

Komunikace generace Z s ostatními generacemi

Bc. Pavla Dubská

Diplomová práce
2025



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta humanitních studií

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

Fakulta humanitních studií

Ústav pedagogických věd

Akademický rok: 2024/2025

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení:	Bc. Pavla Dubská
Osobní číslo:	H23082
Studijní program:	N0111A190013 Sociální pedagogika
Forma studia:	Prezenční
Téma práce:	Komunikace generace Z s ostatními generacemi

Zásady pro vypracování

Zpracování rešerše a studium odborné literatury.

Vymezení terminologie a teoretických východisek z oblasti generace Z, komunikace a mezigenerační problematiky.

Příprava metodiky empirické části, zpracování projektu výzkumu a stanovení výzkumného problému.

Realizace kvalitativního výzkumu formou rozhovorů.

Zpracování a vyhodnocení získaných dat, včetně jejich interpretace.

Prezentace výsledků výzkumu, jejich shrnutí a doporučení pro praxi.

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

Seznam doporučené literatury:

BERG, Monika van den, 2020. Jak se vzájemně chápat: Generace X, Y, Z. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-2139-2.
DEVITO, Joseph A., 2008. Základy mezilidské komunikace: 6. vydání. Praha: Grada. ISBN 978-80247-2018-0.
JIRÁSKOVÁ, Věra, 2005. Mezigenerační porozumění a komunikace. Praha: Eurolex Bohemia. ISBN 80-86861-80-5.
SEEMILLER, Corey a Meghan GRACE, 2019. Generation Z: A Century in the Making. Routledge. ISBN 978-1-138-33731-2.
ŠVARÍČEK, Roman a Klára ŠEĐOVÁ, 2014. Kvalitativní výzkum v pedagogických vědách. Vyd. 2. Praha: Portál. ISBN 978-80-262-0644-6.

Vedoucí diplomové práce: **PhDr. Helena Skarupská, Ph.D.**
Ústav pedagogických věd

Datum zadání diplomové práce: **8. ledna 2025**
Termín odevzdání diplomové práce: **25. dubna 2025**

L.S.

Mgr. Libor Marek, Ph.D.
děkan

doc. Mgr. Jakub Hladík, Ph.D.
ředitel ústavu

Ve Zlíně dne 8. ledna 2025

PROHLÁŠENÍ AUTORA DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

- odevzdáním diplomové práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb., v platném znění bez ohledu na výsledek obhajoby;
- diplomová práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému a bude dostupná k nahlédnutí;
- jedno vyhotovení diplomové práce v listinné podobě bude ponecháno Univerzitě Tomáše Bati ve Zlíně k uložení;
- 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;
- podle § 60 odst. 1 autorského zákona má Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60 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;
- pokud je výstupem diplomové práce jakýkoliv softwarový produkt, považují se za součást práce rovněž i zdrojové kódy, popř. soubory, ze kterých se projekt skládá; neodevzdání této součásti může být důvodem k neobhájení práce.

Prohlašuji, že

- jsem na diplomové práci pracoval(a) samostatně a použitou literaturu jsem řádně citoval(a); v případě publikace výsledků budu uveden(a) jako spoluautor;
- odevzdaná verze diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou obsahově totožné.

Ve Zlíně, dne

.....
podpis autor

ABSTRAKT

Diplomová práce se zaměřuje na téma komunikace generace Z s ostatními generacemi. Práce je rozčleněna na dvě hlavní části, a to na teoretickou a praktickou část. Teoretická část se skládá ze tří kapitol. První z nich se věnuje vymezení a charakteristice jednotlivých generací. Následující dvě kapitoly jsou věnovány komunikaci, mezigeneračním vztahům a mezigeneračnímu učení. V praktické části předkládáme výsledky kvalitativního výzkumu realizovaného formou polostrukturovaných rozhovorů. Cílem výzkumu bylo zjistit, jaké jsou zkušenosti příslušníků generace Z s komunikací s ostatními generacemi, a jak se tyto zkušenosti promítají do jejich způsobů komunikace. Následná analýza dat byla provedena dle postupů zakotvené teorie, která je i výstupem výzkumného šetření.

Klíčová slova: generace, komunikace, mezigenerační vztahy, mezigenerační porozumění.

ABSTRACT

The Diploma theses focuses on subject of communication between generation Z and other generations. Its work is divided to two main parts: theoretical and practical section. The theoretical part consists of three chapters. The first chapter defines and characterizes individual generations. The next two chapters explore communication, intergenerational relationships, and intergenerational learning. The practical part presents the results of qualitative research conducted through semi-structured interviews. The goal of the research was to determine what are the experiences of Generation Z members in communicating with other generations and how these experiences project into their style of communication. Followup analysis of data has been done by process of using grounded theory, which is also an outcome of research inquiries.

Keywords: generations, communication, intergenerational relations, intergenerational understanding.

Velmi ráda bych zde poděkovala paní PhDr. Heleně Skarupské, Ph.D., za odborné vedení, cenné rady, a veškerou pomoc při tvorbě této diplomové práce. Velké poděkování rovněž patří mé rodině a mým nejbližším, kteří mě po celou dobu studia podporovali. Děkuji také mým respondentům a respondentkám za jejich čas, ochotu a poskytnuté informace k výzkumnému šetření. Dále děkuji Martě za jazykovou korekturu.

„Kdo chce hýbat světem, musí pohnout nejdříve sám sebou.“

Sókratés

OBSAH

ÚVOD.....	11
I TEORETICKÁ ČÁST	13
1 GENERACE	14
1.1 PŘEDCHŮDCI A NÁSLEDNÍCI GENERACE Z	15
1.2 GENERACE Z	19
1.2.1 Mark McCrindle – 7 specifických faktorů charakterizujících generaci Z	21
1.2.2 Duševní zdraví a digitální technologie u generace Z	22
2 KOMUNIKACE	24
2.1 DĚLENÍ KOMUNIKACE	26
2.1.1 Verbální komunikace	26
2.1.2 Neverbální komunikace	28
2.2 KOMUNIKAČNÍ BARIÉRY A ZDRAVÁ KOMUNIKACE	33
2.3 KOMUNIKACE V RODINĚ.....	35
2.4 KOMUNIKACE GENERACE Z.....	36
3 MEZIGENERAČNÍ KOMUNIKACE, VZTAHY A UČENÍ.....	41
3.1 MEZIGENERAČNÍ KOMUNIKACE.....	41
3.2 MEZIGENERAČNÍ KONTAKT A VZTAHY	43
3.3 MEZIGENERAČNÍ UČENÍ.....	45
II PRAKTICKÁ ČÁST.....	48
4 VÝZKUM.....	49
4.1 VÝZKUMNÉ CÍLE	50
4.2 VÝZKUMNÉ OTÁZKY	50
4.3 POJETÍ VÝZKUMU	51
4.4 VÝZKUMNÝ NÁSTROJ	51
4.5 VÝZKUMNÝ SOUBOR	52
4.5.1 Charakteristika výzkumného souboru	53
4.6 ZPRACOVÁNÍ DAT.....	54
5 ANALÝZA A INTERPRETACE DAT	55
5.1 INTEPRETACE KATEGORIÍ	55
5.1.1 Kategorie Komunikační mapa Zetka	55
5.1.2 Kategorie Slova v pohybu, významy v proměně	61
5.1.3 Kategorie Jak si (ne)rozumíme	66
5.1.4 Kategorie Od proměn k dopadům	71
5.1.5 Kategorie Aby to fungovalo	75
5.2 PARADIGMATICKÝ MODEL.....	78

5.3	ZAKOTVENÁ TEORIE A JEJÍ INTEPRETACE.....	79
5.3.1	Závěrečné shrnutí	80
ZÁVĚR.....		83
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY		85
SEZNAM OBRÁZKŮ		94
SEZNAM TABULEK.....		95
SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK		96
SEZNAM PŘÍLOH.....		97

ÚVOD

Komunikace mezi generacemi je dynamický proces, který se neustále vyvíjí, proměňuje a odráží se v ní nejen technologický pokrok, ale i kulturní změny, či rozdílné životní zkušenosti příslušníků jednotlivých generací. Generace Z vyrůstá od svého dětství v digitálním světě a je zvyklá se v něm pohybovat v rámci svého denního fungování. Toto prostředí je tak jedním z faktorů, který mění dosavadní komunikační zvyky a ovlivňuje tím i mezilidské vztahy. Na rychlé tempo rozvoje digitálních nástrojů rovněž reaguje svými proměnami náš jazyk. Doposud tradiční způsoby komunikace tak mohou být mnohými vnímány jako zastaralé, zatímco nové formy nebývají staršími generacemi vždy přijímány. Generace Z přistupuje ke svému životu, a tedy i ke komunikaci, značně odlišným způsobem, než tomu bylo u jejich předchůdců. Tyto rozdíly lze pozorovat například ve volbě komunikačních prostředků, způsobů vyjadřování či vnímání hodnoty komunikace. To často vede k mezigeneračnímu nepochopení, odlišným očekáváním a konfliktům.

Tato diplomová práce se zaměřuje to, jak generace Z komunikuje s ostatními generacemi. V teoretické části si tedy vymezíme samotný pojem generace, definujeme a blíže si popíšeme jednotlivé generace, a to včetně generace Z. Dále se budeme věnovat samotné problematice komunikace, jejím typů a charakteristikám dle prostředí, ve kterém probíhá. Naši pozornost budeme věnovat i samotné komunikaci generaci Z a jejím specifickým. V závěru teoretické části rozebereme mezigenerační komunikaci a problematiku mezigeneračních vztahů, přičemž tato dvě témata spolu velmi úzce souvisí. Zmíníme se také o mezigeneračním učení, ke kterému při mezigeneračním setkávání a komunikaci dochází, a které v sobě skrývá velký potenciál.

V praktické části se skrze kvalitativní výzkum ještě více ponoříme do zkoumané problematiky. Budeme provádět polostrukturované rozhovory, přičemž získaná data budou následně zpracována dle postupů zakotvené teorie. Naším cílem je zjistit, jakým způsobem komunikuje generace Z s ostatními generacemi. Konkrétně se budeme zaměřovat na to, jaké zkušenosti má generace Z s mezigenerační komunikací, a jak tyto zkušenosti působí, či případně proměňují jejich komunikační zvyky. Dále se chceme zaměřit na faktory a vlivy, které komunikaci generace Z proměňují. Veškeré změny v komunikaci mají dopad na mezilidské vztahy. Tudíž se zaměříme i na to, jak se pod vlivem komunikačních změn, kterých u generace Z předpokládáme značné množství, proměňují mezigenerační vztahy.

Tato práce může přinést větší míru porozumění mezigenerační komunikaci a celkově způsobům komunikace přímo z pohledu generace Z. Dále budeme moci identifikovat klíčové faktory, které ovlivňují interakce a vztahy této generace s ostatními generacemi. Detailní analýza zkušeností respondentů může přispět k hlubšímu porozumění, díky kterému lze snadněji předcházet mezigeneračním konfliktům. Práce dále nabízí teoretický vhled do této problematiky a její výsledky mohou dosavadní teorii doplnit o nové poznatky. Může také posloužit jako inspirace pro budoucí výzkumné práce.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 GENERACE

Ještě před tím, než se zaměříme na bližší popis samotné generace Z, její specifika a vztahy s ostatními generacemi, je potřeba vymezit, co samotný pojem generace označuje. Na generaci lze nahlédnout skrze několik vymezení. Všeobecně lze říci, že generace je velká skupina lidí, kteří zažívají své důležité životní momenty v totožných kulturních a historických podmínkách, a spojuje je podobný způsob myšlení. Další vymezení může určovat pouze kalendářní věk. Jedná se tedy o osoby, které se narodily ve stejném období a jejich zásadní životní změny a volby se odehrávají přibližně ve stejném období. Na definování generace lze nahlédnout také z kulturního hlediska, kdy za generaci považujeme skupinu lidí, kteří mohou mezi sebou mít větší věkové rozdíly, ale navzájem je pojí stejná významná životní zkušenost. Příkladem mohou být tzv. válečné generace. Z biologického hlediska tedy ve společnosti můžeme mít více generací než těch kulturních, protože ve společnosti nenastávají velké změny (Jandourek, 2012). Z biologického přístupu lze generaci vymezit jako souhrn osob, které se narodí a vyrůstají ve stejném období, a to bez ohledu na kulturní a sociální dění (Hartl a Hartlová, 2015).

Pojem generace bývá často spojený s pojmem kohorta. Byť tato označení mají velmi blízký vztah, někteří autoři mylně považují obě označení za totožná. Rozdíl mezi generací a kohortou je ten, že kohorta označuje skupinu lidí, kteří ve stejném časovém období prožili tytéž zásadní životní zvraty a změny, např. svatbu, válku, ukončení vzdělávání a podobně. O jednotlivých generacích tak můžeme uvažovat jako o věkové kohortě (Jandourek, 2012; Kalibová et al., 2009). Toto pojetí generace nalezneme i v sociologických výzkumech v českém prostředí, kdy se jednotlivé generace považují za věkové kohorty, které se vymezují podle jednotlivých etap životního cyklu. Samotné rozdělení však může být rozlišné, protože do životního cyklu jedinců zasahuje značné prodlužování doby vzdělávání a navyšování věku zakládání rodin (Kubátová, 2010). Jedním z argumentů, proč by se věkové kohorty neměly naplno ztotožňovat s generacemi, je ten, že generační příslušnost se nevztahuje pouze na daný biologický cyklus života, ale zahrnuje také životní zkušenosti ovlivněné aktuálním kulturním, politickým či sociálním děním a uspořádáním dané společnosti. Vhodnější je proto přemýšlet o historických generacích, které vymezují významné historické milníky. Ty formují životní dráhu každého jedince a lze prostřednictvím nich mapovat, interpretovat a propojovat historii jednotlivce s historií velkých událostí (Tuček et al., 2003).

1.1 Předchůdci a následníci generace Z

Jako první rozdělili skupiny vrstevníků do skupin dle data narození a jednotlivé generace blíže popsali Neil Howe a William Strauss v roce 1991, kdy publikovali knihu *Generations: The history of American's Future* (Berg, 2020).

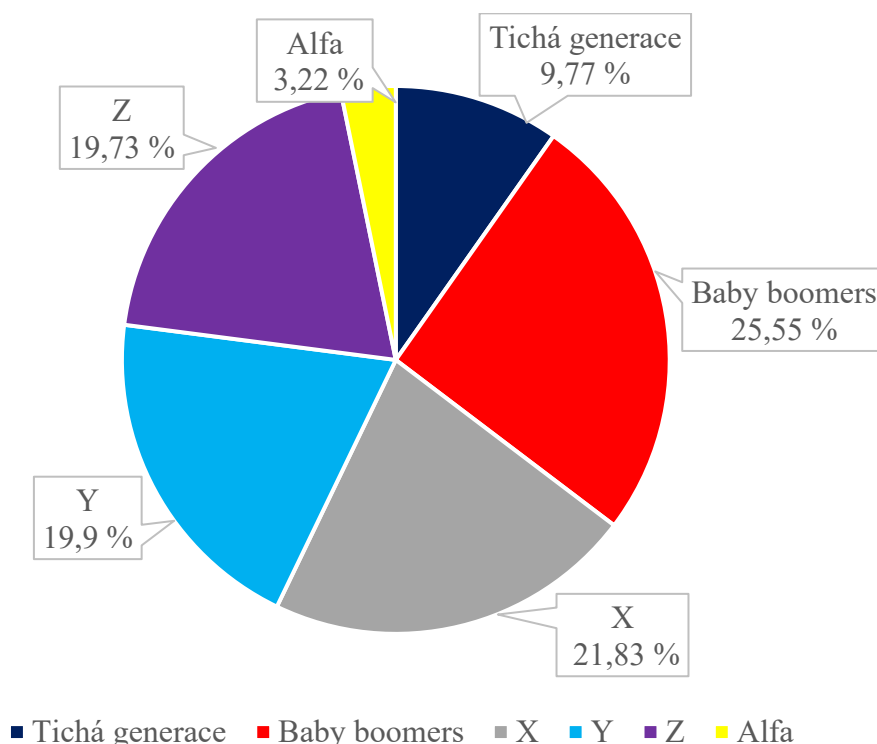
Rozsah a datování generací je velmi složitý proces a nelze tedy jednoznačně určit přesný časový rámec dané generace. Autoři z rozličných oborů tak pro vymezení jednotlivých generací uvádějí spíše zlomové události a data, aby vymezili období, ve kterém se daná generace narodila. Datování jednotlivých generací se může lišit +/- 3 roky v závislosti na použitém zdroji (Dadić et al., 2022).

Tabulka 1 Jednotlivé generace

	Tichá generace	Baby Boomer	Generace X	Generace Y (Mileniálové)
Rok narození	1925-1945	1946-1964	1964-1980	1981-1994
Společenský kontext a historické události během dětství a dospívání	2. světová válka Prosperující trh práce	Hnutí za občanská práva Válka ve Vietnamu Vesmírné závody	Vysoká rozvodovost Epidemie AIDS	Vysoký dluh z půjček Klesající trh práce Vychování tzv. „helicopter parents“
Obvyklé charakteristiky	Neochota riskovat Přizpůsobivost Finanční stabilita	Individualita Silná pracovní morálka Soutěživost	Cynismus Nezávislost Zaměření na rodinu	Digitální připojení Optimismus Zaměření na sebe

(zdroj: Seemiller a Grace, 2019)

V České republice je generace Z silně zastoupena, což dokazují i data z Českého statistického úřadu.



Obrázek 1 Podíl generací na celkové populaci

(zdroj: Česko v datech, 2018)

Tichá generace 1925–1945

Příslušníci tiché generace se narodili v nelehké době, a to mezi světovými válkami. Název této generace je odvozen od skutečnosti, že tímto obdobím nebylo vítáno ani možno bezpečně vyjádřit své názory (Millerová, 2020). Tito lidé bývají popisováni jako velmi pracovití, loajální, vlastenečtí a přizpůsobiví. Práci vnímají jako svou povinnost a závazek a cení si svých peněz. Vyznávají konzervativní model uspořádání rodiny – žena se má starat o domácnost a poslouchat, muž zajišťuje finance a má hlavní slovo. V brzkém věku uzavírali sňatky a praktikovali autoritativní výchovu dětí. Dnešní rodiče jsou dle jejich názoru málo odpovědní a děti vychovávají bez pravidel a potřebné disciplíny. Co se týká tehdejších technologií a médií, nejvíce rozšířeným bylo rádio a noviny (Bejtkovský, 2016; Sřet generací v ČR a jejich charakteristika, 2016).

Baby boomers 1946-1964

Jedná se o poválečnou generaci, pro kterou je typický výrazný nárůst porodnosti a snížení počtu novorozeneckých úmrtí. Příslušníkům této generace se někdy říká „šťastná generace“.

Američtí Baby boomers zažili období hospodářského růstu a vliv na ně mělo například hnutí hippies (Horváthová, et al., 2016). Naopak v Československu jejich každodenní život ovlivňovalo mocenské rozdělení Evropy na Východní a Západní blok. Tato generace zažila nástup komunismu, éru znárodnění a měnovou reformu (Bejtkovský, 2016). Politická situace se promítala i do oblastí školství a kultury a značně působila na společenské dění, jelikož tehdejší režim si kladl přísné požadavky na fungování organizací a spolků (Krákora a Kopeček, 2010).

Lidé této generace věří v tvrdou práci, mají velmi pevné pracovní návyky a v minulosti zažili pracovní soboty. Jsou také materialisticky orientovaní, protože jejich rodiče, i oni sami, zažili poválečné období nedostatku. Velkou změnou, která zasáhla do principu fungování rodinného života, byl vzrůst počtu zaměstnaných žen (Střet generací v ČR a jejich charakteristika, 2016).

Generace X 1965-1980

Generaci X známe v českém prostředí spíše pod označením Husákovy děti. Tito lidé vyrůstali v dobách společenské, ale také rodinné nejistoty. V životě proto nejsou velcí příznivci změn. Jsou loajální, ambiciózní, individualističtí, pracovití, projevují zájem učit se novým věcem a v porovnání s předchozími generacemi více heterogenní ve všech oblastech. V žebříčku hodnot je pro ně mnohdy práce na prvním místě před rodinou, tráví v ní mnoho času, a přescasy berou jako běžnou věc. Také z toho důvodu si mnoho z nich již zažilo syndrom vyhoření. Typickým rysem této generace je dlouhodobé zaměstnání. Většina z nich pracuje na stejné pracovní pozici nebo ve stejné organizaci, kde dostali zaměstnání ihned po ukončení vzdělávání. Zároveň jsou generací, ve které dramaticky stoupl počet rozvodů. Důležitou hodnotou jsou pro ně peníze a kladou důraz na nezadlužování se. Jejich dětství ovlivnilo velké pracovní nasazení rodičů, a tak jeho velkou část prožili osamělí bez nich. Proto se snaží ve výchově vlastních dětí být velice svědomití (Horváthová et al., 2016).

Příslušníci generace X se setkávají s digitálními technologiemi i při výkonu svého povolání. Nelehko si však přiznávají a srovnávají se s faktem, že nejsou v této oblasti tak zruční, jako mladší generace (Horváthová et al., 2016). Jejich aktuální kvalitu života značně ovlivňuje skutečnost, že jsou příslušníci tzv. sendvičové generace. To znamená, že musí zároveň plnit povinnosti a starat se o své děti, které ještě mnohdy studují, a pečovat o své stárnoucí rodiče (Kejhová, 2014).

Generace Y 1981-1994

Pro tuto generaci se vžilo také označení Mileniálové. Zažili období relativního míru a klidu. V České republice zažili zásadní změnu společenského a politického fungování a zrod demokracie. Do jejich životů však vnesl stopu teroristický útok v USA v roce 2001, který ovlivnil celý tehdejší svět (Kubátová a Kukelková, 2013). Mileniálové jsou velmi ambiciózní. Důležitá je pro ně svoboda a rozmanitá práce plná výzev. Oproti generaci X upřednostňují své zájmy a snaží se dosáhnout vyšší životní úrovně. Důraz kladou i na osobní život a usilují o rozvoj rodinných a partnerských vztahů. Jsou otevření novým možnostem, které jim svět a společnost přináší, nechtějí je však čerpat na úkor svého osobního života. Snaží se o nalezení rovnováhy mezi osobním a pracovním životem. Tato generace přináší do oblasti zaměstnávání zásadní změny. Mileniálové jsou flexibilní, kreativní, vyžadují pružnou pracovní dobu a jsou ochotni se dále rozvíjet a vzdělávat. Na druhou stranu jim však dělá problém řešení složitějších problémů, jsou méně samostatní a někdy nezvládají větší pracovní zátěž. Své pracovní pozice v průběhu života mění za lepší a peníze považují za prostředek, nikoliv hodnotu, tudíž více využívají možnosti poskytování půjček a úvěrů (Horváthová et al., 2016; Kazdová, 2014).

Pro generaci Y je charakteristická vysoká úroveň digitální gramotnosti a používání digitálních technologií je pro ně úplně samozřejmé. Ty zároveň ovlivňují jejich postoj a názory na svět. Příslušníci této generace chtějí být online, globálně komunikovat a interkulturně fungovat. V online prostředí se vyskytují na denní bázi, sledují stejné příspěvky na sociálních sítích a čtou totožné zprávy, jako jejich vrstevníci v jiných zemích. Můžeme tedy říci, že zde hovoříme o globalizované generaci (Horváthová et al., 2016; Kazdová, 2014).

Generace Alfa 2010-2024

V roce 2010 spatřil světlo světa první iPad, vznikl Instagram a slovo aplikace bylo zvoleno slovem roku. Generace Alfa je proto mnohdy nazývána jako „Screenagers“ (Understanding Generation Alpha, © 2024). Jedná se o první generaci kompletně narozenou v 21. století. Vyrůstají v době, kdy od raného dětství mají jednoduchý přístup k internetu, lidem, informacím a světovému dění a vědění. Nemají mnoho trpělivosti a jsou zvyklí uspokojovat své potřeby rychle a hned. V budoucnu budou mít problémy s hlubším myšlením. Tuto generaci vychovávají páry, které náleží ke generacím Y a X. Vzhledem ke stále snižující se porodnosti bude generace Alfa žít v rychle stárnoucí populaci, o kterou se budou muset postarat. Předpokládá se, že budou vzdělanější než generace Z (Horváthová et al., 2016).

Zároveň však budou materiálně a technologicky nejvíce vybavenou generací všech dob. Předpokládána je u nich také delší doba života než u předchozích generací (Understanding Generation Alpha, © 2024). V roce 2050, kdy nejstarší příslušníci Alfy dovrší 40 let, bude pravděpodobně jejich populace čítat okolo 35 milionů. U generace Alfa do budoucna predikujeme, že:

- budou nejpodnikavější generací,
- nebudou znát svět bez sociálních sítí a budou doposud nejtechničtější generací,
- budou mít méně kontaktu s lidmi než předchozí generace,
- velký vliv na ně budou mít rodiče generací X a Y, kteří je extrémně rozmazlují,
- budou samostatnější a soběstačnější, vzdělanější a připravenější čelit velkým výzvám v průběhu svého života (Schawbel, 2014)

1.2 Generace Z

Příslušníci generace Z jsou v mnoha ohledech odlišní a dělají věci jinak než lidé z předchozích generací. Do generace Z spadají lidé, kteří se narodili mezi lety 1995 až 2010 (West, 2014). Dle statistik aktuálně na celém světě žijí 2 miliardy lidí této generace, což představuje asi 19 % populace (McCrindle, 2014). Tato generace patří aktuálně mezi druhou nejmladší, etnicky nejrozmanitější a nejpočetnější v historii (Dadić et al., 2022). V souvislosti s touto mladou generací se používají například označení Generace M (Multitasking), Generace C (Connected) a Net generace, tedy neustále připojená. Jsou první generací narozenou do světa připojeného k internetu, a proto se mnohdy o ní říká, že „žije a dýchá“ technologiemi. Jejich používání se stalo součástí každodenního života (Oszust, 2023).

Své dětství a dospívání prožili v rychle se měnící době – finanční krize, ztráta jistot, narůstající multikulturalismus a rozpad tradiční formy rodiny. Mnozí z nich jsou tedy jedináčci. Názory přátel a blízkých jsou pro ně cennější než názory generace starších. Příslušníci generace Z jsou individualisté, sebevědomí, věří v sami sebe a své schopnosti, ale také netrpěliví, sebestřední a často rychle ztrácí pozornost. Státní instituce nepovažují za důležité. Nejsou zastánci potřeby všeobecného přehledu, rychle se specializují ve svém oboru a mnohdy předčasně dospívají. Tradicím a zvyklostem přikládají spíše nižší význam. Mají potřebu si vše vyzkoušet na vlastní kůži, ale přitom zároveň žijí „dvojí život“ – v realitě a na sítích (Horváthová et al., 2016). Jejich identita v reálném životě a v online prostředí

může reflektovat dvě zcela odlišné osoby, pro každé prostředí jinou (Seemiller a Grace, 2019). V porovnání s předchozími generacemi jsou konzumní typ s méně ambicemi (Horváthová et al., 2016). V dospívání se tolik nespolehají na své rodiče, protože díky internetu a dalším technologiím mohou začít vydělávat peníze mnohem dříve než oni (Said et al., 2020). V pracovním prostředí se přiklání spíše k rychlosti než přesnosti, ale jsou schopni efektivně a kvalitně analyzovat informace (Horváthová et al., 2016).

Tuto generaci lze také popsat jako otevřenou, starostlivou, všestrannou, založenou na smyslu pro integritu a houževnatost. Pro více než polovinu z nich je důležitá hodnota finanční stability – cení si finančního zabezpečení. Hned za ním následují hodnoty jako štěstí, rodina a vztahy a smysluplná práce. Jedná se o silnou generaci, připravenou využít svých schopností a možností, aby mohli zanechat svůj odkaz nadcházejícím generacím (Seemiller a Grace, 2019).

