



Eva Králová

# MLADÍ ČEŠI 2017

KANTAR TNS



FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD  
Univerzita Karlova v Praze

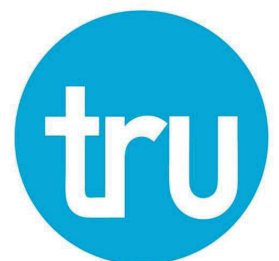
Generační  
výpověď

Zdroje  
informací

Zájem o dění  
a politiku

Občanská  
angažovanost

*lifestyle*  
2016



Z

15-26 LET

Y

27-35 LET

X

36-49 LET

50+

15-65 LET

Y

27-35 LET



Milénialové  
Generation WHY  
Boomerang generation  
Havlovi děti

1. Postupující globalizace,  
vstup do EU
2. Mobily, smartphony, postupné  
pronikání online světa
3. Ekonomické krize a nejistota

# Z 15-26 LET



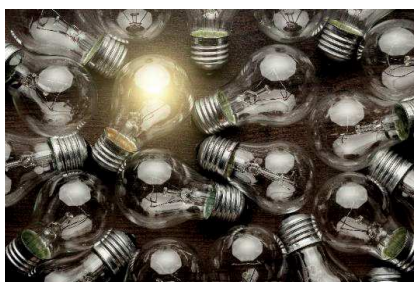
Plurálové  
Digitální domorodci  
Screenageři

1. Otevřené hranice a možnosti práce a studia v EU
2. Všudypřítomnost internetu a chytrých přístrojů -multiscreening
3. Exploze soc.sítí a vizuální a video-obsahu

Personifikace a spolupřorba



Podpora jedinečnosti osobnosti a originality



Záznamy vlastního života



Preference produktů lokálních či s humanitním či eko podtextem



Chytrý spotřebitel





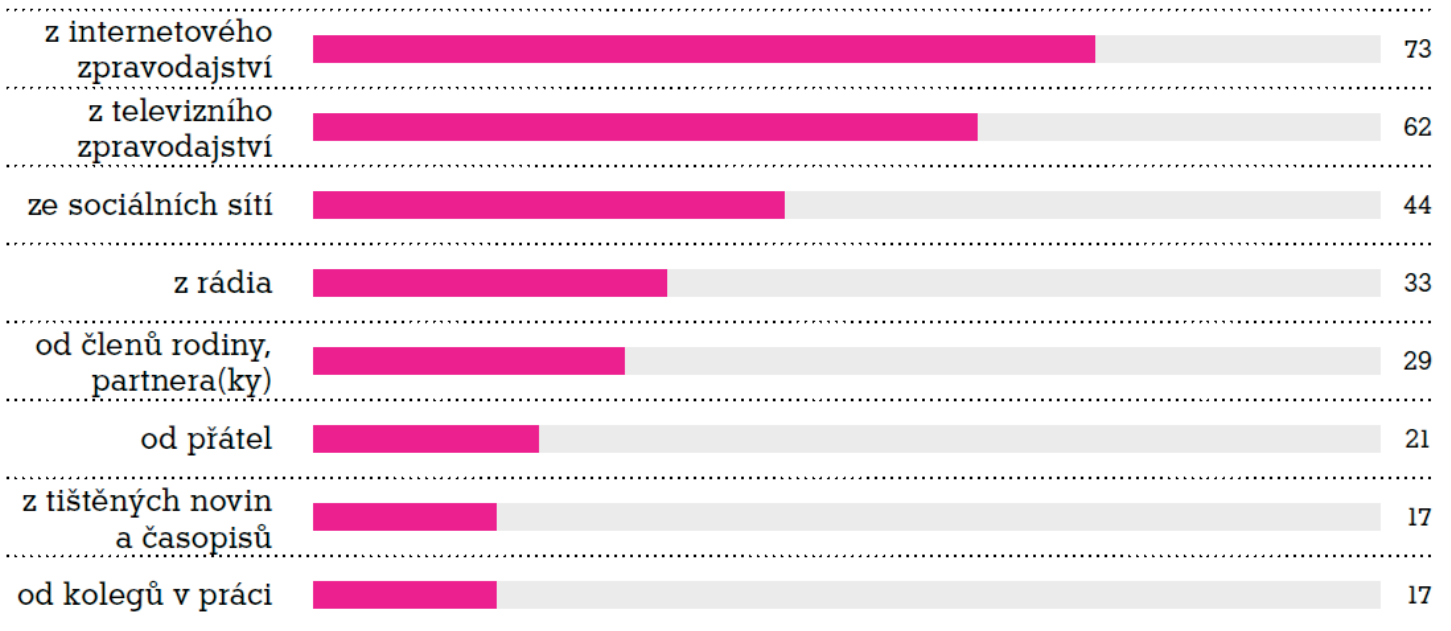
KANTAR TNS

# Zdroje informací

## Odkud celkově Češi čerpají informace

(% více možných odpovědí)

