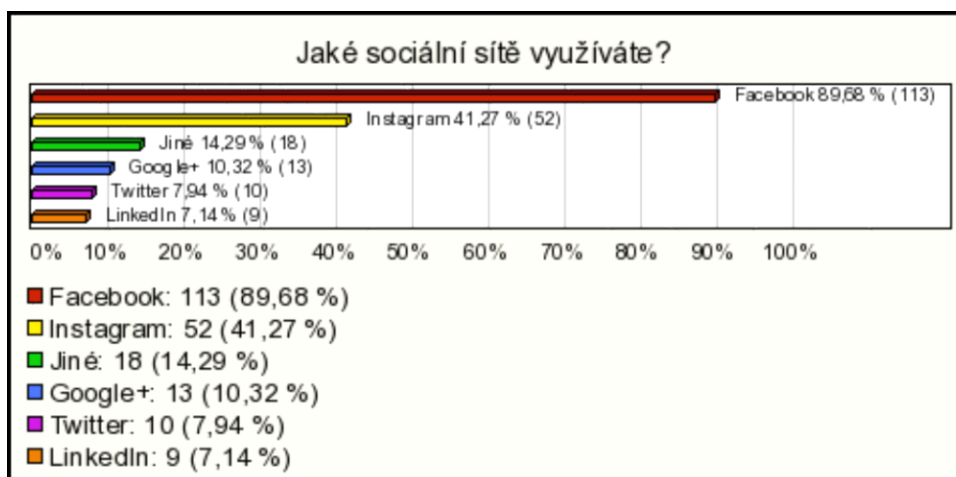
Respondenti měli na výběr z 6 moznost , při  emz museli zvolit alespoň některou z nabízených odověd , maxim ln  vřak 3 moznosti. jednalo se o uzavřenou otázku. Nejvíce respondentů 113 (89, 68 %) zvolilo, že nejčastěji využívájí sociální sítě Facebook. Instagram, se stal druhou nejčastěji odověd , kterou zvolilo 52 (41,27 %) respondentů. Nejmenř  zastoupení měla sociální s t  LinkedIn s 9 respondenty, tj. (7,14 %). Dalř  odovědi se skr v j  pod pojmy „jin “.

Tabulka 20: Nejvíce využívané sociální sítě

Odpoověď	Počet respondentů
Facebook	113
Instagram	52
Twitter	10
LinkedIn	9
Google+	13
Jiné	18
<b>Celkem</b>	<b>215</b>

Zdroj: Vlastní zpracování, 2018

Graf 17: Nejvíce využívané sociální sítě



Zdroj: Dotazníkové šetření, 2018

**Otázka č. 17 – Kolik hodin denně trávíte na sociálních sítích?**

Na otázku odpovídalo všech 126 respondentů. Největší zastoupení měla odpověď, že na sociálních sítích tráví Generace mileniálů 1-2 hodiny denně, ze 126 respondentů takto odpovědělo 55 (43,65 %) Mileniálů. Dále pak 34 (26,98 %) odpovědělo, že tráví na sociálních sítích méně než jednu hodinu denně. Stejný počet respondentů, tj. 5 respondentů, odpovědělo, že tráví na sociálních sítích 5-6 hodin denně a 7 a více hodin denně. Pouze 6 respondentů zvolilo možnost, že nepoužívá sociální sítě.

Tabulka 21: Počet hodin strávených na sociálních sítích

<b>Odpověď</b>	<b>Počet respondentů</b>
Nepoužívám sociální sítě	6
Méně než 1 hodinu	34
1-2 hodiny	55
3-4 hodiny	21
5-6 hodin	5
7 a více hodin	5
<b>Celkem</b>	<b>126</b>

Zdroj: Vlastní zpracování, 2018

Graf 18: Počet hodin strávených na sociálních sítích



Zdroj: Dotazníkové šetření, 2018

**Otázka č. 18 – Jsou pro Vás následující činnosti důležité při trávení volného času? (1 = určitě ano, 2 = spíše ano, 3 = spíše ne, 4 = určitě ne)**

Respondent se musel u každé podotázky rozhodnout mezi odpověďmi 1, 2, 3 a 4.

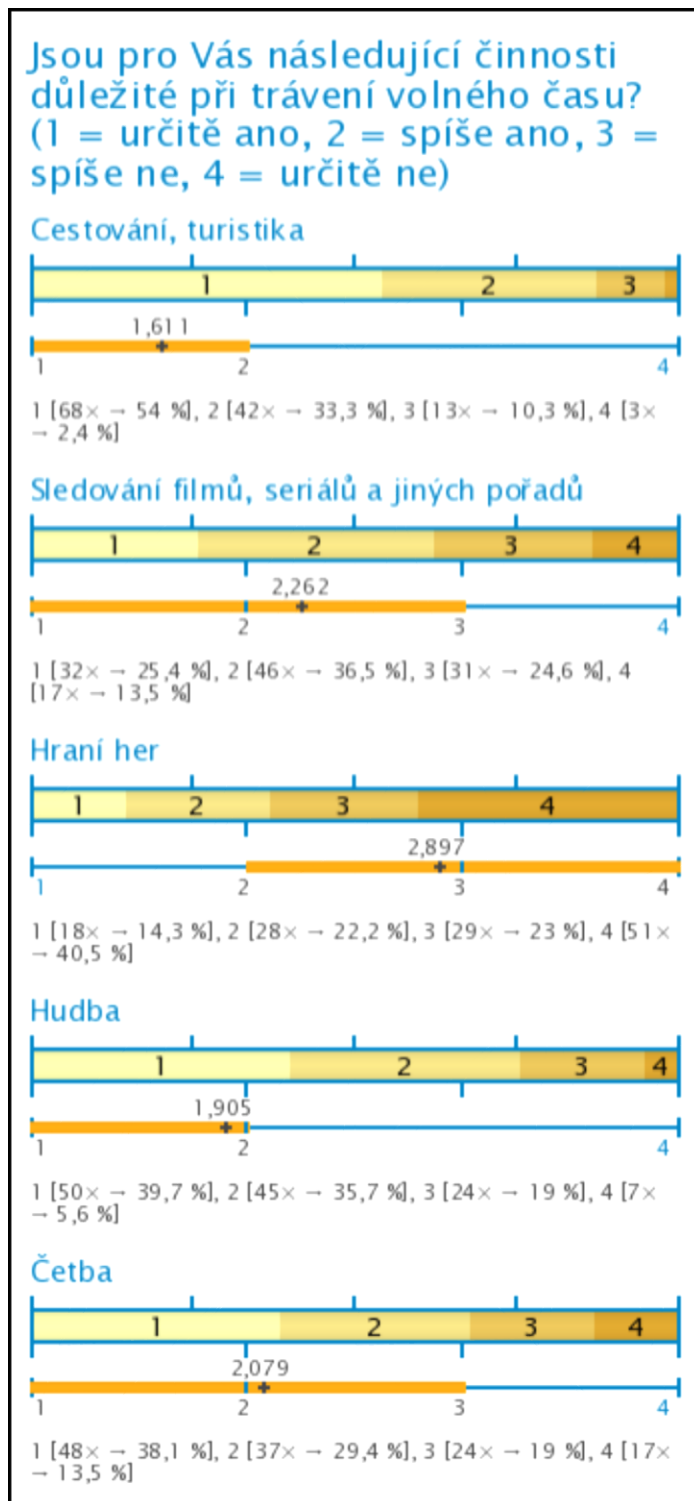
První kategorie cestování a turistika byla respondenty hodnocena, jako důležitá, jelikož hodnotili převážně známkou 1 a 2, což odpovídá slovnímu hodnocení „určitě ano“ a „spíše ano“. Kategorie sledování filmů, seriálů a jiných pořadů byla respondenty hodnocena převážně známkou 2 a 1, to odpovídá slovnímu hodnocení především „spíše ano“. Hraní her bylo respondenty hodnoceno spíše negativně, a to známkou 3 a 4, tedy „spíše ne“, „určitě ne“.