Pro osoby z generace Z je dále charakteristické:

- jsou narozeni v digitálním světě, považujeme je za nejtechničtější generaci v historii,
- jsou obklopeni novými technologiemi a obeznámeni s nimi – využívají je i pro koordinaci denních aktivit,
- jsou v nepřetržitém kontaktu s lidmi skrze sociální sítě,
- lidé této generace jsou realističtější, opatrnější, obávají se budoucnosti,
- jsou otevření a přijímají rozmanitost – sami jsou velmi různorodá generace,
- angažují se v otázkách globální problematiky – např. hladovění, války, globální oteplování,
- je pro ně důležitá nediskriminace a upřímnost,
- nesouzní s vidinou dlouhodobého budování kariéry,
- vyžadují vše hned a nejlépe online – je pro ně důležitý přístup k informacím, ale chybí jim schopnost kritického myšlení,
- chtějí být sami sebou a aby osobní a profesní život tvořil celek,
- nebojí se rizik a rychlých rozhodnutí,
- rádi a často cestují, a to i z důvodu seberozvoje a touhy po poznávání nových kultur (Oszust, 2023; Rothman, 2016).

1.2.1 Mark McCrindle – 7 specifických faktorů charakterizujících generaci Z

Ačkoliv je McCrindle sociální výzkumník a analytik z Austrálie a své výzkumné šetření realizuje na australské populaci, dané výsledky a publikované informace jsou spolehlivé a relevantní, tudíž daná zjištění o příslušnících generace Z jsou platná nejen pro australské obyvatele. McCrindle stanovil sedm faktorů, které dle něj mají vliv na generaci Z.

1. Demografické změny

Od roku 1966 se počet obyvatel planety téměř zdvojnásobil, mnoho států se potýká s nízkou porodností a aktuálně tedy populace na celém světě stárne. Příslušníci generace Z tak budou muset pracovat déle, aby státy byly schopné zafinancovat delší dobu vyplácení důchodů, protože bude nedostatek pracovníků, kteří by na tyto důchody přispívali, a doba dožití se bude prodlužovat. Mění se také podoba složení domácností. Nejčastější je nyní nukleární rodina, do budoucna to budou pouze páry.

2. Generační vymezení

Generace Z byla formována v době globální ekonomické krize, je technologicky i materiálně vybavená, formálně vzdělaná a mezinárodně i globálně propojená.

3. Začlenění digitálních nástrojů

To, zda se stanou součástí našeho životního stylu a jak moc ho ovlivní, rozhoduje věk, ve kterém je začneme používat. Generace Z využívá digitální technologie od útlého věku, tudíž je začlenila do téměř všech oblastí svého života. Oproti tomu předchozí generace se museli technologie postupně naučit zařazovat do svého fungování.

4. Globální zaměření

Tato generace je doposud nejvíce globálně orientovaná, a to právě i díky technologiím. Kultura, móda, zábava, sociální trendy a komunikace jsou globální jako nikdy dříve.

5. Vizuální zaměření

Generace Z se potýká s informačním přetížením a jednotlivá sdělení se stále více vyskytují v obrazové podobě. Mnozí tedy radši upřednostní shlédnutí shrnujícího videa o dané problematice před dlouhým čtením článků na stejné téma.

6. Změny ve vzdělávání

Zvyšuje se průměrná doba vzdělávání a pro mnohé se stává celoživotním procesem. Školy se více orientují na vztah mezi žákem a učitelem, snaží se poskytovat interaktivní prostředí a mění formy prezentace učiva.

7. Sociální vymezení

Generace Z je silně spjata a formována svými vrstevníky. Z výzkumů vyplývá, že příslušníci generací Y a Z mají na sociálních sítích dvakrát více přátel než ostatní generace.

McCrindle na faktory navazuje výzvou pro starší generace. Mají mladším generacím poskytovat modrost a vést je tak, aby tato generace poté pozitivně působila na sebe i na ty budoucí (McCrindle, 2014).

1.2.2 Duševní zdraví a digitální technologie u generace Z

Jak jsme již zmínili, generace Z je digitální a neustále připojená k internetu. Odborné studie poukazují na to, že existuje souvislost mezi mírou užívání sociálních sítí a duševním zdravím. Téměř 100 % dospělých generace Z používá sociální média, která na ně mají jak pozitivní, tak i negativní vliv. Z průzkumu bostonské Hill Holiday vyplývá, že pro 71 % dotázaných jsou sociální sítě přínosem pro jejich přátelské vztahy. Pozitivní vliv na sebevědomí uvádělo 61 % dotázaných. Naopak negativní vliv, pocity smutku, úzkosti, samoty či depresi, uvedlo 41 % (Rahn a Marchand, 2024).

Generace Z je také v porovnání s jinými generacemi nejvíce depresivní a úzkostná. Rychle se měnící internetové prostředí proměňuje i duševní potřeby jedinců (Pacific Oaks College, 2024). Sociální média a digitální technologie však mohou být i velkým pomocníkem při řešení těchto problémů. Do budoucna jsou silným nástrojem při nabízení podpory duševního zdraví a pohody. Vývojářské společnosti by mohli propojit virtuální a komunitní poskytovatele pomoci. Příslušníci generace Z, mnohem častěji než ostatní generace, používají digitální programy duševního zdraví či digitální wellness aplikace. Jejich používání má prokazatelně pozitivní dopad na jejich duševní zdraví, což potvrzují čtyři z pěti respondentů, a to napříč všemi generacemi (Coe et al., 2023).

Lidé z generace Z umí řídit své digitální chování a pečlivě si budují svou online identitu na sítích. Mnozí z nich také upravují nastavení soukromí a omezují tak možnost jejich sledování a komunikace jen na určitý okruh osob, dle svých preferencí. Sociální média hrají značnou roli v tom, jak jedinci prezentují a vnímají ostatní, ale i sami sebe. Ze studie

iGen Tech Disruption vyplývá, že 42 % příslušníků generace Z se domnívá, že sociální sítě mají přímý vliv na to, jak se cítí sami sebou. V porovnání s jejich rodiči (generace X) vidíme nárůst o 20 %. U generace Baby Boomers jde o polovinu, tedy cca 21 %, a u mileniálů (generace Y) tento názor zastává cca 31 % respondentů (Seemiller a Grace, 2019).

V souvislosti s touto generací se čím dál častěji se hovoří o vyšším výskytu úzkostných stavů či depresí. Jako jeden z významných ovlivňujících faktorů se jeví syndrom FOMO (Fear of missing out), který spadá do behaviorálních závislostí. Tento syndrom spočívá v tom, že jedinec má neustále strach, že něco promeškal a něco podstatného mu uniká. Aby se těmto stísnujícím pocitům vyhnul, je pořád online. FOMO nejvíce postihuje osoby ve věku od 18 do 30 let. Jako nejčastější příznaky syndromu se uvádí nervozita, netrpělivost, podrážděnost, stavy úzkosti a deprese. Jedinec dále může mít pocity, že mu vše uniká a těžko hledá smysl života. Může se také potýkat s prokrastinací a mít problémy s pozorností. Syndrom ovlivňuje i další aspekty života. Lidé trpící tímto syndromem se častěji cítí vyčlenění, nespokojeni s vlastním životem, nedostateční a vzdáleni od svých blízkých (Kopecký, 2017; Kráčmarová, 2017).

Další z výzkumů poukazují na strukturální odlišnost mozku generace Z od předchozích generací, a to v důsledku působení vnějšího prostředí a také toho, jak na něj mozek reaguje, nikoliv v souvislosti s genetickým přenosem. Mozky generace Z dokáží vytvářet sofistikované a komplexní vizuální představy, a proto je daná oblast mozku u této generace vyvinutější. To například zvyšuje efektivitu vizuálních forem učení. Naopak auditivní výuka (přednášky či diskuse) není příliš vyhovující a jsou vítány spíše interaktivní formy výuky a společné projekty. Mnohé zdroje také poukazují na dobrý multitasking této generace. Lidský mozek však má i v této oblasti omezené schopnosti. Jde tedy spíše o schopnost rychleji přepínat mezi jednotlivými úkoly. Dopady na samotné jedince mají ale spíše negativní charakter. Potýkají se s problémy se soustředěním, analýzou složitých informací a problémů. Jejich mozek totiž očekává, že mu informace budou prezentovány v rychlých a krátkých intervalech (Rothman, 2016).

2 KOMUNIKACE

Samotný pojem komunikace je mnohovýznamový a má široké spektrum využití. V kontextu řeči je odvozen od latinského *communicare*, ve smyslu něco spojovat (Strnadová, 2011). Definice komunikace je nespočet a každý z autorů či vědních disciplín na ní nahlíží z jiného úhlu pohledu. Některé z nich se orientují na proces předávání informací z technického hlediska, např. s důrazem na syntax, a jiné zas z humanitního pohledu se zaměřením na vzájemný kontakt komunikujících osob. Shodu napříč definicemi můžeme nalézt v tom, že komunikaci považujeme za jednu z velmi důležitých a užitečných dovedností člověka. V dnešním pojetí můžeme komunikaci chápat jako přenos informací od zdroje k příjemci. Komunikační výměna dle některých psychologů zahrnuje jak samotný proces sdělování, tak sdílení. V širším pojetí je komunikace nejen o proudění informací, ale také o přítomnosti daného jedince jako součásti celku komunikace (Vybíral, 2009). Zjednodušeně lze proces komunikace popsat jako dorozumívání, při kterém dochází k sdělování pocitů, myšlenek a informací (Průcha et al., 2013). Kolář (2012) popisuje komunikaci jako proces výměny informací, přičemž vysílajícímu a přijímajícímu nejde jen o dané sdělení, ale také o prezentaci sebe samého, projevení postoje, sebepotvrzení, a také vyjádření svých pocitů, stavů a nálad. Komunikaci tak lze vnímat i jako předávání významů v rámci lidských sociálních vztahů a chování. Z pohledu sociologie dochází při komunikaci k výměně významů mezi lidmi prostřednictvím společného sdíleného systému symbolů (Jandourek, 2012).

Komunikace hraje v našem životě velmi významnou roli. Díky ní si můžeme sdílet informace, poznatky, emoce, dovednosti a můžeme se navzájem obohacovat a zlepšovat. Značně také ovlivňuje naši psychiku a je důležitá při formování dovedností a schopností jedince (Boukalová et al., 2023). V průběhu komunikačního procesu zároveň interaguje několik složek. První z nich je komunikátor, tedy ten, kdo je vysílačem sdělovaných informací. Jejich příjemce je označován jako komunikant. Zprávu, která je mezi komunikátorem a komunikantem předávána, nazýváme komuniké. Prostředí a způsob, jakým komunikace proudí mezi těmito dvěma stranami, nese označení komunikační kanál. Během přenosu může docházet k jeho narušování, a to prostřednictvím šumů z okolí, které způsobují nežádoucí redukci sdělení (Jirincová, 2010).

Komunikace může probíhat ve 4 základních oblastech:

- intrapersonální – komunikace jedince se sebou samým,

- interpersonální komunikace – jedná se o mezilidskou komunikaci,
- komunikace v malých skupinách – dochází při ní k působení jednotlivých členů na sebe navzájem,
- veřejná komunikace – jejím prostřednictvím se lidé snaží druhé například informovat (Konečná, 2009).

S výše zmíněnými oblastmi, ve kterých může komunikace probíhat, úzce souvisí její jednotlivé formy. I zde rozlišujeme komunikaci na intrapersonální a interpersonální. Konkrétně může mít formu rozhovoru, při kterém se komunikant a komunikátor, prostřednictvím otázek a odpovědí, dozvídají o sobě nové informace. Velká část rozhovorů nyní probíhá spíše skrze média, než osobně. Další formou je komunikace v malé skupině, ať už formálního či neformálního charakteru, čítající zhruba od 5 do 10 osob. Jejím účelem je uspokojení vztahových potřeb (např. potřeby společenského styku s dalšími osobami) a úkolových potřeb (např. vyřešení problému a sdílení zkušeností). Můžeme se setkat také s formami veřejné komunikace, zprostředkované komunikace skrze počítačové připojení a masovou komunikací (DeVito, 2008).

Komunikace je činností motivovanou, protože vždy je vedena s nějakým záměrem či za určitým účelem nebo cílem (např. předání znalostí, vytváření vztahů, vzájemné pomoci, ovlivňování druhých) (Konečná, 2009). Zároveň také plní hned několik funkcí. Těmi 8 hlavními funkcemi jsou:

1. informativní – sdělení zprávy druhým, oznámení nějaké skutečnosti či doplnění již řečené informace,
2. instruktážní – vysvětlení pokynů či návodu,
3. persuasivní – přesvědčení druhých ke změně názorů či jejich ovlivnění,
4. vyjednávací – nalezení řešení a vzájemné dohody,
5. zábavní – obveselení a rozptýlení sebe či ostatních lidí,
6. kontaktní – pocit vzájemné blízkosti,
7. sebe-prezentační – prezentace a zalíbení se někomu (Vybíral, 2009),
8. vzdělávací a výchovná – uplatňuje se především pomocí institucí (Strnadová, 2011).

2.1 Dělení komunikace

Jedním ze základních rozdělení komunikace je na verbální a neverbální komunikaci. Při vyjadřování názorů či postojů fungují tyto dvě složky zároveň. Nelze například vyjádřit veselým hlasem hněv (DeVito, 2008). Toto rozdělení je často rozšiřováno o zprostředkovanou komunikaci, ke které dochází buď prostřednictvím dalšího zúčastněného, nebo skrze média, či o elektronickou komunikaci, která probíhá skrze internetové prostředí (Mikuláščík, 2010).

2.1.1 Verbální komunikace

Verbální komunikaci lze definovat jako projevování se pomocí slov a jazyka. Skrze řeč sdělujeme myšlenky a pocity, přičemž aby sdělení bylo srozumitelné, je potřeba dodržet alespoň 3 aspekty – musíme vědět, co chceme říct, proč danou věc říkáme a jakým způsobem ji chceme předat (Holečková, 2023). Náš český jazyk obsahuje přes 250 000 pojmů, přičemž aktivní slovní zásobu tvoří u vysokoškolsky vzdělaného člověka zhruba 50 000 slov. Zbytek slov spadá do pasivní slovní zásoby, kdy význam těchto slov známe, ale aktivně je při své mluvě nepožíváme (Pech, 2009). Samotná verbální komunikace má pro člověka nepochybně velký význam, protože je neoddělitelnou součástí společenského života a nutnou podmínkou pro proces myšlení. Dlouhodobější separace od možnosti verbálně komunikovat vede až k deprivaci člověka. Významovou hodnotu sdělení dotvářejí prvky neverbální komunikace a tón řeči (Strnadová, 2011).

Verbální komunikace může mít formu přímou či zprostředkovanou, mluvenou nebo psanou a živou nebo reprodukovanou. Chápání jednotlivých slov však může být problematické, neboť ne všechna slova označují konkrétní objekty, jsou abstraktní, a každý jedinec má odlišná očekávání a životní zkušenosti (Mikuláščík, 2010). Naše komunikační dovednosti zdokonalujeme v rámci sociálního prostředí přirozeně, a to vlastní zkušeností či nápodobou. Lze je zlepšovat i cílenou formou, a to například v rámci požadavků, které na nás klade okolí (Boukalová et. al., 2023).

Jednotlivé prvky verbální komunikace

1. Hlasitost

Hlasitost projevu ovlivňuje, jak moc je pro posluchače projev příjemný a jak ho zaujme. Setkáváme se s názorem, že kdo mluví potichu, není si jistý svým sdělením, je nesmělý, stydlivý, anebo že ne vše, co říká, je pravdivé. Naopak hlasitá řeč působí sebevědomě

a nebojácně a můžeme z ní cítit uvolnění a přátelskost. Z hlasitosti lze také rozpoznat zainteresovanost člověka k dané věci. Při delších projevech se doporučuje obměňovat hlasitost, abychom zabránili monotónnosti (Mikuláščík, 2010; Pech, 2009; Strnadová, 2011).

2. Výška tónu řeči

Výška tónu řeči a zabarvení hlasu je individuálním prvkem. Je však prokázáno, že tento aspekt ovlivňuje celkové vnímání předávané informace. Všeobecně lze říci, že přesvědčivější a důvěryhodnější působení má na lidi hlubší hlas, který je posazen v nižší poloze (Strnadová, 2011).

3. Rychlost projevu

Rychlost řeči lze rozdělit na pomalé, středně rychlé a velmi rychlé tempo. S ohledem na charakter předávaného sdělení je tempo projevu přizpůsobováno. Při rychlé řeči se posluchači velmi brzy unaví a budou se muset mnohem více koncentrovat, aby stihli zaznamenat všechny informace. Těžko pochopitelnější, důvěrná či jinak významná témata by měla být sdělována pomaleji a s větším důrazem, než „obyčejná“ sdělení. Pro impulzivní a temperamentní osoby je typické rychlé tempo řeči. Naopak pomalejší tempo může značit rozvážnost, vyrovnanost, ale také váhavost, praktického či přímého vyjadřování (Mikuláščík, 2010).

4. Objem řeči

Množství slov, které každý z nás za určité období vyprodukuje, se nazývá objem řeči. Velikost objemu je také individuální, ale je prokázáno, že ženy za stejné období vyprodukují téměř dvojnásobek slov než muži. Velikost objemu také závisí na chování účastníků komunikace. Záleží na tom, zda si dávají navzájem přibližně stejný čas na sdělení a mají tedy rovnocenné postavení v konverzaci, či nikoliv. V mnohých rozhovorech také dochází k intruzi (vzájemné skákání si do řeči) (Mikuláščík, 2010).

5. Plynulost řeči

Plynulost řeči, cílené a neúmyslné pomlky či frázování dopomáhají k tomu, aby řeč působila přirozeně a jsou nevyhnutelným prvkem přispívajícím k snadnějšímu porozumění sdělení. Přílišná plynulost však není vhodným nástrojem pro upoutání pozornosti, neboť při ní máme tendenci být monotónní. Ideální je tedy střídat rychlost tempa a plynulosti a vhodně používat pomlky, které dopomohou ke zdůraznění sdělení, upoutat pozornost nebo nabudit atmosféru očekávání (Strnadová, 2011).

6. Barva hlavy a emoce

Zabarvení hlasu úzce souvisí s emočním rozpoložením, aktuálním prožíváním a náladou jedince, a to i u krátkodobých emočních stavů. Nadměrná melodičnost hlasu vzbuzuje dojem přílišného přehánění a celkově projev působí nepřirozeně. Naopak monotónní řeč bez náznaku emocí vnímá obecnost jako nezáživný, nezajímavý, téměř až suchý či jednotvárný (Strnadová, 2011).

7. Kvalita řeči

Kvalita řeči označuje míru srozumitelnosti, přesnosti, rozvláčnosti či věcnosti sdělení, a také zda sdělené vypovídá to, co má, či z něj vyplývá něco jiného, než bylo původním záměrem komunikátora. Posuzuje se také míra používání redundance, což znamená míru opakování slov a používání slov nadbytečných. Nevědomky užívaná slova jako výplň vět označujeme jako slovní vatu. Nejčastěji mají podobu citoslovcí či příslovcí (např. ehm, prostě, vlastně) a jsou používány v situacích, kdy lidé neumí přesně zformulovat a vyjádřit, co chtějí říct, nebo když jsou ve stresu a pod tlakem. Dalším prvkem ovlivňující kvalitu řeči jsou artikulační chyby, zabíhavé myšlení, kdy mluvčí stále odbíhá a vrací se k tématu, nebo opomenutí, kdy zmíní jen část připravených informací (Mikuláščík, 2010).

2.1.2 Neverbální komunikace

Neverbální komunikace sebou nese velkou řadu významů a není tedy vhodné ji omezovat pouze na oblast, kdy nekomunikujeme slovy. Je velmi úzce navázána na verbální komunikaci, protože díky ní lze dávat důraz na dané sdělení a doplňovat ho o vyjádření emocí a pocitů, a to například prostřednictvím jednotlivých gest a mimiky. V mnohých situacích je neverbální sdělení výraznější než samotné slovní vyjádření, nebo mu dokonce zcela odporuje. Způsob neverbálního vyjadřování také rozhoduje o tom, zda daná osoba sdělení přijme. Slovní a neverbální vyjádření je vhodné vnímat komplexně, aby nedošlo k chybné interpretaci (Matsumoto et al., 2013). Z jistého pohledu lze říci, že neverbální komunikace je jakýmsi univerzálním jazykem, který všichni používáme. Pomáhá také při komunikaci s příslušníky jiných kultur. V případě nepochopení nám například gesta a výrazy dopomohou k vzájemnému pochopení se, protože výklad těchto neverbálních projevů se napříč kulturami mnohdy neliší. Neverbální komunikace na rozdíl od té verbální probíhá neustále, i když mlčíme, a to prostřednictvím mimiky, postoje těla a dalších projevů (Boukalová et al., 2023).

Mimika – komunikace výrazy a pohyby obličeje

Lidská tvář je nepochybně nejvýraznějším a nejdůležitějším zdrojem neverbálních signálů a při komunikaci hraje důležitou roli. Vědomými výrazy obličeje dáváme ostatním najevo pocity, emoce, sympatie, pozitivní či negativní vztah nebo postoj k sdělované skutečnosti. Prostřednictvím mimiky dokáže každý sdělit nejméně těchto 8 základních emocí – překvapení, strach, hněv, štěstí, odpor, smutek, zájem a opovržení. Tyto jednotlivé emoce se snadněji rozpoznávají než jiné a z výzkumů vyplývá, že ženy je umí lépe identifikovat než muži (DeVito, 2008; Konečná, 2009). Schopnost rozpoznat emoční výrazy někteří považují za jednu ze složek emoční inteligence (Boukalová et al., 2023).

Z pohledu mimiky lze obličej rozdělit na 2 zóny. Horní polovina (nos, oči, čelo) je přitom méně pohyblivější než dolní část obličeje se rty. V průběhu komunikace mimicky reaguje celá tvář, ale každá část se projevuje jinak při prožívání rozličných emocí (Vymětal, 2008).

Mimické vyjadřování je specifické v tom, že skrze něj promítáme navenek svůj aktuální psychický stav. Pro každého jedince je charakteristický nějaký stálý emoční výraz, který však nemusí zrcadlit jeho aktuální rozpoložení (Mikuláščík, 2010). Z mnoha provedených experimentů vyplývá hypotéza, že lidská mysl je propojena s obličejem a toto spojení funguje oběma směry. Výrazem obličeje tak člověk může ovlivnit to, jak se cítí. Tento jev je označován jako efekt obličejové zpětné vazby a první zmínku o něm lze nalézt u Charlese Darwina (Söderkvist et al., 2018).

Komunikace pohledy očí

Pohledy očí jsou dalším z doprovázejících prvků komunikace, dopomáhají k její regulaci a předávání či udržení slova. Oční signály se vzájemně odlišují dle charakteru, směru a délky trvání pohledu. Skrze ně komunikátor získává informace o zpětné vazbě od komunikantů, jejich vzájemném vztahu, zájmu a otevřenosti o sdělované téma. Pohledy také umožňují měnit psychologický odstup mezi jedinci. Příkladem je situace, kdy jedinec naváže oční kontakt s někým, kdo je od něj fyzicky více vzdálen, ale díky pohledu se stávají bližšími. Naopak, uhýbáním pohledu se může snažit o odstup. Z hlediska jednotlivých kultur má řeč pohledů rozlišné pravidla a významy (DeVito, 2008; Konečná, 2009; Mikuláščík, 2010).

Gestika – komunikace pohyby rukou a paží

Gestika bývá označována jako jedna z nejstarších forem komunikace, přičemž celkově lze rozlišovat přes 700 000 gest. Jedná se o vědomé i nevědomé pohyby celého těla, především pak rukou, hlavy a nohou. Jejich prostřednictvím je danému sdělení přikládám

důraz, dynamika a celkově dokreslen význam. Frekvence a užívání jednotlivých gest závisí na dané kultuře společnosti a komunikačních zvyklostech (Boukalová et. al., 2023; Konečná, 2009; Vymětal, 2008).

Většinu gest lze na základě jejich významu a užití rozdělit do skupin:

1. Gesta animační/ilustrační – doplňují a dokreslují sdělované informace a slouží k jejich snazšímu pochopení. Příkladem může být ukázání směru cesty nebo naznačení velikosti věcí.
2. Adaptační gesta – těmito gesty lidé reagují na své vlastní potřeby. Pokud je jedinec ve vnitřním napětí, stresu či pod tlakem, tyto gesta se objevují v průběhu konverzace ve velké míře. Příkladem je prohrabávání a upravování vlasů nebo škrabání se.
3. Regulační gesta – pomocí těchto gest je komunikace koordinována, monitorována, kontrolována a udržována v chodu. Jedná se například o pokyvování hlavou na znamení toho, že druhý má pokračovat v řeči, nebo naopak přihlášení se o slovo pozvednutím ruky (Boukalová et. al., 2023; Konečná, 2009).
4. Emočně výrazová gesta – jejich prostřednictvím je vyjadřováno emocionální naladění člověka. Mezi tato gesta patří například pevně sevřená pěst značící narůstající vztek a agresivitu.
5. Gesta znaková – jednotlivé znaky sebou nesou určité sdělení, přičemž jednotlivá gesta nemají v jednotlivých kulturách totožný význam. Typickým gestem je zvednutí palce směrem nahoru či dolů jako znak ne/spokojenosti (Mikuláščík, 2010).
6. Afektivní projevy – jsou používány k doplnění nebo přímo i jako náhrada slov. Jedná se především o mimické projevy, pohyby rukou a těla. Příkladem je úsměv na tváři při přátelském a radostném setkání (DeVito, 2008).

Haptika – komunikace dotyky

Haptika je důležitou součástí komunikačního procesu po celý život člověka. Při komunikaci se projevuje fyzickým kontaktem a dotyky. Z výzkumů vyplývá, že stimulace dotykem přispívá ke zdravému vývoji dítěte a v dospělosti má pozitivní vliv na zdraví (Boukalová et. al., 2023). Stejný dotyk však může mít v odlišných situacích a typech komunikace jiný význam a dopad. Záleží také na intenzitě komunikace a vztahu, který mají jednotlivci mezi sebou (Černý, 2008).

Jednotlivé typy doteků lze rozdělit podle kritérií na konvenční, přátelské, nepřátelské, profesionální, intimní a autokontakty. Konvenční dotyky nám předepisují společenská pravidla. Jedná se tedy například o podání ruky při pozdravu. Přátelskými dotyky vyjadřujeme své sympatie vůči jiné osobě. Opakem jsou nepřátelské dotyky, které jsou pro druhého nepříjemné, agresivní nebo až bolestivé. Dotyky profesionální jsou většinou jednosměrné a lze se s nimi setkat například při vyšetření u lékaře či na masáži. O těchto dotycích by však měl být jedinec od aktéra předem informován. Dalším typem doteků jsou intimní, ke kterým dochází v rámci partnerských a erotických vztahů. Posledním typem jsou autokontakty, při kterých se člověk dotýká sám sebe (Boukalová et. al., 2023; Černý, 2008; Vymětal, 2008).

Dle toho, na jaké místo těla jsou dotyky situovány, rozlišujeme 3 doteková pásma:

- paže a ruce – pásmo společenské či profesionální,
- paže, ramena, obličej a vlasy – pásmo přátelské a osobní,
- libovolná část těla – pásmo intimní a erotické (Vymětal, 2008).

V průběhu samotné komunikace se dotýkáme druhých osob a ty se také dotýkají nás. Mnohými jedinci ale dotyky nejsou vítány. Někteří lidé mají tendenci se haptickému kontaktu vyhýbat, a to v závislosti na několika faktorech. Vždy záleží na mnoha okolnostech, věku, pohlaví jedinců, a také od koho a kam jsou dotyky směřovány. Uhýbání však úzce souvisí s obavou z komunikace. Lidé, kteří mají problém s verbální komunikací, v mnohem menší míře navazují kontakt haptický (DeVito, 2008; Konečná, 2009).

Proxemika – komunikace vzdáleností

Prostor je během neverbální interpersonální komunikace významným faktorem. Podle jednotlivých vzdáleností mezi komunikantem a komunikátorem lze definovat typ vztahu mezi nimi (nadřízenost/podřízenost, sympatie/antipatie). Čím je bližší vztah a intimita mezi jedinci, tím je větší i fyzická blízkost. Rozlišujeme tyto 4 vzdálenosti:

1. Intimní vzdálenost/intimní zóna

Tato vzdálenost se pohybuje do 50 cm, přičemž máme tedy druhou osobu na dosah ruky. Při této blízkosti lze cítit vůni, dech a teplo druhého člověka. Jedná se o zónu nejbližší našemu tělu, která zároveň tvoří ochrannou bariéru, v níž se cítíme v bezpečí. Proto si lidé do tohoto prostoru pouští pouze své nejbližší – rodiče, partnery a děti. Narušení této zóny sebou nese velmi silné negativní reakce.