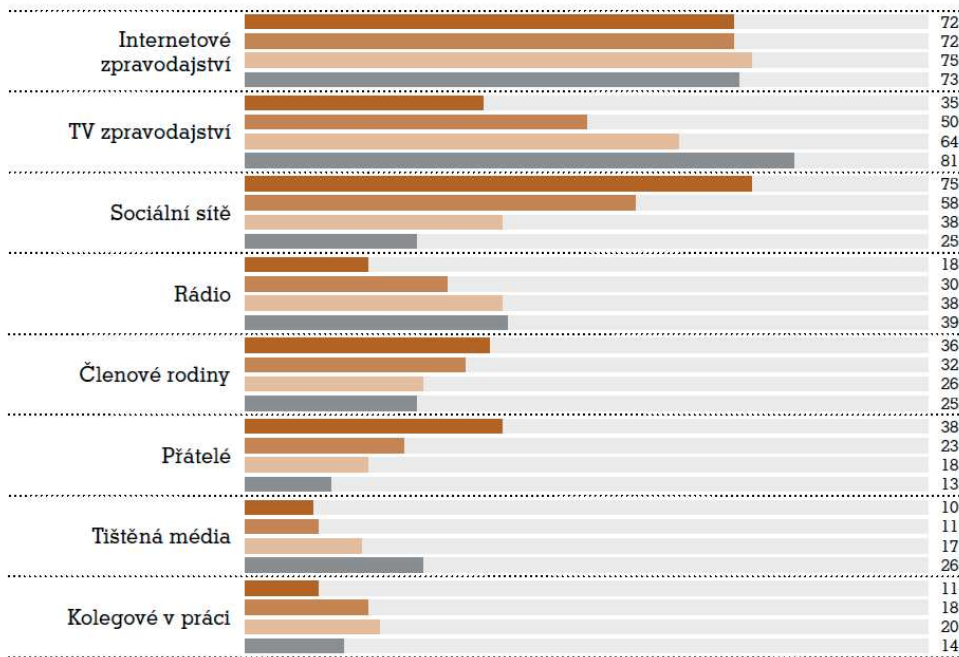
*lifestyle*  
2016



## Jaké zdroje informací využívají jednotlivé generace

(% výběru mezi 3 hlavní zdroje informací)

■ Gen Z ■ Gen Y ■ Gen X ■ Gen 50+



Internet mladí čím dál více vnímají jako místo:

kde se mohou **svobodně vyjádřit**,  
**propojit** s podobně naladěnými lidmi a  
**získat a předat zprávy** o dění kolem

