

UNIVERZITA KARLOVA
EVANGELICKÁ TEOLOGICKÁ FAKULTA

Diplomová práce

Komunikace evangelia generaci Z

Bc. Radoslava Šticová

Katedra praktické teologie
Vedoucí práce Doc. Tabita Landová, Ph.D.
Studijní program Komunitní krizová a pastorační práce
Studijní obor Diakonika

2022

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem tuto diplomovou práci s názvem „Komunikace evangelia generaci Z“ napsala samostatně a výhradně s použitím uvedených pramenů.

Ve Zlíně dne 5.12.2022

Bc. Radoslava Šticová

Anotace

Tato diplomová práce se zabývá specifickými problémy, které vyvstávají při komunikaci teologických, a s nimi souvisejících etických témat generaci Z. Práce si všímá zejména problematiky při komunikaci evangelia – sdílení Ježíšova poselství, kde nejde jen o zprostředkování spásného obsahu, nýbrž o proces sdílení a následnou proměnu vztahů. Generace Z má totiž ve srovnání s ostatními dosud popsanými generacemi své značné odlišnosti, zejména v prostředcích a nastavení komunikace a následně vnímání i prožívání vztahů budovaných těmito specifickými přístupy. Práce se snaží odpovědět na otázky, jaké jsou možnosti v efektivní komunikaci s touto generací a jak porozumět její komunikaci směrem ven. Primárně se práce týká hledání způsobu, jak této generaci srozumitelně komunikovat evangelium tak, aby otevíralo nový rozměr v jejím životě, který také případně rozšíří její životní zkušenost. Komunikace evangelia zahrnuje i další navazující témata, zejména jak umožnit příslušníkům generace Z najít své místo v příslušné církevní komunitě, jak jim pomoci v pochopení nejen evangelia, ale etického a duchovního nasměrování v dalších oblastech života.

Klíčová slova

generace Z, evangelium, komunikace, komunikační prostředky, vytváření společenství, vztahy.

Summary

This thesis deals with specific problems that arise in the communication of theological and related ethical topics. Especially when communicating the gospel – sharing the message of Jesus, where it is not just about conveying saving content, but about the process of sharing and the subsequent transformation of relationships. Compared to the other generations described so far, Generation Z has significant differences, especially in the means and settings of communication and subsequently the perception and experience of relationships built by these specific approaches. The work tries to answer the questions, what are the possibilities in effective communication with this generation and how to understand its communication outwards. Primarily, the work will be about finding a way to communicate the gospel to this generation in a way that opens a new dimension in their life, which will eventually expand their life experience. The communication of the gospel also includes other important related topics, especially how to enable members of generation Z to find their place in the relevant church community, how to help them understand not only the gospel, but ethical and spiritual direction in other areas of life.

Keywords

generation Z, gospel, communication, means of communication, creating community, relationships.

Poděkování

Ráda bych poděkovala těm, kdo mi byli při psaní této práce velkou oporou, zejména vedoucí mé diplomové práce paní Doc. Tabitě Landové, Ph.D., která vedení mojí práce věnovala velké množství času a díky které si odnáším další teoretické i praktické znalosti nejen o tomto tématu, ale také o obsahu a možnostech praktické teologie. Dále kromě mé rodiny patří poděkování i neziskové organizaci Křesťanská akademie mladých, z. s., díky které jsem mohla problematiku generace Z opravdu zblízka poznat a lépe pochopit.

Obsah

Úvod	7
1 Komunikace evangelia	9
1.1 Komunikace a její nástroje – tradiční definice	9
1.2 Co je to evangelium? Teologická perspektiva	13
1.3 Komunikace evangelia v rané církvi.....	16
1.4 Specifika komunikace evangelia v postmodernistické společnosti	18
2 Specifika komunikace generace Z.....	19
2.1 Teorie generací	19
2.2 Stručný přehled generací a hlavní mezigenerační vztahy.....	20
2.3 Česká specifika generačního prostředí.....	21
2.4 Specifika generace Z.....	25
2.5 Charakteristické rysy generace Z.....	27
2.6 Význam verbální a neverbální části zprávy pro generaci Z.....	34
3 Komunikace evangelia a dalších závažných témat generaci Z	36
3.1 Předpoklady zdařilé komunikace v rámci v rámci generace Z a vhodná forma komunikace evangelia.....	36
3.2 Pastorece a doprovázení generace Z.....	37
3.3 Specifikace důležitých duchovních a etických témat, která generaci Z zajímají .	42
3.4 Důležité životní hodnoty podle J. Husa a J. A. Komenského.....	44
3.5 Jak a čemu věří generace Z.....	46
4 Případová studie – Křesťanská akademie mladých, z.s.	49
4.1 Představení KAM – Křesťanská akademie mladých, z.s.....	49
4.1.1 Evangelizační programy	50
4.1.2 Programy pro vedoucí mládeži a církve	55
4.1.3 Programy pro křesťanské učitele a lektory	58
4.1.4 Programy pro školy	58
4.2 Situace – problematická komunikace (nejen) evangelia příslušníkům Generace Z, které tyto programy slouží	59
4.3 Komunikace s generací Z v KAM	61
4.3.1 Nástroje a nastavení komunikace v rámci programů KAM, které fungují....	61
4.3.2 Co lze ze zkušeností KAM odvodit do teorie.....	63
Závěr.....	65

Úvod

Generace Z má oproti ostatním dosud popsaným generacím své značné odlišnosti v mnoha oblastech, přičemž jednou z těch významnějších je oblast komunikace. Tím, že je této generaci nejbližší komunikace prostřednictvím sociálních sítí a jako první generace je od nejtěplejšího věku obklopena virtuálním světem a jeho sdělovacími prostředky, dochází u ní ke specifickým společenským jevům, kterým předchází generace čelit nemusely. To se také projevuje na způsobu komunikace, kterou tato generace preferuje a následně i ve vztazích budovaných těmito, pro předchozí generace neobvyklými, přístupy. Tato diplomová práce se snaží nalézt odpovědi na otázky, jaké jsou nejlepší možnosti v komunikaci s generací Z při sdělení důležitých teologických a etických témat a jak porozumět její komunikaci. Jedním z důvodů, proč se vůbec tímto tématem zabývat, je, mimo teologického pohledu, i sociologický pohled na tuto část společnosti a to, že jde o generaci, která bude v následujících letech přebírat štafetu rozhodování nejen v křesťanském a společenském životě, ale také v politice, ekonomice a dalších důležitých odvětvích naší společnosti.¹ Tím také velmi významně napomůže určení směru, kterým se celá společnost bude ubírat, i způsobu, jakým zreflektuje tato rozhodující část společnosti celospolečenské dění, a zda se jí podaří naleznout správné postoje, které budou mít potenciál tyto případně problematické skutečnosti pravdivě nahlédnout a řešit.

Dalším důvodem zájmu o toto téma je skutečnost, že sama pracuji ve společnosti Křesťanská akademie mladých, z. s.², pro kterou je péče o mládež – nyní tedy o generaci Z – hlavní náplní její rozsáhlé činnosti. Navíc, díky tomu, že mou zodpovědností zde je zajištění praktické i finanční podpory jednotlivým programům, jsem v kontaktu nejen s příslušníky generace Z, ale také s vedoucími a lektory těchto programů a mohu se pravidelně podílet jak na přípravě, tak na průběhu jednotlivých aktivit.

Tato práce má čtyři části, z nichž první se věnuje teorii komunikace, komunikačním nástrojům a tradičním obecným definicím oboru komunikace. Dále popisuje teologickou perspektivu evangelia – „dobré zprávy“ nebo „zprávy přinášející radost“³. Sleduje podstatu evangelia, které není pouze jednostrannou zprávou zprostředkující spásný obsah, nýbrž jde

¹ URBAN, L. *Sociologie trochu jinak*. Havlíčkův Brod: Grada Publishing, 2008, s. 10.

² Křesťanská akademie mladých, z.s. [cit. 2022-10-13]. Dostupné online na: <https://kam.cz/>.

³ KOL. AUTORŮ. *Nový biblický slovník*. Praha: Návrat domů, 1996, s. 238.

ucelený proces sdílení a následnou proměnu vztahů.⁴ Dvě následující podkapitoly přinášejí přehled o tom, jakým způsobem bylo komunikováno evangelium v rané církvi a jaká jsou specifika komunikace evangelia v současné postmodernistické společnosti.

Druhá část přibližuje obecná specifika komunikace generace Z včetně stručného přehledu teorie generací tak, aby byly zřetelné rozdíly a zvláštnosti této generace. Tato specifika generace Z ve srovnání s ostatními generacemi je zobrazena nejen z pohledu autorů Howea a Strausse, ale je zde uveden i pohled českého sociologa Petra Saka, který velmi přesně vystihuje odlišnosti specifické pro české prostředí a východní blok, které původní teorie nezahrnuje. Následující kapitola se zabývá charakteristickými rysy generace Z, které mají vliv na společenské chování této generace a vyplývá z nich právě problematika komunikace. Jako jeden ze závažných problémů je popsán posun významu verbální a nonverbální složky komunikace, kdy nadměrnou individualizací této generace dochází k potlačení nonverbální složky až na takovou úroveň, že se stává nesrozumitelnou nejen pro ostatní generace, ale také pro samotnou generaci Z.

Třetí část práce se věnuje hledání způsobu, jak nejefektivněji této generaci komunikovat evangelium tak, aby pro ni bylo srozumitelné, prakticky uchopitelné a vnímáno jako důležité. Zároveň jde i o hledání cesty, jak komunikovat další etická a teologická témata, která s evangelizací úzce souvisejí a navazují na ni, zejména jak umožnit příslušníkům generace Z najít své místo v příslušné církevní komunitě, jak jim pomoci v pochopení nejen evangelia, ale etického a duchovního nasměrování v ostatních oblastech života.

Čtvrtá část práce obsahuje případovou studii, která popisuje způsob, smysl a cíl komunikace evangelia a některých souvisejících etických témat tak, jak je ve své činnosti uchopila organizace „Křesťanská akademie mladých, z. s.“, která se zde v České republice různými způsoby aktivní komunikace evangelia zabývá již více než 25 let.⁵ Na závěr si práce pokládá otázku, zda a jak lze některé prakticky použité postupy v komunikaci závažných témat této cílové skupině převést do teorie a utvořit z nich teoretický postup, který by se dal aplikovat a přinesl vzájemné porozumění ve větším měřítku nejen v církvi ale i v ostatních neziskových společnostech zaměřujících se na spolupráci s generací Z.

⁴ LANDOVÁ, T. Komunikace evangelia jako nové paradigma praktické teologie. Teologická reflexe, sv. 23, č. 1, 2017, s. 78.

⁵ Křesťanská akademie mladých, z.s., [cit. 2022-10-13]. Dostupné na: <https://kam.cz/>.

Cílem této diplomové práce je popsat problematiku komunikace evangelia generaci Z v českém kontextu a nalézt vhodné způsoby komunikace evangelia a dalších etických a teologických témat tak, aby byla tato témata pochopena jako důležitá. S tím souvisí také řešení předpokládaného rozporu ve způsobu komunikace, kterou preferuje generace Z – komunikace prostřednictvím sociálních sítí – a způsobem sdělování zprávy evangelia, u kterého se jeví osobní předání jako nutná forma a kde se do budoucna nepředpokládá majoritní změna formy směrem ke komunikaci, která není založená na osobním interaktivním rozhovoru. Předpokládám, že se v této práci podaří zachytit odpovídající způsoby, jak generaci Z předat celistvou a smysluplnou zprávu evangelia a souvisejících témat, která je pro ně srozumitelná a praktickým způsobem aplikovatelná v běžném každodenním životě.

1 Komunikace evangelia

1.1 Komunikace a její nástroje – tradiční definice

Etymologie slova „komunikace“ podle Vybírala naznačuje, že původní rozumění pojmu bylo širší, než jak je vnímáme v současnosti. Zatímco dnes je toto slovo definováno jako „proudění informací ze zdroje k příjemci“ nebo „přenos či vytváření znalostí“, výraz „*communicatio*“ znamenal původně „vespolné účastnění“ a „*communicare*“ „činit něco společným, společně něco sdílet“. Další definicí odvolávající se na latinský původ slova bylo „obcování lidí, společné podílení se na nějaké činnosti ve vzájemném kontaktu“.⁶ Komunikací je tedy v širším smyslu společné vnímání, podílení se na společenství a společné sdílení těchto zážitků. Komunikace je tedy jak pro existenci, tak pro organizaci jakékoli společnosti základním a životně důležitým procesem, neboť každá společná akce jednotlivců je založena na významech, které jsou společně sdíleny poté, co byly přeneseny prostřednictvím komunikace.