2. Osobní vzdálenost/osobní zóna

Osobní vzdálenost je osobním prostorem každého jedince a je vymezována v rozmezí 50 cm až 120 cm. Tento prostor bývá volen například při komunikaci s přáteli či s kolegy, kdy při hovoru lze stále dobře sledovat neverbální projevy obličeje i celého těla a udržovat oční kontakt.

3. Společenská vzdálenost/sociální zóna

Sociální zóna nám umožňuje udržovat dostatečně potřebný odstup při komunikaci s cizími lidmi. Vzdálenost od druhých se pohybuje od 120 cm do 3 m, přičemž některé zdroje uvádí vzdálenost až 3,7 m. S touto vzdáleností se můžeme setkat při formálních setkáních, během kterých nejsou řešeny osobní záležitosti. Při takovém odstupu však komunikující ztrácí přehled o druhé osobě a jeho neverbálních projevech.

4. Veřejná vzdálenost/veřejná zóna

Hranice této zóny je definována na 3,7 metru a více. Tato zóna se nejčastěji vyskytuje při formální skupinové komunikaci, kdy řečník je vzdálen od posluchačů, kteří dostatečně mohou vnímat a analyzovat jeho neverbální projevy, a přitom on sám může publikum pozorovat. Při nebezpečných a nekomfortních situacích pomáhá takto velká vzdálenost zachovat možnost bránit se nebo uniknout ze situace. (Boukalová et. al., 2023; DeVito, 2008; Konečná, 2009; Vymětal, 2008).

Kinezika a posturologie – komunikace postojem a pohyby těla

Kinezika studuje to, co je vyjadřováno pohybem celého těla, oproti tomu posturologie rozebírá to, co a jakým způsobem jedinci konkrétně vyjadřují svými postoji a polohou těla. Z jednotlivých postavení tak lze vyčíst situační významy, naladění vztahů a vzájemné antipatie či sympatie (Boukalová et. al., 2023). Hlavní výchozí myšlenkou posturologie je, že můžeme nemluvit, ale nemůžeme nezaujímat žádný postoj nebo polohu těla (Vymětal, 2008). Při mezilidské interakci se můžeme setkat se 4 základními druhy posturiky, kterými jsou oddálení, přiblížení, zmenšení či rozšíření. Příkladem vstřícného posturického projevu je uvolněný postoj, naklonění hlavy nebo volně položené ruce v klíně. Naopak skrze bariérové postoje se lidé snaží od ostatních udržovat odstup. Jeho typickým projevem jsou překřížené končetiny nebo otočení se na stranu od člověka, se kterým je konverzace vedena (Konečná, 2009).

Paralingvistika

Paralingvistiku definujeme jako zvukové projevy, kterými je doprovázena verbální sdělení. Nezabývá se jeho samotným obsahem, ale zaměřuje se na způsoby provedení. Mezi sledované aspekty patří například tón a výška hlasu, jeho barva, dále také intenzita a členění sdělení, zadržávání, plynulost, intonace, ale i mlčení. Prostřednictvím změn těchto parametrů tak lze během komunikace vědomě i nevědomě měnit proud přenášených emocí či význam sdělení. Paraverbální část tak dopomáhá k lepší orientaci a porozumění přenášeným informacím, ať už je či není v souladu se samotným obsahem sdělení (Boukalová et. al., 2023; Konečná, 2009).

2.2 Komunikační bariéry a zdravá komunikace

Při snaze o efektivní komunikaci se setkáváme s bariérami, se kterými je potřeba se vypořádat. Ty můžeme rozdělit z hlediska původu na negativní vnitřní bariéry a negativní vnější bariéry. Příkladem vnější bariéry patří rozptýlení jinými věcmi či hlukem, nebo celkově vyrušování při hovoru jinými aspekty (telefon, další lidé apod.). Co se týká vnitřních bariér jedince při komunikaci, lze je rozdělit do 3 skupin:

1. Syntaktické – jsou způsobeny chybami při předávání informací.
2. Sémantické – jedná se o vzájemné nepochopení způsobené odlišným očekáváním a charakteristikami jedinců.
3. Psychologické – vznikají chybným chováním zúčastněných komunikace, např. vzájemný nezájem a nenaslouchání si (Konečná, 2009).

Jako další bariéry můžeme uvést následující:

- nesrozumitelné vyjadřování,
- snaha o manipulaci druhého,
- nesprávná argumentace za použití lží,
- nevhodné používání neverbálních prvků,
- poruchy hlasu či sluchu,
- neschopnost naslouchat,
- rušivé prostředí (Pech, 2009).

Jednou z významných překážek mohou být i demografické bariéry. V závislosti na pohlaví a věku se může měnit význam jednotlivých slov i neverbálních prvků. Dochází také k mezigeneračním změnám používaného slovníku. Každá z generací si utváří své komunikační prostředky, které jsou pro ně typické. Díky dnešním technologiím a globálnímu propojení lze vytvářet rozmanité modifikace jazyka. Z cizích jazyků, především z anglického jazyka, jsou přejímány odborné výrazy a nová slova, které jsou zařazovány do běžné mluvy. Samotná podstata jazyka sice není zásadně ohrožena, ale může docházet ke vzájemnému nepochopení (Mikuláščík, 2010; Pech, 2009).

Pokud je naše komunikace funkční a kvalitní, lze ji zároveň označit za zdravou komunikaci. Jejím prostřednictvím lze správným směrem rozvíjet jak svou vlastní osobnost, tak i vztahy s druhými. Zdravá komunikace je součástí spokojeného a zdraví prospěšného stylu života. Opakem je nezdravá či dysfunkční komunikace, se kterou se pojí agrese, lhaní, pomlouvání a slovní útoky. Pokud je člověk dlouhodobě vystavován nezdravé komunikaci, lze u něj pozorovat změny v kognitivních procesech, slovním vyjadřování i jeho celkovém charakteru. Zdravá komunikace je tedy odborníky považována za podmínku pro vyrovnaný duševní stav a pocit harmonie. Pro zdravou komunikaci je typických hned několik aspektů:

1. vyjádření empatie a zájmu o druhého, nejen o samotný obsah sdělení,
2. kognitivní přizpůsobení se – přizpůsobování se myšlenkové úrovni toho, s kým komunikujeme, a přizpůsobení se např. jeho slovníku,
3. bezprostřední reakce – odpovědi nejsou bezdůvodně odkládány na později, pouze pokud je to potřeba, tak na dobu nezbytně nutnou, jinak jsou reakce okamžité,
4. princip recipacity – vztahuje se k vyváženosti dialogu, kdy každý má zhruba stejný prostor pro vyjádření se,
5. humor – je potřeba umět zvážit situaci, kdy je humor vtipným doplňkem konverzace, a v kterých situacích není adekvátní,
6. respektování pravidla 3x NE – obsahuje 3 zásady – nezahrnovat druhé nadbytečným množstvím požadavků, příliš nekritizovat (používat spíše konstruktivní kritiku) a nadměrně a dramaticky nevyjadřovat a stále nepřipomínat druhým své zklamání,
7. podpora vývoje a otevřenosti v komunikaci u obou komunikačních partnerů i pro budoucí konverzace,
8. konzistentnost interakcí a jednání vůči ostatním osobám,

9. uvolněnost (Strnadová, 2011; Vybíral, 2009).

2.3 Komunikace v rodině

Klíčem úspěšného fungování rodiny je komunikace. Samotnou komunikaci určuje způsob výchovy v rodině a vztahy rodičů a dětí. Každá rodina má typický systém výměny verbálních a neverbálních sdělení. Prostřednictvím komunikace si její členové vyjadřují své potřeby, obavy, přání, lásku a obdiv. Pro silnou a zdravou rodinu je charakteristické četné, otevřené a zřetelné komunikování. Tyto rodiny umí efektivně řešit problémy a jsou více spokojeny se svými vzájemnými vztahy (Boukalová et. al., 2023). Zdravá rodinná komunikace je také jednou z dimenzí modelu rodinného fungování. Dalšími dvěma důležitými aspekty pak jsou soudržnost a přizpůsobivost jednotlivých členů. Prostřednictvím komunikace jsou právě tyto další 2 aspekty podporovány. Pozitivní komunikace umožňuje rodinně vzájemné sdílení a snadnější zvládání změn. Prokazatelně také působí na chování dětí, které jsou více odolné vůči okolním negativním vlivům a v menší míře se u nich vyskytují závažnější formy delikventního chování (Rabušicová et al., 2011).

Komunikace v rodinném prostředí probíhá ve 2 oblastech, a to afektivní a instrumentální. Skrze afektivní komunikaci jsou sdělovány emoce. V rámci instrumentální oblasti dochází k předávání faktických informací, které dopomáhají k udržení běžného chodu domácnosti. Zdravé rodiny tak zvládají komunikovat v obou těchto oblastech. Komunikace může být dále rozdělena na maskovanou, jasnou, přímou a nepřímou. Pro jasnou komunikaci je charakteristické srozumitelné a lehce pochopitelné sdělení všemi členy rodiny. Komunikace maskovaná obsahuje nejasná sdělení. Přímá komunikace je komunikace přímo s danou osobou, které je sdělení určeno, nepřímá je jejím opakem. V rodině lze identifikovat 4 základní styly komunikace:

1. Jasná a přímá komunikace – považujeme ji za nejzdravější formu komunikace, kdy sdělení je jasné a směřováno přímo ke komunikátorovi.
2. Jasná a nepřímá komunikace – dané sdělení je sice jasné, ale jeho předání není směřováno přímo k osobě, které se dotýká.
3. Maskovaná a přímá komunikace – sdělovaný obsah informací není jednoznačný a je směřován přímo členovi rodiny.

4. Maskovaná a nepřímá komunikace – vyskytuje se často v nezdravě komunikujících rodinách. Obsahuje nejasné zprávy, které nejsou přímo určeny posluchačům (Rayn et al., 2012).

Pro to, aby komunikace v rodině byla co nejvíce efektivní a zlepšovaly se vztahy jejich členů, lze udělat mnoho věcí. Jako první by se rodiče měli zaměřit na rozvoj svých komunikačních dovedností, protože skrze ni ovlivňují vývoj a východu dítěte. Při budování efektivní rodinné komunikace se také mohou řídit hned několika pravidly:

1. Najít si čas a prostor na společnou komunikaci, často spolu mluvit a využívat co nejvíce příležitostí ke sdělení a sdílení.
2. Komunikovat přímo a jasně, což je zásadní hlavně při řešení problémů, a snažit se být pozitivní.
3. Naslouchat aktivně, věnovat členům rodiny pozornost, být aktivním posluchačem a směřovat svou pozornost i neverbálním projevům.
4. Komunikovat upřímně a otevřeně, což zároveň dopomáhá k utužování důvěry ve vztazích.
5. Být ohleduplný k těm, se kterými komunikujeme.
6. Zaměřit se na podporování silných stránek rodiny (Boukalová et. al., 2023).

Co se týká vnímání rodinné komunikace jednotlivými členy napříč generacemi, z provedeného testování vyplývají největší rozdíly mezi nejmladší a nejstarší generací. Generace prarodičů vnímá rodinné prostředí pozitivněji než jejich potomstvo. Dle názorů nejstarších tedy dostávají ostatní členové dostatek prostoru ke svým vyjádřením, komunikace je otevřená a bez tajností. Nejmladší generace spolu se svými rodiči však takto optimistický pohled nesdílejí. Výsledné rozdíly sice nejsou markantně odlišné, ale nelze si nevšimnout určitého generačního trendu, který z něj plyne (Rabušicová et al., 2011).

2.4 Komunikace generace Z

Generace Z se pohybuje hned mezi několika způsoby komunikace a každý z nich používá z různých příčin a rozlišnou frekvencí. Ke změnám dochází také ve společenské etiketě týkající se komunikace a preferovaných stylech (Seemiller a Grace, 2019; Shorey et al., 2024).

Tabulka 2 Preference v komunikaci jednotlivých generací

Generace	Preferovaný způsob komunikace
Tichá generace	Komunikace tváří v tvář a formální dopisy
Baby boomers	Telefonická komunikace a komunikace tváří v tvář
Generace X	Emaily a textové zprávy
Generace Y (Mileniálové)	Textové zprávy, emaily a sociální média
Generace Z	Komunikace tváří v tvář skrze video chat, digitální aplikace

(zdroj: Shorey et al., 2024; Rahn a Marchand, 2024)

Jak můžeme vidět v Tabulce 2, každá z generací preferuje jiné způsoby komunikace. I přes to, že generaci Z velmi silně ovlivňují technologie a proces komunikace se postupně přesunuje do digitálního prostředí, dle globálního výzkumu je stále osobní konverzace tou nejpreferovanější metodou. Příčinou může být fakt, že příslušníci generace Z chtějí mít pocit spojení s dalšími osobami a nejde jim jen o samotné předání informace. Na druhou stranu však výzkumníci uvádějí, že nejpreferovanější či nejoblíbenější metoda neznamená, že je zároveň ve skutečnosti tou opravdu nepoužívanější (Shorey et al., 2024).

Tabulka 3 Preference komunikačních metod generace Z

Metoda	Oblíbenost používání metody
Osobní konverzace	77 %
Zasílání textových zpráv (SMS)	54 %
Přímé zasílání zpráv (přes aplikace)	47 %
Telefonní rozhovor	28 %
Videochat	23 %
Zasílání zpráv e-mailem	17 %

(zdroj: Shorey et al., 2024)

Generace Z má globální konektivitu a aktivně komunikuje v kyberprostoru. Je velmi otevřená novým formám komunikačních nástrojů a technologiím, se kterými už od malička vyrůstá. Při porovnání s generacemi předchozími lze pozorovat viditelné rozdíly v komunikačních vzorcích. Příslušníci této generace jsou schopni nové technologie rychle adaptovat do svého každodenního života, což dopomáhá také k jejich neustálému rozvoji (Siagian a Yuliana, 2023). Cílem technologického pokroku je usnadnění komunikace prostřednictvím mobilních zařízení. Jejich používání, oproti klasickým komunikačním prostředkům, významně zefektivňuje navazování komunikačních spojení s lidmi vzdálenými i tisíce kilometrů (Nasrullah, 2022). Tyto změny v komunikačních vzorcích však sebou přinášejí mnoho změn i výzev, například zvládání trávení stále delšího času před obrazovkami a tlak sociálních médií. Generace Z v současné době tvoří nejpočetnější skupinu uživatelů sociálních sítí na celém světě a věnují mnoho času platformám jako jsou Instagram, Snapchat, TikTok či Twitter. Ty se staly klíčovými místy pro komunikaci, ale také pro sdílení zážitků a budování sociální identity. Skrze sociální média uživatelé mohou komunikovat s vrstevníky, celebritymi, různými výrobními značkami a vyjadřovat své názory (Siagian a Yuliana, 2023). Klíčovou platformou, která má hlavní roli v interakci, je pro generaci Z Instagram. Využívají ji při komunikaci a budování vztahů s dalšími osobami, a to i těmi, které neznají osobně, např. celebritymi a dalšími jejich idoly (Nuruzzahra et al., 2023). Dále jsou hojně využívány WhatsApp, Snapchat, Facebook, Twitter, a mezi mladší polovinou generace Z TikTok (Shorey et al., 2024). Rostoucí popularitu nyní můžeme zaznamenat u platformy BeReal, kterou lze považovat za protiklad Instagramu. Uživatelé zde mají přehled o každodenním životě a činnostech druhých prostřednictvím autentických sdílených fotografií, které nejsou nijak záměrně stylizované (Křováková, 2024).

Jednotlivé komunikační změny zasahují i do sociální a kulturní oblasti života a mění také hloubku osobních interakcí. To vede k častějšímu navazování vztahů přes digitální technologie a omezení osobní komunikace (Siagian a Yuliana, 2023). Celkově lze říci, že změny ve způsobech komunikace zapříčiněné sociálními médii vytvářejí jedinečné komunikační prostředí (Supratman, 2018).

Generace Z má tendenci komunikovat spíše skrze textové zprávy než přímou verbální komunikaci. Tato skutečnost ale ovlivňuje dynamiku jejich vztahů, protože při textování mají více času na rozmyšlenou a na reakci. Samotné zprávy doplňují o obrázky, videa

a emotikony a často vytváří kreativní obsah. Tyto prvky se staly běžnou součástí jejich komunikační kultury (Iswatiningsih a Pangesti, 2021).

Z výzkumů zabývajících se analýzou komunikačních vzorců vyplývá, že generace Z ke sdělování zpráv upřednostňuje vizuální obsah a prvky, jako jsou emoji a samolepky. Jejich interakci lze charakterizovat jako rychlou, stručnou, přímou, a v této podobě očekávají i zpětné reakce. Dále si nelze nevšimnou jejich přizpůsobování stylu a obsahu komunikace dle používané platformy. Primárním nástrojem pro komunikaci jsou pro ně sociální média. Ty jsou však příčinou změn v jejich komunikačních vzorcích. Jednou z pozorovaných změn je nárůst času stráveného online komunikací, který naznačuje významný posun od tradiční k digitální komunikaci. Skutečnost, že generace Z průměrně denně tráví více než 4 hodiny používáním sociálních médií značí, že jsou jedním z hlavních prostředků komunikace. I přesto, že text je stále hlavním používaným způsobem sdělování informací, nelze si nevšimnou ostatních obměn (Siagian a Yuliana, 2023). Jednou z nich je změna preference používaného způsobu sdělení, kdy text postupně nahrazují vizuální média (obrázky, samolepky, videa). Dochází také k přizpůsobování textové komunikaci, kdy emoční rozpoložení a sebevyjádření je prezentováno skrze emoji (Peredy et al., 2024). Všechny změny v komunikačních vzorcích mají významný dopad na sociální vztahy a dynamiku mezilidských interakcí. Přestože nám sociální média umožňují se rychle spojovat a komunikovat s ostatními, mohou snižovat hloubku vztahů. Při digitální komunikaci jedinec není schopen číst neverbální projevy druhého a zkracuje se také doba strávená přímou komunikací. To může vést k poklesu sociálních dovedností mimo digitální oblast. (Siagian a Yuliana, 2023). Dalším z vyskytujících se problémů je nesprávná komunikace. V digitálním prostředí jsou používány slang a zkratky, není správně dodržována interpunkce a kontrolu pravopisu provádí automatická jazyková kontrola v zařízeních. Všechny tyto zmíněné prvky se podílejí na postupném poškozování dovednosti psaní jedince, protože se na ně více a více spoléhá a stává se na nich závislým, což může mít dopad i na jeho komunikaci ve formálním prostředí. Navíc používání internetové mluvy v každodenním životě může ovlivnit komunikaci člověka s ostatními generacemi, protože ty nové způsoby vyjadřování neznají a mnohým slovům nerozumí (Shorey et al., 2024). Celkové dopady změn v komunikačních vzorcích pocítuje i širší společnost v různých aspektech života. V sociální oblasti dochází ke změnám v komunikaci v souvislosti s utvářením mezilidských vztahů (Siagian a Yuliana, 2023).

To, že generace Z preferuje komunikaci založenou na vizuálním sdělení a vyžaduje okamžitou zpětnou vazbu, potvrzuje i další z provedených výzkumů. Při studii komunikačních stylů generace Y a Z se ukázalo, že příslušníci generace Z jsou sice méně asertivní, ale dokáží se více v komunikaci přizpůsobit cílové skupině, což ji značně zefektivňuje. Často také porovnávají svůj komunikační styl s ostatními vrstevníky a mají dobré povědomí o svém vlastním stylu. Snaží se komunikovat přátelsky, což jim usnadňuje přijetí do skupin (Raslie, 2021). Potvrzena byla také jejich velká závislost na platformách sociálních médií, které poskytují hlavní prostor pro komunikaci a to, že způsoby komunikace této generace nejsou omezeny časem, prostorem ani zeměpisnou polohou (Peredy et al., 2024). Nelze si také nevšimnout proměn stylů komunikace ve veřejném prostoru. Jednotlivá média a sdělovací prostředky přizpůsobují způsob a formu prezentace informací jednotlivým generacím. Vznikají tak i nová média, která cílí na mladou generaci, tedy i na generaci Z, a svou tvorbu záměrně upravují dle jejich potřeb (Křováková, 2024).

3 MEZIGENERAČNÍ KOMUNIKACE, VZTAHY A UČENÍ

Zdravé vztahy nelze budovat bez dobré komunikace. Z toho vyplývá, že mezigenerační komunikace je neoddělitelně provázána s mezigeneračními vztahy, porozuměním, ale také i učením. Mezigenerační kontakt je důležitým nástrojem k tomu, aby spolu příslušníci různých generací mohli navzájem komunikovat. To může dopomoci k překonávání generačních stereotypů, které o jednotlivých generacích máme, a přispět tak k většímu porozumění a zlepšení těchto vztahů (Rabušicová et. al., 2011).

3.1 Mezigenerační komunikace

Mezigenerační komunikace je termín používaný pro popis těch interakcí, které probíhají mezi příslušníky různých věkových skupin nebo generačních kohort (Donsbach, 2008). Bližší specifikaci mezigenerační komunikace opíráme o teorii celoživotního vývoje (life-span teorii), která poukazuje na uvědomování si odlišností mezi lidmi rozlišných věkových kategorií. Tyto odlišnosti jsou zapříčiněny fyzickými, kognitivními a psychologickými vlastnostmi, a také různými postoji a zkušenostmi, které vyplývají z individuální životní historie každého jedince. V průběhu celoživotního vývoje člověka také nesmíme opomenout dynamiku mezilidských vztahů a komunikace, která se mění dle obsahu a intenzity. Do mezigenerační komunikace je tedy nutné zahrnout nejen všeobecně známé mezigenerační rozdíly, ale i ty individuální, a také vliv prostředí. Důležitým prvkem je rovněž osobní a sociální identita. Skupiny, kterými jsme členy, se podílejí na formování našich postojů a způsobů komunikace s ostatními skupinami, tedy i s jinými generacemi (Rabušicová et. al., 2011). Mezigenerační komunikace tak sebou nese charakteristiky jak komunikace mezi skupinami, tak i té interpersonální, přičemž mladší a starší jedinci spolu komunikují jako jednotlivci, ale zároveň berou v úvahu skupinové rozdíly (Zhang a Lin, 2009). Setkáváme se také s názory, že lidé odlišných generací patří i k jiným kulturám, tudíž bychom mezigenerační komunikaci mohli považovat za interkulturní (Rabušicová et. al., 2011).

Základní východisko pro mezilidskou komunikaci je akceptování druhých s tím, že i přes to, že jsou v mnoha ohledech jiní, jsou také osobnostmi, které mají zkušenosti, prožitky a poznatky, které je třeba brát v potaz. Skrze mezigenerační komunikaci by lidé měli dosahovat vzájemného porozumění a pochopení se, které je nevyhnutelným aspektem kvalitního života (Jirásková, 2005). Mezigenerační komunikace má prokazatelně vliv na životní pohodu, spokojenost a sebepojetí (Anderson, 2023). Vzhledem ke stále

se zrychlujícímu tempu a rozmanitosti života dochází k tomu, že se v něm lidé stále méně zvládají orientovat. Tato pestrost také zapříčiňuje ztrátu stabilit a kontinuity prožívání, čímž může být oslabována i schopnost komunikace. Spolu s ohledem na stárnutí populace se tak mezigenerační komunikace stává stále náročnější. Je však žádoucí, aby generačně rozličné společenství fungovalo a prosperovalo. I přes možné komunikační bariéry by se lidé neměli přestat snažit o nalezení společných témat, porozumění a mezigenerační setkávání. Komunikace sebou nese obrovský potenciál, který lze využívat právě pro překonání těchto překážek. Těmi nejčastějšími bariérami v mezigenerační komunikaci jsou:

- věková diskriminace,
- odlišné společenské podmínky a historické události, ve kterých člověk žil převážnou část svého života,
- odlišná filozofie vzdělávání a jeho rozvoj,
- odlišné životní zkušenosti,
- zdravotní stav,
- orientace v prostředí moderních technologií,
- rozlišné představ o etiketě a slušném chování,
- úroveň verbálního projevu a bohatost slovní zásoby (Jirásková, 2005).

Mezigenerační komunikace v online prostředí má trochu jiná specifika. Prostřednictvím případové analýzy bylo zjištěno, že mezigenerační komunikace může být velmi přínosná a produktivní, pokud se odehrává v prostoru podporující respekt a rovnost. Tyto podmínky splňují například anonymní online platformy, díky kterým lze lépe překonávat věkové předsudky. Je zde také místo pro sdílení zkušeností, názorů a rad mezi lidmi různého věku, což podporuje oboustranné pochopení a empatii (Li et al., 2023).

Mezigenerační konflikty

Mezigenerační konflikty jsou hned po těch manželských těmi nejčastějšími, které v rámci svých vztahů řešíme, a mají své jedinečné charakteristiky. Dle psychologů však jejich příčinou mnohdy nebývají reálné problémy, například odlišné lidské povahy či aktuální nálada, ale určitá zaujatost různých generací vůči sobě a mnohdy i nepravdivá přesvědčení. Ta často brání v poznání a přijetí nových skutečností, které by mohly tyto mylné teorie vzájemně o jednotlivých generacích vyvrátit (Jirásková, 2005).

Mezi šesti nejčastějšími tématy běžných mezigeneračních konfliktů jsou rozdíly v komunikačních a interakčních stylech, odlišné zvyky a životní styl, hodnoty, náboženství, práce, ale i nastavení jiných standardů vedení domácnosti. Jako zdroj vážných mezigeneračních konfliktů bývá také uváděna závislost dospělých dětí na finanční pomoci či bydlení od jejich rodičů. Co se týká faktorů iniciujících konflikt, tím nejčastějším bývá kritika, a to jak starých vůči mladým, či naopak. Dále například neshody, generační propast či odmítnutí. Z výzkumů vyplývá, že starší lidé bez rodiny, jsou k mladým lidem, více kritičtější a nevstřícní. Ve srovnání se staršími členy rodiny jsou i méně podporující (Zhang a Lin, 2009). Mladí dospělí popisují interakce se staršími nepříbuznými dospělými jako nekompatibilní. Často se v jejich průběhu vyskytuje negace, odmítání, povýšenecké či autoritativní chování či stěžování si. K většímu napětí v průběhu mezigeneračních rozhovorech přispívá i očekávání, že mladší musí být vůči starším zdvořilí a projevovat jim úctu (Anderson, 2023).

3.2 Mezigenerační kontakt a vztahy

Vzhledem ke zvyšujícímu se věku dožití trávíme s lidmi z ostatních generací mnohem více času, než tomu bylo dříve. Máme tak mnohem více prostoru pro uskutečňování mezigeneračních kontaktů a setkávání se. Dle převažujících názorů ve společnosti se však setkáváme s tím, že člověku přináší více radosti a užitku socializace se svými vrstevníky. Přispívají k tomu také společenské podmínky, které věk jedince považují za určující pro to, v jaké životní fázi se nachází. S tou jsou spojeny činnosti a úspěchy, kterých je v dané fázi možno dosáhnout. Lze ale také najít názory a důkazy, které tuto myšlenku vyvrací. Díky moderním digitálním technologiím a rozsáhlým možnostem mobility mají lidé více způsobů a možností k mezigeneračnímu kontaktu a utužování mezigeneračních vztahů (Rabušicová et al., 2011).