Přesun z  
tradičních/institucionalizovaných médií

určitá objektivita/vyprofilovanost/vlastník

k

informacím ze sociálních sítí / od  
přátel/ známých/ vybraných skupin

iluze svobody a názorové různorodosti X selektivita



KANTAR TNS

Zájem o dění a  
politiku

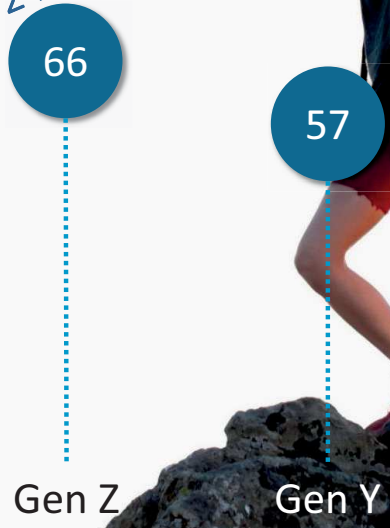
# Mají rádi přehled o aktuálním dění

Top 2 box: spíše+velmi



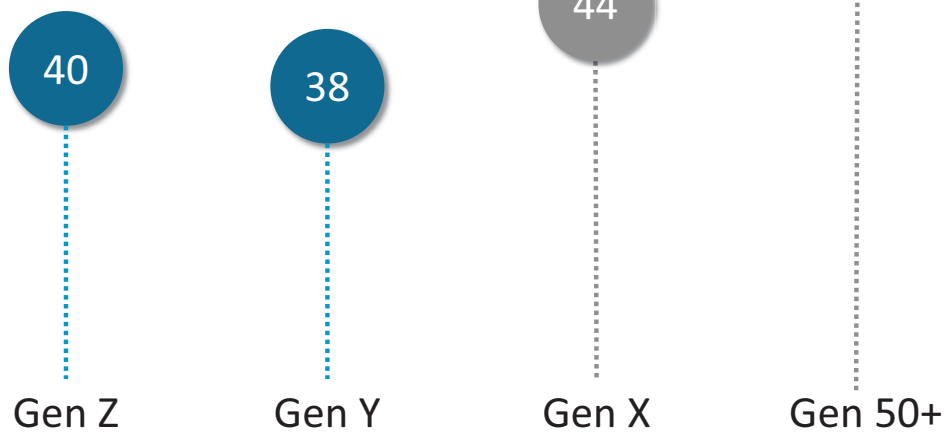
# Chtějí pomáhat ostatním a měnit svět k lepšímu