Prostřednictvím médií je pak možné tuto komunikaci mnohem efektivněji sdílet, a tak rozšířit sféru vlivu a ovlivnit - potažmo změnit - myšlení a jednání mnohem větší skupiny lidí, než v případě osobního kontaktu. Autor uvádí příklad menší výtržnosti v Brightonu, ze kterého média pomocí tzv. „morální paniky“ vytvořila uměle sociální problém. A jak uvádí Smolík: „*dnešní moderní virtuální mediální svět navíc dovoluje vytvářet komunikační*

⁶ VYBÍRAL, Z. *Psychologie komunikace*. Praha: Portál, 2009, s. 25.

procesy nezávisle na socioekonomické situaci, konkrétním místě i konkrétní národní kultuře“.⁷

Generace Z je první generací, která média pouze nevyužívá ke svému životu, jak je tomu například u generace Mileniálů, nýbrž realizuje svůj život jejich prostřednictvím. Kusá a Záziková dokonce uvádějí, že tato generace je již velmi málo ovlivnitelná prostřednictvím tradičních – klasických médií.⁸ Proto je zejména pro tuto generaci velkým nebezpečím zneužití a manipulace, která je právě díky této formě komunikace jednoduchá. Tím, že dospívající mají mnohem větší problém rozklíčovat mimoverbální komunikaci, protože komunikují prostřednictvím mobilů a komunikačních sítí bez možnosti si ověřit pravdivý příjem a porozumění zprávě.

Autor knihy *Psychologie komunikace Z*. Vybíral⁹ se také odkazuje na kalifornskou paloalstskou školu (Watzlawick, Beavinová a Jackson, 1969), kde je komunikace charakterizována jako „médiu pozorovatelných manifestací lidských vztahů“. Není vždy viditelná, ale většinou ji lze zaregistrovat a analyzovat. Podle této školy má každá komunikace svou syntax, sémantiku a pragmatickou stránku. V rámci syntaxe se zkoumají jevy jako kódování, komunikační kanály, kapacita komunikace, ruchy apod. Podstatou sémantiky jsou významy slov. Sémantika sleduje, jestli oba účastníci komunikace - mluvčí i posluchač - shodně rozumí významu daného slova, použitým symbolům, metaforám. Úkolem pragmatiky je analýza vzájemného vztahu mezi mluvčím a posluchačem, a to v konkrétním kontextu. Dále posuzuje porozumění záměru a rozbor takových fenoménů, jakými jsou ovlivňování, přesvědčování, potvrzování, přijímání a odmítání komunikované zprávy nebo vlastní vnímání druhého. Komunikací zde pak není myšlena jenom řeč, nýbrž veškeré chování v rámci vzájemného vztahu. Autor si zde všímá důležitosti všech složek komunikace a zároveň také zdůrazňuje, že pro pravdivou komunikaci musejí být tyto všechny složky ve shodě a komunikovat shodnou realitu. Autor zde cituje taktéž formulaci politologa Harolda Lasswella z roku 1948, podle něhož to, zda je zpráva přijata, záleží nejen na obsahu sdělovaného, ale mimořádně důležitou se jeví osoba mluvčího, jeho prestiž, role status, obliba, ale i věk upravenost, sociální příslušnost, národnost, etnický

⁷ SMOLÍK, J. *Subkultury mládeže*. Praha: Grada Publishing, 2010, s. 95-96.

⁸ KUSÁ, A. a Z. ZÁZIKOVÁ. Influence of the social networking website snapchat on the generation z. *European Journal of Science and Theology* [online]. 2016, 12(5), 145 - 154 [cit. 2018-12-10].

⁹ VYBÍRAL, Z. *Psychologie komunikace*. Praha: Portál, 2009, s. 26-30.

původ atd. Stejně důležité je také přesné vymezení adresáta, cílové skupiny, volba prostředků, těch či oněch masmédií apod. To, jak rozumí komunikovanému posluchač, je zároveň determinováno osobností a prostředím (společností i rodinou), odkud posluchač pochází. Vybíral k tomuto výčtu přidává ještě důležitost záměru a důvodu sdělované zprávy.

V některých definicích komunikace jako procesu mezi dvěma lidmi se zdůrazňuje fakt „*zkonstruované reprezentace v mysli příjemce, podobné té, kterou má na mysli produktor*“¹⁰ Zde se mluvčí snaží posluchači předat svou vlastní představu tak, aby si velmi podobnou představu vytvořil příjemce. V tomto smyslu je komunikace ovlivňováním toho, s kým komunikujeme a zároveň jsme v každé komunikaci ovlivňováni tím, kdo komunikuje s námi.

Psychologie lidské komunikace si, jak popisuje Vybíral, všímá i toho, že je komunikace nástrojem schopným pozměňovat naše myšlení, postoje a emoce. Jazyk, který využíváme k vyjádření, není jen odrazem reality s účelem skutečnost popsat. Je i prostředkem, kterým tuto realitu můžeme měnit. Volba konkrétního popisu je velmi mocný prostředek k utváření vztahů - a to nejen vztahů mezi lidmi, ale i vztahů člověka k událostem a ke světu¹¹.

V souvislosti s předmětem této diplomové práce je třeba si vyjasnit také další aspekty komunikace:

- co je smyslem této komunikace
- jaká je motivace
- vnitřní a vnější kontext zprávy

Při komunikaci evangelia posluchačům z generace Z nelze předpokládat jejich všeobecné povědomí o důležitosti a smyslu této komunikace pro jejich další životní rozhodnutí a postoje. Smysl komunikace by jim tedy měl být sdělen v kontextu a v závislosti na pochopení okolností i komunikačními kompetencemi mluvčího. To znamená „*schopnost*

¹⁰ KRAUSS, R. M., & CHIU, C.-Y. *Language and social behavior*. In D. T. Gilbert, S. T. Fiske, & G. Lindzey (Eds.), *The handbook of social psychology*. McGraw-Hill. 1998, s. 41–88.

¹¹ VYBÍRAL, Z. *Psychologie komunikace*. Praha: Portál 2009, s. 29.

člověka předat někomu zprávu přijatelně rychle a správně, s využitím toho, co člověk posoudí jako nejprůměrnější kódující znaky“.¹²

Nonverbální signalizace je v této komunikaci nečekaně důležitá již vzhledem k faktu, že to, že se někdo pokládá za věřícího, patří podle Vybírala k tzv. „centrálním charakteristickým rysům“ (běžně sem patří extro/introverze, chlad, vřelost, nejistota, zvědavost, energičnost, ironičnost), které vytvářejí prvotní dojem o mluvčím, do kterého si posluchač dodatečně již pouze „doplňuje“ další informace o mluvčím. Tomuto tzv. „atribuovanému“ posouzení se nelze vyhnout, jde o automatický, intuitivně iracionální kognitivně-emoční proces. Lze jej však zmírnit způsoby komunikace mluvčího, kterým budou posluchači schopni porozumět a ztotožnit se s nimi.¹³

Důležitým aspektem se jeví i motivace mluvčího ke sdělování zprávy. Zda ji považuje za důležitou a nezbytnou. Zde například bude nutné velmi dobře posoudit, jaký význam této komunikaci přikládají jednotliví posluchači, dále půjde i o prostor, ve kterém se komunikace odehrává, zda existuje kontinuita sděleného nebo ne – tzn. zda má posluchač již o tématu nějakou vědomost a informace nebo ne. Dále také posouzení skutečnosti, jestli jsou tato témata pro daného posluchače závažná nebo pouze okrajová, případně úplně bezvýznamná.

Kontext komunikace se potom proměňuje podle toho, které z výše uvedených skutečností jsou v rozhovoru aktuálně přítomny. Jednou ze zkoumaných problematik komunikace s generací Z bude i vliv hlubších psychických vrstev na dojem z člověka, který je mluvčím. Generace Z prožívá významně rozdílně hovor se svými vrstevníky a hovor s někým, kdo je o např. o dvě generace starší. Toto se týká všech generací, ale u generace Z je toto díky odlišně nastavenému principu autority ještě znatelnější. Na rozdílném průběhu se podílí nejen jiná volba komunikačních prostředků, ale také aktivace hlubších nastavení, oživení jiných sociálních vzorců, které již byly uloženy v podvědomí. Takovéto mezigenerační setkání a hovory mohou být pak kromě běžného nepochopení nonverbální komunikace narušeny i dalšími, například předsudky nebo typizovanými asociacemi.¹⁴

¹² NAKUMA, C. A method for measuring the attrition of communicative competence: A pilot study with Spanish L3 subjects. *Applied Psycholinguistics*. doi:10.1017/S014271640000998X. 18(2). 1997, s. 219-236.

¹³ VYBÍRAL, Z. *Psychologie komunikace*. Praha: Portál, s. 49.

¹⁴ VYBÍRAL, Z. *Psychologie komunikace*. Praha: Portál, s. 46.

Dle teorie D.R. Hofstadtera rozkládáme každou zprávu do tří rovin. „*První rovinou je rámcové sdělení, druhou vnější a třetí vnitřní sdělení. Rámcové sdělení zafunguje na samém počátku, v prvních sekundách komunikačního aktu.*“¹⁵ Hofstadter to přirovnává k „návěstí nebo dálniční informační tabuli“, které si všimneme a která informuje o tom, že se blíží zpráva, která si tímto říká o „přečtení“. První vnější sdělení má co dělat s výrazem mluvcího, prezentuje se mimoverbálními znaky (úsměv, postoj, rozrušení...). Třetí fází je již samotné verbální komunikování zprávy.¹⁶

Při běžném hovoru není možné tyto tři roviny od sebe odlišovat, neboť spolu splývají, navíc ve slovech jsou někdy přítomny mezi řádky „další zprávy“. Nicméně je důležité s tímto faktem pracovat, neboť má velký význam při přijímání a dekodování zprávy (tím tzv. „návěstím“ může být oblečení, účes, v případě komunikace s generací Z také zejména mobilní telefon, tablet a další používaná elektronika).

K přijetí a „dekodování“ zprávy je vždy zapotřebí také spolupráce na straně posluchače - ochoty naslouchat a ochoty porozumět za předpokladu, že jsou přijímána jak věcné obsahy (data, informace), tak nepřímo sdělovaná vztahová sdělení. Zde může nastat u generace Z závažný blok, neboť z některých studií vyplývá, že díky preferovanému způsobu virtuální komunikace není tato generace příliš dobrá ve čtení těchto vztahových sdělení, nebo že je náchylná k chybné interpretaci těchto mimoverbálních sdělení.

V případě evangelia je neverbální - vztahové sdělení důležitou součástí komunikace, neboť pouhý fakt existence Boha, který evangelium sděluje v tzv. datové/ informační části zprávy nedává smysl bez vztahového kontextu. Pak ale může vzniknout problém při takovéto komunikaci vůči Generaci Z, protože ta má s nonverbální komunikací zásadní problém. Je tedy třeba se na toto zaměřit a najít způsob, jak komunikovat evangelium i další důležité zprávy způsobem, který je pro generaci Z uchopitelný.

1.2 Co je to evangelium? Teologická perspektiva

Evangelium, řecky εὐαγγέλιον, používá apoštol Pavel k popisu „dobré zprávy o Ježíši Kristu“ (srov. Ř 1:1-3; Ga 1:6-8), dále také čteme v Mk 1:14-15 nebo Lk 4:18-21 Kristovo slovo o tom, že „se čas naplnil a přiblížilo se Boží království“. Carson a Moo ve své knize

¹⁵ Tamtéž, s. 46.

¹⁶ Cit. in: VYBÍRAL, Z. *Psychologie komunikace*. Praha: Portál, 2009, s. 54.

Úvod do Nového zákona uvádějí, že „nikde v NZ není žádná ze čtyř zpráv o Ježíšově působení původně nazvána evangeliem. Ani žádné další literární útvary nebyly v historii takto pojmenovány. Tato pojmenování byla k vyprávěním o Ježíšově působení přidána církví někdy koncem 1. nebo na počátku 2. století a v jejich názvech je dochován důraz na jedinečnost evangelijní zprávy.“¹⁷

G.E. Ladd vysvětluje, že ústřední myšlenkou Ježíšova poselství byl příchod a přítomnost eschatologického Božího království v jeho vlastní osobě a službě. Jeho slova byla důležitá nejen pro jejich moudrost nebo etický či náboženský obsah, ale protože „jimi byli lidé konfrontováni s dynamickou, aktivní rolí Boha. Jeho skutky byly důležité, protože byly nositelem Božího jednání uprostřed lidí, aby se jim dostalo vysvobození a spásy“. Boží království tak bylo aktivní a přítomné v jeho osobě, a díky kříži a prázdnému hrobu se lidem prostřednictvím Ježíše dostalo toho největšího požehnání Božího království, jímž bylo podmanění smrti a dar věčného života.¹⁸ Navíc je ale toto požehnání společné, vztahující se na vzájemně komunikující a kooperující Kristovo tělo – „*jako Boží milost mění nás, my můžeme skrze svoji milost měnit druhé, tím, že si uvědomujeme nezaslouženou milost, která nám byla dána.*“¹⁹

Vztah jako základní stavební kámen má totiž Bůh sám v sobě – naše vztahy pouze odrážejí Boží podstatu, jak čteme již v Gen. 1 - jsme stvořeni s touhou a potřebou vztahu – stejně jako je tomu uprostřed Boží trojice – Bůh není sám, má svůj vnitřní vztahový život, nepotřeboval stvořit člověka, aby nebyl sám. Kdyby byl sám, nebyl by dokonalý, protože by mu chyběl rozměr vztahu. Bůh je vztahová bytost a stejně stvořil i nás. To je také jeden z aspektů či základních rozměrů evangelia.²⁰ Systematický teolog Ingolf Dalferth pojímá evangelium jako přístup k Bohu, Boží sebeurčení, komunikaci Boha se sebou samým. Komunikaci evangelia pak chápe jako „*biblicky dosvědčenou, spásnou zvěst o Božím zachraňujícím, osvobozujícím, napravujícím příklonu k lidem v jejich vzdálenosti od Boha,*

¹⁷ CARSON, D. A., MOO, D. J. *Úvod do Nového zákona*. Praha: Návrat domů, 2008, s. 91-92.