Studie ukazují, že různé typy vztahů mají různá pravidla komunikace, normativní očekávání a míru vztahové spokojenosti (Zhang a Lin, 2009). Pojem mezigenerační vztah označuje jakýkoliv typ vztahu mezi jednotlivci či skupinami různých generací (Gu a Dupre, 2020). Zahrnuje tedy nejen osobní či rodinné vztahy, ale i vztahy mezi odlišnými věkovými skupinami, které vymezují stanovená demografická kritéria a další faktory (Schütze, 2001). První mezigenerační zkušenosti člověk získává již v raném dětství, a to prostřednictvím své rodiny či při setkávání s jinými dětmi (Cockrell, 2022). Budování mezigeneračních vztahů sebou přináší hned několik pozitiv. První z nich je například utváření zdravých

vztahů, které celkově přispívají k posilování komunit. Dále jsou skrze tyto vztahy uchovávány životní příběhy a historie různých míst. U starších osob pak hrají důležitou roli při procesu zdravého stárnutí, kdy pomáhají předcházet osamělosti a izolaci jedinců a zároveň jim dodávají pocit smysluplnosti a významu života (Pillemer et al., 2022). Mezigenerační vazby v sobě ukrývají sílu a energii, která ovlivňuje kvalitu života. V jeho průběhu dochází k propojování s ostatními a k budování vztahů, které mají tělesné, duševní a emocionální přínosy. Nedostatek sociální interakce tak může vést i k nepříznivým zdravotním následkům. Propojování lidí napříč generacemi je přínosné například i pro mladé dospělé. Ti mohou mezigenerační vztahy využít ke zlepšování svých kognitivních funkcí a zvyšování empatie. Všeobecně tedy lze říci, že propojování generací přináší jednotlivcům, a to bez ohledu na věk, pocit ocenění, a že je ostatní vnímají a naslouchají jim. Mezigenerační propojení tak může přispívat ke štěstí, empatii, soucitu a sociální inteligenci (Cockrell, 2022).

Potřebu navazovat mezigenerační vztahy a propojení s ostatními lidmi lze nalézt i v samotné Maslowově hierarchii potřeb. Tu tvoří celkem 5 základních lidských potřeb, kterými jsou tělesné a fyziologické potřeby, potřeba bezpečí a jistoty, potřeba lásky a sounáležitosti, potřeba uznání a úcty, a poslední je potřeba seberealizace. Právě třetí ze zmíněných potřeb, tedy láska a sounáležitost, jsou pro budování mezigeneračních vztahů rozhodující a lze je považovat ze mezigenerační pojítka. Je tedy důležité si uvědomit, že navazování vztahů s ostatními a budování pocitu sounáležitosti je klíčové pro dosažení seberealizace (McLeod, 2024).

Blízké vztahy a častější kontakt mezi jedinci však nutně nemusí zaručovat harmonické vztahy (Zhang a Lin, 2009). Se stárnutím generací ale mezigenerační vztahy nabývají na významu. Aby byly silné a dobře fungovaly, měly by se vyznačovat těmito čtyřmi „R“ – respect (respekt), responsibility (odpovědnost), reciprocity (vzájemnost), resiliency (odolnost). Ty si nyní blíže popíšeme:

1. Respekt

Respekt je důležitou součástí každého vztahu, a pro mezigenerační vztahy je ještě více důležitý. V ideálním případě by mladší generace měly respektovat ty starší, a to pro jejich životní moudrost a znalosti. Svůj respekt a úctu tak často vyjadřují skrze žádosti o rady či dotazování se na život starších. Respekt k vazbám mezi generacemi tak zdůrazňuje to, jak si mladší členové rodiny váží vztahů se staršími.

2. Odpovědnost

Odpovědnost v mezigeneračních vztazích může být ovlivněna mnoha faktory, např. pohlavím, náboženstvím, socioekonomickým statusem či dalšími. Výzkumy v rodinném prostředí ukazují, že mladší generace se cítí být zodpovědná za starší, a to především za své příbuzné. Tato odpovědnost je nejčastěji založena na pocitu závazku za to, co starší generace v dřívějších letech vykonala pro generace následující. Dalším důvodem může být také náklonnost člověka ke starším lidem. Skrze věnovanou pozornost tak mladší vyjadřují starším, že jsou pro ně stále důležití.

3. Vzájemnost

Pro mezigenerační vztahy je charakteristická vzájemná závislost, přičemž tyto vztahy obousměrně ovlivňují chod a směřování životů. Mladší lidé podporují starší a pomáhají jim zvládat nástrahy stárnutí. Naopak starší lidé podporují mladší při jejich růstu, rozvoji, rozhodování či životních změnách. Tyto vztahy tak lze považovat oboustranně prospěšné.

4. Odolnost

Pro trvalou podporu a dlouhodobé vztahy je odolnost zcela zásadní. V mezigeneračních vztazích lze odolnost ukázat na způsobech, kterými rodiny rozvíjejí své strategie pro zvládání změn. Těmi mohou být například rozvod nebo sňatek. Pokud jsou vztahy dostatečně odolné, představují pro nejmladší generaci nepřetržitý systém fyzické a emoční podpory (Brubaker a Brubaker, 1999).

3.3 Mezigenerační učení

I přes to, že žijeme ve společnosti, která klade velký důraz na mláď, je potřeba si uvědomit, že budoucnost a růst jednotlivých národů závisí na moudrosti starších generací (Cockrell, 2022). Aktuálně celosvětově dochází ke stárnutí populace, ale paradoxně se zároveň potýkáme s problémem nedostatku smysluplných vazeb mezi staršími a mladšími lidmi. Nedostatek příležitostí k interakci tohoto typu však zvyšuje pravděpodobnost rozvoje negativních postojů a předsudků vůči starším dospělým. Dále také znemožňuje mladým lidem učit se nastrádané životní moudrosti starších. Přitom toto sdílení má prokazatelně pozitivní účinky, např. rozvoj životních dovedností a nových vztahů či pomoc při překonávání bariér. Pro optimální rozvoj mládeže je tedy potřebné zvyšovat frekvenci kontaktu se staršími, a hlavně usnadnit přenos praktických informací a rad (Pillemer et al., 2022).

Mezigeneračnímu učení a vzdělávání se v evropském prostředí věnoval například projekt EAGLE. Z jeho dokumentů vyplývá, že mezigenerační učení můžeme definovat jako proces, během kterého si jednotlivci napříč věkovými kategoriemi osvojují nejen znalosti a dovednosti, ale také postoje a hodnoty, a to skrze každodenní zkušenosti, dostupné zdroje a vlivy, které působí v jejich vlastním prostředí a životním kontextu (Hatton-Yeo, 2008). Další z používaných definic vymezuje mezigenerační učení jako postup, jehož cílem je prostřednictvím cílevědomých a vzájemně prospěšných aktivit propojit lidi z různých generací. Zmíněné aktivity by měli podporovat vzájemné porozumění a respekt a pomoci při utváření soudržnosti komunit (Fisher, 2008). Někteří autoři zabývající se tématem mezigeneračního učení ovšem odkazují na fakt, že k předávání sociálních a kulturních znalostí z generace na generaci docházelo odpradáвна, tudíž se jedná jen o novodobé označení (Kamanová et al., 2016).

Mezigenerační učení je však velmi specifické. V obecné rovině učení o něm lze říci, že se jedná o učení záměrné, ale zároveň i nezáměrné. Při bližším pohledu na jeho proces také nelze jednoznačně rozhodnout, zda se jedná o učení vědomé či nevědomé, neboť splňuje podmínky pro obojí. V terminologii se dále setkáváme s pojmy celoživotní a všestranné učení. Mezigenerační učení zde rovněž splňuje podmínky pro obě kategorie, neboť probíhá po celý život, ve všech jeho fázích a oblastech. Jeho hlavním znakem, díky kterému se odlišuje od jiných typů učení, je tedy zaměření se na účastníky z různých generací (Rabušicová et al., 2009). Samotnou specifičnost pak lze pozorovat v celém učebním procesu, a to v motivaci, obsahu i interakcích. Forma předávaného obsahu totiž musí být přizpůsobována či upravována potřebám jiných generací, kterým je předávána. Jednotlivé generace sebou také přinášejí rozmanité životní postoje a zkušenosti. Do interakcí ale vždy různou měrou zasahuje generační rozdílnost, která pokud není učícím se oceňována, zvyšuje se riziko vzniku mezigeneračního neporozumění. Z výzkumů vyplývá, že konkrétní obsahy, které jsou prostřednictvím mezigeneračního učení předávány, téměř není možné získat učením se od vrstevníků (Rabušicová et al., 2016).

Mezigenerační učení v sobě skrývá potenciál, díky kterému se může uskutečňovat v podstatě všude, kde dochází k setkávání lidí (Kamanová et al. 2016). Konkrétně se může jednat o prostředí školy, pracoviště, komunity, či rodiny. Právě rodinné prostředí je v kontextu mezigeneračního učení velmi významné. V nejvyšší míře zde probíhá sociální učení, v rámci kterého dochází k předávání a osvojování norem, hodnot, postojů a komunikačních dovedností, které potom lidé využívají i jiných prostředí a skupinách

(Rabušicová et al., 2009). Učení probíhá v konkrétních situacích, které rodina prožívá, prostřednictvím uskutečňování společných činností a interakcí (Rabušicová et al., 2012).

Mezigenerační učení je vnímáno jako přínosné pro jednotlivce, společnost i komunity. Konkrétními přínosy jsou:

- spojování segregovaných generací,
- budování lepšího porozumění mezi generacemi,
- podpora mezigenerační spolupráce, sociální participace a aktivního občanství,
- sdílení společenských i profesních znalostí mezi generacemi,
- řešení sociálních problémů napříč generacemi,
- podpora celoživotního a všestranného učení,
- budování a udržování lidského a sociálního kapitálu (Hatton-Yeo, 2008).

Mezigenerační komunikace, konflikty, vztahy a učení jsou klíčovými prvky, které formují interakce mezi generacemi. A i přes rozdílné hodnoty a zkušenosti přináší příležitosti ke vzájemnému obohacení a porozumění. Nyní již přejdeme k praktické části, kde konkrétněji budeme komunikaci generace Z s příslušníky ostatních generací analyzovat.

II. PRAKTICKÁ ČÁST

4 VÝZKUM

V našem výzkumu se zaměřujeme na komunikaci generace Z s ostatními generacemi, a to konkrétně na to, jaké jsou jejich zkušenosti s touto komunikací, jak je dále ovlivňují, jak se komunikace mezi generacemi proměňuje a jak tyto proměny působí na mezigenerační vztahy.

Do generace Z spadají lidé narození v letech 1995 až 2010, tedy osoby ve věku 15 až 30 let, přičemž zástupci této generace aktuálně představují zhruba 19 % světové populace. Jedná se tedy o přibližně 2 miliardy lidí po celém světě (McCrinle, 2014). V populaci České republiky je generace Z rovněž zastoupena 19 % (Česko v datech, 2018). Konkrétně se jedná o 1,5 milionu lidí (Media, 2024). Tato generace se od ostatních odlišuje velkou rozmanitostí, svým životním stylem i hodnotami, které vyznávají, materiální vybaveností, a hlavně zařazením a používáním technologií do denního fungování od útlého věku (Oszust, 2023).

Komunikace patří mezi jednu z nejdůležitějších a nejužitečnějších dovedností a vlastností člověka. Můžeme ji definovat jako proces, při kterém dochází k přenosu informací od jednoho zdroje k druhému, tedy od zdroje k příjemci. Komunikace zahrnuje sdělení i sdílení. Někteří ji popisují jako prostředek, kterým se navenek projevují lidské vztahy (Vybíral, 2009). Komunikační dovednosti hrají klíčovou roli při utváření a udržování zdravých vztahů mezi jedinci, a to napříč všemi prostředími (Boukalová et al., 2023; DeVito, 2008). Mezi funkce komunikace dále patří navazování kontaktu a následné sbližování lidí, posílení pocitů vzájemné sounáležitosti a podpory (Mikuláščík, 2010). Jedním z motivů ke komunikaci je uspokojení potřeby bližšího kontaktu (Vybíral, 2009). Ve společenském prostředí či komunitách se stále častěji setkáváme s několika různými generacemi, které mají odlišné preference v komunikaci a navazování kontaktů s ostatními. Tato různorodost může být příčinou neshod a nesprávné vzájemné komunikace. Pro příslušníky různých generací je tak komunikace s jinými skupinami mnohdy velmi obtížná. Pohybují se mezi více způsoby komunikace a každý z nich používá z jiných důvodů a s různou frekvencí (Seemiller a Grace, 2019). Pro prosperitu a celkové fungování společnosti je žádoucí, aby takto generačně rozmanité společenství fungovalo (Jirásková, 2005). Kvalita mezigenerační komunikace a vztahů totiž prokazatelně ovlivňuje spokojenost jedince a jeho celkovou kvalitu života (Anderson, 2023; Cockrell, 2022).

Důvodem ke zkoumání komunikace u generace Z je také skutečnost, že naprosto mění dosavadní způsoby a formy komunikace. Tyto změny můžeme pozorovat například

v upřednostňovaných způsobech komunikace. Generace X, rodiče generace Z, preferují komunikaci skrze emaily či textové zprávy. Zato generace Z komunikuje face-to-face, ale prostřednictvím videohovorů či skrze jiné digitální aplikace (Rahn a Marchand, 2024). Samotné textové sdělení často doplňují, či postupně zcela nahrazují, vizuálními prvky (Peredy et al., 2024). Každá změna ve vzorcích komunikace ale významně ovlivňuje sociální vztahy a dynamiku mezilidských interakcí (Siagian a Yuliana, 2023).

Digitální technologie jsou jedním z významných komunikačních prostředků. Zpráva o digitálních závislostech v ČR z roku 2024 uvádí, že přes 90 % dotázaných, spadajících do generace Z, používá sociální sítě a jiné aplikace pro komunikaci (Chomynová et al., 2024). Toto prostředí se ukazuje být také vhodným pro mezigenerační komunikaci, protože je zde prostor pro vzájemné sdílení napříč lidmi různého věku. To napomáhá k oboustrannému pochopení, vyšší empatii a nabourávání stereotypů (Li et al., 2023). Nadužívání těchto komunikačních aplikací však může mít negativní dopad nejen na fyzické a psychické zdraví jedince, ale také přispět k poruchám rozvoji řeči, zhoršení komunikačních dovedností a sociální izolaci (Chomynová et al., 2024). Chování generace Z, jejich pohledy a přístupy jsou pravděpodobně ovlivněny digitální érou, ve které vyrůstají. Dochází také ke změnám společenské etikety v oblasti komunikace. V současnosti zhruba 73 % osob z této generace dává přednost komunikaci v digitálním prostředí než osobně. (Seemiller a Grace, 2019).

4.1 Výzkumné cíle

Hlavním výzkumným cílem je zjistit, jaké jsou zkušenosti typických příslušníků generace Z s komunikací s ostatními generacemi a jak se tyto zkušenosti promítají do jejich způsobů komunikace. Dále chceme odhalit a specifikovat jednotlivé faktory a vlivy, které proměňují komunikaci mezi různými generacemi a generací Z. Naším dalším cílem je porozumět komunikačním zvykům a preferencím této generace a odhalit dopad těchto změn na mezigenerační vztahy.

4.2 Výzkumné otázky

1. Jak se zkušenosti příslušníků generace Z s komunikací s ostatními generacemi promítají do jejich způsobů komunikace?
2. Jaké faktory a vlivy proměňují komunikaci generace Z?

3. Jaké dopady mají změny komunikačních zvyků a preferencí na mezigenerační vztahy?

4.3 Pojetí výzkumu

Za účelem zjištění, jak se zkušenosti typických příslušníků generace Z s komunikací s ostatními generacemi promítají do jejich způsobů komunikace, volíme kvalitativní výzkumné pojetí, protože chceme tyto zkušenosti blíže zanalyzovat a popsat. Kvalitativní výzkum nám umožňuje dojít k hlubšímu porozumění zkušenostem a významům, ale zároveň zachycuje i fakta a různorodost emocí, interakcí a postojů, které mezigenerační komunikace zahrnuje. Tyto aspekty tak lze díky kvalitativnímu pojetí zachytit v celé jejich šíři. Vzhledem ke specifčnosti generace Z je také potřeba objasnit, jakými způsoby tato generace s ostatními generacemi komunikuje. Dále chceme najít jednotlivé faktory a vlivy působící a proměňující formy a způsoby komunikace. Díky flexibilitě kvalitativního výzkumu můžeme reagovat na neočekávané poznatky a autenticky je zachytit. Komunikace je totiž velmi důležitým prvkem při budování a udržování vztahů mezi lidmi, takže se zaměříme i na to, jaké dopady mají změny komunikačních preferencí a zvyklostí na vztahy mezi jednotlivými generacemi.

4.4 Výzkumný nástroj

Výzkumný nástroj, který jsme se rozhodli využít pro naši práci, je polostrukturovaný rozhovor vedený s typickými příslušníky generace Z, kteří byli vybráni na základě stanovených kritérií. Výhodou tohoto typu rozhovoru je, že lze v průběhu přizpůsobovat strategie jeho vedení a měnit posloupnost kladení připravených otázek dle aktuální situace. Je také možné pokládat doplňující otázky a jejich prostřednictvím se ponořit hlouběji do tématu (Miovský, 2006). Otázky použité v rozhovoru jsou v souladu se stanovenými výzkumnými cíli a výzkumnými otázkami. V rámci rozhovoru jsme se zaměřovali na běžnou komunikaci příslušníků generace Z s ostatními členy jednotlivých generací, a to jak s rodinnými příslušníky, rodiči a prarodiči, tak s osobami mimo rodinu, se kterými se běžně setkávají. V rozhovoru se zabýváme tím, jaké jsou zkušenosti příslušníků generace Z s komunikací s ostatními generacemi a jak se tyto zkušenosti promítají do jejich způsobů komunikace. Dále se dotazujeme na faktory a vlivy, které komunikaci generace Z ovlivňují. Naše otázky směřovaly také na změny komunikačních preferencí a zvyků generace Z a zajímalo nás, jaké dopady mají tyto změny na mezigenerační vztahy. Otázky použité v rámci rozhovoru jsou uvedeny v Příloze I.

Před samotným uskutečněním polostrukturovaných rozhovorů bylo osobně či skrze sociální síť osloveno několik námi známých příslušníků generace Z, kteří by mohli splňovat výzkumem stanovená kritéria pro výběr výzkumného vzorku. Po detailnějším posouzení vhodnosti respondentů následovalo jejich oslovení a poté byl s 5 z nich zrealizován rozhovor. Osobní setkání a uskutečnění rozhovorů poté proběhlo dle individuální domluvy a časových možností jednotlivých osob. Rozhovory probíhaly v období od ledna 2025 do března 2025, a to v prostorách univerzitní studovny a kaváren. Časová náročnost samotných rozhovorů se pohybovala mezi 30-50 minutami. Před zahájením rozhovoru byli příslušníci generace Z blíže seznámeni s obsahem a zaměřením celého výzkumu, jeho cíli a také s tím, jakým způsobem bude následující rozhovor probíhat. Dále byli poučeni o anonymizaci veškerých osobních dat a informací, která nám sdělí. Následovala otázka ohledně souhlasu s pořízením hlasového záznamu, který poslouží pouze pro naše účely při zpracovávání dat, s čímž všichni se zúčastněných souhlasili.

4.5 Výzkumný soubor

Naším výzkumným souborem jsou typičtí příslušníci generace Z, tedy lidé narození mezi lety 1995 až 2010 (McCrinle, 2014). V porovnání s předchozími generacemi jsou odlišní a dělají věci po svém (West, 2014). Jsou popisováni jako sebevědomí individualisté, kteří jsou mnohdy netrpěliví a sebestřední. Typické je pro ně žití dvojího života – online na sítích a v realitě (Horváthová et al., 2016). Dále je pro ně charakteristické využívání digitálních technologií při každodenních aktivitách a udržování nepřetržitého kontaktu skrze sociální síť (Oszust, 2023; Rothman, 2016). Jsou velmi otevření novým formám komunikačních nástrojů a technologiím, které rychle adaptují do svého každodenního fungování. Jejich komunikace a navazování vztahů se také stále více přesouvá do digitálního prostředí (Siagian a Yuliana, 2023). Při komunikaci požadují okamžitou zpětnou vazbu a doplňují ji o vizuální sdělení (Raslie, 2021). Vzhledem k charakteru našeho výzkumu a početnosti této skupiny si však musíme stanovit přesnější kritéria, dle kterých budou účastníci výzkumného šetření vybíráni. Jedno z kritérií bude stanovovat rozpětí věku možných účastníků výzkumu, kdy se konkrétně zaměříme na věkový střed generace Z. Hlavním důvodem je snaha co nejvíce eliminovat možný výskyt znaků a projevů komunikačních zvyklostí jiných generací, ke kterým může docházet u jedinců narozených blíže stanoveným generačním hranicím, a také samotná nejednotnost těchto stanovených vymezení.

Pro výběr účastníků našeho výzkumu jsme využili výběr úsudkem neboli účelový výběr. Tento typ je vhodný pro výběry menších rozměrů. Výzkumník si na základě nastavených kritérií, znalostí o zkoumané problematice a výzkumných závěrů sám vybere jednotlivé účastníky výzkumu. Nevýhodou tohoto typu výběru však je jeho minimální reprezentativnost a možnost zobecnění (Reichel, 2009).

Konkrétními podmínkami pro výběr tedy jsou:

- být typickým příslušníkem generace Z v ČR, který spadá do věkového středu této generace, tudíž je aktuálně ve věku 19-24 let,
- mít různorodé zkušenosti s mezigenerační komunikací alespoň 2 dalšími generacemi,
- ochota účastnit se výzkumného šetření a sdělit všechny potřebné informace.

4.5.1 Charakteristika výzkumného souboru

Náš výzkumný vzorek tvoří 5 osob, přičemž tyto osoby jsou příslušníky generace Z a splňují námi nastavená kritéria pro výběr výzkumného souboru.

Tabulka 4 Výzkumný vzorek

Označení příslušníka generace Z	Pohlaví	Věk	Statut	Zaměření pracovního/studijního oboru	Brigáda
Z1	muž	24 let	student	Průmyslové technologie	Ano (technologická společnost)
Z2	muž	19 let	student	Informační technologie	Ne
Z3	žena	21 let	student	Ekonomika	Ano (kavárna)
Z4	žena	22 let	student	Pedagogika	Ano (turistické centrum)
Z5	žena	20 let	student	Anglický jazyk a ekonomika	Ano (kavárna)

(zdroj: vlastní výzkum 2025)

4.6 Zpracování dat

Záznamy jednotlivých rozhovorů byly přepsány do písemné podoby a data byla zpracována metodou zakotvené teorie. Tuto metodu zpracování dat jsme zvolili z toho důvodu, že chceme zmapovat a blíže popsat zkušenosti s komunikací příslušníků generace Z s ostatními generacemi, a objasnit, jak je tyto zkušenosti promítají do jejich komunikace. Zakotvená teorie nám umožňuje se zaměřit na interpretaci jedinečných zkušeností, postojů a pohledů našich participantů. Teoretické koncepty nám vyplývají přímo ze získaných dat, což je výhodné při zkoumání dynamických jevů, kterým bezpochyby komunikace mezi generacemi je. Dále je zde prostor pro analýzu sociálních interakcí a významů, což nám může pomoci například k lepšímu pochopení kontextu komunikačních bariér či odlišných způsobů vyjadřování. Prostřednictvím zakotvené teorie si tak lze udělat komplexnější obraz o tom, jakým způsobem generace Z komunikuje, a případně odhalit možné překážky a příležitosti k lepšímu dialogu.

V rámci zakotvené teorie pracujeme s daty ve třech navazujících fázích, označovaných jako typy kódování: otevřené, axiální a selektivní. První fáze, otevřené kódování, spočívá v přiřazování kódů nalezeným významovým jednotkám, které jsou následně seskupovány do kategorií. Ve druhé fázi, axiálním kódování, dochází k reorganizaci a propojení jednotlivých kategorií a subkategorií na základě jejich vzájemných vztahů. Třetí a závěrečnou fází je selektivní kódování, během kterého je určena centrální kategorie, jež nejlépe vystihuje zkoumaný jev (Švaříček a Šed'ová, 2014).

5 ANALÝZA A INTERPRETACE DAT

V této části práce jsme se zaměřili na analýzu a interpretaci dat, která jsme získali provedením výzkumného šetření. Při provádění analýzy a interpretace jsme se drželi zásad, principů a jednotlivých postupů pro zpracování zakotvené teorie. Na komunikaci generace Z s ostatními generacemi tak můžeme nahlížet z různých perspektiv a blíže identifikovat její podobu a specifika, dále faktory, které ji ovlivňují, jednotlivé proměny komunikace, ke kterým u jednotlivých generací dochází a také důsledky všech těchto změn.

5.1 Interpretace kategorií

V rámci první fáze analýzy bylo uskutečněno otevřené kódování. Jednotlivé rozhovory byly opakovaně pečlivě prostudovány a došlo k jejich zakódování. Následující krok spočíval v hledání souvislostí a přiřazování konkrétních kódů k sobě do společných kategorií. Tím vznikly následující kategorie:

- Komunikační mapa Zetka
- Slova v pohybu, významy v proměně
- Jak si (ne)rozumíme
- Od proměn k dopadům
- Aby to fungovalo.

Při samotném popisování kategorií byly z rozhovorů také použity vyjádření našich respondentů, a to, aby vhodně doplnily a lépe dokreslily rozebíranou problematiku. Každý výrok respondenta, tedy příslušníka generace Z, který nám poskytnul rozhovor, je označen zkratkou pro snadnější identifikaci (Z jako označení příslušníka této generace a číslo 1-5, dle tabulky uvedené výše – 4.5.1. Charakteristika výzkumného vzorku).

5.1.1 Kategorie Komunikační mapa Zetka

První sestavená kategorie se věnuje tomu, jak příslušníci generace Z vymezují mezigenerační komunikaci. Dále zde rozebíráme, jak by definovali a blíže charakterizovali komunikaci svou a své generace a co je pro ni dle jejich názoru specifické. V další části popisujeme prostředí a konkrétní formy, jak se komunikace příslušníků generace Z s ostatními generacemi odehrává. Tuto kategorii pak uzavíráme částí věnující se používání konkrétních komunikačních platforem.

Tabulka 5 Kódy první kategorie

Kategorie	Kódy reprezentující kategorii
Komunikační mapa Zetka	Mezigenerační komunikace očima Zetka
	Zetko v akci
	Spojení navázáno, ale s kým, kde a jak?
	Komunikační dálnice aneb kde to frčí
	Upřímně a bez filtru

(zdroj: vlastní výzkum 2025)

Mezigenerační komunikaci můžeme dle teorie zjednodušeně definovat jako komunikaci, ke které dochází mezi různě starými účastníky rozhovoru a setkáváme se s ní na denní bázi. Ještě předtím, než jsme se s našimi účastníky rozhovorů pustili hlouběji do témat rozhovoru, bylo potřeba zjistit, jak oni vnímají mezigenerační komunikaci a co si pod ní představují. Dá se říci, že jejich laické definice mezigenerační komunikace byly ve své podstatě velmi podobné a odpovídaly používaným teoretickým definicím. „*Já bych ji asi popsala jako nějakou komunikaci mezi dvěma lidmi, kteří jsou různě staří, jsou více věkově vzdáleni od sebe než jen pár let, jsou to spíše desítky let, a je to vlastně komunikace, se kterou se setkáváme v podstatě každý den při různých situacích*“ (Z4). Velmi podobně se vyjádřil i další z respondentů: „*Tak asi bych to popsal, že dva lidi, co jsou odlišný věkem, asi nějaký dvě desetiletí třeba a více, a provádí prostě normální komunikaci slovem nebo textem*“ (Z2). „*Tak vybaví se mi vlastně komunikace mezi různými generacemi, ne mezi těmi stejnými, třeba naší generace s naší generací, tento rozhovor asi není mezigenerační komunikace že jo*“ (Z3). Při vyjasňování si, co mezigenerační komunikace obsahuje, můžeme pro lepší pochopení jako příklad určitě uvést i účastníky, mezi kterými k ní dochází: „*Tak samozřejmě první jako komunikace děti a rodiče a prarodiče. Potom nějaká komunikace ve škole, co se týče s učitelem, s kamtorama, s profesorem, a i jako samozřejmě v každodenním životě, že kdykoliv vyjdeš ven, tak s někým musíš komunikovat aspoň nějak, ať už verbálně nebo neverbálně*“ (Z5). Mezigenerační komunikace vytváří unikátní prostor pro sdílení a vzájemné obohacování mnohdy dvou zcela odlišných světů. Na tento fakt poukazuje i jeden z respondentů, který tvrdí že: „*Mezigenerační komunikace je podle mě fascinující v tom, že odhaluje rozdíly v myšlení jednotlivých generací, ale zároveň je prostorem a obrovsky mocným nástrojem, který nám ukazuje, jak moc se lidé můžou navzájem*

obohatit“ (Z1). Jako další charakteristiku bychom určitě mohli uvést celkovou odlišnost a rozmanitost této komunikace *„Já si myslím že je pro ni charakteristická rozmanitost, ale zároveň nějaký řád. Že ta mezigenerační komunikace je v mnoha ohledech úplně jiná, než když člověk mluví s lidmi stejné generace nebo ve stejném věku“* (Z4). Mezigenerační komunikace by se dala charakterizovat také jako rozdílná: *„Když budu mluvit s mladším, a když budu mluvit se starším člověkem, tak to vždycky bude úplně jiné, i když ta komunikace jde vlastně ode mě, jako od stejného člověka“* (Z3).