Top 2 box: spíše+velmi



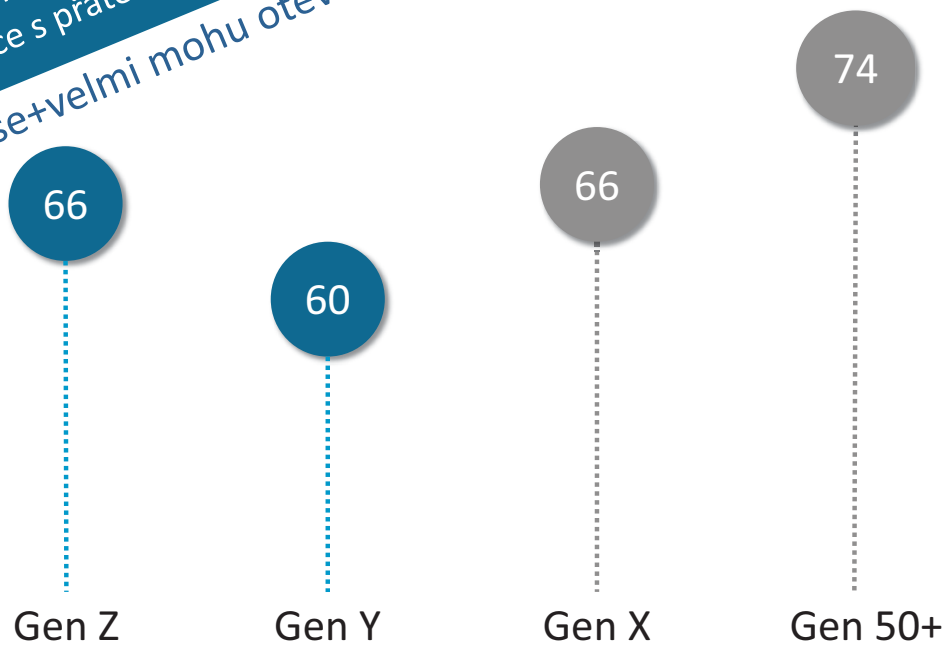
# ALE

Nemají moc zájem o politické dění  
Top 2 box: spíše+velmi se zajímám



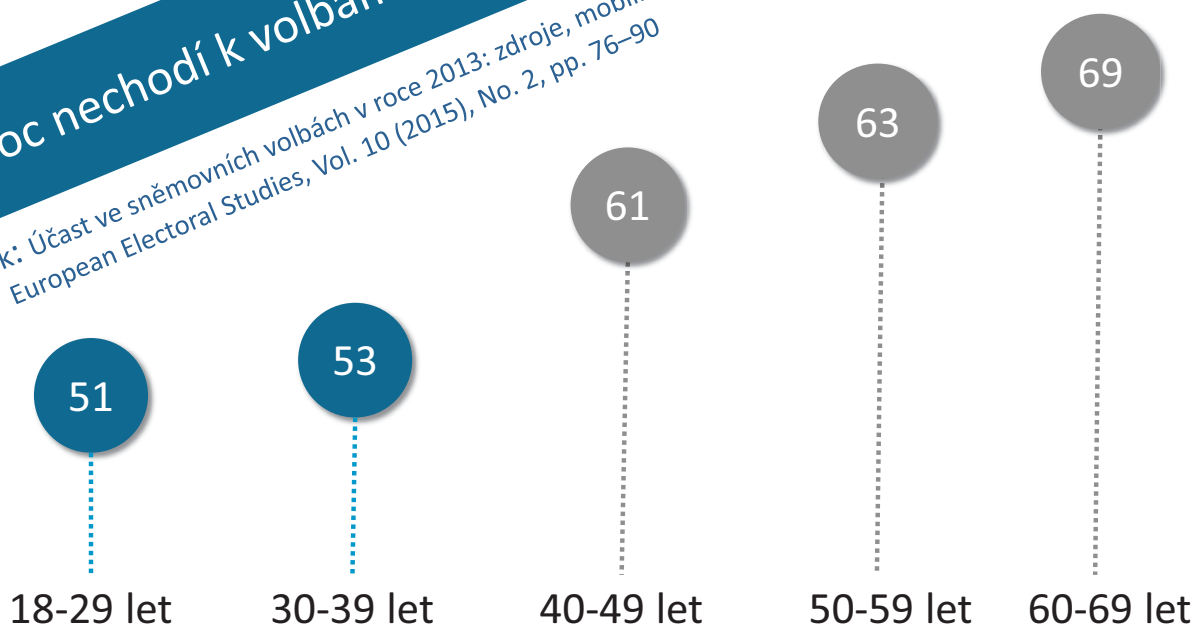


Ani necítí, že mohou otevřeně diskutovat o politice s přáteli a známými  
Top 2 box: spíše+velmi mohou otevřeně diskutovat



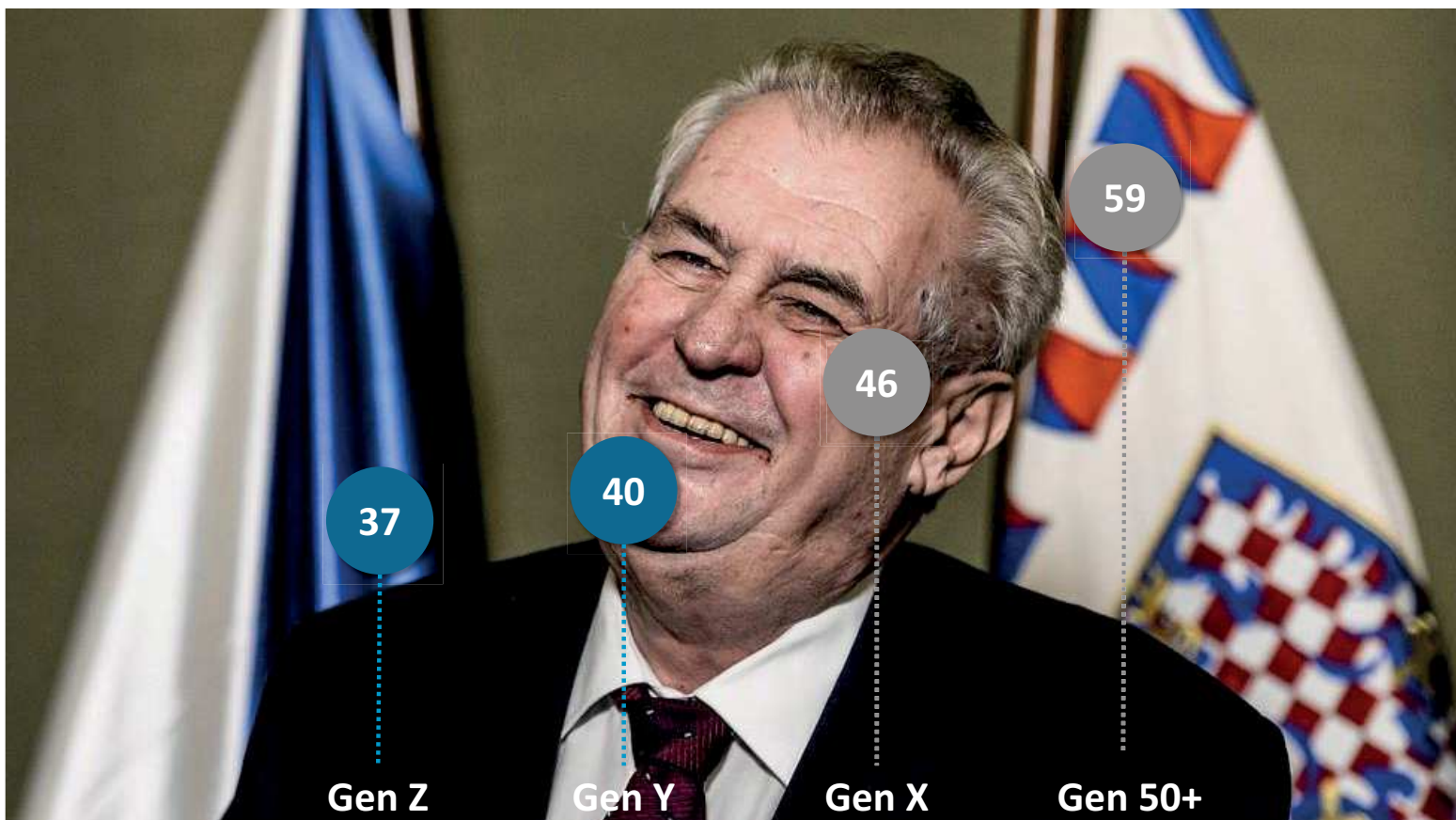
Ani moc nechodí k volbám ...