Tabulka 22: Důležitost činností při trávení volného času

Podotázka	Průměr	Rozptyl
Cestování, turistika	1, 611	0,587
Sledování filmů, seriálů a jiných pořadů	2, 262	0,971
Hraní her	2, 897	1,188
Hudba	1,905	0,8
Četba	2,079	1,105

Zdroj: Vlastní zpracování, 2018

Graf 19: Důležitost činností při trávení volného času



Zdroj: Dotazníkové šetření, 2018

**Otázka č. 19 – Vzděláváte se ve svém volném čase?**

Výše položená otázka je zcela zřetelná z níže uvedené tabulky a grafu. Na odpověď, zda se Mileniálové vzdělávají ve svém volném čase odpovědělo všech 126 respondentů, z toho 91 (72,22 %) Mileniálů se ve volném čase vzdělává a 35 (27,78 %) Mileniálů se dále nevzdělává.

Tabulka 23: Vzdělávání se ve volném čase

Odpověď	Počet respondentů
Ano	91
Ne	35
<b>Celkem</b>	<b>126</b>

Zdroj: Vlastní zpracování, 2018

Graf 20: Vzdělávání se ve volném čase



Zdroj: Dotazníkové šetření, 2018



**Otázka č. 20 – Jakou formu vzdělávání preferujete?**

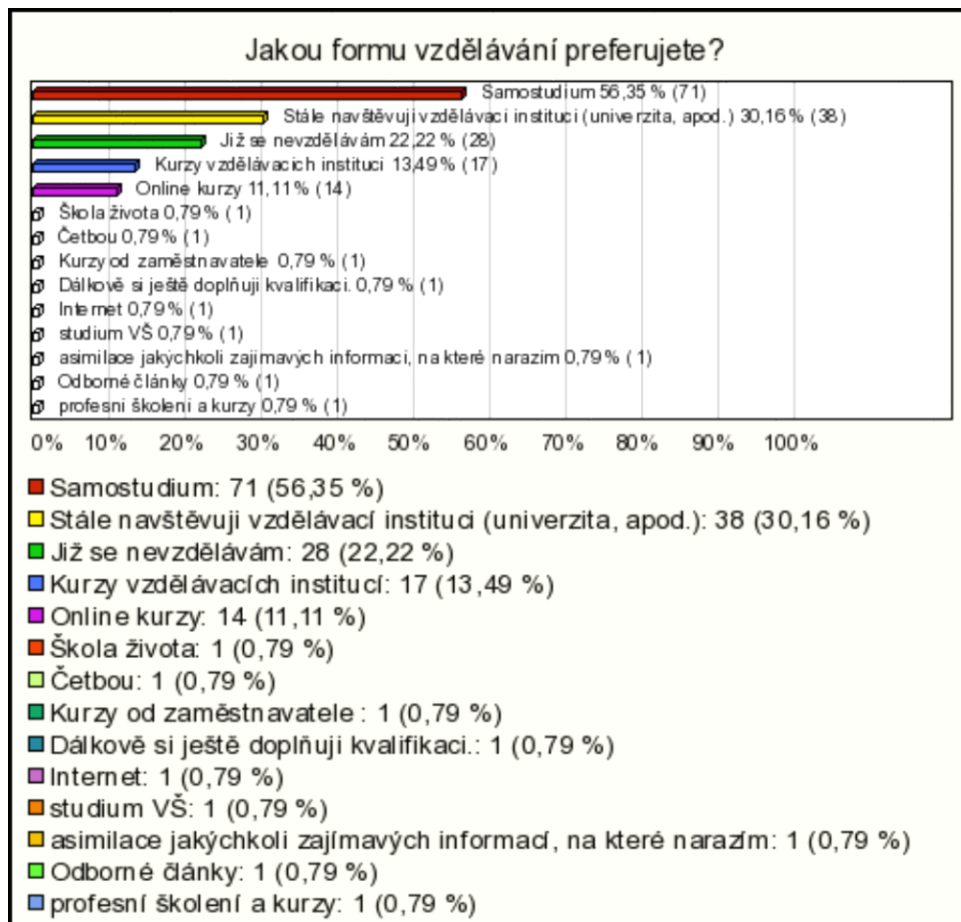
Respondenti zde měli na výběr z 5 možností. Pokud jim ani jedna možnost nevyhovovala, mohli napsat odpověď svými slovy, čehož využilo 9 respondentů. V kategorii „jiné“ se skrývají pojmy, které již neměly takovou četnost, aby byly detailněji popsány v tabulce. 28 (22,22 %) respondentů uvedlo, že se již nezdělává. Z níže uvedené tabulky a grafu je patrné, že 71 (56,35 %) Mileniálů preferuje formu vzdělávání se především samostudiem. Vzdělávací instituci stále navštěvuje 38 (30,16%) respondentů.