Abychom mohli dále blíže analyzovat a diskutovat nad tím, jaká je komunikace příslušníků generace Z a ostatními generacemi, musíme se nejprve zaměřit na to, jaká ve skutečnosti je komunikace samotné generace Z, co si o ní její příslušníci myslí, jak ji popisují a co je pro ni charakteristické. Mnohé ze zdrojů uvádí, že lidé generace Z pro svou komunikaci hodně využívají sociální sítě a zprávy doplňují o grafické prvky. Žijí v rychlém světě, a to stejné očekávají od komunikace s ostatními. To vše nám potvrdil i jeden z našich respondentů, který svou komunikaci charakterizoval jednoduše třemi slovy, a to takto: *„Rychlá, digitální a emotikonová“* (Z1). To, že je komunikace rychlá, potvrzuje i následující tvrzení: *„Naše komunikace a styl je prostě jiný a rychle se mění. A myslím si, že i my sami mnohdy ty změny nestíháme zpracovávat. Dnešní doba se neskutečně rychle posunuje dopředu a my se snažíme přizpůsobovat ve všech ohledech“* (Z4). Faktu, že ne vždy je rychlost komunikace přínosným benefitem, si je vědom i předchozí respondent, který poté dodává že: *„Naše generace je mnohem rychlejší v komunikaci, ale někdy možná právě z toho důvodu se vytrácí ta podstata, proč a o čem s tím druhým mluvíme. Občas máme tendenci řešit věci stručně, což někdy působí neosobně. Na druhou stranu jsme kreativní a umíme se vyjádřit graficky“* (Z1). Probíhající změn v komunikaci a jejího zrychlování si všímá i další z respondentek: *„Určitě je i rychlejší než ty předchozí. I co se týče těch nových slov, tak určitě je rychlejší. Takže kdybych to shrnula tak je strídavější, rychlejší a bohatší na slovo“* (Z5). Jak jsme již dříve zmiňovali, tak jednou z dalších změn je také proměna samotného způsobu sdělování, a to že se od mluveného slova a osobních setkání se lidé generace Z přesouvají ke krátkým zprávám či volání skrze videohovory. Že je pro komunikaci této generace charakteristické i textování, dokazuje následující výrok, který vzniknul jako reakce na otázku, jak by respondent charakterizoval styl komunikace své generace: *„Textování asi. Tím, jak jsme k tomu už skoro všichni, čest výjimkám samozřejmě, už jsme na to tak navyklí, ta naše komunikace se přesouvá na ten internet, takže to textování asi“* (Z2).

Každé prostředí, ve kterém komunikace probíhá, má svá specifika a odlišnosti. Stejně tak záleží i na tom, s kým je komunikováno. Jednotlivé generace preferují různé komunikační prostředky a styly, jakými jsou informace předávány. S těmito odlišnostmi se musí denně vypořádávat i naši respondenti. „*Tak rozdíly tam samozřejmě jsou a myslím si že dost velké. Když to vezmu všeobecně, tak vždycky se ta komunikace odvíjí od toho, jaký mám s tím daným člověkem vztah, v jakém vzájemném postavení jsme. A to vlastně i v tom rodinném prostředí*“ (Z4). K roli vztahů v rodině při komunikaci se vyjádřila další z respondentek takto: „*Tak určitě vím, že se to liší, když komunikuju třeba s mojí sestrou, která je vlastně stejná generace jak já. Se sestrou třeba používáme nějaké nadávky, ale to s rodičema úplně nebudu dělat. A když komunikuju s rodiči, samozřejmě je tam nějaký ten respekt, ale projevuje se to trošku jinak. My máme i s rodiči velice dobrý vztah, takže si můžu dovolit spoustu věcí říct před nima, ale furt je tam nějaký ten odstup*“ (Z5). Další pozorovatelné rozdíly v komunikaci, v souvislosti s tím, s kým je komunikováno, doplňuje jiný z účastníků výzkumu: „*Mezi rodinou je to takové už, že třeba si člověk musí dávat pozor, ať neřekne nějaký prokec na něco s tím rodičem, co tají třeba nějaké tři roky. A už tam taky používá jináči komunikační vrstvu, už to není jakože mezi kamarádama, mluví tam trošku s respektem k těm rodičům a prarodičům. Zase třeba k té starší generaci, jak jsou prarodiče, tak už mluví taky jinak, protože už taky třeba neznají technologie a jiné věci, co už jsou dneska moderní, tak oni třeba už tam zaostávají, tak to člověk vysvětluje víc polopatě*“ (Z2). Další z respondentek ke komunikaci v rodině dodává že: „*Cítím se víc i uvolněná u toho, a tak jako neformálně v rámci té rodiny, není to prostě tak vážné*“ (Z3). Jednotlivé generace také preferují rozdílné způsoby komunikace „*Když chci něco vyřídit s rodiči, většinou volám, protože vím, že na zprávy odpovídají pomalu. U prarodičů je to už skoro výhradně osobní komunikace nebo telefonáty. Babička mi občas vyčítá, že jí málo volám, i když si myslím, že občasná SMS stačí. Celkově mám pocit, že čím je člověk starší, tím víc preferuje osobní kontakt nebo telefonát před psaním zpráv*“ (Z1). Preferenci tohoto způsobu komunikace u starší generace potvrzuje další z dotázaných: „*Co se týká rodičů a prarodičů, tak tam klasicky voláme, ani esemesky nepoužívají. Takže buď si voláme, nebo se vidíme osobně, z toho mi přijde že mají největší radost. Takže když to jde, tak se vidíme*“ (Z4). Ke komunikaci s mladšími lidmi, než jsou naši respondenti, dochází většinou také skrze osobní setkání: „*S tou mladší generací asi taky fyzicky, nejsem asi v kontaktu s někým vyloženě mladším přes sociální sítě. Takže zpravidla třeba děti ve skautu, tak tam se setkávám, tak to je s mladší generací a s komunikací s nimi*“ (Z3).

Dalším aspektem, který hraje roli ve formě a podobě komunikace, je formálnost či neformálnost prostředí, ve kterém ke komunikaci dochází. „*Tak určitě je to všude jinak, že i když se pohybuju v tom formálním prostředí, tak samozřejmě komunikuju s někým jinak. Třeba i v práci, tím že jsem v kavárně, tak vím, jak komunikovat s mladým člověkem a jak se chovat ke starším lidem*“ (Z5). Vzhledem k tomu, že generace Z je mladou generací, a naši respondenti se aktuálně pohybují v akademickém prostředí, máme možnost nahlédnout i na podobu komunikace zde. „*Ve škole je to spíš formální komunikace, přece jen univerzitní prostředí je dost specifické a snažím se tam komunikovat trošku na jiné úrovni. Hodně tam probíhá elektronická komunikace, hlavně skrze emaily, takže se snažím dodržovat nějakou formálnost, oslovení těch lidí a strukturu toho emailu, aby to trošku vypadalo na úrovni*“ (Z4). Podobně se k tomuto komunikačnímu prostředí vyjádřila i další respondentka: „*Tak se starší generací, když to vezmu třeba na práci a na školu, tak je tam hodně často ta elektronická komunikace skrze emaily a zprávy. A určitě skrze tu formalitu je tam veliký rozdíl. I se snažím, co se týče školy, tak trošku nějaké odbornější výrazy vzhledem k tomu, čím se třeba daný člověk zabývá*“ (Z3).

Jak už bylo několikrát zmiňováno, komunikace generace Z se z velké části přesunula do digitálního prostředí. V nabídce komunikačních platforem nalezneme velké množství aplikací, které nabízejí různé podoby a formy komunikace. Preference využívání těchto komunikačních nástrojů se však také liší dle jednotlivých generací. Pro komunikaci se starší generací, a to převážně s rodinnými příslušníky (rodiče a prarodiče), používají naši respondenti převážně aplikaci WhatsApp. „*S generací rodičů a i starší generací, jakože babičky a takto, tak jsem naistaloval všem WhatsApp, takže všichni ho používáme a píšeme si tam*“ (Z2). Stejně tak je tomu i u další respondentky, která zároveň zdůvodňuje volbu této aplikace: „*Co se týče té rodiny, tak máme rodinnou skupinu na WhatsAppu, což je podle mě taková aplikace, je taková přehledná, lehká pro tu starší generaci, není tam nic, čemu by nerozuměli a na to dorozumívání je to super*“ (Z5). Podobně je na tom s využíváním této aplikace i další z respondentek, která uvádí: „*S tou starší generací asi nejvíc Whatsapp a Messenger. Překvapivě můj děda má Facebook a Messenger, takže s dědou si píšeme tam. S mamkou na messengeru a WhatsAppu. Taťka má tlačítkový telefon, takže SMS. U každého to mám trošku jiné*“ (Z3). To, že u rodičů generace Z, tedy příslušníků generace X, není naprostou samozřejmostí používání sociálních sítí a těchto aplikací, uvádí i další z respondentek: „*S mamkou si píšeme přes WhatsApp, voláme přes videohovory, ale s taťkou je to složitější. On už je fakt jiná generace, s moderníma technologiema chudák vyloženě*

bojuje, takže si drží svou tlačítkovou Nokiu zuby nehty. Takže s ním si klasicky volám a posíláme SMS“ (Z4). Co se však týká komunikační platformy, kterou preferuje samotná generace Z, tak nelze naprosto jednoznačně říci, zda se jedná o Messenger či Instagram. Z výpovědí našich respondentů vyplývá, že jejich část generace Z, tedy lidé ve věku 19 až 24 let, preferují používání aplikace Messenger jako hlavní komunikační nástroj. Ostatní z nejpoužívanějších aplikací, např. Instagram či TikTok, používají spíše pro odreagování. Dále však uvádějí, že ví, že u mladších příslušníků generace Z začíná silně převládat aplikace Instagram, na což poukazují i mnohé výzkumy. *„Vím, že pro mladší lidi, pár let ode mě, už je to teda Instagram, ale já ještě zůstávám na tom Messengeru. Řeším skrz to v podstatě všechno, třeba i školu se spolužáky, s kamarády si tam píšu, s těmi nejbližšími i volám“ (Z4).* Podobné vyjádření k přesunu mezi jednotlivými platformami nám poskytla i následující respondentka: *„Už se setkávám s lidmi mladšími, třeba o pět let než jsem já, a už je jejich hlavní komunikační kanál Instagram“ (Z3).* *„S mojí generací používám messenger na komunikaci, zprávy, na telefonování a podobně. A na takovou volnočasovou zábavu ten Instagram, někdy TikTok, takové dobré odreagování“ (Z5).* Další z odpovědí přinesla následující: *„Tak s mojí vrstevnickou skupinou převážně také Messenger, Instagram a Discord můžu jmenovat“ (Z2).* Aplikaci Discord zmiňuje i další z účastníků: *„Nejčastěji Messenger, WhatsApp a Discord, jsou rychlé, pohodlné a umožňují skupinové chaty. Emaily používám jen pro formální komunikaci“ (Z1).*

Pro osoby, generace Z, je typické, že většinou veškeré věci chtějí, a i dělají jinak, než předchozí generace, nebojí se výzev a celkově jsou velmi otevřeni světu a všemu, co sebou přináší. Nejinak tomu je i při komunikaci. Nelze si nevšimnout, že tato generace ve společnosti mnohdy vyvolává obrovský rozruch, dle některých i pohoršení, svou otevřeností a veřejnou debatou o tématech, která jsou dodnes dle některých tabu. Jednotlivé pohledy našich respondentů tuto skutečnost také potvrdily. *„Naše komunikace je oproti předchozím generacím více otevřenější, že se nebojíme veřejně otevírat tabu témata, která podle nich na veřejnost nepatří, pro některé je to moc a nevhodné. Ted' se třeba ve společnosti diskutuje o domácím násilí. A řekla bych, že v rámci diskuse líp pracujeme s informacemi a fakty, a ověřujeme si je, než je použijeme“ (Z4).* Přímost a ochotu mluvit o aktuálních problémech a tématech, která nejsou úplně příjemná, dokazuje i tento výrok: *„Myslím, že jsme také hodně přímí a nebojíme se otevřeně mluvit o tématech, která byla dříve tabu, třeba o duševním zdraví“ (Z1).* O tomto tématu se v souvislosti s generací Z aktuálně velmi diskutuje, protože z výsledků výzkumů vyplývá, že se u nich zvyšuje

výskyt duševních problémů. Dle jedné z respondentek dále můžeme v komunikaci generace Z pozorovat následující: „*Jsme více otevřenější různým tématům. Že třeba i netabuizujeme už některá témata tolik. Nebojíme se mluvit. Naše komunikace je asi víc otevřená diskusi, ale také té klidné diskusi. Že máme jako generace Z takové menší tendence se hádat nebo shazovat něčí názor. Jsme respektující, to je asi ten výraz, co mi vstřelil do hlavy jako první. Ale zase neříkám, že je to u všech.*“ (Z3). Slova o respektující diskusi padla i v dalším z rozhovorů: „*Takže zároveň by se dalo popsat, že naše komunikace je nějaká chápající a respektující*“ (Z2).

5.1.2 Kategorie Slova v pohybu, významy v proměně

Druhá ze sestavených kategorií popisuje různorodé faktory a vlivy proměňující mezigenerační komunikaci u generace Z. Dále se věnujeme problematice rychlého vývoje používaného jazyka. V navazujících částech popisujeme změny v preferovaných způsobech mezigenerační komunikace a ve vnímání a hodnotě komunikace samotné.

Tabulka 6 Kódy druhé kategorie

Kategorie	Kódy reprezentující kategorii
Slova v pohybu, významy v proměně	Když diplom mění dialog
	Komunikace v bludišti sítí
	Přepište slovníky
	Na odlišné vlně
	Komunikační inflace

(zdroj: vlastní výzkum 2025)

Každá komunikace, kterou během našeho života navážeme, je velmi jedinečným a neopakovatelným zážitkem, který formuje naše myšlenky, vnímání světa i vztahy s ostatními. Při jejím průběhu působí mnoho faktorů, které komunikaci ovlivňují a proměňují její podoby. Jako příklad můžeme uvést kulturu, nové technologie, aktuální trendy či prostředí, ve kterém trávíme čas. Působení faktorů, které proměňují způsoby a styly komunikace s ostatními, si uvědomují i naši respondenti. Za jeden z významných prvků ovlivňující jejich komunikaci s různými generacemi označili vzdělání a studovaný obor. Domníváme se, že důvodem volby zrovna tohoto faktoru může být skutečnost, že všichni z našich účastníků rozhovoru jsou sami ještě studenty. K pozorovatelným změnám

však dochází pozvolna: „Začala jsem si toho všimnat už na střední škole, tak jako spíš ke konci, že už mám skrze i to vzdělání nějakou větší slovní zásobu, umí se bavit o složitějších tématech, než když jsme se bavili na základce o nějakých věcech, které nedávaly smysl. A všímám si toho často, že už jsem starší, a že vím o čem mluvím ve většině věcech“ (Z5). Změn v souvislosti s úrovní svého vzdělání si všimla i další z respondentek: „Myslím si, že na sobě poslední dobou pociťuju vzdělání, co se týče slovní zásoby, protože mám spoustu nových slov a výrazů, které přirozeně používám do té svojí komunikace“ (Z3). Nejen samotné vzdělání, ale i jeho obor, ať už technického či humanitního zaměření, také ovlivňuje schopnost komunikace: „V první řadě si myslím, že mě fakt hodně ovlivnilo to vzdělání. Ten obor, co dělám, je humanitní, takže nás hodně učí, jak správně komunikovat s lidma a občas mi přijde, že když s kamarádkou řeším nějaký její problém, tak s ní mluvím jako terapeut. Takže určitě bych řekla obor, co studuju, a celkově to akademické prostředí, že se snažím mluvit i spisovně, odborně a celkově nějak na úrovni.“ (Z4). Ovlivnění svým oborem potvrzuje i další tvrzení: „Tak určitě technologie a ten obor, ve kterém jsem, protože dělám IT. A byl jsem v tom od malička, kdy jsem zkoušel a objevoval ty počítače“ (Z2). Ke změnám v komunikaci dochází vlivem vzdělávacího prostředí a studovaného oboru nejen u našich respondentů, ale lze je pozorovat u osob jiných generací, například vyučujících, kteří se v tomto prostředí také pohybují: „Na vysoké škole se klade důraz na formální komunikaci, takže se musím umět vyjadřovat profesionálně v emailech a oficiálních dokumentech. Vlastně i ve škole vidím, že se komunikace mění. Někteří učitelé chápou, že studenti preferují rychlé online schůzky místo dlouhých osobních konzultací a myslím si, že je to i pro ně pohodlnější“ (Z1).

Dalším neopomenutelným prvkem, který zásadně změnil léta zažitá pravidla a způsoby komunikace, jsou sociální sítě a rozvoj moderních technologií. „Tak samozřejmě sociální média jsou teďka v podstatě hodně velká věc, i technologie, už jsme se hodně posunuli. Určitě je tam velký dopad těch technologií, protože ta přechází generace vyrůstala s něčím jiným, než jsme vyrůstali my. A ovlivňuje to i filmová produkce. Jsme propojení s celým světem, i co se týče tradic, jazyka, už na nás působí celý svět v podstatě. Internet z celého světa“ (Z5). Právě generace Z je tou, která v digitálním světě vyrůstá od malička. Snaží se pružně reagovat na jeho rychlý vývoj a novinky z technologického světa rychle začleňuje do svého denního fungování. Je tedy naprosto nezpochybnitelné, že i tyto faktory proměňují jejich komunikaci s ostatními. Otázkou však zůstává, v jakém rozsahu. „Myslím si, že trošku na mě mají vliv sociální technologie a sítě. Že je hodně využívám k té komunikaci, ta forma

té komunikace je tam spíš v podobě krátkých zpráv, emoji atd. A přijde mi, že když mi tam někdo toho smajlíka nedá, tak vlastně nevím, v jakém rozpoložení je a jak to mám chápat“ (Z4). Že sociální média mění způsoby vyjadřování i při osobní komunikaci potvrdil i tento účastník rozhovoru: „Můj způsob komunikace ovlivnilo několik faktorů, ale největší roli hrají technologie. Zvykli jsme si komunikovat prostřednictvím krátkých zpráv, obrázků a memů, což ovlivňuje i způsob, jak se vyjadřujeme v reálném životě. Například se často stává, že ve skutečném rozhovoru použiju nějakou frázi nebo vtip, který pochází z internetu, a očekávám, že to druhý člověk pochopí. To ale ne vždy funguje, zvláště když mluvím se starší generací, která takové trendy nesleduje“ (Z1). Z této výpovědi nám tedy vyplývá, že je potřeba vždy zvažovat vhodnost použití aktuálních internetových trendů při osobní komunikaci, a to třeba i s ohledem na věk komunikantů a vzájemné postavení. Tímto pravidlem se řídí i jedna z našich respondentek: „Třeba když mluvím se svým vrstevníkem, ale je to někdo, koho zase tolik neznám, tak si nedovolím určité výrazy a obraty použít. Jsem spíš rezervovanější k tomu. Asi v kruhu blízkých přátel tam může dojít k nějakým vtipům a takto, ale jinak si nemyslím, že v klasické komunikaci bych takové výrazy ze sociálních médií, z trendů, nepoužila“ (Z3).

S rozvojem digitálního prostředí bez pochyby úzce souvisí proměny komunikace. Další změnou, kterou můžeme při mezigenerační komunikaci pozorovat, je nejen obměna způsobu a formy sdělení, ale i výskyt nových slov. „V porovnání s předchozími generacemi si myslím, že se celkově ten jazyk mnohem rychleji vyvíjí a obohacuje, co se třeba týká toho přejímání nových slov“ (Z4). Z velké části se jedná o slova převzatá z anglického jazyka, či zcela nově vzniklá v digitálním prostředí. „Já si myslím, že to může být příčina těch sociálních sítí, protože když vyrůstala generace před náma, tak k tomu neměla takový přístup, neměla se to kde dozvědět ty nové slova“ (Z5). Pro starší generace, které v tomto prostředí nejsou tak zběhlé a nevěnují pozornost nově nastupujícím trendům, tak komunikace, s generací Z, může být o to, více náročnější: „Velkou roli v tom hraje i jazyk. Používáme anglicismy, zkratky a memy, což starší lidé často nechápou. Naopak jejich způsob mluvy může působit formálně nebo zastarale“ (Z1). Další z respondentek dodává: „Generace Z určitě přebírá hodně anglicismů. To pocítuji ve svém okolí celkem dost. Přijde mi i co se týče vzdělávání, tak i ve škole je tam plno tady těchto výrazů“ (Z3). Z jednotlivých výpovědí však vyplývá, že intenzita přebírání a používání těchto nových výrazů je spíše individuální: „Nějak se vyvíjí ten slovník náš o nové slova, o ty anglicismy hlavně. A všímám si, že anglicismů používám fakt hodně a pozoruju, že se to hodně změnilo.

Když jsem byla mladší, tak jsem toho nepoužívala tolik, ale teď už jsou ty slova tak zběhlá, že už je to normální používat v naší generaci samozřejmě. Ale jde vidět, že to začíná ovlivňovat i ty starší nějakým způsobem, že už ví, o co jde“ (Z5). Úplně opačný postoj k této problematice zaujímá jiná z respondentek: „Úplně nepatřím k těm, kteří hned přebírají každé nové slovo, mnohdy lidem o 5 let mladším, byť jsou stejná generace jako já, absolutně nerozumím a googlím si, co to dané slovo znamená“ (Z4). Význam nově vzniklých slov v mnohých případech lze jen stěží odvodit a dle některých názorů nezapadají do našeho českého jazyka: „Takové výrazy, které jsou vlastně smyšlené právě z toho internetu, ze sociálních sítí, a že nedávají úplně mnohdy smysl. Ne všechny mi sedí na tu komunikaci“ (Z3). Nová slova postupně nahrazují a vytlačují z běžného používání ty česká. Obnova slovníku je jev, který probíhá neustále, ale nyní mnohem rychlejším tempem než kdy dříve. Tuto skutečnost nenechávají bez povšimnutí ani účastníci našich rozhovorů: „Vím, že naše generace umí vypouštět nějaké ty české slova. Ta česká slovní zásoba není tak velká, jak byla u těch předchozích generací“ (Z5). Příslušníci generace Z si tyto změny uvědomují a snaží se při mezigenerační komunikaci s novými slovy zacházet tak, aby docházelo ke vzájemnému porozumění: „U těch starších se snažím používat co nejméně anglicismu a cizích slov. Anebo když něco takového řeknu, tak se snažím to objasnit, přiblížit, o co se jedná. U těch mladších to není takový problém, nevidím v tom bariéru“ (Z3).

Jak již bylo několikrát zmiňováno, komunikace příslušníků generace Z a jejich kontakt a komunikace s jinými generacemi neustále prochází mnoha změnami. Pokud bychom se podívali na preference ve způsobech komunikace u jednotlivých generací, ani zde nenajdeme jednoznačnou mezigenerační shodu. U generace Z lze oproti ostatním generacím pozorovat výraznou změnu v preferencích komunikačních způsobů způsobenou značným přesouváním své komunikace do digitálního prostředí: „Hodně jsme se přesunuli do té elektronické podoby, asi i můj konverzaci probíhá osobně“ (Z4). I z výzkumů vyplývá, že příslušníci generace Z dávají přednost spíše online komunikaci před osobním setkáním. Tyto změny v rámci rozhovorů blíže vysvětlují a odůvodňují i naši respondenti. „Rozdílý jdou velice vidět a píšu třeba více lidem přes síť. Vypozoroval jsem, že mě to víc vyhovuje, protože nejsem extrovertní člověk, spíše introvertní, a to mě třeba zlehčuje i tu komunikaci s těmi ostatními lidmi. Přes ten text je to příjemnější trošku“ (Z2). Dalším z důvodů pro volbu jiného způsobu komunikace, krom povahy jedince, může být pohodlí při komunikaci: „Já jsem člověk, který úplně nemá problém komunikovat i třeba s cizíma lidma, ale už jsem se párkrát přistihla, že když je někde uvedený email nebo telefonní číslo,

tak tomu člověku radši napíšu. Ale neřekla bych, že je důvodem je to, že s ním nechci mluvit, ale přijde mi to komfortnější. A přijde mi to lepší i pro tu druhou stranu“ (Z4). I další z respondentek upřednostňuje psaní před telefonickým kontaktem: „Asi na sobě pocítuju, že raději píšu, než volám. Když se chci s někým spojit, tak většinou je to přes zprávy. Ale když bych si chtěla s tím člověkem přímo domluvit schůzku, tak první si ji domluví přes zprávy a pak až se setkám. Ale ano, když si mám vybrat, jestli psát nebo telefonovat, tak rozhodně vždycky píšu“ (Z3). Ve shodě s předchozími výpověďmi další účastnice rozhovoru sděluje že: „Nebojím se volat, ale vím, že naše generace má hodně problém, když má s někým volat a vyjádřit se, nebo napsat email. Tak s tímto já moc extra nemám problém, za což jsem ráda“ (Z5).

Mezigenerační komunikace je jedním z prostředků pro udržování vztahů. Vzhledem k tomu, jakými změnami komunikace v posledních letech prochází, může se v očích některých jedinců měnit i její hodnota. Pro příslušníky generace Z je naprosto běžné, že jsou denně v online kontaktu se svými přáteli a rodinou, a to bez ohledu na to, kde se aktuálně fyzicky nacházejí. Dříve tomu tak však nebylo. Můžeme tak jen polemizovat o tom, zda dříve byla komunikace pro lidi cennější či zda byla kvalitnější, a jestli je nyní lepší či horší. Co ale můžeme s jistotou říci, tak díky moderním technologiím je snadněji dostupnější. „Mně přijde, že starší generace si té komunikace mnohem víc váží, že je pro ně více cennější, než pro mě a moje vrstevníky. A i si myslím, že upadá nějaká kvalita a úroveň té komunikace. Že my to berem jako dobrý, však jsme si napsali a je to, a bereme to jako samozřejmost. Ale ty předchozí generace neměli takovéto možnosti, takže mi přijde že si více toho cení. A myslím si, nebo mám zkušenost s tím, že osobní komunikace je pro ně více cennější. Že někteří neuznávají to, když jim člověk zavolá nebo napíše. Že to berou jako neosobní“ (Z4). Že si starší generace více cení osobní komunikace, si myslí i tento příslušník generace Z: „Pro ně je víc důležitější ta komunikace, ta osobní, než je to třeba pro naši generaci. Protože my se nemusíme vidět osobně třeba měsíc, dva, ale stejně pořád můžeme být v kontaktu každý den. Takže podle mě to tolik neceníme“ (Z2). Jiná z respondentek spíše shledává rozdíly v samotné formě, než v hodnotě komunikace: „Vidím spíš asi rozdíl v té formě komunikace. Asi že starší generace není tolik podporující, co se týče sociálních sítí. Mám pocit, že naše generace to má hodně znormalizované. A jak komunikace psaná, tak osobně, tak má podle mě stejnou váhu“ (Z3). Další rozdíly ve vnímání a celkovému postoji ke komunikaci mezi generací Z a jinými generacemi vidíme v následujícím tvrzení: „Starší generace vnímá komunikaci jako projev zájmu, zatímco já ji beru spíš prakticky.

Taky si myslím, že straší generace považuje některé naše komunikační návyky za nezdvořilé“ (Z1).

5.1.3 Kategorie Jak si (ne)rozumíme

Třetí kategorie je celá věnována mezigeneračnímu konfliktům, které s sebou tato komunikace přináší, ale také mezigeneračnímu porozumění. Rozebíráme zde jednotlivé komunikační bariéry, které jsou zdrojem konfliktů (např. rozdílné komunikační návyky, názory, očekávání, mezigenerační předsudky). Dále zde nahlížíme na digitální prostředí jako na nový prostor pro konflikty, ale i jako na další možný nástroj vedoucí ke generačnímu porozumění.