¹⁸ LADD, G.E. *Theology of the New Testament*. Grand Rapids: William B. Eerdmans Publishing Company, 1993, s. 452 – 453.

¹⁹ GREER, J.D. *Gospel. Recovering the Power that Made Christianity Revolutionary* Nashville, Tennessee: B&H Publishing Group, 2011, s. 115.

²⁰ POSPÍŠIL, C.V. *Jako v nebi, tak i na zemi*. Praha: Krystal OP, 2010, (přednáška).

*kterou sami nemohou překonat“.*²¹ Nejedná se o obsah, nýbrž o jednání. Evangelium je děj – odehrává se tam, kde lidé přicházejí k víře. Proto podle Dalfertha „*ke křesťanské komunikaci evangelia náleží vše, co z této komunikace pochází a pokračuje v ní dál takovým způsobem, že je zřejmá její určenost evangeliem“.*²² Posláním nás, křesťanů, je pravdivě komunikovat evangelium a zároveň se učit jednat pravdivě a v souladu, konzistentně s našimi slovy. Stěžejním nástrojem tohoto povolání je řeč - jazyk. Pravdivou komunikací podstaty a povahy stvoření křesťan vytváří hranice i řád, objevuje významy, jež Bůh vložil do stvořeného světa. Pravdivá řeč o spasení, světě a životě je pro člověka a jeho poslání stěžejní. Pojmenovávat dobro a zlo, určovat hranice a vytvářet předpoklady spravedlivého uspořádání věcí. Komentovat a objasňovat naše činy a postoje, protože bez správné komunikace se nevyhneme nebezpečí jejich nesprávného pochopení.

K tomu je zapotřebí moudrosti, a to nejen jak tyto informace uchopit, ale také, jak je předávat dál tak, aby byly komunikovány stále pravdivě a zároveň srozumitelně. Takováto srozumitelná komunikace se ve světle tendence dnešního světa, jíž je relativizace všeho, stává jednou z největších výzev pro křesťana v současné společnosti. Pro křesťany tedy z výše uvedeného vyplývá, že jedním z jejich zásadních povolání vůči okolnímu světu je srozumitelně vysvětlovat, pravdivě komunikovat evangelium v celém jeho obsahu, což předpokládá znalost způsobů komunikace a chápání světa těch, kterým je tato komunikace určena. Pokud chceme aktivně komunikovat důležitost evangelia v celé jeho šíři – viz tzv. „velké poslání“ v Bibli.²³ Pokud však činy a slova nejsou v souladu, význam toho, co komunikujeme, se snižuje. V celém Písmu jsou nám Boží skutky neustále osvětlovány a komentovány. Stvoření, vyvedení z Egypta, Kristovo ukřížování i vzkříšení - vše je nám, lidem, znovu a znovu objasňováno a vysvětlováno, protože tyto činy by bez vysvětlujících slov nemohly být nikdy správně pochopeny. Toto je tedy cesta, kterou bychom se měli vydat i my, pokud chceme závažná témata, jako je evangelium, komunikovat srozumitelně.

²¹ DALFERTH, I. U. *Evangelische Theologie als Interpretationspraxis: eine systematische Orientierung*. Leipzig: EVA, 2004, s. 19.

²² Tamtéž, s. 95.

²³ Mt 28:19-20: „Je mi dána veškerá moc na nebi i na zemi. Proto jděte. Získávejte učedníky ze všech národů, křtíte je ve jménu Otce i Syna i Ducha svatého a uče je zachovávat všechno, co jsem vám přikázal. A hle, já jsem s vámi po všechny dny až do skonání světa.“

1.3 Komunikace evangelia v rané církvi

Původní zpráva – evangelium existovala značnou dobu pouze v ústním podání a až později byla sepsána v podobě, v jaké ji známe dnes. V období rané církve prvního století po Kristu se evangelium sdělovalo zejména prostřednictvím osobních rozhovorů. Vzhledem k omezenému přístupu k výuce psaní a také k poměrně nákladnému pořízení psacích prostředků nebylo mnoho těch, kteří by byli schopni zaznamenat psané slovo a uměli je také interpretovat. Učení se tedy předávalo zejména ústně. Přesto nedocházelo k jeho zkreslování, jak se někteří badatelé domnívají. B. Gerhardsson naopak argumentuje, že lze do novozákonní doby vysledovat ty nejpreciznější rabínské metody přenosu tradice. V Ježíšově době se běžně uplatňovaly metody učení se z paměti, opakování slov učitele, zhuštění materiálů do krátkých textů. Apoštolům a rané církvi velmi záleželo na tom, aby byla dál předána platná Kristova tradice. Nešlo jen o mimoděké předávání tradic formou kázání. Toto prostředí kladlo velký důraz na přesnost předaného vyprávění, a rozhodně nemohlo dojít k jejímu doplňování vlastní fantazií. Apoštolská tradice byla omezena pouze na očitě svědky, poněvadž jen ti mohli přinést věrné svědectví o Kristu.²⁴

Gabriela Vlková ve své knize „Slovo Boží a slovo lidské“ popisuje společnost i náboženskou situaci židovského národa v době, v níž vznikl Nový zákon: „Centrem společenského života byl jeruzalémský chrám, vybudovaný po návratu z babylonského vyhnanství. Tento chrám byl i místem vyučování (srov. Lk 2:46; J 7:14). Sídlila zde tzv. velerada – *sanhedrin*, instituce, která zajišťovala určitou formu židovské samosprávy. Byla tvořena především židovskou aristokracií (jak kněžskou, tak laickou)“²⁵. Další nezbytnou součástí vyučovacího systému byly synagogy (shromáždění), které jsou zmíněny již ve 3. století před Kristem. Židé se zde shromažďovali o svátcích a sobotách (srov. Mk 1:21; Lk 4:16), měli svého představeného (Mk 5:22), jehož úkolem bylo reprezentovat synagogu navenek a zabezpečit správný průběh modliteb, čtení a výkladu Písem (Sk 13:15; Lk 4:14-28). Součástí bylo také vyučování znalosti psaní a čtení. Podle legendy zaznamenané v Talmudu existovalo v době Vespasiána v Jeruzalémě údajně 480 synagog, z nichž každá měla své studijní „domy“ – *bét-séfer* („dům knihy“) pro studium Písem a *bét-talmud*

²⁴ GERHARDSSON, B. *Memory and Manuscript: Oral Tradition and Written Transmission in Rabbinic Judaism and Early Christianity ; With, Tradition and Transmission in Early Christianity*. Grand Rapids, Michigan: Wm. B. Eerdmans Publishing, 1998, s. 124-170.

²⁵ VLKOVÁ, I. G. *Slovo Boží a slovo lidské*. 2. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého, 2007, 173 s. ISBN 978-80-244-1587-1. s. 39-40.

(„dům nauky“) pro studium další tradice.²⁶ Součástí této komunikace byl také vztah učitele a učedníka, Písmo jej nazývá „učednictvím“. Model novozákonního učednictví lépe pochopíme, pokud se blíže podíváme na antické učednictví, neboť novozákonní učednictví v některých aspektech čerpá z řeckého. Západní civilizace, jež z řecké kultury a filozofie vychází, odtud přejala kromě způsobu myšlení také některé důležité instituce, jako je demokracie, politické a společenské i kulturní uspořádání, způsob výuky, apod. I biblický výraz „učedník“ – μαθητής,²⁷ který se objevuje v evangeliích, má svůj původ v řeckém světě. Učedníci s mistrem vytvářeli určité společenství, výuka probíhala ve skupinách, kde trávili poměrně hodně času. Primárním zaměřením učedníků byla oddanost svému mistru a způsobu jeho výuky. Metody výuky – formou rozhovoru, otázek, příběhů – v mnohém připomínají Kristovo novozákonní učednictví.²⁸ Vztah Ježíše a jeho nejbližších učedníků byl samozřejmě nejdůležitějším novozákonním učednickým modelem. Naplno se zde projevil význam, jenž učednictví pro formaci vnitřního člověka má. Ježíš byl tím, kdo definoval, jak má vypadat učednický vztah v Božím království. On také vnesl do učednictví evangelizační rozměr (srov. Mt 28,19-20), jej napodobovali nejprve apoštolové a pak i Pavel spolu se svými učedníky.

Tradice je odvozena od latinského slova „tradere“ – předávat, přenášet. Označuje to, co se předává dál, v tomto případě především učení, které předává učitel žákům. Tento princip se v Písmu běžně vyskytuje, aniž by byl takto pojmenován.²⁹ Zakladatelem nové tradice v komunikaci evangelia se stal Ježíš, který přikázal svým učedníkům jít do celého světa a učit, hlásat evangelium (srov. Mt 28:19-20; Mk 16:15). Pokládá své učení vedle Božího slova jako autoritativní výklad, vysvětluje je a předává svým učedníkům, aby je nesli dále. Původní předávání této zprávy se děje pouze ústně, písemná tradice následuje až později, když při vyučování nově obrácených nastane potřeba sepsat Kristovy výroky, které se pak stávají základem evangelií. Učedníci se pak stávají nositeli tradice, předávající to, co sami přijali (1 Kor 11:23; 15:3). Stále přitom převládá ústní předávání evangelia. Zajímavým se jeví i fakt, že autoři novozákonních textů psali řecky, v tzv. obecné řečtině – koiné, což byl

²⁶ FREEDMAN, D. N. *The Anchor Bible Dictionary I-VI*, New York: Doubleday, 1992, č. II, s. 309.

²⁷ Srov. TICHÝ, L. *Slovník novozákonní řečtiny*. In: *Řecko-český Nový zákon*, 27. vyd. Česká biblická společnost, 2011, s. 1672. a SOUČEK, J. *Řecko-český slovník k Novému zákonu*. 6. vyd. Praha: Kalich, 2003, s. 159.

²⁸ Srov. WILKINS, M. J. *Following the Master – A Biblical Theology of Discipleship*. Grand Rapids, Michigan: Zondervan, 1992, s. 76-77.

²⁹ *Nový biblický slovník*. Praha: Návrat domů, 1996, s. 1050.

typ dialektu, který ovládala většina obyvatelstva tehdejšího Římského impéria. Byl blízký zejména obyvatelům neřeckého původu a rozhodně nepatřil k jazyku intelektuálů nebo elitní třídy vzdělanců té doby. Tímto stylem se většinou prezentovaly záležitosti obecného rázu, kde bylo třeba porozumění většiny.³⁰ Ať se již tedy jednalo o ústní nebo písemný projev, je zde zřejmě viditelná snaha o komunikaci evangelia tak, aby této důležité zprávě bylo porozuměno co nejlépe.

1.4 Specifika komunikace evangelia v postmodernistické společnosti

Současná komunikace (nejen) evangelia má na rozdíl od té z prvního století na své straně celou multimediální sféru. V knize Skutků vidíme jako výjimečnou situaci, kdy apoštol Petr mluví ke třem tisícům lidí (srov. Sk 2:41), ale dnes není nemožné mluvit prostřednictvím médií k mnohem většímu počtu lidí. Můžeme zmínit například celosvětově přenášené evangelizace Billyho Grahama. Možnost televizních přenosů nyní ještě znásobily sociální sítě, sdílení evangelizačních akcí prostřednictvím např. FB a dalších médií je nespornou výhodou, kterou lze v komunikaci evangelia současné mladé generaci využít. Nicméně stále zůstává nenahraditelná komunikace na úrovni osobního rozhovoru, kde je možné okamžitě reagovat na potřeby a osobní otázky těch, kterým je evangelium zvěstováno. Tato individuální úroveň je ze své podstaty osobního vztahu nenahraditelná, i když zejména generace Z, o kterou nám v této práci jde, s ní má ve srovnání s ostatními předcházejícími generacemi pravděpodobně největší problém.

Průzkum o religiozitě české mládeže, který v roce 2021 realizovala FFUK pro KAM, z.s. a jehož se zúčastnilo 7121 respondentů ze 149 škol ve 30 městech také prokázal, že mladí lidé této generace mají zájem o evangelium, nikoli však o církve³¹ Z výsledků dalších šetření, které provedla na podobném vzorku respondentů KAM, z.s. vyplynulo, že mladí lidé jsou skupinou, která má oproti ostatním věkovým kategoriím české populace nejmenší zájem o náboženství a víru. Navíc se při srovnání výzkumů ukazuje, že u mladých lidí zájem o náboženské aktivity rok od roku klesá. Zatímco v r 2011 se jen 17 procent studentů řadilo mezi ateisty³², nový průzkum z října letošního roku už uvádí nárůst na 30

³⁰ TICHÝ, L. *Úvod do Nového zákona*, Svitavy: Trinitas, 2003.