Tabulka 24: Forma vzdělávání

Odpověď	Počet respondentů
Stále navštěvuji vzdělávací instituci (univerzita, apod.)	38
Samostudium	71
Online kurzy	14
Kurzy vzdělávacích institucí	17
Již se nevzdělávám	28
Jiné	9

Zdroj: Vlastní zpracování, 2018

Graf 21: Forma vzdělávání



Zdroj: Dotazníkové šetření, 2018

## 6.2 HYPOTÉZY

Hypotéza 1: Neexistuje statisticky významný rozdíl ve způsobu trávení volného času mezi pohlavím a věnováním se sportovním aktivitám ve volném čase Generace mileniálů.

Tabulka 25: Hypotéza č. 1

Hypotéza č. 1		Sport		
		Ano	Ne	Celkem
Pohlaví	Ženy	61	27	88
	Muži	21	17	38
	Celkem	82	44	126

Zdroj: Vlastní zpracování, 2018

$$\chi^2 = \frac{n(ad - bc)^2}{(a + b)(c + d)(a + c)(b + d)}$$

$$\chi^2 = \frac{126(61 * 17 - 27 * 21)^2}{(61 + 27) * (21 + 17) * (61 + 21) * (27 + 17)}$$

$$\chi^2 = \frac{126(1037 - 567)^2}{88 * 38 * 82 * 44}$$

$$\chi^2 = \frac{126 * 470^2}{12065152}$$

$$\chi^2 = \frac{126 * 220900}{12065152}$$

$$\chi^2 = \frac{27833400}{12065152}$$

$$\chi^2 = 2,3069$$

Porovnáme výsledek s testovacím kritériem  $\chi^2 > \chi^2_{0,05(1)}$ , tj.  $2,3069 < 3,841$

$H_0$  potvrzujeme – mezi sledovanými znaky neexistuje žádná statisticky významná závislost. Pohlaví tedy neovlivňuje, zda lidé z Generace mileniálů sportují či nikoli.

**Hypotéza 2: Není statisticky významný rozdíl mezi pohlavím a využíváním sociálních sítí ve volném čase u Generace Mileniálů.**

Tabulka 26: Hypotéza č. 2

Hypotéza č. 2		Sociální síť		
		Ano	Ne	Celkem
Pohlaví	Muži	36	2	38
	Ženy	79	9	88
	Celkem	115	11	126

Zdroj: Vlastní zpracování, 2018

$$\chi^2 = \frac{n(ad - bc)^2}{(a + b)(c + d)(a + c)(b + d)}$$

$$\chi^2 = \frac{126 * (36 * 9 - 2 * 79)^2}{38 * 88 * 115 * 11}$$

$$\chi^2 = \frac{126 * (324 - 158)^2}{38 * 88 * 115 * 11}$$

$$\chi^2 = \frac{126 * 27556}{4230160}$$

$$\chi^2 = \frac{3472056}{4230160}$$

$$\chi^2 = 0,8207$$

Porovnáme výsledek s testovacím kritériem  $\chi^2 > \chi^2_{0,05(1)}$ , tj.  $0,8207 < 3,841$

$H_0$  potvrzujeme – mezi sledovanými znaky neexistuje žádná statisticky významná závislost. Pohlaví tedy neovlivňuje, zda lidé z Generace mileniálů využívají sociální sítě.

### 6.3 ZÁVĚREČNÉ SHRUTÍ VÝZKUMU

Teoretická část byla od počátku spojena s životním stylem Generace mileniálů a trávením jejich volného času. Cílem diplomové práce bylo zjistit, jaký je životní styl Generace mileniálů z hlediska trávení volného času. Teoretický podklad byl v empirické části zmapován za pomoci výzkumného šetření (dotazník). Výzkumné šetření se od počátku práce opíralo o 2 hypotézy, které byly v předchozí kapitole vyhodnoceny spolu s komentářem.

Pro většinu Mileniálů je volný čas velmi důležitý, ale na druhou stranu mají pouze 3 hodiny denně na volnočasové aktivity, což je velmi zarážejícím zjištěním. Drtivá většina respondentů hodnotí spokojenost s trávením svého volného času známkou chvalitebný. Volný čas tráví nejčastěji relaxací, odpočinkem, zábavou nebo si užívají volna a svobody. Drtivá většina Mileniálů žije kulturním životem. Mezi jejich nejoblíbenější kulturní akce patří návštěva kina, divadla či návštěva hudebních akcí. Co se týče sportu, velká většina Mileniálů uvedla, že ve volném čase se věnuje sportovním aktivitám, lze to tedy hodnotit jako pozitivní fakt. Své volnočasové aktivitu tráví nejčastěji se svými protějšky. Překvapivým faktem je to, že se Mileniálové ve volném čase stále vzdělávají, jako nejčastější formu pro vzdělávání využívají samostudia, kurzů vzdělávacích institucí nebo se dále vzdělávají pomocí online kurzů, které jsou dostupné na internetu.

Největší počet respondentů získala otázka, zda ve svém volném čase využívají sociální síť. Sociální síť ve volném čase využívá 115 Mileniálů ze 126 respondentů, ale zároveň je překvapivým zjištěním to, že jen malá část tráví na internetu 10 hodin a více. Nejoblíbenější sociální síť je pro ně jednoznačně Facebook. Při trávení volnočasových aktivit shledávají za důležitou aktivitu cestování a turistiku, poslech hudby a četbu. Jako nejméně důležitou činností při trávení svého volného času vidí hraní her.

## 6.4 DOPORUČENÍ PRO PRAXI

Jelikož z výzkumu vyplynulo, že Generace mileniálů využívá sociální síť Facebook a to ve velkém množství respondentů, je Generace mileniálů každodenně obklopena světem na sociálních sítích, může tak jít o prostředek, který žákům ve školních institucích umožní naučit se komunikovat a být efektivnější i v rámci vyučovacího procesu. V současnosti není internet pouhým nástrojem na vyhledávání informací, ale je i prostorem pro sdílení obsahu a vlastní tvorbu. Generace mileniálů neustále na sociálních sítích zveřejňuje a sdílí spoustu informací, tak proč nevyužít sociální sítě k tomu, aby se staly moderním prostředkem pro vyučování ve školních institucích.