Tabulka 7 Kódy třetí kategorie

Kategorie	Kódy reprezentující kategorii
Jak si (ne)rozumíme	Když slova narážejí
	Aréna konfliktu otevřena
	Mezigenerační škatulky
	Generace v opozici
	Sítě porozumění

(zdroj: vlastní výzkum 2025)

V rámci mezigeneračního kontaktu a komunikace se lidé setkávají s mnoha bariérami, které musí překonávat, aby si navzájem úspěšně porozuměli. Jedná se například o odlišný styl a způsoby komunikace, volbu slov, osobní očekávání, rozdílné názory či mezigenerační předsudky, se kterými musí jednotlivé generace bojovat. Při mezigenerační komunikaci tak snadno mohou vznikat nedorozumění a konflikty. Značný vliv na to má i masivní nástup sociálních sítí, které generace Z hojně ke své komunikaci využívá. Na to, že starší generace zpočátku nechápaly tento styl komunikace, vzpomíná i náš respondent: „*Když to začalo, jakože komunikace přes telefony a takto, tak to trochu nechápali. Ale to se bavíme třeba osm roků dozadu. Že to bylo prostě něco nového, že to člověk tolik nečekal, že už jsme večer netrávili čas venku, ale že jsme seděli doma, vykládali si přes telefon a dělali blbosti u toho. To bylo pro ně docela kulturní šok řekněme, že oni něco takového neznali. Volávali jsme s kámošem přes Discord, vykládali si a občas rodiče kolikrát nepochopili, vletěli do pokoje, co se třeba děje, proč si tady tak vyvolávám“ (Z2). Sociální sítě se ukazují*

být prostředkem jak pro mezigenerační konflikty, tak pro vzájemné sblížení a lepší pochopení se: „*Sociální sítě umožňují, aby si generace byly blíže. Třeba moji rodiče mě sledují na Instagramu a díky tomu mají lepší představu o tom, co dělám. Ale na druhou stranu někdy vznikají nedorozumění, protože starší generace nechápe naši online komunikaci. Například jednou mi táta vyčítal, že mu neodpovídám na zprávy, ale já jsem měl za to, že když jsem mu poslal OK na Messengeru, bylo to dostatečné. Pro něj to ale působilo odtažitě. Rodiče to vnímají jako nezáměr. Takže vidím, že komunikační rozdíly mohou vést ke konfliktům*“ (Z1). Nedorozumění způsobené nevhodnou volbou slov či samotnou stručností sdělení není v mezigenerační komunikaci podle našich respondentů nic neobvyklého: „*Jo, pár nedorozumění se mi stalo právě kvůli stylu a volbě slov, jak sem druhému něco vyprávěla. Tak na to si snažím dávat pozor*“ (Z4). Jak tedy můžeme pozorovat, důvodů, proč k mezigeneračním konfliktům dochází, je hned několik. Jako další příklad můžeme uvést odlišná očekávání jiných generací od samotných příslušníků generace Z, kteří, jak už bylo zmíněno, si rádi vše dělají jinak a po svém a bourají ve společnosti zažité stereotypy. „*Určitě se s tím setkávám, bohužel, díky moji povaze asi i častěji, než bych sama chtěla. Já mám pocit, že od nás mladých se očekává, že pojedeme podle nějakých vzorců, které tady jsou zažité. Myslím třeba jak máme žít, rozhodovat se, a v momentě kdy v něčích očích vystoupíte z této zažité normy, tak je to špatně*“ (Z4). I další z respondentek potvrzuje že se setkala s názorem od lidí s jiných generací: „*Že není prostě v pořádku se odlišit od nich*“ (Z5).

Samotné internetové a celkově digitální prostředí se tedy ukazuje být jak novým místem pro mezigenerační střety, tak jako jedno z velkých témat mezigeneračních rozhovorů vedoucí k nedorozumění: „*Oni ti rodiče toho začnou taky využívat, že nic neděláš doma, protože jsi jenom na internetu. Nebo že to nemáme vlastně používat. Ono by se to mělo používat, ale ve zdravém množství samozřejmě, nebýt na tom celý den a snažit se i v reálném životě*“ (Z5). Digitální prostředí má potenciál být vhodným místem, kde se stírají mezigenerační předsudky, a může zde docházet ke vzájemnému mezigeneračnímu obohacování a dialogům. Toto prostředí má však i svou druhou stinnou stránku, které si nelze ne všimnout: „*Je to i bohužel jeden z dalších možných prostorů, kde se ty generace mohou střetnout a jít do konfliktu. A jak už jsem říkala, přijde mi, že konflikty na těch platformách jsou úplně na jiném levlu, že mnohdy, když vidím, co si ti lidi jsou schopní napsat, tak se mi chce brečet nebo blít*“ (Z4). Za další z možných témat mezigeneračního konfliktu, souvisejícího s digitálním prostředím, lze považovat i samotnou

orientaci v něm a zručnost při používání nových komunikačních nástrojů a platform. Příslušníci generace Z jsou generací od malička vyrůstající s technologiemi, tudíž je pro ně jednodušší, se je naučit používat než třeba pro generace starší. Dochází zde tedy k pomyslnému otočení rolí, kdy se například rodiče či prarodiče musí od svých potomků učit zacházet s těmito nástroji: „*Já si myslím, že je tam hodně toho konfliktu. My to prostě musíme naučit nějak tu starší generaci, což oni si moc nechtějí připustit, že my je máme něco učit. Ale je to tak no. Vysvětluju to třeba víc polopaticky, snažím se být trpělivá. Ale ti rodiče to neumí, protože fakt si myslím, že je to pro ně velice těžké si připustit to, že jsme v něčem chytřejší než oni. A že oni nás teď mají poslouchat, a ne my je. A vím, že jsou takový agresivnější, když ji něco vysvětluješ, tak na tebe tak útočí slovně a těmi pohyby*“ (Z5).

Mezigenerační předsudky jsou jedním z dalších témat, které často vedou k nedorozuměním a konfliktům. Starší generace mohou považovat ty mladší kvůli jejich komunikačním zvykům a preferencím za nezdvořilé, neslušné či příliš stručné. Mladší generace, v našem případě generace Z, zas může mít vůči ostatním generacím pocit, že jim nerozumí, drží se svých starých způsobů vyjadřování a neumí s moderními technologiemi. O častém boji se stereotypy a předsudky vůči své generaci a vznikajících konfliktech kvůli nim se rozpovídali i naši účastníci rozhovorů, kteří si nejednou vyslechli názor: „*No vy jste mladí, vy ste blbí, nerozumíš tomu. Protože oni už jsou tady přece dlouho a oni ví, co se děje a oni tomu rozumí nejlíp. Kritizují nás za to, že už známe jen co se dělá na Instagramu a v praktickém životě jsme úplně nepoužitelní*“ (Z5). Často se mezigenerační předsudky a z nich vyvstávající konflikty týkají věku a nezkušenosti dané generace: „*Hodně nedorozumění taky vzniká kvůli věkovým předsudkům, že sem mladá, tak něčemu nemůžu rozumět. Něco jsem nezažila, tak co o tom můžu vědět a že bych na to měla mít takový a takový názor*“ (Z4). Mezigenerační předsudky můžeme nalézt i v samotném pohledu jiných generací na komunikaci generace Z: „*Všeobecně jsou to asi takové stereotypy a útoky na naši generaci možná. Takový konkrétní příklad, když jsem třeba mojí mamce třeba zmínila něco právě o té mezigenerační komunikaci a ona mi na to hnedka odpověděla že vy spolu neumíte normálně komunikovat, vaše generace a vaše komunikace je úplně naprd. Vy znáte jenom ty telefony*“ (Z3). S věkovými předsudky a odlišností názorů jiných generací bojují i samotní příslušníci generace Z, a to třeba i v prostředí sociálních sítí. Jak ale sami uvádějí, faktor věku zde pro ně hraje důležitou roli při různých diskuzích a ovlivňuje jejich vnímání a přijímání názorů lidí z jiných generací. „*Jo, já bych řekla, že to беру jinak.*

A to v tom smyslu, že když je to osmdesátiletý pán, tak to беру víc s rezervou, protože nemůžu vědět, co on si prožil, a může mít to vnímání nastavené trošku jinak. Takže když zjistím, že je to nějaký starší člověk, tak určitě bych to brala víc s rezervou“ (Z3). To potvrzuje i jiná z respondentek: „Určitě si to člověk vezme jinak. Ale samozřejmě, kdybych třeba byla nějaký tvůrce a potom si pročítala nějakou odezvu od těch lidí, tak od toho staršího člověka to vezmu s nějakým respektem. A že se k tomu chtěl fakt vyjádřit. A od toho dítěte to vezmu, no v podstatě jako mávnu rukou, protože to zas neberu tak vážně“ (Z5). Další z našich účastníků se domnívá, že podle jednotlivých názorů či vyjádření na sociálních sítích jde danou osobu přiřadit k určité generaci. To bychom ale také mohli považovat za určitou formu mezigeneračních předsudků. „Na tom internetu to jde dost poznat, kdo přibližně k jaké generaci patří. Převážně názory se nemění podle generací. Nebo takto, určité generace mají přibližně stejné názory, takže podle názoru jde člověka přiřadit k nějaké určité generaci“ (Z2).

Velmi ožehavým tématem vyvolávajícím bouřlivou debatu ve společnosti je politika. Příslušníci generace Z, byť se jedná o mladé lidi, se aktivně zajímají o politické dění a probíraná témata, která hýbou společností. Není tedy žádným překvapením, že téma politiky se objevuje i v rámci mezigenerační komunikace a je také častým zdrojem konfliktů: „Třeba konkrétně politika, to je fakt kapitola sama o sobě. Já uznávám to, že ty generace před náma to neměli v mnohých věcech fakt jednoduché, ale otevřít na rodinné oslavě téma politika je za mě sebevražda“ (Z4). V podobném duchu se vyjádřila k tématu konfliktům i tato respondentka: „Vím, že rodinné oslavy jsou takový veliký majstrštyk v tomhle. Když přijde otázka, koho jsi volila, tak je to velice nepříjemná otázka. Nebo koho bys volila. Vím, že z toho vznikla párkrát taková úplně nepříjemná situace, že se na mě začalo i rvát, že já jsem ta nová generace a já bych přece měla vědět, co je to správně. Přitom že jsem úplně hloupá a vůbec nic o tom nevím a že bych se nad tím měla zamyslet“ (Z5). Neshody a konflikty nejen kvůli politickým názorům, ale i určitým vizím a směřování do budoucna uvádí v průběhu rozhovoru i další respondent: „Hlavně to jde vidět u těch názorů, třeba politické názory. Že i rodiče mají vizi trošku jináčí, než má asi naše generace. Že ten stát vidíme už nějak jinak, chceme pokračovat, vidíme to, jakože do té budoucnosti. Mezitím třeba ti moji rodiče mi přijdou, že jsou občas takový zaseknutí, že by chtěli zůstat tak, jak to je a nic neměnit. Za mě to tak nemůže být, za mě musíme pokračovat s dobou, a tak už potom člověk dojde do těch nedorozumění a musí si vyjasnit takové věci“ (Z2). Téma politiky vyvolávající konflikty se dotýká i jiných oblastí zájmu příslušníků generace

Z a mnohdy není rozebíráno jen v domácím prostředí se členy rodiny: „Mám takový pocit, že vždycky, když se starší generace dostane na téma politiky. Konkrétní situaci jsem zažila teďka s jedním známým. Má asi 45 a právě jsme se střetli v rámci té politiky. A bylo to něco ve smyslu nového amerického prezidenta, kdy vlastně on odstoupil od těch ekologických dohod. A já jsem právě toto použila jako argument, že Amerika má velký dopad na celosvětovou ekologii a tyto záležitosti. A on se mnou nesouhlasil, protože už jeho generace si tak neuvědomuje ten dopad a to, že jeho děti budou tady na té planetě žít mnohem dýl než on. A tak tam došlo k takovému konfliktu, z pohledu té ekologie“ (Z3).

Abychom však nezůstali jen u stinné stránky mezigenerační komunikace a konfliktů, je potřeba poukázat na to, že v rámci ní dochází také ke sbližování generací a mezigeneračnímu porozumění a učení. Že v realitě mezigenerační komunikace převládají spíše pozitivní aspekty a vzájemné pochopení v potvrzuje toto vyjádření: „Jo určitě, a to si myslím, že záleží na člověku, ale přijde mi, že hodně starších lidí má pochopení. A že na to dost lidí zapomíná, že i když jsou v uvozovkách ta starší generace, tak jsou to pořád lidi, kteří si něco prožili a mají neskutečné pochopení. Jak už tím, co v tom životě zažili, že zažili víc než já“ (Z3). Vzájemné porozumění nejen druhým lidem, ale i technologiím, jejichž užívání je mnohdy předmětem konfliktů, si všímá i tento respondent: „Ted' už tím víc, jak oni taky rozumí té technologii, už si zvykli řekněme, už prostě ví, co se děje“ (Z2). Je očividné, že starší generace, která byla dříve k používání moderních technologií spíše skeptická a zaujímal odmítavý postoj, své názory pomalu přehodnocuje, a objevuje jejich benefity. Zároveň se tím přibližuje i generaci Z, může lépe chápat jejich komunikační návyky a celkově se tak opět přiblížit mezigeneračnímu porozumění: „Je to podle mě člověk od člověka, ale myslím si, že spíš to porozumění. Že taky ta starší generace tam vnímá ty benefity. A už si myslím, že v dnešní době nevidí taky tuto komunikaci tak černě. Třeba i co se týče těch platforem, tak děda je nadšenec do techniky. Takže on rád prozkoumává a objevuje, učí se mi posílat fotky a myslím si, že on sám se mi jako snaží víc porozumět, té naší generaci“ (Z3). Proniknutí ostatních generací do digitálního světa, ve kterém generace Z denně funguje, vidí jako jednu z možných cest k většímu mezigeneračnímu porozumění i další respondentka: „Kdyby se s tím naučili i ti rodiče. Na sociálních sítích jde vidět, že už někteří rodiče, nebo ta jejich generace, se snaží probourat do internetového prostředí. Ale většinou je to pro naši generaci pro srandu. Ale jde vidět, že se snaží. Ale viděla jsem i spoustu lidí, kteří se snaží vystupovat, a jsou to dobré videa. Že některé i ty děti s těma rodičema potom třeba tvoří

videa a jde vidět, že jim to zlepšuje vztah“ (Z5). To, jak tedy sociální sítě a jejich užívání přispívají k mezigeneračnímu porozumění, krásně shrnula jedna z respondentek rozhovoru: „Každý jsme jiný. Ale kdybych to shrnula, tak že podporují vzájemné porozumění těch generací v té oblasti, že ti starší chápou, co a jak používáme, že skrze ty aplikace i s náma sami komunikují, a chtějí třeba i s náma v tom mnohdy držet krok a přiblížit se tomu našemu světu, ve kterém žijeme“ (Z4).

5.1.4 Kategorie Od proměn k dopadům

Ve čtvrté kategorii popisujeme konkrétní zkušenosti příslušníků generace Z s mezigenerační komunikací, která je nějakým způsobem výrazněji ovlivnila a formovala jejich další dialogy. Dále se zde věnujeme posunu hranic v mezigenerační komunikaci a hranic samotných příslušníků generace Z v souvislosti s jejich zkušenostmi s komunikací. V poslední části rozebíráme vliv a dopad komunikačních zkušeností a změn, především užívání komunikačních platforem, na mezigenerační vztahy.

Tabulka 8 Kódy čtvrté kategorie

Kategorie	Kódy reprezentující kategorii
Od proměn k dopadům	Mezigenerační lekce
	AHA momenty
	Na hraně hranic
	Sítě jako vztahový nástroj

(zdroj: vlastní výzkum 2025)

Komunikace hraje klíčovou roli při navazování a budování vztahů. Zkušenosti, které v rámci ní získáme, si pak přenášíme do dalších rozhovorů s ostatními lidmi. Mezigenerační komunikace nás takto také formuje. Na základě předchozích zkušeností s komunikací se členy určité generace si vytvoříme jisté komunikační vzorce a předpokládáme, že je bez problému uplatníme i u dalších osob. Ne vždy tomu tak je. Že získané zkušenosti, ať už pozitivní či negativní, ovlivňují, formují a mění směřování a styl komunikací následujících, či případně náš postoj vůči lidem, se kterými komunikujeme, potvrzují i naši respondenti: „Když jsem byla mladší, tak to prostě bylo, že ke starším lidem jenom respekt. Ale vím, že bylo pár nějakých incidentů, už si přesně nevybavuji, jak to vypadalo. Ale že mě jako ta starší generace překvapila tím, že oni žádný respekt k té mladší generaci

prostě nemají. Že se mi víckrát stalo, že mě to samotnou překvapilo. A už na ně nepohlížím, si myslím, s takovým respektem, jak jsem pohlížela, když jsem byla mladší“ (Z5). Přehodnocení svého postoje a komunikačních strategií, po různorodých zkušenostech s mezigenerační komunikací, si je vědoma i tato respondentka: *„Po zkušenosti, kdy vlastně přišel starý člověk a opráskal mi o hlavu, že sem mladá, a proto se se mnou nebude bavit, sem některé věci přehodnotila“ (Z4).* Po získání různorodých zkušeností a přehodnocení svého postoje volí jedna z respondentek celkem radikální strategii: *„Došla jsem k závěru, že ti úplně starší, už mají svůj názor. A že je prostě lepší buď nic neříct, anebo odejít od té konverzace. Že moudřejší je za mě se do toho tolik nemíchat“ (Z3).*

Konkrétní situace, které vedly k přehodnocení postoje, názoru, nebo komunikačních strategií a zvyků, nám v rámci rozhovorů respondenti blíže popsali. S úsměvem na rtech a nadšením z mezigeneračního sblížení nám svou pozitivní zkušenost takto popisoval účastník rozhovoru: *„Jedna z nejpozitivnějších zkušeností byla, když jsem si s dědou povídal o jeho mládí. Bylo fascinující slyšet, jak tehdy fungoval svět bez internetu a mobilů. Překvapilo mě, jaké měli zvyky,,, a jak moc si zakládali na osobním kontaktu“ (Z1).* S podobným nadšením v hlase si zavzpomínala jedna z respondentek na rozhovor s cizí osobou starší generace: *„Já vím, že jednou sem čekala na zastávce, a to jsem byla ještě na základce. A tam jsem se strašně rozpovídala s nějakou babičkou a bylo to úplně skvělé. My jsme si prostě povídali, jak ona žije, co já dělám ve škole. Bylo to fakt hodně příjemné. Že mi to přišlo, jak kdyby dvě generace mezi náma nebyly. Že se s ní dalo bavit úplně super. Byť to byl vlastně úplně cizí člověk“ (Z5).* To, že mezigenerační komunikace s lidmi i o hodně staršími, například s příslušníky Tiché generace, může být stále obohacující, energická, a hlavně pozitivní, zmiňuje další respondentka: *„Někteří jsou hodně respektující. A hlavně strašně ráda se bavím takto se staršími lidmi, kteří jsou plní života a energie, i přes to, že jim je třeba 80. Můj děda má už 87, prostě s ním když mluvím, to člověk nepobírá. On si na nic nestěžuje, řekne, že se má dobře, nic mu nechybí a jezdí si na výlety. A vlastně to, jak je spokojený v životě se promítá i do toho, jak s námi mluví. Tak to musím říct, že rozhovor s těmato, i když staršíma, ale stále energickýma lidma, pro které život neskončil důchodem, tak tyto rozhovory mě strašně nabíjí a naplňují optimismem a mám z nich neskutečnou radost. Takže když někoho takového potkám, pobavím se s ním. A i ve mně to pak probouzí ten zájem se s těmi staršími více pobavit“ (Z4).* Bohužel, ne všechny mezigenerační dialogy jsou naplněny optimismem, vzájemným souzněním a energií. Naši respondenti se nám rozpovídali i o těchto situacích, které je potom vedly

k přehodnocování: „*Negativní zkušenost mám z práce, kdy jsme měli staršího nadřízeného, který odmítal používat jakékoliv komunikační aplikace. Třeba i obyčejný Messenger a WhatsApp, a všechno chtěl řešit osobně nebo po telefonu. Když jsme se mi snažili ukázat, že by některé věci šly efektivněji, třeba plánování směn přes sdílené dokumenty, měl pocit, že se ho tím snažíme nějak shodit a podkopáváme mu tím jeho autoritu*“ (Z1). Negativní zkušenost s mezigenerační komunikací má i další z respondentek spojenou s pracovním prostředím. Ta se dokonce týká hned 2 různých generací: „*Takových situací bylo určitě spousta, ale bohužel spíš převažují ty negativní než pozitivní. Konkrétně se mi to stalo většinou se seniory. Když přišli, tak měli pocit, že ke mně, jako k mladé holce s můžou dovolit všechno. A taky že oni přišli, oni si něco zaplatili, a já se jim teď musím věnovat a snést jim pomalu modré z nebe. Jednou jsem řešila konflikt s pánem, mohl mít tak kolem 70. Začal na mě křičet, že jak já si můžu dovolit po něm něco chtít, když on si něco zaplatil, a že se s takovou mladou krasavou nebude ani bavit. Mě to tehdy strašně mrzelo. A taky starší pánové, kolem 50, tak občas mají pocit, že když vidí mladou holku tak... no nechovají se zrovna vhodně, mají různé narážky. Tak s tím jsem se taky musela naučit pracovat a už s takovými typy jednám jinak*“ (Z4).

Jedním z významných dopadů, které tyto pozitivní či negativní zkušenosti s mezigenerační komunikací měly na naše účastníky rozhovorů, je posun hranic. Uváděli, že po negativní zkušenosti s mezigenerační komunikací došlo k přehodnocení nejen jejich komunikačních strategií, ale i k posunu osobních hranic: „*V té komunikaci si už více pevněji držím nějaké své hranice komfortu, a co těm lidem dovolím, aby mi řekli nebo ne. A není to jen v té práci, ale i v osobním životě. Už se nebojím více se prosadit a říct, co si myslím. Hodně jsem se naučila argumentovat*“ (Z4). O rozdílné úrovni hranic či tolerance vůči ostatním promluvila i tato respondentka: „*Já si myslím, že ta starší generace nemá úplně až takové zábrany vůči některým situacím. A že u mladší generace se to furt posunuje, že má víc respektu, umí se víc chovat v některých situacích*“ (Z5). Často zmiňovali, že při mezigenerační komunikaci, například v internetovém prostředí, pozorují změny ve způsobech vyjadřování (např. zvyšující se úroveň agrese a četnost hrubých slov), které jsou v tomto prostředí více tolerovány: „*Řekl bych, že ty generace čím dál víc nechápou nějaké limity, protože člověk dokáže na internetu říct cokoli. A tím, že máme svobodu slova, na internetu to platí trojnásobně, když si člověk může říct, co chce, tak mizí nějaké filtry. Ale jim to nepříjde, protože jsou zvyklí z toho internetu, že si tam můžou říct cokoli a nic se jim nestane*“ (Z2). Tyto změny v mezigenerační komunikaci v internetovém

prostředí potvrzuje i tato respondentka: „*Na těch sociálních sítích nějak mizí hranice základního slušného lidského jednání, vzájemný respekt, úcta ke staršímu, a celkově i k tomu druhému. Když dám konkrétní případ, tak mi přijde, že když otevřu komentáře, tak mnohdy se tam lidi bezdůvodně urážejí, hádají se, nadávají si. A to třeba jen kvůli tomu, že někdo starší něco napíše a mladí se do něj pustí nebo naopak. A myslím si, že v realitě by ta konverzace nebyla až tak ostrá a vyhrocená*“ (Z4). Internetové prostředí nabízí také určitou formu anonymity pro vyjadřování názorů, za kterou se právě mnohdy lidé snaží schovat. Svůj názor k této problematice vyjádřila jedna z respondentek takto: „*Dokud je to prostě slušné a konstruktivní, tak je to za mě v pořádku. Ale právě tím, že se někdo schová za tu anonymitu, tak to občas umí být takové sporné*“ (Z3). Byť se může zdát, že v prostředí sociálních sítí nezáleží například na dodržování hranic slušného chování a vyjadřování, a můžeme zde své názory prezentovat dle libosti bez ohledu na cokoliv, opak je pravdou: „*Jako ajťák musím říct, že sociální sítě nejsou vůbec anonymní. Ten internet o nás ví víc, než my sami o sobě*“ (Z2). A že si lidé občas neuvědomují důsledky svého jednání a sdílených příspěvků, potvrzuje i následující výrok: „*Všímám si, že ti starší lidi se mají potřebu více vyjádřit a ve většině případů je to v tom špatném smyslu. Oni si neuvědomují, že to všichni vidí, co napsali. A překvapuje mě, že je to u té starší generace, že to stále nechápe. A jsou tam i více agresivnější. Že u nás už si na to dáваме pozor. Víme, že nás to v budoucnu může i nějak ovlivnit, co napíšeme a dáme na sociální sítě*“ (Z5).

V předchozích částech jsme rozebírali, jak se mezigenerační komunikace proměňuje v různých směrech a jaké zkušenosti s ní příslušníci generace Z mají, popřípadě jak je tyto zkušenosti nadále ovlivnily. Nyní tedy nahlédneme na to, jak mezigenerační komunikace a její způsoby ovlivňují a proměňují mezigenerační vztahy. Nástup komunikačních nástrojů a jejich užívání je jedním z témat mezigeneračních konfliktů. Situace se však postupně mění a dle názoru našeho respondenta jsou komunikační platformy nástrojem, který mu dopomáhá k udržování kontaktu a vztahů s lidmi z ostatních generací: „*Není to tak dávno, co to narušovalo ty vztahy, ale teď je to spíš nástroj k tomu, aby je to udrželo. V tuto chvíli je to už spíš prohlubuje. Už jsme se dostali do také fáze, kdy starší generace té technologii lehce porozuměli na nějakém levelu, ve kterém dokážou oni používat ty technologické nástroje. Takže už se to pomalinku přesouvá k tomu, že vzrůstají ty vztahy*“ (Z2). Technologie za pomocníka při udržování vztahů a nalézání mezigeneračního porozumění považuje i tento respondent: „*Technologie pomáhají. Moje mamka mě sleduje, co sdílím na Instagramu, a díky tomu ví, co dělám. Naučil jsem dědu používat videohovory,*

což mu usnadnilo kontakt s ostatními členy rodiny“ (Z1). Podobně si vyjádřila i další účastnice výzkumu: „Já myslím, že to spíš sblížuje. Konkrétně ty sociální sítě jsou prostředek k tomu, jak být spolu v kontaktu, kdy zrovna nejste fyzicky v kontaktu“ (Z3). Za dobrý prostředek pro udržování kontaktu a vztahů označila komunikační platformy i další z respondentek: „Já myslím, že to má pozitivní vliv. Protože je to prostředek, díky kterému můžu ty vztahy udržovat a být stále v kontaktu se svými blízkými, ať už jsem kdekoliv. A i s těma prarodičema, oni nebydlí s náma, takže i když jsem doma, tak se s nima nevidím. Takže si aspoň zavoláme, řeknem si, jak se máme. Že vidí, že mám ten zájem o ně“ (Z4).

5.1.5 Kategorie Aby to fungovalo

Pátá, tedy poslední ze vzniklých kategorií, popisuje přizpůsobování komunikačních stylů v mezigenerační komunikaci jako nástroj pro snadnější porozumění. Jsou zde také rozebírány jednotlivé prvky komunikace, ve kterých je nejčastěji komunikace přizpůsobována. V závěru kategorie se příslušníci generace Z zamýšlejí nad možnými způsoby, které by vedly ke zlepšení mezigenerační komunikace.