³¹ Anketa Mládeže 2021 – Jak se daří českým mládežím v církvi. [cit. 2022-12-07]. Dostupné online na: <https://docs.google.com/presentation/d/1uekVFz5cdRUuFYhz7nnLGJ9neltaFsxQ/edit#slide=id.p1>

³² HAMPLOVÁ D. *Religiozita české mládeže na základě výběrového šetření*. FFUK, 2011. [cit. 2022-10-07]. Dostupné online na: <https://adoc.pub/analyza-dat-eteni-kam-2011-religiozita-eske-mladee-na-zaklad.html>

procent. Také odpověď na dotaz po životním štěstí deklarovalo o 18 procent studentů méně a o 9 procent poklesl podíl studentů, kteří sdílejí nábožensko-věřoučnou perspektivu, která chápe Ježíše Krista jako Božího syna a spasitele světa.³³

2 Specifika komunikace generace Z

2.1 Teorie generací

Původní generace byly definovány zejména společně prožitou situací. Spjovaly je zkušenosti – ať už šlo o generaci válečnou, poválečnou nebo generaci „hnutí hippies“. N. Howe a W. Strauss se ve své knize *Generations: The History Of America's Future, 1584 To 2069*, zabývají specifiky jednotlivých generací, zejména právě popisem společně prožitých zkušeností a toho, jak tyto zkušenosti jednotlivé generace transformovaly nebo poznamenaly.³⁴ Zde se nabízí srovnání s tzv. Lost generation (Ztracenou generací), která se datuje do doby první světové války. Zástupci této generace - spisovatelé³⁵, kteří se účastnili 1. světové války nebo o ní psali, tak byli poprvé nazváni americko-francouzskou spisovatelkou židovského původu Gertrudou Steinovou. Tito spisovatelé zážitků světové války zobrazovali ve svých dílech, společným znakem se jeví počáteční euforie a pocit jednoduchého a jasného vítězství, vlastenectví a očekávaný hrdinský návrat. Pak také vystřízlivění v podobě neočekávaných ztrát, duševních a tělesných zmrzačení těch, kteří přežili. Nakonec neschopnost se zapojit do běžného normálního života a zařadit do společnosti, která nechtěla touto válečnou minulostí žít.

Teorii generací zpracoval také sociolog Karl Mannheim, který se jako první pokusil představit generaci jako sociální skupinu. Chtěl zjistit, jaký druh vztahů spojuje lidi tvořící jednu generaci a zdůrazňuje, že generace je mnohem více než pouhá skupina lidí narozených v blízkém časovém intervalu. Důkladně rozlišuje mezi generační lokací (jedinci narození ve stejné historickém a kulturním výseku), generací aktuální (jedinci zažívající stejné konkrétní historické problémy) a generačními jednotkami (skupiny v rámci aktuální generace, vnímající společnou zkušenost specifickými způsoby). Mannheim

³³ Křesťanská akademie mladých, z.s., *Religiozita mladých: Závěrečná zpráva ze sociologického výzkumu mezi středoškolskými studenty v ČR*, Focus Marketing & Research, Listopad 2022. [cit. 2022-12-07].

³⁴ HOWE, N. STRAUSS, W. *Generations: The History Of America's Future, 1584 To 2069*. New York: Harper perennial, 1991, s. 59-63.

³⁵ Např. Erich Maria Remarque, Ernest Hemingway, Francis Scott Fitzgerald.

upozorňuje na význam sociálních a kulturních elementů v životě člověka při vysvětlování role generací v dějinách.³⁶

2.2 Stručný přehled generací a hlavní mezigenerační vztahy

Ve svém díle Howe a Strauss popisují specifika amerických generací, české generace mají také svá vlastní specifika, vyplývající z odlišné politiky, která se ve východní Evropě po druhé světové válce rozšířila. Je ale nutné podotknout, že generace nejsou oddělené „boxy“, v každé generaci dochází k rozdělení mezi typickým představitelem a tím, kdo se snaží jít proti proudu. Charakteristické projevy nové generace postupně zasahují starší generace a studiem nejmladší generace se tedy dají vysledovat některé budoucí trendy celé společnosti. Zde je uveden stručný přehled generací, které předcházely Generaci Z a nejvíce se podílely na utváření jejího prostředí, jak je uvádějí někteří autoři.³⁷

Baby-boomers (1940-1960)

Generace X (1965-1985) „Husákovy děti“ - americké „Post-boomers“:

Jako nejdůležitější vnímají dosažení dobré životní úrovně, které dosáhnou vlastním úsilím, dále si zakládají na dlouhotrvajících a kvalitních vztazích. Je to první generace, která vyrůstala sama („generace s klíčem na krku“), neboť oba jejich rodiče pracují. Příslušníci generace X pracují hodně, často i přesčas a nad rámec povinností, ale zdůvodňují to potřebou zabezpečit rodinu. Vysoce hodnotí stabilitu a bezpečí. Přestože jsou ochotni tvrdě pracovat, je to jen část jejich života, podstatnější a přednější je pro ně rodina. K pochopení generace Z je důležité znát charakteristiku generace X, neboť jde ve velké míře o jejich rodiče.

³⁶ MANNHEIM, K. *Problém generací*. Generace. Sociální studia, Brno: FSS MU, 2007.

³⁷ HOWE, N. STRAUSS, W. *Generations: The History Of America's Future, 1584 To 2069*. New York: Harper perennial, 1991, POLOŠKI VOKIC, N. VIDOVIC, M. *Generation X, Y and the Baby Boomers*. In: *Generational hrm preferences – motivating Xers and Yers*. 2017. ISBN 9781536120257. s. 1-26. Forbes: Návod na použití generací. Dostupné online na: <http://generace.forbes.cz/tabulka/>. McCRINDLE, M. *The ABC of XYZ: Understanding the Global Generations*. 2014. [cit. 2022-09-13]. Dostupné online na: https://www.academia.edu/35646276/The_ABC_of_XYZ_Mark_McCrindle_PDF_pdf.

Generace Y (1985-1995) „Miléniálové

K získání informací využívají spíše internet nebo své přátele než knihy nebo zkušenější jednotlivce a ekonomická stabilita, kterou jim zaručili především jejich rodiče, oddálila jejich dospělost. Protože si neprošli těžkými časy, spouště lidí z generace Y chybí charakter a odpovědnost za své činy. Jde o však o nejvýkonnější generaci v historii lidstva, která se rozhoduje rychle, aniž by zvážila možné dopady a rizika. Plánuje impulzivně a krátkodobě. Když nastanou problémy, spoléhají se miléniálové nejvíce na pomoc přátel.

Tato generace je první opravdu globalizovaná generace, neboť její příslušníci používají stejné věci bez ohledu na kontinent, na kterém se nacházejí. Děti si hrají na celém světě se stejnými hračkami, sledují stejné pohádky a používají stejné technologie. Měly by být mostem mezi generací X (silně profilovanou) a generací Z.

Generace Z (1995-2005) „iGeneration”

Generace, o kterou se zajímá tato studie, se nazývá také „iGeneration“ (internetová generace, iPad, iBook, iMac), z důvodu jejího zásadního zaměření na virtuální technologie. Na rozdíl od předešlé generace je tato ovlivněna počítačovými technologiemi od svého narození.³⁸

Generace Alpha (2005 - 2015)

O generaci Alpha se toho zatím mnoho neví, dá se ale předpokládat, že tendence k závislosti na virtuální realitě se bude projevovat v ještě větší míře, než tomu je u generace Z, neboť rodiči této generace jsou převážně miléniálové, kteří tuto generaci vystavují technologiím více, než tomu bylo u rodičů generace Z.

2.3 Česká specifika generačního prostředí

Výše uvedené specifikace zejména starších generací ale dostatečně neodpovídají českému prostředí, které díky hospodářskému a sociálnímu oddělení východního bloku po 2 světové válce ztratilo s vyspělým západním světem kontakt, což průběh vývoje jednotlivých generací značně změnilo. Přehled českých generací a jejich typologii popisuje velmi dobře

³⁸ PEREZ-ESCODA, A., CASTRO-ZUBIZARRETA, A., FANDOS-IGADO, M. Digital Skills in the Z Generation: Key Questions for a Curricular Introduction in Primary School. In: COMUNICAR, 2016, [cit. 2018-12-10]. [online]. DOI: 10.3916/C49-2016-07. ISSN 11343478. (49), s. 71-79.

sociolog Petr Sak, který se sociologickými výzkumy generačních problematik zabývá dlouhodobě. Ve své studii vývoje poválečné mládeže „Generace, mládež a její výzkum“³⁹ ji člení do pěti generací: „Zatímco první čtyři generace formují z největší části významné společenské události a změny, pátá generace je první generací zformovanou novými technologiemi, které převádějí do elektronické a virtuální podoby všechny stránky života této generace.“⁴⁰

První generací je poválečná generace (budovatelská), je tvořena těmi, kteří se narodili před 2. světovou válkou a jejím základním společenským postojem, ze kterého pak vycházely jednotlivé aktivity, bylo vědomí, že je třeba vybudovat novou, sociálně spravedlivou, společnost. Kvůli následnému vyřazení sociologie z vědeckého života nebyla však zkoumána prostřednictvím potřebných empirických výzkumů.

Druhou generací (reformní) je generace Pražského jara. Sociálně a politicky se formovala v šedesátých letech a vůči společnosti byla značně kritická. Ani ne z touhy po návratu kapitalismu, ale proto, že její ideály společnost v žádném případě nenaplnovala. Tato generace mládeže žila v sociálním, politickém a kulturním klimatu vytvořeném generací předchozí, kdy v šedesátých letech došlo k ohromnému nástupu české kinematografie, Československo mělo i světovou úroveň divadelnictví, pozoruhodný rozvoj literatury, včetně poezie. Zároveň vznikalo studentské hnutí, které se radikalizovalo podobně jako v některých západních zemích, české hnutí se ale formovalo na řešení svých vlastních problémů a specifických témat československé společnosti. Normalizace a následné represe pak vyvolaly vlnu emigrace, která pak přispěla k určitému rozpolcení společnosti po listopadovém převratu v roce 1989, kdy se část emigrantů vrátila zpět do vlasti.

Třetí generace je normalizační generací, kterou charakterizuje pragmatičnost a sociální adaptabilita. Nejlépe tuto generaci vystihuje dle Saka tzv. „gulášový socialismus“, kdy vláda nastolila vlastní variantu západní konzumní společnosti a přidala této generaci k sociální adaptabilitě a pragmatičnosti ještě hodnotovou orientaci na konzum a tržní

³⁹ SAK, P. Generace, mládež a její výzkum. Studie. Dostupné online na: http://www.insoma.cz/Studie%20generace_mladez_a_jeji_vyzkum.pdf

⁴⁰ Tamtéž, s.1.

společnost. Stejně pragmaticky se pak přidali její členové k převratu v listopadu 1989 a nastavili klima životního stylu zaměřeného na „mít“.⁴¹

Čtvrtá (transformační) generace, která nastupuje v devadesátých letech, představuje sociologickou exkluzivitu, neboť je formována dvěma společenskými systémy, nejdříve reálným socialismem a posléze nastupujícím kapitalismem. Další změnou je rozpad Československa a začlenění ČR do NATO a do Evropské unie.⁴² Utváření této generace ale neprobíhá podle Karlem Mannheimem formulovaných a respektovaných pojetí generací, kdy generaci formuje významná společenská událost nebo výrazně změněné společenské podmínky.⁴³ Z výzkumů P. Saka vyplývá, že tato generace je jako první formována ne společensky jako dosud, ale technologicky, díky rozmachu informačních a komunikačních technologií. Vedle toho dochází v následujících letech také k velké společenské destrukci, která se promítla do hodnot, životního stylu i ekonomiky, což vyústilo u této generace v nadměrný růst konzumace alkoholu, nikotinizmu i drogových závislostí. Sak popisuje, že z dalších empirických výzkumů vyplynulo, že došlo k jevu, který on sám nazývá „rozlomení generace“⁴⁴, kdy se část této generace dokázala adaptovat na změněnou společnost a využít pozitivních možností, ale významná část generace se naopak s důsledky negativních jevů ve společnosti vyrovnat nedokázala. Navíc tato generace vlivem zaměření na kyberprostor přestává číst, což má negativní důsledky na celou oblast kultury a zároveň došlo k vytvoření hlubokého generačního příkopu mezi generací ovládající počítačové technologie a generací, která zůstávala u tištěných knih.⁴⁵

Pátá generace, jak ji popisuje Sak, odpovídá Generaci Z. Její charakteristika je velmi podobná s ostatními charakteristikami Generace Z, jak je vidí jiní komentátoři. Důvodem je její globalizace, stejně jako jinde ve světě si i české děti hrají s mobily a počítači již od batolecího věku. Generace je mimořádně diferencovaná, na jedné straně je zde zřejmá pokračující sekularizace, na straně druhé je nejsilnější skupinou s ideovým či duchovním zaměřením katolická mládež a výrazné jsou i další spirituálně orientované skupiny. Její diferencovanost projevuje mimo jiné i tím, jak tato generace reflektuje vlastní život a

⁴¹ SAK, P. Generace, mládež a její výzkum. Studie. [cit. 2022-08-13]. Dostupné online na: [http://www.insoma.cz/Studie%20generace mladez a jeji vyzkum.pdf](http://www.insoma.cz/Studie%20generace%20mladez%20a%20jeji%20vyzkum.pdf). s. 5.

⁴² Tamtéž, s. 1-8.

⁴³ MANNHEIM, K. *Problém generací*. Generace. Sociální studia, Brno: FSS MU, 2007.

⁴⁴ SAK, Petr. Generace, mládež a její výzkum. Studie. [cit. 2022-08-13]. Dostupné online na: [http://www.insoma.cz/Studie%20generace mladez a jeji vyzkum.pdf](http://www.insoma.cz/Studie%20generace%20mladez%20a%20jeji%20vyzkum.pdf). s. 9.