Prostředkem pro řešení výše popsané problematiky, by mohla sloužit sociální síť Facebook nebo jiná sociální síť, přímo vytvořena pro vzdělávání. V rámci jedné třídy, by na sociální síti studenti měli vytvořenou vlastní skupinu, kde by jim učitel zadával běžné domácí úkoly. Každý student by pak mohl o dané problematice k tématu natočit video a sdílet jeho obsah na sociální síti, a to v rámci skupiny třídy, tak na svém profilu. Vedlo by to k tomu, že by žáky výuka bavila a zároveň se učili z natočených videí navzájem k dané problematice. V rámci školní výuky by si mohli videa jednotlivých žáků přehrávat a diskutovat tak společně s kantorem. Avšak při vzdělávání skrze sociální sítě by musela být stanovena jasná pravidla. Takové doporučení by s sebou musela nést jasná stanoviska, kdo se může do sítě zapojit apod. S tím spočívá fakt, že přístup k internetu by museli mít studenti neustále k dispozici, jak ve školním, tak domácím prostředí, což by mohlo být problémem pro studenty, kteří pocházejí z nižší společenské vrstvy.

Taková sociální síť by se však měla vyznačovat jednoduchým nastavením, co se týče správy sítě. Měla by být srozumitelná a jasná pro všechny. Jelikož by se jednalo o výuku, měl by být na výukový obsah brán velký zřetel jako, snadné vkládání materiálů, videí apod.

Dále uzpůsobit výukové prostředí srze sociální sítě tak, aby učitel mohl žáky hodnotit a dávat jim tak zpětnou vazbu.

Sociální sítě by se tak staly nástrojem pro zkvalitnění a zefektivnění vyučovacího procesu, jelikož Mileniálové jsou každodenně obklopeni světem sociálních sítích. Studenti by tak mohli v rámci svého volného času, který tráví na sociálních sítích využít kvalitněji než doposud.

## ZÁVĚR

Generace mileniálů pojmenovává jednu celou lidskou skupinu narozenou mezi sedmdesátými a devadesátými lety. Konkrétní časové ohraničení se dle jednotlivých pramenů liší a není ustálené. Na formování charakteristických rysů každé generace mají vliv také společně zažité události a klíčové historické momenty, které výrazně ovlivnily názorové přesvědčení a chování jejich příslušníků, a tím je tak odlišilo od generací předchozích. Specifické pro Generaci mileniálů je to, že na začátku jejich dětství a dospívání nedošlo k žádným zásadním tragickým událostem, a tak jde o generaci, která žila obklopená technickými vymoženostmi a znala pouze růst ekonomiky.

Kapitoly diplomové práce byly navzájem prolínány a všem kapitolám byl kladen stejně velký důraz. Teoretická část tak pojednává o Generaci mileniálů, životním stylu a volném čase.

Výzkumná část nám znázornila, že se srovnáním s předchozími generacemi má Generace mileniálů ohledně pěstování a udržování sociálních vztahů nepřeborné možnosti týká se to např. moderních technologií. Nové kontakty si mohou příslušníci této generace vytvářet nejen osobně, ale i prostřednictvím virtuálního světa. Generace mileniálů tráví hodně času na sociálních sítích, ale dokáže žít i kulturním životem. Jelikož je volný čas důležitou kapitolou našeho života měli bychom na něj brát velký zřetel i přes to, že jsme obklopeni řadou moderních a technických vymožeností.



**SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY**

- [1] BERGH, Joeri van den a Mattias BEHRER. *Jak cool značky zůstávají hot: marketing zaměřený na mladou "generaci Y"*. Vyd. 1. Brno: BizBooks, 2012, s. 248. ISBN 978-80-265-0002-5.
- [2] BLÁHA, Jiří, Andrea ČOPÍKOVÁ a Petra HORVÁTHOVÁ. *Řízení lidských zdrojů*. 1. vyd. Praha: Management Press, Albatros Media a.s., 2017, 240 s. ISBN 978-80-7261-434-9.
- [3] ČERTÍK, Miroslav a Věra FIŠEROVÁ. *Volný čas, životní styl a cestovní ruch*. Praha: Vysoká škola hotelová v Praze 8, 2009, 103 s. ISBN 978-80-86578-93-4.
- [4] ČEVELA, Rostislav, Libuše ČELEDOVÁ a Hynek DOLANSKÝ. *Výchova ke zdraví pro střední zdravotnické školy*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2009, 112 s. ISBN 978-80-247-2860-5.
- [5] DUFFKOVÁ, Jana; URBAN, Lukáš; DUBSKÝ, Josef. *Sociologie životního stylu*. Plzeň: Aleš Čeněk, 2008. 237 s. ISBN 987-80-7380-123-6.
- [6] FORET, Miroslav. *Marketingový průzkum: poznáváme svoje zákazníky*. Vyd. 1. Brno: Computer Press, 2008, 121 s. ISBN 978-80-251-2183-2.
- [7] FRAŇKOVÁ, Slávka, Jiří ODEHNAL a Jana PAŘÍZKOVÁ. *Výživa a vývoj osobnosti dítěte*. Praha: HZ Editio, 2000., 200 s. ISBN 80-86009-32-7.
- [8] GAVORA, Peter. *Úvod do pedagogického výzkumu*. Brno: Paido, 2000, 207 s. ISBN 80-85931-79-6.
- [9] GEIST, Bohumil. *Sociologický slovník*. Praha: Victoria Publishing, 1992, 647 s. ISBN 80-85605-28-7.
- [10] HARTL, Pavel a Helena HARTLOVÁ. *Psychologický slovník*. 3., aktualiz. vyd. Praha: Portál, 2015, 776 s. ISBN 978-80-262-0873-0.
- [11] HÁJEK, Bedřich, Břetislav HOFBAUER a Jiřina PÁVKOVÁ. *Pedagogické ovlivňování volného času: současné trendy*. Praha: Portál, 2008, 239 s. ISBN 978-80-7367-473-1.
- [12] HOFBAUER, Břetislav. *Děti, mládež a volný čas*. 1. Vyd. Praha: Portál, 2004, 174 s. ISBN 80-7178-927-5.
- [13] HULANOVÁ, Lenka. *Internetová kriminalita páchaná na dětech*. 1. Vyd. Praha: Triton, 2012, 224s. 978-80-7387-545-9.