Viz. Lukáš Linek: Účast ve sněmovních volbách v roce 2013: zdroje, mobilizace a motivace  
European Electoral Studies, Vol. 10 (2015), No. 2, pp. 76–90



Účast ve volbách do Poslanecké sněmovny v roce 2013 dle věku (procenta)

# Nemyslí si, že je naše země vedena správným směrem a nedůvěřují oficiálním politickým institucím





Dění v ČR je moc nezajímá

**ALE**

Chtějí mít obecný přehled a sledují světové dění

Nemají zájem o politiku, otevřeně nesdílí politické preference a nechodí volit

**ALE**

Ale chtějí měnit svět k lepšímu a zajímají se o ekologii a komunitu

Nedůvěřují české politické reprezentaci (prezident, stát)

**ALE**

Věří nadnárodním institucím a celkem i sami sobě

TRADIČNÍ  
VS  
NOVÉ FORMY

OBČANSKÉ ANGAŽOVANOSTI



Maloney, W.A., Van Deth, J. W., (2010). Civil society and activism in Europe, Routledge research in comparative politics.

Putnam, R., D. (2001). Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community, Simon and Schuster.

Van Deth, J., Montero, J.R., Westholm, A. (editors), Citizenship and involvement in European democracies, A comparative analyses.

Zukin, Keeter, Andolina, Jenkins a Carpini (2006). A new engagement: political participation, Civic life and the changing American Citizen.

## Občanská angažovanost 2015

Mapa české společnosti z hlediska občanské angažovanosti  
PhDr. Jan Krajhanzl, Ph.D.



# Specifika české mladé

# OBČANSKÉ ANGAŽOVANOSTI

## Oblasti, ve kterých se mladí více angažují

Skupina	15-24 let	25-34 let	35-44 let	45-54 let	55-65 let
Velikost skupiny	655 (16,9%)	829 (21,4%)	833 (21,5%)	709 (18,3%)	849 (21,9%)
<b>8 clusterů občanské angažovanosti</b>					
Environmentalisté	7,9%	5,8%	3,3%	4,5%	7,5%
Političtí	7,7%	5,7%	4,6%	5,1%	6,7%
Soucitní	5,8%	10,6%	12,0%	12,5%	11,1%
Ideologičtí	7,6%	7,4%	5,0%	7,1%	8,6%
Aktivistické tvrdé jádro	2,1%	2,0%	1,5%	2,1%	2,6%
Sdružovací	19,6%	10,3%	15,3%	8,6%	5,8%
Pasivní	43,1%	53,8%	55,7%	55,4%	53,4%
Všeobecně aktivní	6,3%	4,5%	2,8%	4,6%	4,4%