⁴⁵ Tamtéž, s.11.

budoucnost, zejména rizika, stres a strach z budoucnosti. Je v ní velmi rozšířený naprostý nezájem o dějiny, o společenský a politický život. Charakterizuje ji touha žít v zahraničí, protože tamní život považuje za jednodušší. Ztrácí smysl pro reálný svět a raději z něj utíká buď pomocí drog nebo životem v kyberprostoru. Sak si navíc všímá, že je tato generace nositelem několika znaků, které destruuji rodinu – preference homosexuality, potlačení mateřství a ženství, tlak na kariéru, odkládání rodiny a závazků spolu s odcizením a osamocněním a strachem z něj. Sociální sítě vytvářejí závislost jednotlivců na sobě, kde není rozhodující podstatou obsah sdělení, ale aktivita a sdílení, předávání informací bez toho, aniž by někdo prováděl jejich myšlenkovou analýzu, dochází k vytváření nepravdivé virtuální identity – k jakési „digitalizaci člověka“.⁴⁶

⁴⁶ SAK, P. Generace, mládež a její výzkum. Studie. [cit. 2022-08-13]. Dostupné online na: http://www.insoma.cz/Studie%20generace_mladez_a_jeji_vyzkum.pdf, s.12-13.

2.4 Specifika generace Z

Česká společnost dospívajících prošla zásadní změnou v devadesátých letech 20. století. Tato změna se projevila zejména v oblasti volného času – výrazně přibýlo volnočasových aktivit a možností, jak volný čas trávit. Dospívající se snaží realizovat a hledat své já právě ve společnosti ostatních podobně smýšlejících, podobného věku. Kladným výsledkem jsou společné projekty (hudební kapely, sportovní kluby) záporně se projevuje tato „oddělenost“ šikanou, agresivitou, drogovými zkušenostmi, trestnou činností mládeže, často pramenící z obav, neznalosti i předsudků a strachu z odsouzení „své“ skupiny.⁴⁷ Jak lze charakterizovat současnou mládež? Ve své projektu v r 1965 stanovil K. Mácha pro mládež tyto psychologické charakteristiky: iniciativnost, snaha překonávat překážky, sebedůvěra, ctižádost, snaha po sebeuplatnění, schopnost vidět nově to, co starší generace nechápe, kontrastní chování vůči stylu života starších generací, odpor proti předsudkům, přežitkům, dogmatismu, ale i zaměření do budoucnosti a romantičnost. Mládež vnímá jako „*společenský faktor, který se pravidelně objevuje v každé společnosti a nabývá pravidelných odlišností od dospělých společenských vrstev ale i od kategorie dětského věku a – což je důležité – tvoří základ pro nejbližší další strukturu dospělé společnosti.*“⁴⁸

Což jinými slovy znamená, že to, jakým způsobem se dospívající generace vypořádá s důležitými aspekty života bude mít později významný vliv na další vývoj a směřování celé společnosti. Svou roli nyní také nově sehrává i tzv. „kult mládí“, který způsobil, že se mezi mládež v současné době počítají i lidé, kteří by před několika desítkami let do této kategorie nepatřili. Mluví se o tzv. oddalování dospělosti a za konec tohoto období je nyní považován až věk 32 let.⁴⁹ Alan také vnímá tuto tendenci devadesátých let k prodlužování doby mládí a jako důvod vidí zejména prodloužení doby studia a oddálení vstupu do ekonomické aktivity. Uvádí však, že zároveň došlo ke zkrácení doby vstupu do manželství a založení rodiny a sleduje tendence změny celkového nastavení životní dráhy z různých pohledů (vzdělání, manželství, rodičovství) a jejich prolínání. Období mládí charakterizuje jako druhou socializační fázi, která na jedné straně souvisí s odnaučováním se závislosti

⁴⁷ SMOLÍK, J. *Subkultury mládeže*. Praha: Grada Publishing, 2010, s. 18-29.

⁴⁸ MÁCHA, KAREL. „*Předmět Vědy o Lidských Vztazích (Teoretický Projekt)*.“ *Sociologický Časopis / Czech Sociological Review*, vol. 1, no. 3, 1965, pp. 227–236. JSTOR, dostupné na: www.jstor.org/stable/41127191. Accessed 7 Mar. 2020.

⁴⁹ Tamtéž.

a na druhé straně s uvědomováním si zodpovědnosti vůči okolí a dále také etický a politický rozměr společnosti. Alan zde taktéž zmiňuje důležitost fenoménu přátelství, o kterém prohlašuje, „že je jedním ze vztahů, které mladému člověku pomáhají stírat ostré hrany generačního přechodu, ale svým trváním je i vkladem do úspěšného řešení životních obtíží i v pozdějších obdobích.“⁵⁰

Pro toto období je dle Smolíka typický vztah přátelství, jenž je utvářen především budováním vrstevnických vztahů, které se pohybují od volnočasových skupin až po party a gangy. Tento typ vztahu účastníkům umožňuje nejen vzájemné poskytování a výměnu názorů, pocitů i vzorců chování, ale zároveň místo, kde si mohou bez výraznějších závazků testovat vztahové komunikace. Vrstevníci tak plní roli komunikační a interakční platformy, kde je mladému člověku nabídnuta možnost konfrontovat své hodnoty, postoje a vztahy k okolnímu světu i k sobě samému. Dospívající jedinci rádi napodobují a jsou napodobováni a jejich pocit významnosti závisí velmi na tom, zda je o jejich názor zájem. Zároveň v takové skupině dochází k velmi rychlé změně rolí z pozice přítele na pozici soupeře, ze spoluhráče na protivníka apod. Avšak i když mnohdy mají podobné životní zkušenosti nebo srovnatelné problémy, nezabrání to jednotlivci v pocitu osamění a v neschopnosti tyto své pocity pravdivě komunikovat. Důvodem zřejmě je, že tyto typy vztahů nemají hodnotu samy o sobě, ale jsou pouze prostředkem hledání a ujasňování vztahu k sobě samému.⁵¹

⁵⁰ ALAN, J. *Etapy života očima sociologie*. Praha: Panorama, 1989, s. 148-159.

⁵¹ SMOLÍK, J. *Subkultury mládeže*. Praha: Grada Publishing, 2010, s. 24-26.

2.5 Charakteristické rysy generace Z

Nedostatek kvalitních vztahů a schopnosti je vytvářet a budovat je jednou z kritických charakteristik právě generace Z. Důvodem se zdá být právě neschopnost vyjít ze sebe, tendence k sobectví, které běžně charakterizuje období dětství, ale u dospívajícího člověka by se měla vytrácet ve prospěch společného. Nastupující generace však v rámci nadměrné individualizace od vlastního sobectví a osobních výhod upřednostňujících vlastní osobní uspokojení ustupuje jen velmi neochotně a pouze pokud je k tomu donucena vnějšími okolnostmi. Také se zdá, že je toto ustoupení často pouze dočasného charakteru a je třeba aby se pojilo alespoň s nějakými výhodami.

Vztahy dospívajícího člověka jsou determinovány jak vymezením se vůči dospělým, tak socializační úlohou vrstevníků, kteří jsou pro postoje generace Z mnohem důležitější a závažnější autoritou, než tomu bylo kdykoliv předtím. Vrstevníci představují nejen „rovnocenné partnery v nově objeveném světě“, nýbrž jsou jejich postoje zcela upřednostňovány před postoji učitelů, rodičů a osob společenského a politického života. Také rodiče již zdaleka nejsou takovou autoritou, jako u dřívějších generací, čímž se svět této generace stává mnohem křehčí a problematictější.⁵² Vrstevnické skupiny se díky své dynamice stávají tudíž unikátním a nezastupitelným výchovným činitelem. Tyto skupiny jsou charakteristické především tím, že jsou dobrovolné, bez přímé kontroly dospělých (především rodičů), kontrolované vrstevníky, orientované z velké části na volnočasové aktivity. Existují zde „neosobní pravidla a autority“, rodičovské příkazy jsou nahrazeny dohodnutými pravidly, na jejichž formulaci má mladý člověk možnost se podílet. Je tedy víceméně zainteresován na obhajobě a dodržování těchto norem. Autor zde vidí i podstatné působení mýtu o svobodě individua, který vede k pocitu svobody, většinou vyplývající z nepřítomnosti dospělých autorů a strážců pravidel. Tyto skupiny se však dle autora většinou rozpadají, když věk členů překročí hranici 25-30 let.⁵³

Sami mladí lidé v rozhovorech potvrzují, že sebevnímání a způsob nazírání na sebe sama je především výsledkem toho, nakolik jsou oni sami akceptováni v očích svých vrstevníků. Na dotaz, co utváří jejich vlastní povědomí o sobě samých, byla nejčastější odpověď, že

⁵² KUSÁ, A. a Z. ZÁZIKOVÁ. Influence of the social networking website snapchat on the generation z. *European Journal of Science and Theology* [online]. 2016, 12(5), 145 - 154 [cit. 2018-12-10]. ISSN 18428517.

⁵³ SMOLÍK, J. *Subkultury mládeže*. Praha: Grada Publishing, 2010, s. 20 -22.

úplně nejvíce upřednostňují pohled, který jim poskytují jejich vrstevníci, před názorem rodičů, učitelů a dalších autorit, na které se ještě v minulé generaci kladl poměrně velký důraz. Zároveň se ale také ukázalo, že nejstabilnější sebevědomí a sebereflexi i schopnost sebevyjádření a tím i nejvyspělejší komunikaci prokazovali ti, kteří deklarovali dobré vztahy se svými rodiči a nebyli až příliš závislí na tom, jak je vnímají jejich vrstevníci. Důležitým signálem stability sebevědomí se také ukázala orientace dospívajícího na budoucnost a zájem se na ni dostatečně dobře připravovat.⁵⁴

Výzkum prováděný v roce 2011 mezi mládeží v Brně popisuje, že kromě výše uvedené sebereflexe je pro generaci Z důležitá také sociální identita, povědomí o sociální roli ve skupině, jímž je tento dospívající členem a že tento dospívající také velmi pozorně sleduje i kvalitu a hloubku integrace do skupiny. Toto vše si zjišťuje samozřejmě pomocí komunikace, jež je nezbytná – právě z důvodu, aby byl schopný zjistit, jaké je jeho postavení. Zůstává nicméně u jednostranného „sobeckého, individualistického“ vnímání, ke kterému má všeobecně každá dospívající generace blízko. U sledované generace Z ale nedochází v čase k očekávanému přesunu pozornosti na ostatní, jedinec stále zůstává středem svého vlastního zájmu, jak tomu bylo v období dětství. Zdá se tedy, že k prohlubování vzájemného poznávání nedochází právě z důvodu neschopnosti použít komunikace jako prostředek ke zjištění reality a toho, jak vnímá tuto realitu partner, se kterým jedinec komunikuje. Více než u předcházejících generací panuje nezájem o to, vidět skutečnost z jiné perspektivy než z jeho vlastní a lenost i nedostatek představivosti brzdí tendenci nebo chuť k rozhovoru a otevření se.⁵⁵

Dle sociologů Kellera a Novotného také dochází k nárůstu snahy o odbornost při řešení problémů, místo spolehnutí se na svůj vlastní rozum a vlastní zkušenosti. Tato tendence se projevuje u celé společnosti, ale v případě generace Z je ještě zřetelnější. Mnohem více spoléhají nejen na osobu, kterou považují za odborníka na danou problematiku odborně vzdělaného a připraveného, a zároveň věří, že jsou tyto lidé schopní za ně formulovat jejich vlastní potřeby a že za ně vyřeší i jejich problémy. Tato nepřítomnost snahy hledat řešení vlastních problémů ve své režii se poté promítá i do komunikace a do vztahů. Navíc se projevuje touha cítit úspěch a vypadat úspěšně, aniž by byla vložena odpovídající námaha.

⁵⁴ Vlastní rozhovory se studenty SŠ na závěr hodin etické výchovy.

⁵⁵ JEŽEK, S., LACINOVÁ, L., MACEK, P. *Adolescent psychosocial development in Brno: An ELSPAC Study 2005-2011*. Brno: Masaryk University, 2011, s. 17- 29.

Na rozdíl od dřívější doby, kdy bylo možné úspěchy druhých mnohem lépe měřit, neboť se hodnotily hmatatelné věci, dnes je mnohem jednodušší prorazit pomocí nehmotných služeb a je velmi snadné přesvědčit ostatní o své vlastní, i když nepravdivě deklarované, úspěšnosti. Nejde totiž o to být úspěšný, ale o vytvoření dojmu úspěšnosti a tím docílit co nejpohodlnějšího a bezproblémového průběhu života. Stejně tak nejde o to být výkonný, ale o schopnost vypadat výkonně. Základem individualistického přístupu k životu je správný a pozitivní projev víry ve schopnosti každého jednotlivce a v možnost dát všem co největší prostor pro růst jejich osobní nezávislosti. Pokud je ale tento postoj extrémně pojatý, vede nakonec zcela opačným směrem – namísto vlastní schopnosti mít svůj život lépe pod kontrolou dochází k přenechávání rozhodování o sobě samých „odborníkům“, expertům.⁵⁶

Sociologie také zmiňuje termín „odcizení“, které souvisí s vývojem ve společnosti i s tím, co můžeme vidět u současných příslušníků generace Z, u které má toto odcizení formu osamění a izolace vycházející právě z neschopnosti komunikovat a naslouchat. Pokud vycházíme ze skutečnosti, že člověk vděčí za vše, čím je, okolní společnosti, pak se s odmítnutím společnosti nezbytně rozpadá i on jako jedinec. Může velmi silně vnímat pocit ztracenosti a toho, že nikam nepatří a nic neznamená. A pokud vlastní individualismus a nedůvěra ve společenské instituce i v ostatní lidi způsobí, že pro tohoto člověka přestanou platit hodnoty, které by mohl považovat za závazné, a normy, jimiž by se mohl ve svém jednání vůči druhým řídit, pak se stává jakýmsi mentálním bezdomovcem bez ohledu na to v jak velké společnosti se právě nachází.