- [14] CHRÁSKA, Miroslav. *Metody pedagogického výzkumu: základy kvantitativního výzkumu*. Praha: Grada, 2016. Pedagogika. ISBN 978-80-247-5326-3.
- [15] JANDOUREK, Jan. *Slovník sociologických pojmů: 610 hesel*. Praha: Grada, 2012, 264 s. ISBN 978-80-247-3679-2.
- [16] JANIŠ, Kamil. *Úvod do problematiky volného času*. Vyd. 1. Opava: Selzská univerzita v Opavě, 2009, 61 s. ISBN: 978-80-7248-530-7.
- [17] KOCIÁNOVÁ, Renata. *Personální řízení: Východiska a vývoj*. 2., přeprac. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2012, 152 s. ISBN: 978-80-247-7640-8.
- [18] KOLESÁROVÁ, Karolína. *Životní styl v informační společnosti*. Vyd.1. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského Praha, 2016, 176 s. ISBN 978-80-7452-119-5.
- [19] KOTLER, Philip a Kevin Lane KELLER. *Marketing management*. 12. vyd. Praha: Grada, 2007, 788 s. ISBN: 978-80-247-1359-5.
- [20] KOTLER, Philip a Kevin, Lane KELLER. *Marketing management*. 14. vyd. Praha: Grada, 2013, 816 s. ISBN 978-80-247-4150-5.
- [21] KRAUS, Blahoslav. *Základy sociální pedagogiky*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2014, 216 s. ISBN 978-80-262-0643-9.
- [22] KUBÁTOVÁ, Jaroslava a Adéla KUKELKOVÁ . *Interkulturní rozdíly v pracovní motivaci generace Y: příklad České republiky a Francie*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2013, 128 s . ISBN 978-80-244-3961-7.
- [23] MAŘÍKOVÁ, Hana., Miloslav PETRUSEK a Alena VODÁKOVÁ. *Velký sociologický slovník*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 1996, 747 s. ISBN 80-718-4164-1.
- [24] MÁCHOVÁ, Jitka a Dagmar KUBÁTOVÁ. *Výchova ke zdraví*. 2., aktual. vyd. Praha: Grada, 2015, 312 s. ISBN 978-80-247-5351-5.
- [25] MCCRINDLE, Mark. *The ABC of XYZ: Understanding the Global Generations. The ABC of XYZ: Understanding the Global Generations*. Sydney: University of New South Wales Press, 2014, 269 s.. ISBN: 978-1742230351.
- [26] MOSCARDO, Gianna a Pieere BENCKENDORFF. *Tourism and generation Y*. Wallingford, Oxfordshire, UK: CAB International, 2010, 170 s. ISBN 978-1-845936-020.

- [27] OLECKÁ, Ivana a Kateřina Ivanová. *Metodologie vědecko-výzkumné činnosti*. Olomouc: Moravská vysoká škola Olomouc, 2010, s. 44. ISBN: 978-80-87240-335.
- [28] PÁVKOVÁ, Jiřina a kol. *Pedagogika volného času*. 3. vyd. Praha: Portál, 2008. 224 s. ISBN 978-80-7367-423-6.
- [29] PRŮCHA, Jan, Eliška WALTEROVÁ a Jiří MAREŠ. *Pedagogický slovník*. 7., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Portál, 2013, 395 s. ISBN 978-80-262-0403-9.
- [30] ROUBÍČEK, Vladimír. *Úvod do demografie*. Vyd. 1. Praha: CODEX Bohemia, 1997, 348 s. ISBN 80-859-6343-4.
- [31] STRAUSS, William a Neil HOWE. *Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069. reprint*. New York. 1992, 538 s. ISBN 0-688-11912-3.
- [32] STRAUSS, William a Neil HOWE. *Millennials Rising: The Next Great Generation*. New York: Vintage Books, 2000, 432 s. ISBN 0-375-70719-0.
- [33] TEREK, Milan. *Interpretácia štatistiky a dát: podporný učebný materiál*. 3. dopl. vyd. Košice: Equilibria, 2014, 173 s. ISBN 978-80-8143-138-8.
- [34] WUEST, Beth, Sharon WELKEY, Jack MOGAB a Jay NICOLS. *Exploring Consumer Shopping Preferences: Three Generations*. Journal of Family and Consumer Sciences. 2008, no. 1, vol 100, s. 31.
- [35] ZEMKE, Ron, Claire RAINES a Bob FILIPCZAK. *Generations at Work: Managing the Clash of Veterans, Boomers, Xers, and Nexters in Your Workplace*. Amacom. 2013, s. 312 ISBN 978-08-144-0480-05.

- [36] AkSen aktivní senior: *Střet generací v ČR a jejich charakteristika* [online]. [cit. 2014]. Dostupné z: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:QdxxYfDN8x0J:www.aksen.cz/clanek/stret-generaci-v-cr-jejich-charakteristika+&cd=1&hl=cs&ct=clnk&gl=cz&client=firefox-b-ab>
- [37] BERKUP, Sazin Baysal. *Working With Generations X And Y In Generation Z Period: Management Of Different Generations In Business Life* [online]. [cit. 2014]. Mediterranean Journal of Social Sciences. Dostupné z: <https://doi.org/10.5901/mjss.2014.v5n19p218>
- [38] BEZPEČNÝ INTERNET. *Co jsou sociální sítě* [online]. [cit. 2017-12-12]. Dostupné z: <http://www.bezpecnyinternet.cz/zacatecnik/socialni-site/co-jsou-socialni-site.aspx>
- [39] BOWDEN, David. *Informační generace: změna nebo kontinuita? (David Bawden)* [online]. [cit. 2010-06-08]. Dostupné z: <https://ikaros.cz/informacni-generace-zmena-nebo-kontinuita-david-bawden>
- [40] BOYD, Danah M. a Nicole B. ELLISON. *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. Journal of Computer-Mediated Communication*. [online]. 2007, roč. 13. [cit. 2017-1-2]. Dostupné z: <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>
- [41] BURSCH, Dan a Kip KELLY. *Managing the Multigenerational Workplace. Chapel Hill, NC: Kenan-Flagler Business School* [online]. [cit. 2014]. Dostupné z: <http://www.kenan-flagler.unc.edu/~media/Files/documents/executive-development/managing-the-multigenerational-workplace-white-paper.pdf>
- [42] CROSS, Richard. *Social Network Analysis: an introduction. Bioteams* [online]. Social Networking, 2006 [cit. 2017-1-2]. Dostupné z: [http://www.bioteams.com/2006/03/28/social\\_network\\_analysis.html](http://www.bioteams.com/2006/03/28/social_network_analysis.html)
- [43] ČESKÁ TELEVIZE. *Svět podle generace Y* [online]. [cit. 2016-04-25]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/11412378947-90-ct24/216411058130425/obsah/467413-svet-podle-generace-y-charakteristika-generace-y>
- [44] ČESKÝ ROZHLAS. *Internet dnes baví zpráva o tom, že nejméně zdravý životní styl na světě mají Češi* [online]. [cit. 2017-09-26]. Dostupné z: <https://wave.rozhlas.cz/internet-dnes-bavi-zprava-o-tom-ze-nejmene-zdravy-zivotni-styl-na-svete-maji-5988460>