Tabulka 9 Kódy páté kategorie

Kategorie	Kódy reprezentující kategorii
Aby to fungovalo	Slovní chameleon
	Mluvit jejich řečí
	Možné mosty a cesty

(zdroj: vlastní výzkum 2025)

Mezigenerační komunikace je pro komunikující strany mnohdy složitý a náročný proces, v jehož průběhu se snaží vypořádat se všemi vlivy, změnami, vyhnout se konfliktům a pokud je to jen trochu možné, naladit se na společnou vlnu a nalézt mezigenerační porozumění. Komunikace generace Z prochází mnoha změnami a sami její příslušníci si toho jsou dobře vědomi. Ostatní generace však mnohé změny nestíhají zařazovat do své denní komunikace, tak rychle, jako tato mladá generace, nebo k nim zauímají odmítavý postoj. Klíčem, přispívajícím k pohodové mezigenerační komunikaci a vzájemnému přiblížení se a porozumění, je dle příslušníků generace Z vzájemné přizpůsobování svých komunikačních zvyklostí druhým a určitá míra tolerance a respektu. *„Každý z nás má jiné komunikační vzorce, jak s kým komunikuje, a mezi těma vlastně musí přepínat*

a přizpůsobovat se. Takže za mě je hlavní bod úspěšné mezigenerační komunikace přizpůsobování, celkově nějaké svojí mluvy tomu druhému. Bez toho to nejde“ (Z4). Že celkově svou komunikaci, a třeba i volbu slov, se snaží přizpůsobit potřebám druhého, s kým komunikuje, potvrzuje i další z respondentů: *„Uvědomil jsem si, že nemůžu ke všem mluvit se stejným, nebo předpokládat, že všichni ví to, co já. Že musím občas nějaké věci zjednodušit a i dovysvětlit. Člověk využívá méně odborné výrazy, snaží se to vysvětlovat jednoduše těm starším generacím, aby oni pochopili, co to vůbec je. Zas je to třeba těžší, když vysvětlujete něco té starší generaci, třeba ohledně počítačů nebo i kávovaru a takých věcí, co má dotykové obrazovky. To je zase něco jiného. Člověk se musí přizpůsobit, aby jim to vysvětlil zase nějak polopatě. I fake news a takové, aby i oni to pochopili“ (Z2).* Podobný postoj a strategii k tomu, aby mezigenerační komunikace co nejvíce fungovala, zaujímá i další z respondentů: *„Je důležité přizpůsobit styl komunikace lidem, se kterými mluvím. A někdy je lepší udělat krok zpět a vysvětlit věci jednodušeji. Takže ano, přizpůsobuju sem i když je to někdy trochu otravné. Se staršími lidmi se snažím být trpělivější a formálnější, protože vím, že to očekávají. Naopak s mladšími v chatu častou používám GIFy a emoji, což by starší generace možná nechápala“ (Z1).* Svou komunikaci se snaží vědomě ovlivňovat i další z respondentek tak, aby byla ostatním příjemná a srozumitelná: *„Já ve své podstatě mluvím relativně rychle. A snažím se právě, když mluvím s tou generací, ale mám i starší rodiče, tak tu řeč trošku zpomalit. A mluvit srozumitelněji a co nejvíc tím jazykem, který jim je příjemný. A s tou mladší generací mám pocit, že mluvím uvolněněji, ale taky na druhou stranu se snažím zpomalit, aby to bylo srozumitelné“ (Z3).*

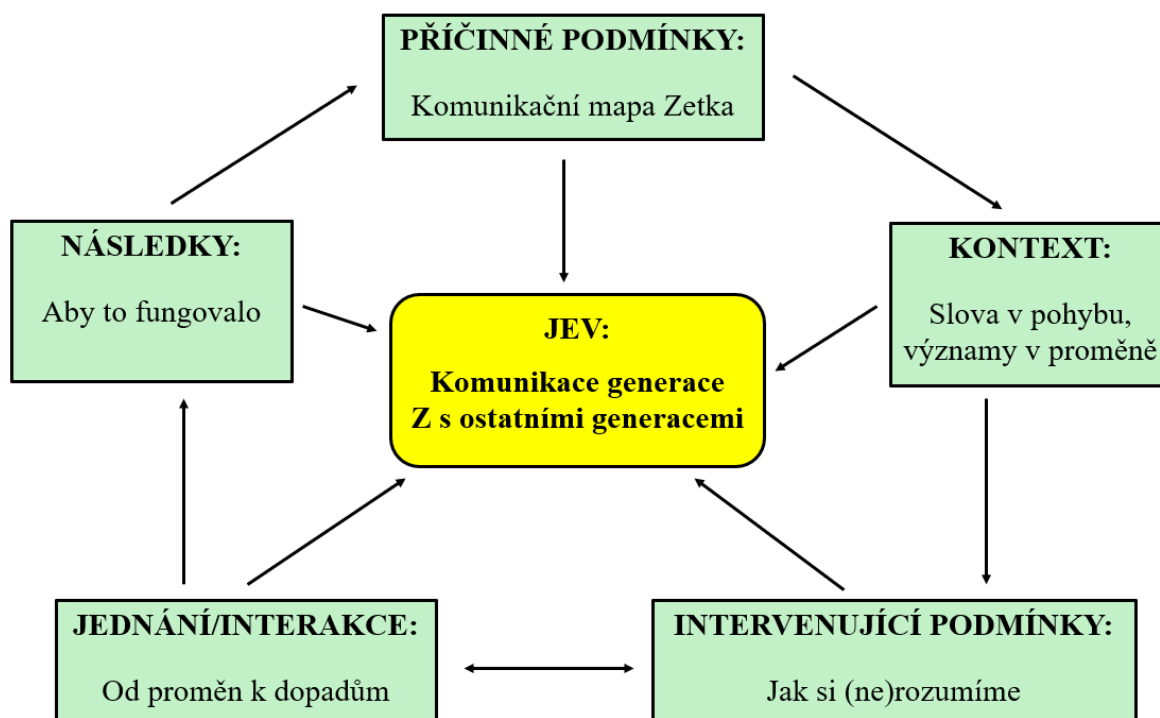
O konkrétních prvcích přizpůsobování svých komunikačních stylů potřebám druhým se rozovídala naše respondentka takto: *„Za mě, aby mezigenerační komunikace nějak správně fungovala, tak bez toho přizpůsobování to nejde. Hodně určitě přemýšlím nad volbou samotného tématu, o čem se bavím se staršími nebo s lidmi svého věku. A určitě se to liší i v té formě a volbě slov. Mně přijde, že my, jako generace Z, hodně přebíráme slova z angličtiny, a ti starší tomu nerozumí. Určitě taky přizpůsobuju hlasitost a složitost toho co říkám. Třeba ve škole používám odborné výrazy, které mi přijdou naprosto normální, ale když se bavím s někým mimo svůj obor, tak mi prostě nerozumí, a musím mu to v uvozovkách přeložit do nějaké laické řeči, abychom se pochopili. A všimla jsem si taky, že když třeba někam volám, na úřad nebo k doktorovi, tak měním i tón toho hlasu. Že se snažím být taková miloučká roztomiloučká. To mi přijde celkem vtipné“ (Z4).* Další z respondentek dodává: *„Snažím se nějak v těch maličkostech přizpůsobit. I v té mluvě,*

tak začnu pozdravem samozřejmě, neřeknu čus babi, když je to pro mě cizí člověk. Ale když přijde nějaký mladý člověk, tak přizpůsobím i ten pozdrav, třeba když ho znám od vidění. Já jsem si všimla, že měním docela hlas. Když mluvím s někým, koho neznám, tak mám zvýšený hlas. Takový nevinný a snažím se být úplně taková hodná šikovná holka. Ale samozřejmě, když volám se svými vrstevníky, tak mám zpátky svůj hlas a je mi jedno, co řeknu“ (Z5).

Vzájemné přizpůsobení, pochopení, respekt a dostatečná míra tolerance – to jsou podle příslušníků generace Z jedny z možných prostředků k tomu, aby se mezigenerační komunikace mohla rozvíjet v pozitivním duchu. Co by dle našich respondentů mohlo zlepšit komunikaci jejich generace s ostatními generacemi a co by pro to mohli udělat? Odpovědi nalezneme v jejich vyjádřeních: *„Vzájemné chápání bych řekl. Tím, že je asi jeden z největších skoků mezi našima generacema, ten technologický skok je neskutečný. A dělat kompromisy. I když my jsme zvyklí na něco, tak ty starší generace jsou zvyklé na úplně opačnou věc. A za tím, že ta starší generace chce komunikovat s náma, tak i oni musí trochu udělat kompromis s tím, že si třeba stáhnou ty naše aplikace“ (Z2).* O vzájemném pochopení se zmiňuje i další účastnice rozhovoru: *„Já myslím, že zlepšení spočívá v tom vzájemném pochopení. My jako generace bychom měli respektovat to, že těm starším vím vyhovuje osobní komunikace. Oni by zase měli mít pochopení pro to, v jaké době žijeme, a že my jsme zvyklí na něco jiného. A tím, kdybychom se přestali kvůli tomu odsuzovat, tak by ta komunikace podle mě byla úplně jinde“ (Z3).* Odlišnost světů, pochopení a respekt vidí jako cestu ke zlepšení mezigenerační komunikace i tato respondentka: *„Myslím si, že určitě by neuškodilo, kdybychom si vzájemně prokazovali více respektu a pochopení. A nesnažili se v těch konverzacích poučovat jeden druhého, že zrovna my jsme ti dobří, a oni jsou ti špatní. To by vyřešilo hodně problémů. A zároveň kdybychom zahodili vzájemné předsudky o těch druhých. A možná i více iniciativy a zájmu vůbec o komunikaci s těmi staršími. Byť je to mnohdy těžké, protože každý žijeme v hodně odlišném světě“ (Z4).* Souhlasí i další z respondentů: *„Myslím, že klíčem je vzájemná tolerance a snaha pochopit, proč každý komunikuje jinak“ (Z1).* Vyjádření naší poslední respondentky se nese v podobném duchu: *„My bychom měli být více trpělivý. Snažit se být s tím respektem a snažit se pochopit i starší generaci. Ale ta starší generace by taky měla pochopit, že už také máme názor, a že si ho umíme prosadit. Takže pro tu mladší generaci trpělivost a pro starší pochopení“ (Z5).*

5.2 Paradigmatický model

Druhým navazujícím krokem, při zpracovávání výzkumu podle postupů zakotvené teorie, je axiální kódování. To lze definovat jako systém jednotlivých kroků v rámci kterých jsou znovu uspořádány údaje získané po otevřeném kódování, tedy jednotlivé subkategorie, do vzájemných vztahů. Při axiálním kódování byly jednotlivé subkategorie porovnávány a na základě svých vlastností zasazeny do modelu. Kódovací paradigma obsahuje podmiňující vlivy, kontext, strategie jednání, interakce a následky (Strauss a Corbin, 1999).



Obrázek 2 Paradigmatický model

(zdroj: vlastní výzkum 2025)

První částí paradigmatického modelu je jev. Jedná se o ústřední téma, myšlenku, či dění, na které se v rámci výzkumu zaměřujeme, a ke kterému se vztahově navazují vzniklé kategorie či subkategorie. Naším jevem je tedy Komunikace generace Z s ostatními generacemi.

Druhou částí paradigmatického modelu jsou příčinné podmínky. Ty zapříčiňují vznik a výskyt určitého jevu. V našem případě jsme za příčinné podmínky označili kategorii Komunikační mapa Zetka. V této kategorii blíže rozebíráme, jak příslušníci generace Z definují mezigenerační komunikaci a co je pro ni typické a specifické. Dále se zde zabýváme tím, jaká je komunikace samotných příslušníků generace Z. Kategorie

také představuje možné komunikanty a prostředí, ve kterých k mezigenerační komunikaci dochází.

Další část paradigmatického modelu nese název kontext. Pod tímto označením si lze představit určitou sadu vlastností, které jev obsahuje. Za kontext jsme označili kategorii Slova v pohybu, významy v proměně. Jak už samotný název kategorie naznačuje, blíže zde rozebíráme jednotlivé změny komunikace, ke kterým dochází na základě specifik, potřeb a zvyklostí generace Z. Zabýváme se zde také odlišným vnímáním hodnoty komunikace.

Navazující část označujeme jako intervenující podmínky. Jedná se o rozšířený rámec souvislostí s daným jevem a obecnější podmínky, které mají vliv na strategie jednání či interakce. Jako intervenující podmínky jsme do modelu dosadili kategorii Jak si (ne)rozumíme, která se věnuje mezigeneračnímu porozumění a konfliktům.

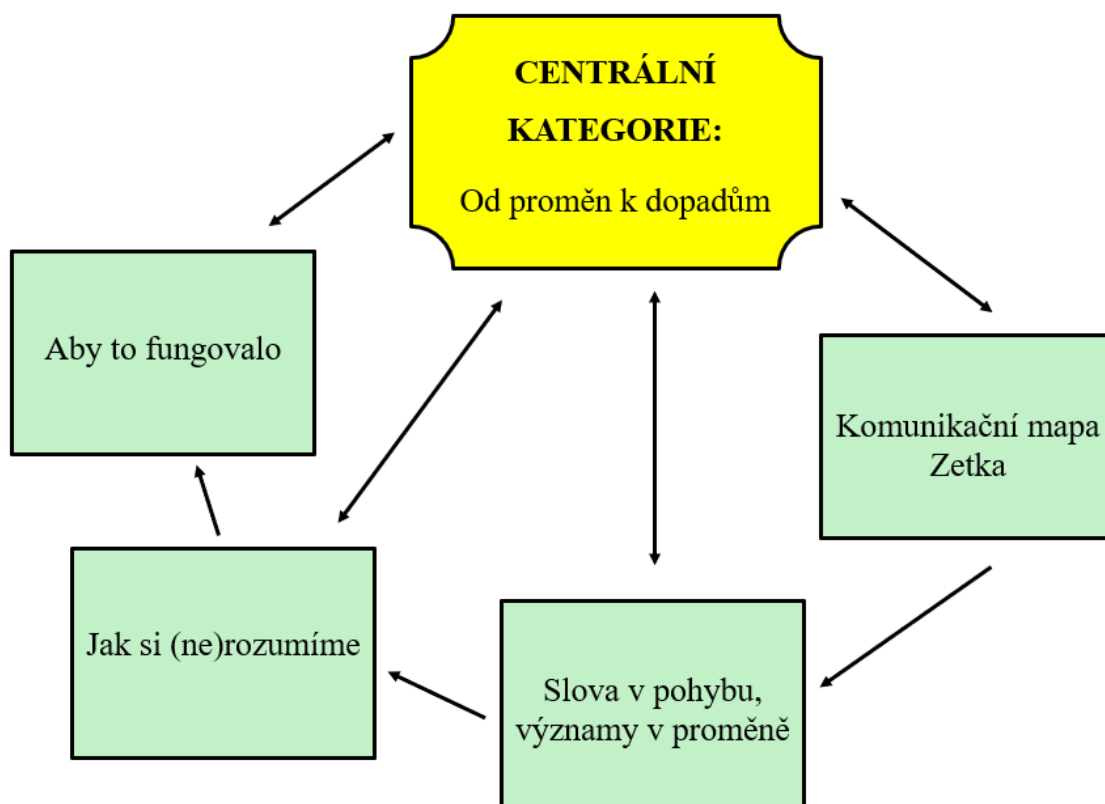
Na přechodí část, intervenující podmínky, navazují interakce/jednání. Tato složka představuje určitou reakci a volbu jednání na jev. Typickou vlastností jednání/interakce je přirozený vývoj a reakce na jev ve formě změn dosud používaných strategií, přičemž tyto změny mohou být reflexivní i záměrné. Z tohoto důvodu jsme zde přiřadili kategorii Od proměn k dopadům. V této kategorii přibližují příslušníci generace Z své zkušenosti s mezigenerační komunikací, na základě kterých poté přehodnocovali své postoje a komunikační strategie. Zamýšlíme se zde také nad posunem hranic v komunikaci, a to všeobecně i v osobní rovině. Pozornost věnujeme také vlivu mezigenerační komunikace na vztahy.

Poslední částí paradigmatického modelu jsou následky. Ty bychom mohli blíže specifikovat jako výsledky jednání, situace či reakce, které však nebývají vždy očekávané nebo plánované. Naším následkem je kategorie Aby to fungovalo. Příslušníci generace Z zde zmiňují přizpůsobování jako hlavní nosný bod pro fungující mezigenerační komunikaci a předkládají možné způsoby, které by vedly ke zlepšení mezigenerační komunikace a většímu porozumění.

5.3 Zakotvená teorie a její interpretace

Posledním krokem v zakotvené teorii je selektivní kódování. Jedná se o proces, kdy je vybrána jedna centrální kategorie, která je poté systematicky propojována do vztahů

s ostatními kategoriemi. Tyto kategorie zároveň centrální jev dále rozvíjejí (Strauss a Corbin, 1999).



Obrázek 3 Model zakotvené teorie

(zdroj: vlastní výzkum 2025).

Za centrální kategorii jsme zvolili kategorii Od proměn k dopadům. Vybrali jsme ji z toho důvodu, že blíže popisuje konkrétní zkušenosti příslušníků generace Z s komunikací s ostatními generacemi. Dále zkoumá dopad těchto zkušeností na následující mezigenerační komunikaci, její obsahy či formu, a ovlivnění mezigeneračních vztahů a postojů příslušníků generace Z k lidem jiných generací. Další vzniklé kategorie rozšiřují a doplňují centrální kategorii o přínosné informace.

5.3.1 Závěrečné shrnutí

První ze stanovených výzkumných otázek byla ta, jak se zkušenosti příslušníků generace Z s komunikací s ostatními generacemi promítají do jejich způsobů komunikace. Samotný proces mezigenerační komunikace je velmi složitý a do jeho průběhu vstupuje mnoho faktorů. Jedním z nich je i skutečnost, že komunikace generace Z se z velké části přesunula do digitálního prostředí, které vytváří nový specifický prostor pro komunikaci a působí

i na mezilidské vztahy. To potvrzují mnohé studie (Iswatiningsih a Pangesti, 2021, Shorey, 2024; Siagian a Yuliana, 2023; Supratman, 2018). Samotné zkušenosti příslušníků generace Z s mezigenerační komunikací byly pozitivního i negativního charakteru, přičemž ty negativní vedly k výraznějším změnám. Co však ale všichni účastníci rozhovorů zdůrazňovali, že **na základě těchto získaných zkušeností přehodnocují své komunikační strategie, více přemýšlí nad formou a způsoby mezigenerační komunikace, dále i nad volbou slov i samotným tématem, a snaží se co nejvíce přizpůsobit komunikačním zvyklostem ostatních generací.** Zároveň ze strany jiných generací pozorují snahu o přiblížení se generaci Z, a to i prostřednictvím změn a přizpůsobování se jejich komunikačním zvykům, např. užíváním komunikačních platforem. Dle jejich názoru **bez vzájemného přizpůsobování komunikačních zvyklostí nelze dosáhnout mezigeneračního porozumění** a vyhnout se konfliktům. Že příslušníci generace Z často své způsoby komunikace přizpůsobují druhým, například i za účelem jejího zefektivnění, potvrzuje i Raslie (2021). Samotné přizpůsobování a zamýšlení se nad volbou slov s ohledem na druhé je považováno za jeden ze znaků zdravé komunikace (Strnadová, 2011; Vybíral, 2009). Dále zde **dochází ke změnám při nastavování a posunu osobních hranic a změny v míře respektu vůči druhým,** a to i ve smyslu, že si sami přejí být druhými respektováni. Respekt je jednou ze základních složek při budování vztahů a u těch mezigeneračních je o to více důležitý (Brubaker a Brubaker, 1999).

Druhá výzkumná otázka se zaměřovala na faktory a vlivy, které proměňují komunikaci generace Z. Jedním z vlivných faktorů se ukázalo být **vzdělání, které ovlivňuje jak bohatost slovní zásoby a používání odborných výrazů, tak celkovou schopnost formálně komunikovat a přizpůsobovat se různým komunikačním stylům osob jiných generací.** Jak již bylo několikrát zmíněno, komunikace generace Z se z velké části odehrává v digitálním prostředí. **Sociální sítě a média** jsou rovněž významným faktorem, který proměňuje mezigenerační komunikaci a nelze ho opomenout. Za hlavní komunikační média této generace je označují i Siagian a Yuliana (2023). Díky komunikačním platformám lze být s ostatními v kontaktu bez ohledu na to, kde se aktuálně komunikant a komunikátor nacházejí. Na tento benefit ve své práci poukazuje i Nasrullah (2022). V digitálním prostředí dochází často ke vzniku **různých trendů a nových slov, která potom příslušníci generace Z používají při běžné komunikaci. Mnoho nových slov je také přebíráno z anglického jazyka.** Globální orientovanost a přizpůsobování se trendům je dle McCrindle (2014) pro příslušníky generace Z charakteristická. Dalším významným faktorem je **změna**

v preferovaných formách a způsobech komunikace. Starší generace upřednostňují osobní komunikaci, oproti tomu generace Z preferuje spíše její online podoby (např. textování a videohovory). Tento faktor na základě výsledků výzkumů potvrzují i Seemiller a Grace (2019) a Shorey et al. (2024).

Třetí ze stanovených otázek hledala odpověď na to, jaké dopady mají změny komunikačních zvyků a preferencí na mezigenerační vztahy. S nástupem a rychlým rozvojem digitálních technologií a komunikacích platforem přišlo mnoho změn, se kterými se každá z generací musela vypořádat. **Z počátku byly tyto novinky přijímány ostatními generacemi spíše negativně, mnohdy byly tématem mezigeneračního konfliktu a mezigenerační vztahy spíše narušovaly.** V současnosti je však situace zcela odlišná a komunikační platformy si našly své uživatele napříč všemi generacemi. **Příslušníky generace Z jsou považovány za nástroj, jehož prostřednictvím mezigenerační vztahy nadále rozvíjejí a udržují.** Využívání sociálních sítí jako nástroj pro udržení kontaktu rozebírají i Oszut (2023) a Rothman (2016). Že se budování vztahů přesouvá do digitálního prostředí pak potvrzuje Siagian a Yuliana (2021).

Výsledné zjištění zakotvené teorie lze shrnout takto:

Přestože se komunikační návyky generace Z od ostatních generací v mnohém zásadně odlišují, příslušníci generace Z se při komunikaci s ostatními generacemi snaží co nejvíce přizpůsobit jejich komunikačním návykům a potřebám, přičemž i u ostatních generací lze pozorovat snahu o přiblížení se a porozumění komunikačním zvykům generace Z. Vzájemné přizpůsobování se, pochopení a toleranci vidí generace Z jako cestu ke hlubšímu mezigeneračnímu porozumění a vyhnutí se konfliktům.

ZÁVĚR

Příslušníci generace Z jsou mladí lidé, kteří jsou velmi energičtí a otevření poznávání světa. To se promítá i do jejich komunikace, která je dynamická a neustále se proměňuje v reakci na jejich zkušenosti či technologické inovace. Tato diplomová práce se věnovala zkušenostem příslušníků generace Z s mezigenerační komunikací. Chtěli jsme zjistit, jak se tyto zkušenosti promítají do jejich způsobů komunikace a jaké faktory a vlivy komunikaci generace Z proměňují. Dále jsme se zajímali o mezigenerační vztahy v souvislosti se změnami komunikačních zvyků a preferencí generace Z.

V rámci teoretické části jsme si vymezili pojem generace a blíže nastínili charakteristiky jednotlivých generací. Dále jsme navázali rozsáhlým tématem komunikace, kde jsme rozebírali její členění, charakteristiky, komunikační bariéry a zdravou komunikaci. Věnovali jsme se také komunikaci v rodinném prostředí a objasnili jsme komunikaci generace Z, včetně jejich specifík. Teoretickou část jsme uzavřeli tématy mezigenerační komunikace, mezigeneračních vztahů a mezigeneračního učení.

Praktická část byla věnována kvalitativnímu výzkumu. Po stanovení výzkumných otázek a cílů jsme pokračovali vytyčením výzkumného souboru a zvolili vhodnou metodu pro sběr dat. V rámci polostrukturovaných rozhovorů vedených s vybranými příslušníky generace Z, kteří splňovali naše kritéria, jsme hledali odpovědi na námi formulované otázky. Získaná data jsme zpracovali dle postupů zakotvené teorie, tudíž jsme provedli nejprve otevřené, a poté axiální a selektivní kódování. Byl sestaven paradigmatický model a model zakotvené teorie. Výsledkem šetření je zakotvená teorie, která nám umožnila detailně nahlédnout do zkoumané problematiky a získat odpovědi na dříve stanovené otázky.

Z výsledků výzkumu vyplynulo, že generace Z na základě svých zkušeností značně přizpůsobuje své komunikační zvyklosti ostatním generacím a dále přehodnocuje své komunikační strategie, formy a způsoby komunikace. Dále lze pozorovat změny v nastavování hranic a posuny osobních hranic. Jako významné faktory se ukázaly být sociální sítě a média, vzdělání a změny v preferencích a způsobech komunikace. Tyto změny byly zpočátku zdrojem mezigeneračních konfliktů. Nyní však lze pozorovat i značné přizpůsobování ostatních generací komunikačním zvyklostem generace Z, například v užívání komunikačních platforem. Digitální technologie se tak staly nástrojem pro navazování, budování a udržování mezigeneračních vztahů.

Závěrem lze říci, že se nám podařilo stanovené cíle práce naplnit v celém rozsahu tak, jak jsme si vytyčili na jejím začátku. Výsledky práce potvrzují a dále rozvíjejí předešlá zjištění výzkumů a odborných studií, ze kterých jsme v naší práci vycházeli, tudíž lze říci, že došlo i k obohacení dosavadní teorie. Může být také použita pro další výzkumná šetření týkající se této problematiky. Přínosem může být pro každého, kdo je v kontaktu s příslušníkem generace Z, a třeba i přispět k lepšímu mezigeneračnímu porozumění.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

ANDERSON, Lindsey B., 2023. "OK Boomer": Demagogic Discourse and Intergenerational Communication. Online. *Journal of Intergenerational Relationships*. 2023-04-03, roč. 21, č. 2, s. 253-268. ISSN 1535-0770. Dostupné z: <https://doi.org/10.1080/15350770.2022.2030846>. [cit. 2024-12-02].

BEJTKOVSKÝ, Jiří, 2016. The Employees of Baby Boomers Generation, Generation X, Generation Y and Generation Z in Selected Czech Corporations as Conceivers of Development and Competitiveness in their Corporation. Online. *Journal of Competitiveness*. Roč. 8, č. 4, s. 105-123. Dostupné z: <https://doi.org/10.7441/joc.2016.04.07>. [cit. 2024-09-18].

BERG, Monika, 2020. *Jak se vzájemně chápat: Generace X, Y, Z*. Grada. ISBN 978-80-247-2139-2.

BOUKALOVÁ, Hedvika; ONDŘEJ, Cerha; SEDLÁČEK, Mojmír a ŠÍROVÁ, Eva, 2023. *Psychologie komunikace*. Grada. ISBN 978-80-271-1388-0.

BRUBAKER, Timothy H. a BRUBAKER, Ellie, 1999. The Four Rs of Intergenerational Relationships: Implications for Practice. Online. *Michigan Family Review*. 1999-01-01, roč. 04, č. 1, s. 5-15. ISSN 1558-7258. Dostupné z: <https://doi.org/10.3998/mfr.4919087.0004.102>. [cit. 2025-01-08].

COCKRELL, Maurya, 2022. The Power of Intergenerational Connection. Online. *Generations Journal*. Roč. 46, č. 3, s. 1-7. ISSN 2694-5126. Dostupné z: <https://www.proquest.com/docview/2771392191/fulltextPDF?pq-origsite=summon&sourcetype=Scholarly%20Journals>. [cit. 2025-01-07].

COE, Erica; DOY, Andrew; ENOMOTO, Kana a HEALY, Cheryl, 2023. *Gen Z mental health: The impact of tech and social media*. Online. McKinsey Health Institute. 28. 4. 2023. Dostupné z: <https://www.mckinsey.com/mhi/our-insights/gen-z-mental-health-the-impact-of-tech-and-social-media>. [cit. 2024-10-06].

ČESKO V DATECH, 2018. *Česká Zetka*. Online. Česko v datech. Dostupné z: <https://www.ceskovdatech.cz/clanek/95-ceska-zetka-generace-z-dospela-do-produktivniho-veku/>. [cit. 2024-10-09].

ČERNÝ, Vojtěch, 2008. *Řeč těla*. Brno: Computer Press. ISBN 978-80-251-1658-6.

DADIĆ, Mario; JERČIĆ, Eva a DADIĆ, Vanja, 2022. Behavior of Generation Z. Online. In: *Proceedings of IAC in Vienna 2022*. Praha: Czech Institute of Academic Education, s. 10-16. ISBN 978-80-88203-30-8. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/366356186_Behavior_of_Generation_Z. [cit. 2024-09-29].

DEVITO, Joseph A., 2008. *Základy mezilidské komunikace: 6. vydání*. Praha: Grada. ISBN 978-80247-2018-0.