Na druhou stranu je třeba připomenout, že jsme dnes dle Kellera a Novotného svědky i zcela opačné situace, kdy společnost vytváří naopak natolik sevřený systém, že se její členové cítí příliš omezováni a zbaveni veškeré lidskosti. Pak se stává společnost jejich utlačovatelem a všichni se stávají vůči řádu, který sami vytvořili, bezbranní. Tuto paradoxní situaci přináší do naší společnosti současná globalizace – na jedné straně zřetelně vnímáme, že dnešní doba je zdaleka nejsvobodnější ve srovnání s minulostí, ale zároveň je zřejmé, že procesy, které náš život utvářejí, přicházejí z vnějšku a nelze je nijak změnit. Svoboda jedince je pak zredukována pouze na volnost každého se co nejrychleji

⁵⁶ KELLER, J., NOVOTNÝ, P. *Úvod do filozofie, sociologie a psychologie*. Liberec: Dialog, 2008, s. 79-80.

těmto procesům přizpůsobit.⁵⁷ Právě zdravá komunikace by pak měla být nástrojem, kterým si společnost a její jednotliví členové udrží správný poměr mezi samostatností a zodpovědností jednotlivce a komplexní úlohou společnosti jako celku. Výsledkem by měla být společnost, která u svých členů dokáže i prostřednictvím komunikace budovat vzájemnou oddanost a úctu i schopnost obětovat své touhy a priority druhým, pokud je to v zájmu společnosti jako celku potřebné, ale zároveň i schopnost zachovat si vlastní osobní integritu.

Vybíral uvádí, že pro zdravou komunikaci existuje několik hlavních kritérií, které mohou ovlivňovat způsoby komunikace i rozdíly v porozumění situaci a řečenému. Jsou jimi zejména:

- *„čas – kdy a jak dlouho trvá, kolik času na komunikaci máme, trpělivost, netrpělivost, ale i denní doba*
- *prostor – i prostorové aranžmá*
- *význam, který každý účastník komunikaci přikládá*
- *přítomnost emocí (emoční proměnné)*
- *vztahové proměnné dominance, podřízenost, rivalita, komplementarita, komunikace s někým, koho neznám nebo naopak jej znám dlouhou dobu*
- *situační rámeček, např. momentální přítomnost či nepřítomnost osoby, o níž se mluví*
- *existence /neexistence kontinuity, již je komunikace součástí“*⁵⁸

Generace Z a její hodnoty:

Jednou z hodnot, kterými se příslušníci generace Z liší od předchozích generací je vnímání a hodnocení autorit. Zatímco u generace X vyplývá autorita z role, titulu nebo funkce, kterou dotyčný zastává (učitel, ředitel) a u generace Y ten, kdo si autoritu zaslouží (dobrý otec, dobrý učitel), pro generaci Z je zásadní autoritou „většina“, kolektiv, vrstevníci.

Na rozdíl od předchozích generací, které byly definovány prožitými událostmi, je specifikem generace Z zejména to, že neprožívá události, ale technologie, kterými je velmi značně ovlivněna, protože je jimi obklopena a jejich používání vystavena už od nejútlejšího věku. V tom je podstatný rozdíl oproti ostatním generacím a také se to jeví

⁵⁷ KELLER, J., NOVOTNÝ, P. *Úvod do filozofie, sociologie a psychologie*. Liberec: Dialog, 2008, s. 100-103.

⁵⁸ VYBÍRAL, Z. *Psychologie komunikace*. Praha: Portál, 2009, s. 41-45.

jako jedno ze základních specifíků pokud chceme porozumět způsobu, jak tato generace komunikuje.⁵⁹ I příslušníci předcházejících generací byli a jsou propojeni technologiemi, používají je ve svých zaměstnáních i domácnostech, v osobním i profesním životě. Nicméně specifickým rysem generace Z je závislost na technologiích⁶⁰, neboť jejich život se prostřednictvím těchto virtuálních realit skutečně realizuje⁶¹ - nejen sdílí, jak tomu je například u příslušníků generace X nebo Y. Patrick Cooper zmiňuje, že jde také o generaci, která se narodila po 11. září 2001, což znamená, že jejím světem je běžným tématem teroristický útok. Tvrdí, že tato generace je díky tomu obezřetnější a opatrnější⁶², toto ale vyvracejí pozdější výzkumy chování této generace.⁶³

Salubi, Ondari-Okemwa a Nekhwevha ve svém výzkumu poukazují na další specifika generace Z, které jsou s technologiemi a jejich prožíváním úzce spojená:

- Zážitek, zážitek, zážitek
- Žijí tady a teď (vyšší prioritu má co je tady a teď, před tím, co je dlouho dopředu domluveno)
- Záleží na tom, co o světě i o nich říkají jejich přátelé
- Rychlost raději než přesnost
- Všechny možnosti jsou otevřené
- Když něco nemohou sdílet s ostatními, nemá to cenu
- Opravdovost
- Neuznávají tradici, nechápou ji⁶⁴

⁵⁹ PEREZ- ESCODA, A., CASTRO-ZUBIZARRETA, A., FANDOS-IGADO, M. Digital Skills in the Z Generation: Key Questions for a Curricular Introduction in Primary School. In: COMUNICAR, [cit. 2018-12-10]. 2016 [online]. s. 71-79.

⁶⁰ PUCHKOVA, E. B., SUKHOVERSHINA, Y. V., TEMNOVA, L. V. A study of Generation Z's involvement in virtual reality. Psychology in Russia. State of the Art. [online]. 2017 [cit. 2018-12-08], s. 136.

⁶¹ KUSÁ, A. a Z. ZÁZIKOVÁ. Influence of the social networking website snapchat on the generation z. European Journal of Science and Theology [online]. 2016, [cit. 2018-12-10]. s. 145-154.

⁶² COOPER, P. Generation Z. Salem Press Encyclopedia [online]. 2018 [cit. 2019-02-16].

⁶³ HADDOUCHE, H., SALOMONE CH. Generation Z and the tourist experience: tourist stories and use of social networks, In: Journal of Tourism Futures, Vol. 4 Issue: 1, Dostupné online na: <https://doi.org/10.1108/JTF-12-2017-0059>. 2018, s.69-79.

⁶⁴ SALUBI, O.G., ONDARI-OKEMWA, E., NEKHWEVHA, F. Utilisation of Library Information Resources among Generation Z Students: Facts and Fiction. Publications. [online]. 2018 [cit. 2018-12-08], s.16.

Generace Z a postoj k informacím:

- Internet má pravdu
- Neradi operují se složitými zdroji⁶⁵
- Rychle dostupné informace k čemukoli
- Upřednostňují video
- 9 hodin denně jsou vystaveni médiím⁶⁶

Generace Z a sociální interakce:

- Dominuje interakce na sociálních sítích (až 50 hodin týdně)
- Považují online komunikaci za stejně opravdovou jako osobní přítomnost
- Jsou zvyklí často se vidět nebo o sobě stále vědět
- Ožehavá témata života nemají problém řešit online - spíše to preferují
- Generace Z nepoužívá technologie k vylepšení prožitků, prožitkem je pro ně technologie sama
- Co prožijí, ale nemohou s nikým (co nejdříve) sdílet, nemá cenu
- InstaStories – všechno vím a to hned – představa, že si s kamarádem volám 1x za 14 dní je pro ně utopická⁶⁷

⁶⁵ PUCHKOVA, E. B., SUKHOVERSHINA, Y. V., TEMNOVA, L. V. A study of Generation Z's involvement in virtual reality. Psychology in Russia. State of the Art. [online]. 2017 [cit. 2018-12-08], s. 136.

⁶⁶ PEREZ-ESCODA, A., CASTRO-ZUBIZARRETA, A., FANDOS-IGADO, M. Digital Skills in the Z Generation: Key Questions for a Curricular Introduction in Primary School. In: COMUNICAR 2016, [cit. 2018-12-10]. [online]. s. 72.

⁶⁷ Sedm zásad, jak oslovit generaci Z. [cit. 2022-10-13]. Dostupné online na: <http://www.offrecord.cz/digital/7-zasad-jak-oslovit-generaci-z/>

Zde je tabulka srovnání mezi Miléniály a generací Z, které vyplynulo z výsledků výzkumu spol. Sparksandhoney.com⁶⁸:

Miléniové	Gen Z
Zvyklí na dvě obrazovky	Zvyklí až na 5 obrazovek
Komunikace skrze text	Komunikace skrze obrázky
Preferují sdílení	Preferují vlastní tvorbu
Zaměřeni na přítomnost	Zaměřeni na budoucnost
Optimisté	Realisté
Chtějí být objeveni	Chtějí být ve své práci úspěšní
Touží po zážitcích	Touží po nových produktech

Obrázek 1: Srovnání některých ukazatelů mezi generací Y a generací Z

Z tohoto přehledu je zřejmé, že jsou jejich příslušníci zaměřeni rozdílně, třebaže jde o po sobě následující generace. Také je zde patrný nejen vliv technologického vývoje v oblasti IT, ale i politického a společenského vývoje ve světě.

Zajímavé jsou postřehy a závěry výzkumu, který byl mezi představiteli generace Z proveden k tématu zkušeností z cestování. Závěry byly rozděleny podle dimenzí zkušeností, v každé z nich autoři uvádí postoje respondentů, které se k nim vztahují. Výzkum nečekaně ukazuje velkou skromnost a nenáročnost generace Z, co se týká cestování, navzdory tvrzení, že tato generace je narcistická a soběstředná a zároveň naopak potvrzuje, že základní životní potřebou generace Z je „having fun“ a mít za všech okolností přehled o dění na sociálních sítích – „It is good understanding, good mood, the desire to laugh, to have good times, to have stories to tell”⁶⁹

Překvapivým zjištěním je absence poznámek týkajících se udržitelného cestování – tento koncept není zmíněn v žádné z prací, pouze některé z praktik, např. použití sítě Airbnb. Což může znamenat, že o některých věcech mluví, protože jsou „in“, nicméně ve chvíli, kdy je dodržení takového postupu stojí možnost zábavy, plus další omezení jejich

⁶⁸ Sedm zásad, jak oslovit generaci Z. [cit. 2022-10-13]. Dostupné online na: <http://www.offrecord.cz/digital/7-zasad-jak-oslovit-generaci-z/>.

⁶⁹ HADDOUCHE, H., SALOMONE CH. Generation Z and the tourist experience: tourist stories and use of social networks, In: Journal of Tourism Futures, Vol. 4 Issue: 1, [cit. 2021-11-10]. Dostupné online na: <https://doi.org/10.1108/JTF-12-2017-0059>. 2018, s. 69-79.

životních potřeb (having fun, good mood, to have stories to tell, ...) lehce z této cesty uhýbají.⁷⁰

2.6 Význam verbální a neverbální části zprávy pro generaci Z

Jak již bylo řečeno v kapitole 1.1. je dle dr. Hofstadtera každá zpráva rozložena do tří rovin, z nichž každá z nich je kromě slov doprovázena také nonverbální částí. Při běžném hovoru spolu tyto roviny splývají a pokud je verbální i neverbální sdělení v souladu, pak je ze strany předávajícího učiněno vše k tomu, aby byla zpráva pochopena tak, jak komunikující zamýšlel. Problém nastává, pokud nonverbální složka buď úplně chybí nebo je neadekvátně nahrazena, např. v psané zprávě znaky. Vzhledem k tomu, že mobilní komunikace je generace Z nejčastější a nejvyhledávanější formou komunikace dokonce i velmi závažných témat, pak vynechávání této nonverbální složky zprávy může mít za následek to, nejen to, že příjemce zprávě dostatečně neporozumí, ale zjistí, že je snaha o porozumění u tohoto typu komunikace natolik namáhavá, že se o ně nadále přestane snažit.⁷¹ Pokud je komunikace omezena jen na verbální složku, stává se oploštělou a neschopnou postihnout hlubší vnitřní duševní potřeby a vjemy. Navíc při dlouhodobé absenci nonverbální složky dochází k celkové změně komunikačního jazyka, jak ji ve své studii popisuje např. Pavel Šťáva. Uvádí, že elektronická komunikace prostřednictvím počítače a mobilního telefonu umožnila vznik specifického jazyka zkratk a cizojazyčných výrazů - emotikony používá často téměř 70% mladých lidí. Používáním zkratk si vytváří mladá generace vlastní jazykovou formu komunikace, která se stále vyvíjí a částečně ji pak přenáší i do běžné komunikace. Zároveň má trávení volného času komunikací prostřednictvím počítače a mobilního telefonu za následek přenesení sociálně-spoločenských vztahů do virtuálního prostředí, kde mají respondenti několikanásobně více přátel než v reálném životě. Přesto, že velkou část těchto přátel znají osobně, upřednostňují virtuální komunikaci.