- [45] ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD: *Složení obyvatelstva podle pohlaví a jednotek věku k 31.12. 2016* [online]. [cit. 2018-04-18]. Dostupné z: [https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/index.jsf?page=vystup-ob-jezt&z=T&f=TABULKA&pvo=DEMD001&katalog=30845&str=v4&c=v3~2\\_\\_RP2016MP12DP31#w=](https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/index.jsf?page=vystup-ob-jezt&z=T&f=TABULKA&pvo=DEMD001&katalog=30845&str=v4&c=v3~2__RP2016MP12DP31#w=)
- [46] DUFKOVÁ, Marie. Třípól – časopis pro srudenty: *Generace Y* [online]. [cit. 2011-09-30]. ISSN 2464-7888. Dostupné z: <http://www.3pol.cz/cz/rubriky/studenti/1433-generace-y>
- [47] EISNER, Susan. P. *Managing Generation Y. SAM Advanced Management Journal* [online]. [cit. 2005]. Dostupné z: <https://search.proquest.com/openview/7849d64fa1ba86e9b24f77f9b3e89d16/1?pq-origsite=gscholar&cbl=40946>
- [48] E15.CZ: *Je generace Y zhouba nebo spása?* [online]. [cit. 2011-2018]. ISSN 1213-8991. Dostupné z: <http://student.e15.cz/agora/je-generace-y-zhouba-nebo-spasa-1283800>
- [49] E15.CZ: *Generace Z: Další ztracená mládež?* [online]. [cit. 2011-2018]. ISSN 1213-8991. Dostupné z: <http://student.e15.cz/agora/generace-z-dalsi-ztracena-mladez-1327770>
- [50] FIRST CHOICE CONSULTING. *X, Y, Z – Tři generace a jejich vlivy* [online]. [cit. 2017]. Dostupné z: <http://fcconsulting.cz/x-y-tri-generace-vlivy/>
- [51] FLORDOVÁ, Tereza a Lenka ŠILEROVÁ. *Generace Y jiná cílová skupina* [online]. [cit. 2011-10-26]. Dostupné z: <https://media.e15.cz/zurnal/generace-y-jina-cilova-skupina-712003>
- [52] HAPPEN: *Generation Z: The new kids on the block have arrived* [online]. [cit. 2014]. Dostupné z: [https://gettinggenz.files.wordpress.com/2014/07/happen\\_genz\\_new\\_kids.pdf](https://gettinggenz.files.wordpress.com/2014/07/happen_genz_new_kids.pdf)
- [53] HRADUBICKÉ NOVINY. *Milénialové přicházejí: Generace Y pohládne světu* [online]. [cit. 2017-12-12]. Dostupné z: <http://hradubican.cz/milenialove-prichazeji-generace-y/>
- [54] CHEESE, Peter: *Netting the Net Generation* [online]. [cit. 2008-03-13]. Dostupný z: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2008-03-13/netting-the-net-generationbusinessweek-business-news-stock-market-and-financial-advice>
- [55] INVESTOPEDIA: *The Greatest Generation* [online]. [cit. 2018]. Dostupné z: [https://www.investopedia.com/terms/t/the\\_greatest\\_generation.asp](https://www.investopedia.com/terms/t/the_greatest_generation.asp)

- [56] JAYSON, Sharon a Maria Puente. *Gen Y shaped, nit stopped, by tragedy* [online]. [cit. 2007-04-17]. Dostupné z: <http://www.lifecourse.com/media/articles/lib/2007/041707-usat.html>
- [57] KENE, Sally. *Baby Boomers in the Workplace* [online]. [cit. 2017-11-18]. Dostupné z: <https://www.thebalance.com/baby-boomers-2164681>
- [58] KMOŠEK, Petr. *Generace X Y Z. Rozumíte generacím? Čím a jak je oslovit?* [online]. [cit. 2018-02-07]. Dostupné z: <https://www.kmosek.com/generace-x-y-z-rozumite-generacim-cim-a-jak-je-oslovit/>
- [59] KRAUS, Blahoslav. *Sociální pedagogika*. Vyd. 1. Univerzita Hradec Králové, 2014, 54 s. [online] Dostupné z: [http://inpdf.uhk.cz/wp-content/uploads/2014/03/Socialni\\_pedagogika.pdf](http://inpdf.uhk.cz/wp-content/uploads/2014/03/Socialni_pedagogika.pdf)
- [60] LEVICKAITE, Rasa. *Generations x, y, z: How social networks form the concept of the world without borders (the case of Lithuania)* [online]. [cit. 2010-06-08]. Dostupné z: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.3846/limes.2010.17>
- [61] MALÝ, Jakub. *Generace Y: Jak na ně a jak s nimi* [online]. [cit. 2017-02]. Dostupné z: [http://sites.ff.cuni.cz/css2017/wp-content/uploads/sites/95/2017/02/B2\\_Vynikal.pdf](http://sites.ff.cuni.cz/css2017/wp-content/uploads/sites/95/2017/02/B2_Vynikal.pdf)
- [62] MEDIAGURU. *Výzkum: Sociální sítě jsou v ČR oblíbenější u žen* [online]. [cit. 2017-07-18]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2017/07/vyzkum-socialni-site-jsou-v-cr-oblibenejsi-u-zen/>
- [63] MEDIAGURU. *Výzkum: Česká společnost tráví volný čas nejvíce u TV* [online]. [cit. 2016-06-20]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2016/06/vyzkum-ceska-spolecnost-travi-volny-cas-nejvic-u-tv/>
- [64] NÁRODNÍ INSTITUT DĚTÍ A MLÁDEŽE. *Aktuální problémy mladé generace ČR: Závěrečná zpráva* [online]. 2006. [cit. 2013-02-03]. Dostupné z: <http://www.vyzkummladez.cz/zpravy/1174039212.pdf>
- [65] OBJEVIT. *Sociální sítě (social media network)* [online]. [cit. 2016-04-26]. Dostupné z: <http://objevit.cz/socialni-site-social-media-t176795>
- [66] PROMĚNY ČESKÉ SPOLEČNOSTI. *Jak Češi tráví čas. Výsledky 1. ročníku výzkumu proměny české společnosti 2015* [online]. [cit. 2016-06-20]. Dostupné na: [http://www.promenyceskespolecnosti.cz/aktuality/aktualita22/Jak\\_Cesi\\_travi\\_cas\\_TK\\_20-06-2016.pdf](http://www.promenyceskespolecnosti.cz/aktuality/aktualita22/Jak_Cesi_travi_cas_TK_20-06-2016.pdf)