DONSBACH, Wolfgang (ed.), 2008. *The International Encyclopedia of Communication*. Online. Wiley. ISBN 9781405131995. Dostupné z: <https://doi.org/10.1002/9781405186407>. [cit. 2024-12-02].

FISHER, T., 2008. *Intergenerational learning in Europe – policies, programmes, practical guidance*. Online. Erlangen: University of Elangen-Nuremberg. Dostupné z: <https://www.yumpu.com/en/document/read/45686781/intergenerational-learning-in-europe-policies-programmes->. [cit. 2025-01-09].

GU, Danan a DUPRE, Matthew E. (ed.), 2020. *Encyclopedia of Gerontology and Population Aging*. Online. Cham: Springer International Publishing. ISBN 978-3-319-69892-2. Dostupné z: <https://doi.org/10.1007/978-3-319-69892-2>. [cit. 2025-01-07].

HARTL, Pavel a HARTLOVÁ, Helena, 2015. *Psychologický slovník*. 3. vydání. Praha: Portál. ISBN 978-80-262-0873-0.

HATTON-YEO, A., 2008. *The Eagle toolkit for intergenerational activities*. Online. Erlangen: University of Elangen-Nuremberg. Dostupné z: <https://www.yumpu.com/en/document/read/46687372/the-eagle-toolkit-for-intergenerational-activities-menon-network->. [cit. 2025-01-09].

HOLEČKOVÁ, Lenka, 2023. *Komunikační dovednosti*. Praha: Vysoká škola ekonomie a managementu. ISBN 978-80-88502-28-9.

HORVÁTHOVÁ, Petra; BLÁHA, Jiří a ČOPÍKOVÁ, Andrea, 2016. *Řízení lidských zdrojů: nové trendy*. Praha: Management Press. ISBN 9788072614301.

CHOMYNOVÁ, Pavla; DVOŘÁKOVÁ, Zuzana; ČERNÍKOVÁ, Tereza; ORLÍKOVÁ, Barbora; GROHMANNOVÁ, Kateřina et al., 2024. *Zpráva o digitálních závislostech v České republice 2024*. Online. In: NÁRODNÍ MONITOROVACÍ STŘEDISKO PRO DROGY A ZÁVISLOSTI SEKRETARIÁT RADY VLÁDY PRO KOORDINACI

POLITIKY V OBLASTI ZÁVISLOSTÍ ÚŘAD VLÁDY ČESKÉ REPUBLIKY. Drogy-info.cz. Dostupné z: https://www.drogy-info.cz/data/obj_files/35646/1316/Zpr%C3%A1va%20o%20digit%C3%A1ln%C3%A1Dch%20z%C3%A1vislostech%20v%20%C4%8CR%202024_web.pdf. [cit. 2024-10-09].

ISWATININGSIH, Daroe a PANGESTI, Fida, 2021. Millennial teenagers' expression through the use of slang on social media. *Journal of Language, Literature, and Teaching Sciences*. Roč. 7, č. 2, s. 476–489. ISSN 3032-5412.

JANDOUREK, Jan, 2012. *Slovník sociologických pojmů: 610 hesel*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-3679-2.

JIRÁSKOVÁ, Věra, 2005. *Mezigenerační porozumění a komunikace*. Praha: Eurolex Bohemia. ISBN 80-868-6180-5.

JIŘINCOVÁ, Božena, 2010. *Efektivní komunikace pro manažery*. Vedení lidí v praxi. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-1708-1.

KALIBOVÁ, Květa; PAVLÍK, Zdeněk a VODÁKOVÁ, Alena, 2009. *Demografie (nejen) pro demografy*. Třetí, přepracované vydání. Sociologické pojmosloví. Praha: Sociologické nakladatelství (SLON). ISBN 9788074190124.

KAMANOVÁ, Lenka; PEVNÁ, Kateřina a RABUŠICOVÁ, Milada, 2016. O mezigeneračním učení a mezigeneračních programech v knihovnách. Online. *ProInflow*. 2016-10-31, roč. 8, č. 2, s. 43-52. ISSN 1804-2406. Dostupné z: <https://doi.org/10.5817/ProIn2016-2-5>. [cit. 2025-01-09].

KAZDOVÁ, Alena, 2014. Svoboda je pro mladé mantrou. *Moderní řízení*. Č. 5, s. 29. ISSN 0026-8720.

KEJHOVÁ, Hana, 2014. Generace X a Y se od sebe mohou učit. *Moderní řízení*. Č. 5, s. 20-21. ISSN 0026-8720.

KOLÁŘ, Zdeněk, 2012. *Výkladový slovník z pedagogiky: 583 vybraných hesel*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-3710-2.

KONEČNÁ, Zdeňka, 2009. *Základy komunikace*. Brno: Akademické Nakladatelství Cerm. ISBN 978-80-241-3891-0.

KOPECKÝ, Kamil, 2017. Co je syndrom FoMO. Online. Roč. 2, č. 1, s. 14-16. ISSN 2571-1679. Dostupné z: <https://www.e-bezpeci.cz/index.php?view=article&id=1229>. [cit. 2024-10-01].

KRÁČMAROVÁ, Tereza, 2021. *FOMO aneb aby nám nic neuteklo*. Online. Medium. Dostupné z: <https://medium.com/edtech-kisk/fomo-aneb-aby-n%C3%A1m-nic-neuteklo-956fa8467cf3>. [cit. 2024-10-01].

KRÁKORA, Pavel a KOPEČEK, Pavel, 2010. *Dějiny Československa 1918-1992*. Praha: Epocha. ISBN 978-80-7425-080-4.

KŘOVÁKOVÁ, Kateřina, 2024. *Všichni chtějí všechno hned. Generace Z si zvykla komunikovat jinak*. Online. Seznam Zprávy. 16. 11. 2024. Dostupné z: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/domaci-generace-z-si-zvykla-komunikovat-jinak-264465>. [cit. 2024-11-18].

KUBÁTOVÁ, Helena, 2010. *Sociologie životního způsobu*. Sociologie (Grada). Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-2456-0.

KUBÁTOVÁ, Jaroslava a KUKELKOVÁ, Adéla, 2013. *Interkulturní rozdíly v pracovní motivaci generace Y – Příklad České republiky a Francie*. Olomouc: Vydavatelství Univerzity Palackého. ISBN 978-80-244-3961-7.

LI, Lin; TANG, Xinru a PIPER, Anne Marie, 2023. Understanding Extrafamilial Intergenerational Communication: A Case Analysis of an Age-Integrated Online Community. Online. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*. 2023-09-28, roč. 7, č. CSCW2, s. 1-25. ISSN 2573-0142. Dostupné z: <https://doi.org/10.1145/3610052>. [cit. 2024-12-02].

MATSUMOTO, David; FRANK, Mark a HWANG, Hyi, 2013. *Nonverbal Communication: Science and Applications*. Online. Thousand Oaks: SAGE Publications. ISBN 9781412999304. Dostupné z: <https://doi.org/10.4135/9781452244037>. [cit. 2024-10-16].

MCLEOD, Saul, 2024. *Maslow's Hierarchy of Needs*. Online. Simply Psychology. Dostupné z: <https://www.simplypsychology.org/maslow.html>. [cit. 2025-01-08].

MCCRINDLE, Mark, 2014. *The ABC of XYZ : understanding the global generations*. 3rd ed. Bella Vista: McCrindle Research. ISBN 9780992483906.

MEDIA, News, 2024. *Dobře placená práce bez benefitů? Gen Z raději sáhne po vyšším platu než po výhodách.* Online. Médiář. 23.10.2024. Dostupné z: <https://www.mediary.cz/dobre-placena-prace-bez-benefitu-gen-z-radeji-sahne-po-vyssim-platu-nez-po-vyhodach/>. [cit. 2024-11-27].

MIKULÁŠTÍK, Milan, 2010. *Komunikační dovednosti v praxi*. 2., dopl. a přeprac. vyd. Manažer. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-2339-6.

MILLEROVÁ, Klára, 2020. *Generace X, Y nebo Z? Kam patříte vy?* Online. Dostupné z: <https://chcipracovat.info/generace-x-y-nebo-z-kam-patrite-vy-2-dil/>. [cit. 2024-09-18].

MIOVSKÝ, Michal, 2006. *Kvalitativní přístup a metody v psychologickém výzkumu*. Psyché (Grada). Praha: Grada. ISBN 80-247-1362-4.

NASRULLAH, Rulli, 2022. *Teori dan Riset Media Siber: (Cybermedia)*. Prenada Media. ISBN 978-602-7985-71-1.

NURUZZAHRA, Faizah; AZURA, Sabrina Zarah a SHAPUTRA, Hyoga Aditya, 2023. *Pola Komunikasi Generasi Z Melalui Direct Massage (DM) Instagram Kepada Idola.* Online. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS)*,. Roč. 2, s. 1507-1520. ISSN 2985-9522. Dostupné z: <https://proceeding.unesa.ac.id/index.php/sniis/article/view/982/418>. [cit. 2024-11-07].

OSZUST, Kinga, 2023. *TIKTOK AS A METHOD OF BRANDS' COMMUNICATION WITH GENERATION Z.* Online. *Humanities and Social Sciences quarterly*. 2023-12-31, roč. 30, č. 4 - part 2, s. 233-242. ISSN 2300-9918. Dostupné z: <https://doi.org/10.7862/rz.2023.hss.76>. [cit. 2024-09-30].

PACIFIC OAKS COLLEGE, 2024. *Gen Z's Progressive Stance on Therapy and Mental Health.* Online. *Voices Digital*. 8. 3. 2024. Dostupné z: <https://www.pacificoaks.edu/voices/blog/gen-z-view-on-mental-health/>. [cit. 2024-10-06].

PECH, Jaroslav, 2009. *Řeč těla a umění komunikace: Příručka prakticky pro všechny, kteří se chtějí zlepšit v řešení běžných životních situací*. Praha: NS Svoboda. ISBN 978-80-205-0606-1.

PEREDY, Zoltán; VIGH, László; QUINGYU, Wei a MUYI, Jiang, 2024. Analysing Generation Z Communication Attitudes, Values and Norms. Online. *Acta Periodica*. Č. 30, s. 4-19. ISSN 2063-501X. Dostupné z: <https://doi.org/10.47273/AP.2024.30.4-19>. [cit. 2024-11-09].

PILLEMER, Karl; NOLTE, Julia; SCHULTZ, Leslie; YAU, Harry; HENDERSON, Charles R. et al., 2022. The Benefits of Intergenerational Wisdom-Sharing: A Randomized Controlled Study. Online. *International Journal of Environmental Research and Public Health*. Roč. 19, č. 7. ISSN 1660-4601. Dostupné z: <https://doi.org/10.3390/ijerph19074010>. [cit. 2025-01-07].

PRŮCHA, Jan; WALTEROVÁ, Eliška a MAREŠ, Jiří, 2013. *Pedagogický slovník*. 7., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Portál. ISBN 978-802-6204-039.

RABUŠICOVÁ, Milada; BRÜCKNEROVÁ, Karla; KAMANOVÁ, Lenka; NOVOTNÝ, Petr; PEVNÁ, Kateřina et al., 2016. *Mezigenerační učení: teorie, výzkum, praxe*. Brno: Masarykova univerzita. ISBN 978-80-210-8460-5.

RABUŠICOVÁ, Milada; KAMANOVÁ, Lenka a PEVNÁ, Kateřina, 2011. *O mezigeneračním učení*. Brno: Masarykova univerzita. ISBN 978-80-210-5750-0.

RABUŠICOVÁ, Milada; KAMANOVÁ, Lenka a PEVNÁ, Kateřina, 2012. Mezigenerační učení: učit se mezi sebou v rodině. Online. *Studia paedagogica*. Roč. 17, č. 1, s. 163-182. ISSN 2336-4521. Dostupné z: <https://hdl.handle.net/11222.digilib/118290>. [cit. 2025-01-09].

RABUŠICOVÁ, Milada; KLUSÁČKOVÁ, Markéta a KAMANOVÁ, Lenka, 2009. Mezigenerační učení v rámci programů a kurzů neformálního vzdělávání pro děti, rodiče a prarodiče. Online. *Studia paedagogica*. Roč. 14, č. 2, s. 131-153. ISSN 2336-4521. Dostupné z: <https://hdl.handle.net/11222.digilib/115390>. [cit. 2025-01-09].

RAHN, Hayden a MARCHAND, Michelle, 2024. *Generation Z: Move over, millennials. Gen Z is the newest generation of Delta Upsilon*. Online. Delta Upsilon: International Fraternity. Dostupné z: <https://www.deltatau.org/generation-z>. [cit. 2024-10-04].

RASLIE, Humaira, 2021. Gen Y and Gen Z Communication Style. Online. *Studies of Applied Economics*. Roč. 39, č. 1. ISSN 1697-5731. Dostupné z: <https://doi.org/10.25115/eea.v39i1.4268>. [cit. 2024-11-08].

REICHEL, Jiří, 2009. *Kapitoly metodologie sociálních výzkumů*. Sociologie (Grada). Praha: Grada. ISBN 978-80-247-3006-6.

ROTHMAN, Darla, 2016. *A Tsunami of Learners Called Generation Z*. Online. In: . Dostupné z: http://www.mdle.net/Journal/A_Tsunami_of_Learners_Called_Generation_Z.pdf. [cit. 2024-09-30].

RYAN, Christine; EPSTEIN, Nathan B.; KEITNER, Gabor I.; MILLER, Ivan W. a BISHOP, Duane S., 2012. *Evaluating and Treating Families*. Online. Routledge. ISBN 9781136915857. Dostupné z: <https://doi.org/10.4324/9780203843840>. [cit. 2024-11-20].

SAID, Ruhil Amani; RASHID, Mas Anom Abdul a OTHMAN, Mohd Azman, 2020. Generation Z for Job Employment: Characteristic and Expectation. Online. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*. Roč. 10, č. 3, s. 570-575. ISSN 222-6990. Dostupné z: <https://doi.org/10.6007/IJARBS/v10-i3/7072>. [cit. 2024-09-30].

SCHAWBEL, Dan, 2014. *5 předpovědí pro generaci Alfa*. Online. Nenalezený vydavatel. 17. 7. 2014. Dostupné z: <https://danschawbel.com/5-predictions-for-generation-alpha/>. [cit. 2024-09-29].

SCHÜTZE, Y., 2001. Generations, Relations Between. Online. In: *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*. Elsevier, s. 6053-6055. ISBN 9780080430768. Dostupné z: <https://doi.org/10.1016/B0-08-043076-7/01888-X>. [cit. 2025-01-07].

SEEMILLER, Corey a GRACE, Meghan, 2019. *Generation Z: A Century in the Making*. Routledge. ISBN 978-1-138-33731-2.

SHOREY, Shefaly; VYUGINA, Daria; WAECHTER, Natalia a DOLEV, Niva, 2024. Communication Preferences and Behaviors. Online. In: SEEMILLER, Corey a GRACE, Meghan (ed.). *Gen Z Around the World*. Emerald Publishing Limited, s. 31-42. ISBN 978-1-83797-093-3. Dostupné z: <https://doi.org/10.1108/978-1-83797-092-620241004>. [cit. 2024-11-13].

SIAGIAN, Naomi Rebecca a YULIANA, Nina, 2023. THE ROLE OF SOCIAL MEDIA IN GENERATION Z COMMUNICATION. Online. *Interdisciplinary Journal of*

Advanced Research and Innovation. Roč. 1, č. 3, s. 109-118. ISSN 3031-9455. Dostupné z: <https://doi.org/https://doi.org/10.58860/ijari.v1i3.27>. [cit. 2024-11-07].

SÖDERKVIST, Sven; OHLÉN, Kajsa a DIMBERG, Ulf, 2018. How the Experience of Emotion is Modulated by Facial Feedback. Online. *Journal of Nonverbal Behavior*. Roč. 42, č. 1, s. 129-151. ISSN 0191-5886. Dostupné z: <https://doi.org/10.1007/s10919-017-0264-1>. [cit. 2024-10-30].

STRAUSS, Anselm L. a CORBIN, Juliet, 1999. *Základy kvalitativního výzkumu: postupy a techniky metody zakotvené teorie*. SCAN. Brno: Sdružení Podané ruce. ISBN 80-858-3460-X.

STRNADOVÁ, Věra, 2011. *Interpersonální komunikace: monografie*. Recenzované monografie. Hradec Králové: Gaudeamus. ISBN 978-80-7435-157-0.

Střet generací v ČR a jejich charakteristika, 2016. Online. AkSen. Dostupné z: <http://www.aksen.cz/clanek/stret-generaci-v-cr-jejich-charakteristika>. [cit. 2024-09-18].

SUPRATMAN, Lucy Pujasari, 2018. Penggunaan media sosial oleh digital native. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Roč. 15, č. 1, s. 47–60. ISSN 2548-8643.

ŠVARŤÍČEK, Roman a ŠEĐOVÁ, Klára, 2014. *Kvalitativní výzkum v pedagogických vědách*. Vyd. 2. Praha: Portál. ISBN 978-80-262-0644-6.

TUČEK, Milan et al., 2003. *Dynamika české společnosti a osudy lidí na přelomu tisíciletí*. Praha: Sociologické nakladatelství SLON. ISBN 80-86429-22-9.

Understanding Generation Alpha, © 2024. Online. McCrindle. Dostupné z: <https://mccrindle.com.au/article/topic/generation-alpha/generation-alpha-defined/>. [cit. 2024-09-25].

VYBÍRAL, Zbyněk, 2009. *Psychologie komunikace*. Vyd. 2. Praha: Portál. ISBN 978-80-7367-387-1.

VYMĚTAL, Jan, 2008. *Průvodce úspěšnou komunikací: efektivní komunikace v praxi*. Manažer. Praha: Grada. ISBN 9788024726144.

WEST, Meghan, 2014. What Manufacturers Need to Know About Generation Z. *Manufacturing Engineering*. Č. 153(01), s. 168. ISSN 0030-1787.

ZHANG, Yan Bing a LIN, Mei-Chen, 2009. Conflict-Initiating Factors in Intergenerational Relationships. Online. *Journal of Language and Social Psychology*. Roč. 28, č. 4, s. 343-363. ISSN 0261-927X. Dostupné z: <https://doi.org/10.1177/0261927X09341836>. [cit. 2024-11-29].

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1 Podíl generací na celkové populaci	16
Obrázek 2 Paradigmatický model	78
Obrázek 3 Model zakotvené teorie	80

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1 Jednotlivé generace.....	15
Tabulka 2 Preference v komunikaci jednotlivých generací.....	37
Tabulka 3 Preference komunikačních metod generace Z.....	37
Tabulka 4 Výzkumný vzorek.....	53
Tabulka 5 Kódy první kategorie	56
Tabulka 6 Kódy druhé kategorie	61
Tabulka 7 Kódy třetí kategorie	66
Tabulka 8 Kódy čtvrté kategorie	71
Tabulka 9 Kódy páté kategorie	75

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

Apod.	a podobně
Atd.	a tak dále
ČR	Česká republika
EAGLE	European approaches to inter-generational lifelong learning – Evropské koncepty mezigeneračního celoživotního učení
FOMO	Fear of missing out
Např.	například
SMS	Short Message Service – Krátká textová zpráva
Tzv.	takzvaně

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha P I: OTÁZKY DO ROZHOVORU

Příloha P II: UKÁZKA ZAKÓDOVANÉHO ROZHOVORU

PŘÍLOHA P I: OTÁZKY DO ROZHOVORU

1. Jakými způsoby komunikujete s příslušníky jiných generací?
2. Můžete mi na konkrétních příkladech popsat své zkušenosti s komunikací s lidmi jiných generací? Změnila nebo ovlivnila tato zkušenost váš způsob či styl komunikace s těmito lidmi?
3. Přizpůsobujete svůj komunikační styl a zvyky tomu, s kým komunikujete? Popřípadě jaké rozdíly v komunikaci s jednotlivými generacemi lze pozorovat?
4. Myslíte si, že lidé z jiných generací vnímají komunikaci jinak, než vy a vaši vrstevníci?
5. Setkáváte se s nějakými nedorozuměními nebo jiným očekáváním při komunikaci s jinými generacemi?
6. Jaké faktory podle vás nejvíce ovlivnily váš způsob komunikace? (nové technologie, kultura, trendy, sociální média)
7. Jakou roli hrají technologie a sociální média ve vašem způsobu komunikace? Mění podle vás vaše komunikační zvyky?
8. Co vás motivuje k používání určitých komunikačních platform, jaké a proč preferujete?
9. Jaký vliv mají vaše komunikační zvyky na vztahy s vašimi rodiči nebo prarodiči?
10. Cítíte, že změny v komunikačních návycích a preferencích (např. užívání soc. sítí a rychlých zpráv) přispívají k mezigeneračním konfliktům nebo porozumění? A jak to ovlivňuje vaše vztahy?
11. Co by podle vás pomohlo zlepšit komunikaci mezi generací Z a staršími generacemi?
12. Jak vnímáte komunikaci generace Z v porovnání s předchozími generacemi, v čem je jiná? (jako odlišnou, inovativní...)

PŘÍLOHA P II: UKÁZKA ZAKÓDOVANÉHO ROZHOVORU

21

Rozhovor

P: Co se ti vybaví, když se řekne mezigenerační komunikace?

R: Mezigenerační komunikace mi hned připomene situace, kdy se snažím vysvětlit něco technologického rodičům nebo prarodičům. Někdy to jde hladce, jindy je to boj. Zároveň si ale vzpomenu na chvíle, kdy si s dědou povídáme o jeho mládí a já obdivuju, jak jinak tehdy svět fungoval. Taký mě napadne rozdíl v tom, jak generace vnímají některé hodnoty – třeba jak my klademe důraz na duševní pohodu a životní balanc, zatímco starší generace byla zvyklá na tvrdou práci bez ohledu na osobní pohodlí. Velkou roli v tom hraje i jazyk – používáme anglicismy, zkratky a memy, což starší lidé často nechápou. Naopak jejich způsob mluvy může působit formálně nebo zastarale. My často raději napíšeme zprávu než zavoláme, což starší generace vnímají jako neosobní. Mezigenerační komunikace je podle mě fascinující v tom, že odhaluje rozdíly v myšlení jednotlivých generací, ale zároveň je prostorem a obrovsky mocným nástrojem, který nám ukazuje, jak moc se lidé můžou navzájem obohatit.

P: Jakými způsoby obvykle komunikuješ s lidmi z jiných generací? Liší se to podle toho, zda jde o rodinu, školu, práci nebo neformální prostředí?

R: Určitě se to liší podle kontextu. S vrstevníky si píšu přes Messenger nebo WhatsApp, s mladšími sourozenci spíš přes Instagram. Ale když chci něco vyřídit s rodiči, většinou volám, protože vím, že na zprávy odpovídají pomalu. U prarodičů je to už skoro výhradně osobní komunikace nebo telefonáty. Ve škole je to mix – se spolužáky domlouváme věci na Discordu, ale s vyučujícími samozřejmě používáme e-maily, což někdy působí dost formálně. Celkově mám pocit, že čím je člověk starší, tím víc preferuje osobní kontakt nebo telefonát před psaním zpráv.

P: Máš nějaké konkrétní zkušenosti s komunikací s jinými generacemi, které tě nějak ovlivnily – pozitivně i negativně? Jak tyto zkušenosti změnily tvůj způsob komunikace?

R: Jedna z nejpozitivnějších zkušeností byla, když jsem si s dědou povídal o jeho mládí. Bylo fascinující slyšet, jak tehdy fungoval svět bez internetu a mobilů. Překvapilo mě, jaké měli zvyky a jak moc si zakládali na osobním kontaktu. Na druhou stranu, negativní zkušenost mám z práce, kdy jsme měli staršího nadřízeného, který odmítal používat jakékoliv komunikační aplikace, třeba i obyčejný messenger nebo whatsapp, a všechno chtěl řešit osobně nebo po telefonu. Když jsme se mu snažili ukázat, že by některé věci šly efektivněji, třeba plánování si směn přes sdílené dokumenty, měl pocit, že se ho tím snažíme nějak shodit a podkopáváme mu tím jeho autoritu. To mě naučilo, že je důležité přizpůsobit styl komunikace lidem, se kterými mluvím, a někdy je lepší udělat krok zpět a vysvětlit věci jednodušeji.

P: Přizpůsobuješ svůj komunikační styl a zvyky tomu, s kým komunikuješ? Jaké rozdíly ve své komunikaci s různými generacemi pozoruješ?

R: Ano, přizpůsobuju se, i když někdy je to trochu otravné. S vrstevníky komunikuju hodně neformálněji – používáme hodně zkratk, memů a někdy si i posíláme hlasové zprávy místo textu. Se staršími lidmi se snažím

1

Rozhovor

P: Tak první otázka je, když ti řeknu pojem mezigenerační komunikace, co se ti vybaví, jak by si ji třeba definovala?

definice mez. komunikace

J: Já bych ji asi popsala jako nějakou komunikaci mezi dvěma lidmi, kteří jsou různě staří, jsou více věkově vzdáleni od sebe než jen pár let, jsou to spíš desítky let a je to vlastně komunikace se kterou se se setkáváme v podstatě každý den při různých situacích

P: a co je podle tebe pro ni charakteristické?

rozmanitost

J: já si myslím že je pro ni charakteristická rozmanitost ale zároveň nějaký řád. Že ta mezigenerační komunikace je v mnoha ohledech úplně jiná, než když člověk mluví s lidmi stejné generace nebo přibližně ve svém věku. Každý z nás má nějaké komunikační vzorce, jak s kým komunikuje, a mezi těma vlastně musí přepínat a přizpůsobovat se. Takže za mě je hlavní bod úspěšné mezigenerační komunikace přizpůsobování, celkově nějaké svojí mluvy, tomu druhému. Bez toho to úplně nefunguje. *přizpůsobování jako základ úspěchu*

P: super. Na to hned navazuje další otázka, a to jak komunikuješ s různými generacemi, jestli jsou tam nějaké rozdíly podle toho jestli jde o rodinu, je to ve škole, v práci, jestli se to liší podle toho jestli je to formální nebo neformální prostředí?

rozdílnost s kým komunikuješ

přizpůsobení

J: tak rozdíly tam samozřejmě jsou a myslím si že dost velké. Jak už jsem řikala člověk se snaží přizpůsobovat to co jak komu říká aby mu ten druhý rozuměl. Když to vezmu všeobecně, tak vždycky se ta komunikace odvíjí od toho, jaký mám s tím daným člověkem vztah, v jakém vzájemném postavení jsme, a to vlastně i v tom rodinném prostředí. Když to teda vezmu konkrétně, v tom rodinném prostředí je ta komunikace samozřejmě více osobitější a otevřenější, ale vzhledem k věku mým rodičům, kteří mají kolem šedesátky, se taky mnohdy stává, že už si ne úplně ve všem rozumíme a pochopíme se. A jinak co se týká konkrétní podoby tak samozřejmě doma spolu mluvíme face to face, ale vzhledem k tomu že doma už moc nejsem tak si hodně voláme. S mamkou si píšeme přes whatsapp, voláme přes videohovory, ale s tatškou je to složitější. On už je fakt jiná generace, s moderníma technologiema chudák vyloženě bojuje, takže si drží svou tlačítkovou nokiuzuby nehty. Takže s ním si klasicky volám a posílám sms. Volám volám s oběma rodiči přes ten mamčin whatsapp. No a co se týká prarodičů, tak tam klasicky voláme, ani esemesky nepoužívají. Oni úplně o ty technologie nemají zájem a přijde mi že se toho hodně bojí, aby něco nezmáčkli, nepokazili a tak. Takže buď si voláme nebo se vidíme osobně, z toho mi přijde že mají největší radost. Takže když to jde, tak se vidíme. Ve škole je to spíš formální komunikace, přece jen univerzitní prostředí mi přijde dost specifické a snažím se tam komunikovat trošku na jiné úrovni. Hodně tam probíhá elektronická komunikace, hlavně skrze emaily, takže se snažím dodržovat nějakou formálnost, oslovení těch lidí a strukturu toho emailu, aby to trošku vypadalo na úrovni. Další místo si řikala práci že. No já dělám v turistickém centru, za den mi tam přijde i přes 300 lidí takže tam je to celé postavené na té komunikaci a občas je to mazec, ale snažím se komunikovat se

kom. rodina

vzájemné komunikační postavení

formální prostředí