Naproti tomu, jak už bylo zmíněno, komunikace, kdy je sdílen společný prostor a která probíhá tváří v tvář a kde je umožněna existence všech komunikačních složek, je pro

⁷⁰ HADDOUCHE, H., SALOMONE CH. Generation Z and the tourist experience: tourist stories and use of social networks, In: Journal of Tourism Futures, Vol. 4 Issue: 1, [cit. 2021-11-10]. Dostupné online na: <https://doi.org/10.1108/JTF-12-2017-0059>. 2018, s. 69-79.

⁷¹ Tato informace několikrát zazněla v mých rozhovorech se studenty SŠ. Tyto diskuze jsou součástí přednášek programů Školy pro život a Etické výchovy KAM, z.s.

komunikující daleko srozumitelnější, protože při této formě komunikace daleko lépe a snadněji pochopí příjemce obsah sdělení. Pocity a emoce lze totiž jen stěží nahradit v prostředí elektronické komunikace, a proto dochází často k nedorozumění, protože všichni neznají význam slovních zkratk a akronymů (nebo jejich význam chápou jinak) a proto nejsou schopni správně dekodovat význam sdělovaných zpráv. Mezi další nepříznivé následky elektronické komunikace na mladou generaci lze zařadit také individuální trávení volného času. Omezování sociálně-společenských vztahů vede k tomu, že tito mladí lidé hledají náhradu za společenské vakuum, které přináší virtuální individualismus a snaží se je naplnit právě elektronickou komunikací.⁷² Navíc generace Z tento pocit osamění plynoucí mimo jiné z nedostatku touhy po osobním kontaktu často překrývá velkým množstvím povrchních vjemů, kterým se vystavuje opět většinou v online světě (virtuální hry, sledování seriálů apod.)

V případě evangelia je však neverbální - vztahové sdělení důležitou součástí komunikace evangelia, neboť pouhý fakt existence Boha, který evangelium sděluje v tzv. datové/informační části zprávy nedává smysl bez vztahového kontextu. Naopak „*podle Engemanna nelze komunikaci evangelia chápat jen ve smyslu předávání určitých spásných obsahů, ale předně jako utváření vztahů. Proces komunikace evangelia je blíže určen jako ‚dění a participace‘. Jde v něm o to, aby komunikující nově vstupovali do vztahu s Bohem a mezi sebou navzájem, aby získávali účast na životě pod podmínkami Božího království, na životě ve svobodě.*“⁷³

⁷² ŠTÁVA, P. „PC speak“ – nový trend v komunikaci mladé generace, bakalářská práce, Brno 2011. str 68-70.

⁷³ ENGEMANN, Praktische Theologie, cit. In: LANDOVÁ, T. Komunikace evangelia jako nové paradigma praktické teologie. *Teologická reflexe*, sv. 23, č. 1, 2017, s. 78.

3 Komunikace evangelia a dalších závažných témat generaci Z

3.1 Předpoklady zdařilé komunikace v rámci v rámci generace Z a vhodná forma komunikace evangelia

Z výše uvedeného vyplývá, že by mělo být vhodné použít při komunikaci s touto generací sdělení pomocí obrázků, popřípadě krátkých videí, měli bychom počítat s tvorbou vizuálního obsahu, použití emotikonů, gifů, koláží, infografiky.⁷⁴ Generace Z chce být aktivní a spolupracovat na tvorbě zajímavých projektů, na sdělování myšlenek, chce být interaktivní. Také se zdá, že je celkově pozitivně naladěná, velmi rozmanitá a jde jí o to, aby mohla následovat skutečné lidi – nejlépe své vrstevníky nebo ty, ke kterým má důvěru.⁷⁵

Vzhledem k zaměření generace Z na dobrou budoucnost a její touze po úspěšnosti, by měla být součástí komunikace o evangeliu také zpráva, že jde o důležitou informaci, která může mít zásadní vliv na úspěšné zvládnutí závažných životních situací, které v budoucnosti přijdou. V případové studii, která je zpracována ve čtvrté kapitole, jsou popsány programy, které se zabývají mimo jiné i tím, jak správně nastavit komunikaci témat souvisejících s evangeliem a etikou, která se pak promítá do životních postojů. Přinášejí také návrhy, jak řešit rozpor mezi nezbytnými postupy komunikace důležitých témat včetně evangelia, důležitosti následné diskuze o těchto tématech a realitou, že generace Z je velmi zahlcena informacemi a podněty přicházejícími zvenčí a jen těžko se soustředí, a tím méně je schopná najít si čas a klid na vstřebávání tohoto typu informací, přemýšlení o nich, činění závěrů a snahou je zařadit do nějakého rámce.⁷⁶ Nalézt čas na naslouchání a následné zhodnocení, zda jde o důležité téma, kterým je třeba se zabývat, se jeví jako velký problém pro tuto generaci do budoucna. Z toho vyplývá, že pokud nám jde o komunikaci evangelia generaci Z, pak je třeba velmi pečlivě volit formu, kterou tyto skutečnosti komunikujeme a

⁷⁴ PUCHKOVA, E. B., SUKHOVERSHINA, Y. V., TEMNOVA, L. V. A study of Generation Z's involvement in virtual reality. *Psychology in Russia. State of the Art* [online]. 2017, [cit. 2018-12-08]. DOI: 10.11621/pir.2017.0412. ISSN 20746857. s. 134-143.

⁷⁵ Z vlastních rozhovorů se studenty SŠ na závěr lekcí Etické výchovy.

⁷⁶ PUCHKOVA, E. B., SUKHOVERSHINA, Y. V., TEMNOVA, L. V. A study of Generation Z's involvement in virtual reality. *Psychology in Russia. State of the Art* [online]. 2017, [cit. 2018-12-08]. DOI: 10.11621/pir.2017.0412. ISSN 20746857. s. 134-143.

vycházet z potřeb, která tato generace má. Z výše popsaných výzkumů vyplývá, že nejlepších výsledků by mělo být dosaženo, pokud sdělení budou přicházet od skupin, které generace Z považuje za autoritu a je schopná od nich přijímat. Na rozdíl od předcházejících generací, kdy byl touto autoritou někdo dospělý, nyní se přesouvá na vrstevníky (kamarádi, kolektiv, "většina"- viz kap.2.5.). Musí tedy dojít k tomu, že tuto zprávu bude komunikovat nejlépe vrstevník a to formou, která odpovídá nastavení generace Z. Více se vhodným formám předávání evangelia bude věnovat jak následující kapitola, tak také celá případová studie v kapitole 4.

3.2 Pastorec a doprovázení generace Z

Pavel Ambros se ve své knize na toto téma zabývá především otázkou, co je skutečným cílem pastorec mládeže, co to přinese samotným mladým lidem a jaký vliv bude mít péče o mládež na život místní církve. Vnímá stejně jako mnoho dalších autorů zásadní důležitost vztahu jako základu předávání nového života. „*Rosteme, měníme se podle toho, jak v nás vztah roste. Přestáváme se řídit jen tím, co si o sobě myslíme, ale rosteme v tom, jak k nám přichází a zůstává u nás někdo druhý. Vztah je vlastně povoláním.*“⁷⁷ Ambros dále uvádí, že proměnit církevní práci s mládeží v pastorační péči v praxi znamená nepřestat se snažit o nacházení dostatečné blízkosti s generací Z i průběžné hledání odpovídajících způsobů setkávání, které má tato generace značně odlišné od předchozích. Podle autora takovému postoji velmi často brání dlouhodobě zaběhnuté církevní pořádky a postoje, které místní společenství vykazuje a které, jak Ambros uvádí, papež František nazval „nemocemi“:

- *Pocit nesmrtelnosti a nezastupitelnosti. Stejně jako boháč z evangelia se domníval, že bude žít věčně (Lk 12:13-21) a také těch, kteří se díky tzv. patologii moci pokládají za nadřazené a nikoli za služebníky.*
- *„Martismus“.* Tak jej - odvozeně od jména Marta - nazývá papež a míní tím přehnanou aktivitu, kterou jsou postiženi ti, kdo pohroužení do práce mijejí „ten nejlepší úděl“. Tam, kde chybí odpočinek a duchovní obnova, je častým výsledkem nervozita a stres.

⁷⁷ Papež František In: AMBROS, P. *Pastorec mladých*. Olomouc: Centra Aletti, 2016, s. 37-49.

- *Mentální a duchovní „zkamenění“.* Zde se mluví o těch, kdo jsou tvrdošíjní, skrytí za papíry a mechanismy praktik. Přicházejí o Ježíšovo smýšlení, které velí milovat Otce i bližního svého.
- *Přepjaté plánování a funkcionářství.* Takto chybují ti, kteří věří, že vytvořením dokonalého plánu zajistí spásný výsledek. Je nezbytné vše dobře připravit, ale vždy je třeba nechat místo Duchu Svatému a nesnažit se jej řídit a ochočit.
- *Špatná koordinace.* Ta nastává, když se oslabuje komunikace uvnitř společenství a tělo ztrácí harmonickou funkčnost. Když noha říká ruce: „nepotřebuji tě“ a ruka hlavě: „poroučím já“.
- *„Duchovní Alzheimer“,* tedy zapomenutí na „první lásku“, na dějiny spásy a osobní dějiny s Pánem. Tato nemoc způsobuje úpadek duchovních schopností až do té míry, že postižený není schopný žádné autonomní aktivity a závisí jen na své vlastní přítomnosti.
- *Hašteřivost a prázdná sláva.* Když se odznaky cti stanou primárním životním cílem a zapomene se na to, že máme pokládat druhého za lepšího sebe.
- *„Existenciální schizofrenie“* je chorobou těch, kdo žijí dvojím životem a přísně učí druhé tomu, co sami ve svém paralelním světě dávají stranou.
- *Reptání, řeči a drby.*
- *Zbožšťování představených.* Týká se lidí, kteří prožívají službu jen s myšlenkou na to, co mají dostat a nikoli na to, co mají dát. Místo Bohu prokazují čest lidem z pocitu kariérismu a sobectví.
- *Lhostejnost vůči druhým.* Když mohu dát k dispozici své poznání a místo toho si jej držím pro sebe, těším se ze selhání druhého, místo abych jej pozvedl a povzbudil.
- *Nemoc pietních tváří,* totiž nevrlych a sveřepých osob, které se domnívají, že s vírou se musí automaticky pojit melancholie a teatrální vážnost a přísnost. My jsme přitom povoláni k tomu, abychom se radovali.
- *Hromadění majetku* – tím se snaží někteří zaplnit existenciální prázdno ve svém srdci, aby se cítili bezpečně. A nevědí, že jsou „chudí, slepí a nazí“.
- *Uzavřené skupiny a kroužky,* kde se příslušnost k této skupině stává důležitější a silnější než příslušnost k Tělu Kristovu.

- *Poslední nemocí je nemoc světského profitu a exhibicionismu, když lidé transformují svoji službu na mocenské postavení a svoji moc na zboží, za něž získávají světské zisky a další moc.*⁷⁸

Z toho plyne, že pokud tedy chce místní církve připravit prostředí, kde se budou nejen realizovat jak skupinové, tak osobní aktivity určené mládeži, pak je nutné zreflektovat veškeré tyto nemoci a snažit se je léčit co nejefektivněji. Dle autora je nutné si klást zejména tyto otázky:

- *„jaký životní styl a jaké povolání chceme mladé generaci představit?*
- *Jak zabránit tomu, aby je tyto projevy v církvi neodradily od touhy setrvat ve společenství (protože v různé míře se tyto nemoci nacházejí a projevují téměř v každém místním společenství) anebo, aby nedošlo k tomu, že mladá generace tyto nemoci přijme za své a přestane proti nim bojovat?“*⁷⁹

Jednou z odpovědí na tyto otázky a také jejich řešením je vytváření dobrého vztahu pomocí smysluplné komunikace, která je realizována tak, aby jí jednotliví příslušníci generace Z dostatečně správně porozuměli. Jak si Ambros pravdivě všimá: *„Stvoření člověka je především účastí na slově Božím, dialog a komunikace je podstatou stvořeného i nestvořeného života. Slovo je neseno k druhému a přijímáno jako projev (nezasloužené) lásky. Vztah je tedy svobodným přilnutím a dáváním sebe sama. Odpovědí tedy je – základem zdravé pastorace je budování zdravých vztahů a péče o ně s perspektivou věčného života všech zúčastněných. Jen v rámci takového vztahu nikoli „pastorační technologií“ lze překonat bariéry mezi pravdami víry a životem a srozumitelně předat poselství evangelia.“*⁸⁰

Navíc dnes generace Z čelí krizi ideálu, která je způsobena úplným rozpadem lidské zkušenosti do individuálních, vzájemně nepropojených, mikrokosmů, mladí lidé umějí mnohem méně sdílet nejen reálné situace, ale i pojmy, což neumožňuje pravdivou a pomáhající komunikaci. Pastorace pro tuto generaci proto musí být taková, která aktivně hledá odpovědi na otázky mladých křesťanů a zároveň reflektuje současnou situaci, kdy je

⁷⁸ AMBROS, P. *Pastorace mladých*. Olomouc: Centra Aletti, 2016, s. 60-64.

⁷⁹ Tamtéž, s. 65.

⁸⁰ Tamtéž, s. 66-67.

generace Z informačně přetížená a není schopná přijímané informace pravdivě posoudit, vyhodnotit jejich důležitost a porozumět jim. Komunikovat evangelium tedy z tohoto pohledu znamená přicházet s vhodnými a důležitými otázkami, které generaci Z opravdu zajímají. Protože „není třeba odpovídat na otázky, které si nikdo neklade“⁸¹.