- [67] REZLEROVÁ, Jaroslava. *Příchod generace Y na trh práce*. [online]. [cit. 2010- 05- 10]. Dostupné z: <http://kariera.ihned.cz/c1-37310860-prichodgenerace-y-na-trh-prace>
- [68] SANGRI-LLA: *Rodina a zaměstnání současné generace* [online]. Dostupné z: [http://www.sangri-lla.cz/file/soubory/rodina\\_a\\_zam%C4%9Bstn%C3%A1n/sou%C4%8Dasn%C3%A9\\_gene race.pdf](http://www.sangri-lla.cz/file/soubory/rodina_a_zam%C4%9Bstn%C3%A1n/sou%C4%8Dasn%C3%A9_gene race.pdf)
- [69] SPENGLERFOX. *Zacítit na generaci Y se vyplatí* [online]. Dostupné z: <http://www.czechmarketplace.cz/app/webroot/download/ /3436/clanek-gen-y-cz.pdf>
- [70] ŠAFR, Jiří a Věra PATOČKOVÁ. *Trávení volného času v ČR ve srovnání s evropskými zeměmi. Naše společnost: časopis Centra pro výzkum veřejného mínění Sociologického ústavu AV ČR* [online]. 2010. roč. 8, č. 2. [cit. 2013-02-05]. Dostupné z: [https://cvvm.soc.cas.cz/media/com\\_form2content/documents/c3/a1246/f28/Nase%20spole cnost%202010\\_2.pdf](https://cvvm.soc.cas.cz/media/com_form2content/documents/c3/a1246/f28/Nase%20spole cnost%202010_2.pdf)
- [71] TRÉZOVÁ, Lucie. *Česká generace Y* [online]. [cit. 2015-03-10]. Dostupné z: [http://www.brandbakers.cz/primo\\_z\\_pece/clanek/205](http://www.brandbakers.cz/primo_z_pece/clanek/205)
- [72] TWENGE, Jean. *Millennials: The Greatest Generation or the Most Narcissistic?* The Atlantic [online]. 2012 [cit. 2014-10-08]. Dostupné z: <http://www.theatlantic.com/national/archive/2012/05/millennials-thegreatest-generation-or-the-most-narcissistic/256638/>
- [73] UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI. Tisková zpráva – Univerzita Palackého představila alarmující výsledky největší výzkumné studie o životním stylu mladé generace v Evropě [online] [cit. 2016-03-15]. Dostupné z: [http://www.hbsc.upol.cz/download/tz\\_hbsc\\_olomouc\\_2016.pdf](http://www.hbsc.upol.cz/download/tz_hbsc_olomouc_2016.pdf)
- [74] WIKIPEDIE: Generace Y [online]. [cit. 2017-11-29]. Dostupné z: [http://cs.wikipedia.org/wiki/Generace\\_Y](http://cs.wikipedia.org/wiki/Generace_Y)

**SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK**

aj.	a jiné
apod.	a podobně
atd.	a tak dále
cit.	citováno
cca	zhruba
ČSÚ	Český statistický úřad
kol.	kolektiv
mld	miliarda
např.	například
n. l.	našeho letopočtu
př. n. l.	před naším letopočtem
stol.	století



**SEZNAM OBRÁZKŮ**

Obrázek 1: Podíl volnočasových aktivit .....	40
Obrázek 2: Volný čas dle věku .....	41

**SEZNAM TABULEK**

Tabulka 1: Přehled české Generace mileniálů .....	18
Tabulka 2: Rozdíly mezi Generací X a Y .....	22
Tabulka 3: Rozdíl mezi Generací Y a Z .....	25
Tabulka 4: Charakteristické znaky pro jednotlivé generace .....	26
Tabulka 5: Pohlaví respondentů .....	47
Tabulka 6: Rodinný status .....	48
Tabulka 7: Nejvyšší dosažené vzdělání .....	49
Tabulka 8: Ekonomický status.....	51
Tabulka 9: Představa o volném čase .....	52
Tabulka 10: Důležitost volného času.....	54
Tabulka 11: Spokojenost s trávením volného času.....	55
Tabulka 12: Volný čas .....	56
Tabulka 13: Trávení volnočasových aktivit.....	58
Tabulka 14: Sport ve volném čase .....	59
Tabulka 15: Pravidelnost sportování .....	60
Tabulka 16: Kulturní život ve volném čase .....	61
Tabulka 17: Návštěva kulturních akcí .....	62
Tabulka 18: Četnost navštěvy kulturních akcí.....	63
Tabulka 19: Užívání sociálních sítí .....	65
Tabulka 20: Nejvíce využívané sociální sítě .....	66
Tabulka 21: Počet hodin strávených na sociálních sítích .....	67
Tabulka 22: Důležitost činností při trávení volného času.....	69
Tabulka 23: Vzdělávání se ve volném čase .....	71
Tabulka 24: Forma vzdělávání .....	72
Tabulka 25: Hypotéza č. 1 .....	74
Tabulka 26: Hypotéza č. 2 .....	75