(tabulka vytvořená v rámci analýzy dat projektu Občanská angažovanost 2015)

## Faktory, které je typicky vedou k angažovanosti

Skupina	15-24 let	25-34 let	35-44 let	45-54 let	55-65 let
Velikost skupiny	655 (16,9%)	829 (21,4%)	833 (21,5%)	709 (18,3%)	849 (21,9%)
Přepočteno na populaci	1 248 586	1 580 271	1 587 896	1 351 523	1 618 396
<b>Co je vede k angažovanosti: faktory</b>					
<b>Faktory - škály</b>					
Naštvanost	0,37	0,35	0,28	0,36	0,39
Sdružování	0,87	0,63	0,67	0,56	0,54
Harmonie se světem	0,28	0,21	0,12	0,15	0,15
Demokratický idealismus	0,42	0,33	0,28	0,34	0,36
Soucit	0,62	0,66	0,67	0,71	0,75
Antisystémový radikalismus	0,15	0,13	0,08	0,11	0,13
Politické reformátorství	0,38	0,31	0,24	0,29	0,33

(tabulka vytvořená v rámci analýzy dat projektu Občanská angažovanost 2015)

## Na jaké úrovni se typicky angažují

Skupina	15-24 let	25-34 let	35-44 let	45-54 let	55-65 let
Velikost skupiny	655 (16,9%)	829 (21,4%)	833 (21,5%)	709 (18,3%)	849 (21,9%)
Přepočteno na populaci	1 248 586	1 580 271	1 587 896	1 351 523	1 618 396
<b>Rozsah</b>					
Uzavřený okruh lidí	51,3%	41,8%	40,3%	37,7%	36,4%
Konkrétní lokalita	65,7%	62,0%	64,5%	63,6%	67,7%
Region	50,0%	42,3%	41,8%	45,8%	47,2%
Krajská úroveň	30,1%	23,3%	18,6%	17,9%	18,1%
Celostátní úroveň	52,2%	51,6%	48,4%	50,7%	51,1%
Mezinárodní úroveň	26,7%	22,2%	18,4%	19,3%	15,5%

(tabulka vytvořená v rámci analýzy dat projektu Občanská angažovanost 2015)

## Formy typické pro mladou občanskou angažovanost

Skupina	15-24 let	25-34 let	35-44 let	45-54 let	55-65 let
Velikost skupiny	655 (16,9%)	829 (21,4%)	833 (21,5%)	709 (18,3%)	849 (21,9%)
Přepočteno na populaci	1 248 586	1 580 271	1 587 896	1 351 523	1 618 396
<b>Forma</b>					
Internetová petice	41,7%	36,2%	30,7%	29,6%	27,8%
Přesvědčoval blízké	38,4%	26,9%	22,2%	25,8%	28,6%
Peněžní příspěvek	35,0%	42,4%	50,1%	47,9%	51,5%
Papírová petice	33,8%	31,4%	31,9%	30,3%	26,1%
Materiální dar	32,7%	40,0%	44,2%	45,2%	50,7%
Názor přes sociální síť	30,1%	26,5%	18,8%	16,4%	15,7%
Diskutoval na internetu	28,7%	26,2%	17,8%	16,9%	15,4%
Vlajka, plakát, placka	10,9%	4,9%	4,9%	5,8%	4,1%
Blog	9,7%	4,9%	2,6%	3,9%	3,1%
Happening	9,2%	4,4%	3,5%	2,6%	2,7%
Povolný protest	7,3%	3,7%	1,9%	3,4%	2,5%

(tabulka vytvořená v rámci analýzy dat projektu Občanská angažovanost 2015)

## Specifická témata:

1. Sdružovací
2. Političtí (reformátorské, mimo celostátní úroveň)
3. Enviromentalisté

Aktivity mimo oficiální rámce a instituce směřující častěji buď na lokální nebo na mezinárodní úroveň

- Online petice
- Sociální sítě, sdílení názorů a přesvědčování ostatních
- Happeningy, protesty

# Kvalitativní výzkum mezi mladými aktivisty generace Y a Z

## „Životní trajektorie mladé české občanské angažovanosti“



*lifestyle*  
2016<sup>®</sup>

# TRU

Eva Králová

## MLADÍ ČEŠI 2017

**KANTAR TNS.**



**FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD**  
Univerzita Karlova v Praze