**SEZNAM GRAFŮ**

Graf 1: Životní priority vybraných generací .....	21
Graf 2: Pohlaví respondentů .....	47
Graf 3: Rodinný status .....	49
Graf 4: Nejvyšší dosažené vzdělání .....	50
Graf 5: Ekonomický status .....	51
Graf 6: Představa o volném čase .....	53
Graf 7: Důležitost volného času .....	54
Graf 8: Spokojenost s trávením volného času .....	56
Graf 9: Volný čas .....	57
Graf 10: Trávení volnočasových aktivit .....	58
Graf 11: Sport ve volném čase .....	59
Graf 12: Pravidelnost sportování .....	61
Graf 13: Kulturní život ve volném čase .....	62
Graf 14: Návštěva kulturních akcí .....	63
Graf 15: Čestnost návštěvy kulturních akcí .....	64
Graf 16: Užívání sociálních sítí .....	65
Graf 17: Nejvíce využívané sociální sítě .....	66
Graf 18: Počet hodin strávených na sociálních sítích .....	68
Graf 19: Důležitost činností při trávení volného času .....	70
Graf 20: Vzdělávání se ve volném čase .....	71
Graf 21: Forma vzdělávání .....	73

## SEZNAM PŘÍLOH

Příloha P I - Dotazník

## **PŘÍLOHA P I: DOTAZNÍK**

Dobrý den,

dovolte mi, abych Vás požádala o pomoc při vyplnění dotazníku, který je součástí mé diplomové práce. Dotazník obsahuje **20 otázek** a je **určen pro lidi narozené od roku 1985 do roku 1999**.

Hlavním cílem výzkumu je zjistit, jaký je životní styl mileniálů z hlediska trávení volného času.

Předem Vám děkuji za Váš čas a ochotu při vyplňování dotazníku.

Bc. Lenka Javorová

Fakulta humanitních studií Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, obor Sociální pedagogika

### **1. Jaké je Vaše pohlaví?**

- a.) Muž
- b.) Žena

### **2. Jaký je Váš rodinný status?**

- a.) Svobodný/svobodná
- b.) Ženatý/vdaná
- c.) Rozvedený/rozvedená
- d.) Vdovec/vdova
- e.) V partnerském vztahu
- f.) V registrovaném partnerství
- g.) Odloučení (rozluka)

### **3. Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?**

- a.) Základní vzdělání
- b.) Středoškolské vzdělání s maturitou
- c.) Středoškolské vzdělání s výučním listem
- d.) Vyšší odborné vzdělání
- e.) Vysokoškolské vzdělání

**4. Jaký je Váš ekonomický status?**

- a.) Student/studentka
- b.) Zaměstnaný/zaměstnaná
- c.) Nezaměstnaný/nezaměstnaná
- d.) Materská/otcovská/rodičovská dovolená
- e.) Jiné

**5. Napište jedním slovem, co si představíte pod pojmem „volný čas“:**

.....

**6. Jak moc je volný čas ve Vašem životě důležitý?**

- a.) Velmi důležitý
- b.) Dost důležitý
- c.) Ne příliš důležitý
- d.) Nedůležitý

**7. Jak moc jste spokojeni s trávením svého volného času?**

- a.) Výborný
- b.) Chvalitebný
- c.) Dobrý
- d.) Dostatečný
- e.) Nedostatečný

**8. Kolik máte volného času denně?**

- a.) 0-3 hodiny
- b.) 4-6 hodin
- c.) 7-9 hodin
- d.) 10 a více hodin

**9. S kým nejčastěji trávíte volnočasové aktivity?**

- a.) Sám/sama
- b.) S rodinou

- c.) S přáteli
- d.) S partnerem/partnerkou
- e.) Jiné

**10. Sportujete ve svém volném čase?**

- a.) Ano
- b.) Ne

**11. Kolikrát týdně sportujete?**

- a) Vůbec nesportuji
- b) 1x – 2x týdně
- c) 3x – 4x týdně
- d) 5x – 6x týdně
- e) Každý den v týdnu
- f) Vícekrát

**12. Žijete kulturním životem ve svém volném čase?**

- a) Ano
- b) Ne

**13. Jaké kulturní akce preferujete?**

(Zvolte alespoň jednu možnost, maximálně 3 možnosti)

- a) Kino
- b) Divadlo
- c) Hudební akce
- d) Výstavy
- e) Nenavštěvuji kulturní akce
- f) Jiné

**14. Jak často navštěvujete kulturní akce (kino, divadlo, koncerty, apod.)?**

- a) Nikdy
- b) Jednou za čas
- c) Výjimečně

- d) Často
- e) Velmi často

**15. Využíváte sociální sítě ve svém volném čase?**

- a) Ano
- b) Ne

**16. Jaké sociální sítě využíváte?**

(Zvolte alespoň jednu možnost, maximálně 3 možnosti)

- a) Facebook
- b) Instagram
- c) Twitter
- d) LinkedIn
- e) Google+
- f) Jiné

**17. Kolik hodin denně trávíte na sociálních sítích?**

- a) Nepoužívám sociální sítě
- b) Méně než jednu hodinu
- c) 1-2 hodiny
- d) 3-4 hodiny
- e) 5-6 hodin
- f) 7 a více hodin

**18. Jsou pro Vás následující činnosti důležité při trávení volného času? (1 = určitě ano, 2 = spíše ano, 3 = spíše ne, 4 = určitě ne)**

(U každé podotázky prosím zvolte odpověď v rozpětí 1-4):

Cestování, turistika:				
Sledování filmů, seriálů a jiných pořadů:				



Hraní her:				
Hudba:				
Četba:				

**19. Vzděláváte se ve svém volném čase?**

- a) Ano
- b) Ne

**20. Jakou formu vzdělávání preferujete?**

(Zvolte alespoň jednu možnost, maximálně 3 možnosti nebo odpovězte vlastními slovy)

- a) Stále navštěvuji vzdělávací instituci (univerzita, apod.)
- b) Samostudium
- c) Online kurzy
- d) Kurzy vzdělávacích institucí
- e) Již se nevzdělávám
- f) Vlastní odpověď: .....