Místo pastorační soustředěné na předem nastavené programy nabízí Ambros upřednostnění pastorační, která se zaměří na jednotlivce, neboť vidí problém v nastavení současné církve, kde je velké množství času i financí investováno do rozsáhlých programů, od kterých se očekává, že se jejich prostřednictvím podaří lépe oslovit současnou mladou generaci. Podle autora zde ale hrozí reálné nebezpečí, že se z nich stane opět pouze pozadí k dění na sociálních sítích. Znovu se tedy vrací k dialogu k výzvě k osobnímu doprovázení a blízkosti, protože blízkost je jedním z rozměrů a definic komunikace. Pro křesťana je komunikace naplněním podobenství o milosrdném Samaritánovi.⁸²

Další autor zabývající se pastorační mladé generace M. Altrichter uvádí, že vedení mládeže je mnohem více duchovním doprovázením, u kterého je třeba zohlednit 3 rozhodující aspekty – a to:

- Místo setkávání
- Osoba a potřeby doprovázeného
- Osoba doprovázejícího

„Duchovní doprovázení mladého člověka je pilířem pro setkávání doprovázejícího a toho, kdo chce k němu přijít, aby se mohla odhalovat Boží přítomnost ve výkyvech lidského hledání. Výrazem doprovázení rozumím dvojí: stát pospolu v upřímném hovoru s někým, kdo kráčí za autentickými hodnotami duchovního života...“⁸³ autor stejně jako Ambros zmiňuje důležitost osobního doprovázení, opět tedy důležitost srozumitelné a vzájemné komunikace, ale přidává také kontext místní církve a zapojení doprovázeného do církevního života. Důležitá je podle něj i výměna zkušeností studentů s jinými

⁸¹ Papež František na tiskové konferenci při návratu ze Svaté země.

⁸² AMBROS, P. Pastorační mladých. Olomouc: Centra Aletti, 2016, s. 84-91.

⁸³ ALTRICHTER, M. Duchovní doprovázení mladého člověka [cit. 16.8.2016], in Teologické texty; dostupné na: <https://www.teologicketexty.cz/casopis/-/Duchovni-doprovazeni-mladeho-cloveka.html>

studentskými centry v místní církvi i v zahraničí a možnost vzájemné kooperace jak napříč jednotlivými teologickými fakultami v ČR, tak i ve světě.“⁸⁴

Jan Balík podotýká, že pokud chce místní církev správně pečovat o mladou generaci, pak je třeba na společná setkání vedle přípravy důležitých etických a teologických témat přijít také s odpovídající představou, jak takovou skupinu vést a jakým způsobem jí tato témata komunikovat. Jeho sborníky témat k diskuzi a společnému prožívání „Pojď a následuj mě I. a II.“ obsahují všechny potřebné kroky k vedení, diskuzi a následnému praktické aplikaci nejen pro vedoucího skupiny, ale i pro každého člena skupiny. Prvním krokem je studium tématu z Písma, dalším je přiblížení tématu prostřednictvím příběhů ze života. Třetím krokem jsou vyzkoušené inspirace s návrhy, jak téma předat studijní skupině. Posledním krokem je návrh doplňující četby.⁸⁵ I když ne všechny autorovy návrhy jsou aplikovatelné v evangelikálním prostředí, přesto společným rysem těchto publikací je jejich vysoká praktičnost, uvědomění si důležitosti způsobu komunikace závažných témat a zaměřenost na problematiku, kterou generace Z vnímá jako zásadní.

⁸⁴ ALTRICHTER, M. Duchovní doprovázení mladého člověka [cit. 16.8.2016], in Teologické texty; dostupné na: <https://www.teologicketexty.cz/casopis/-/Duchovni-doprovazeni-mladeho-cloveka.html>.

⁸⁵ BALÍK, J. Pojď a následuj mě I, Praha: Paulínky, 2017. 159 s. ISBN: 978-80-7450-256-9., BALÍK, J. Pojď a následuj mě II, Praha: Paulínky, 2017. 198 s. ISBN: 978-80-7450-257-6.

3.3 Specifikace důležitých duchovních a etických témat, která generaci Z zajímají

U příslušníků generace Z vidíme sice ústup od religiozity, ale stále se u nich projevuje velký zájem o duchovno,⁸⁶ nejlépe bez návštěvy nějaké instituce, kdy preferují individuálně prožívanou, vlastním způsobem zpracovanou, víru. Nestojí o klasické bohoslužby, kde se od nich vyžaduje pouze pasivní přístup bez možnosti aktivního zapojení.⁸⁷ Přesto pro ně jsou některá duchovní a etická témata velmi důležitá. Většinou ale nevědí, jak je uchopit, neboť na rozdíl od předchozích generací nemají zájem o dějiny a díky přechodu do virtuálního světa také přestali číst knihy a jejich zaměření je velmi materiální. Orientaci v důležitosti témat také nenapomáhá všudypřítomný vliv médií.

Dle nejnovějšího výzkumu, který proběhl pod záštitou KAM, z.s. v listopadu 2022 mezi středoškolskými studenty, jsou jejich nejdůležitějšími hodnotami: rodinné bezpečí, věrnost, odpovědnost a poctivost, sociální spravedlnost, sebekázeň. Studie popisuje, že téměř polovina respondentů vnímá nepřehlednost a relativizaci morálních pravidel v pozdně-moderní společnosti.

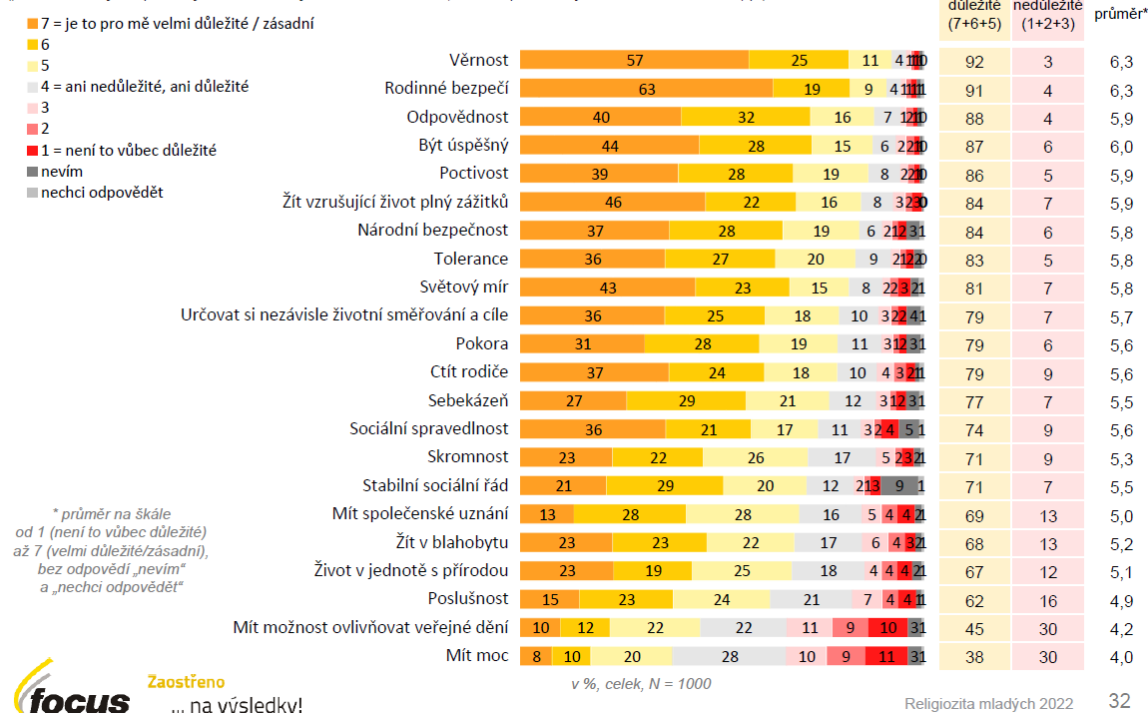
⁸⁶ Seven questions we're asking about Gen Z. [cit. 2022-10-05]. Dostupné online na: <https://static.feed.bible/uploads/2020/06/Feed-7-Questions-Gen-Z.pdf>

⁸⁷ Anketa Mládeže 2021 – Jak se daří českým mládežím v církvi. [cit. 2022-12-07]. Dostupné online na: <https://docs.google.com/presentation/d/1uekVFz5cdRUuFYhz7nnLGJ9neltaFsxQ/edit#slide=id.p1>

Důležitost vybraných životních hodnot



„Jak důležité jsou pro tvůj život následující životní možnosti, životní podmínky a lidské vlastnosti?“ (q3)



Obrázek 2: Důležitost vybraných životních hodnot generace Z

Více než polovina respondentů se snaží hledat životní smysl a podobná část prožívá svůj život jako šťastný. Je zajímavé, že pouze v jediné sledované skupině byl zjištěn více než dvoutřetinový podíl respondentů šťastných – a to byla skupina středoškoláků s největším IR (indexem religiozity). Dalším významným zjištěním bylo, že ve srovnání s výzkumem, který proběhl v roce 2011 deklarovalo životní štěstí o téměř 20 procent středoškoláků méně na rozdíl od prožívání životního smyslu, kde k takové změně nedošlo. Vysvětlení může být dle studie i v tom, že „proces hledání životního smyslu má povahu antropologické konstanty, která nepodléhá natolik aktuálním společenským změnám, jako je tomu v případě pocitu životního štěstí, který také více odráží aktuální individuální a rodinnou situaci dospívajících“.⁸⁸ V porovnání s rokem 2011 došlo také k mírnému zvětšení skupiny středoškoláků, která nejen, že nikdy nečetla Bibli, ale ani o to nejví zájem.⁸⁹

⁸⁸ Křesťanská akademie mladých, z.s., *Religiozita mladých: Závěrečná zpráva ze sociologického výzkumu mezi středoškolskými studenty v ČR*, Focus Marketing & Research, Listopad 2022, s.18.

⁸⁹ Tamtéž, s. 21-22.

Z rozhovorů následujících po přednáškách, které realizuje KAM ve školách, nicméně vyplývá, že pokud je generaci Z dobře vysvětleno etické nebo duchovní téma, jsou připraveni vnímat je jako důležité. Tyto přednášky se zaměřují v posledních letech zejména na křesťanské a etické hodnoty, které přináší učení J. A. Komenského a J. Husa.⁹⁰ Poměrně překvapivé bylo zjištění, že tyto jejich duchovní a etické hodnoty byli studenti ochotni akceptovat a v diskuzích pak poukazovali na to, že by o nich chtěli vědět více a hlouběji.⁹¹ Na některá z témat, zejména duchovně-etická, se zaměřují i ostatní služby, například Quest. Tato vysoce interaktivní služba pomáhá účastníkům lépe nahlížet etická i duchovní témata tak, že jako přímí účastníci příběhu dostanou možnost vyzkoušet si určité krajní situace, kde je nutné zaujmout jasné stanovisko.⁹² Z nejnovějšího průzkumu mezi mládeží také vyplynulo, že témata, která za určitých podmínek generace Z vnímá jako důležitá, jsou velmi podobná těm, která nejčastěji sdílí mezi sebou lidé na mládežích a při sdílení evangelia na ně poměrně často naráží. Jde především o témata: lásky k bližnímu, ochranu rodiny, čestnost, pravdivost, důvěru, solidaritu, víru v Boha⁹³, která nacházíme právě v životních hodnotách Jana Husa a Jana Ámose Komenského. Etické a evangelizační programy KAM, z.s. tato témata otevírají jako pravidelnou součást rozhovorů, při kterých se komunikují etická a duchovní témata a samozřejmě jsou také součástí komunikace evangelia.

3.4 Důležité životní hodnoty podle J. Husa a J. A. Komenského

Základními životními hodnotami Jana Husa byly: Víra, Pravda, Čistota duše, Svoboda, Důstojnost, Odvaha, Úcta, Pokora, Opuštění, Radost, Lásky, Věčnost.⁹⁴

Víra: „*Víra znamená spolehnout se na pravdu, pro kterou nemáš viditelný důkaz*“⁹⁵

Pravda: „*Nejmilejší, žijte podle poznané pravdy, která vítězí nade vším a mocná je až navěky*.“⁹⁶

Čistota duše: „*Važ si důstojnosti své duše a udržuj ji v čistotě*.“⁹⁷

⁹⁰ KOMENSKÝ 2020 – webová interaktivní kniha. [cit. 2022-10-13]. Dostupné online na:

<https://www.komensky2020.cz/kniha/>

⁹¹ KOMENSKÝ, J.A. Příběhy lidskosti – akce Měníme svět k lepšímu. [cit. 2022-10-13]. Dostupné online na: <https://www.youtube.com/watch?v=j7XAshB2h7c>

⁹² QUEST (KAM, z.s.). [cit. 2022-10-13]. Dostupné online na: <https://kam.cz/quest/>

⁹³ Křesťanská akademie mladých, z.s., *Religiozita mladých: Závěrečná zpráva ze sociologického výzkumu mezi středoškolskými studenty v ČR*, Focus Marketing & Research, Listopad 2022. s.19.

⁹⁴ Dostupné online: <https://duchovnidictvi.cz/2020/06/14/hus-jak-ho-neznate-pro-ss/>

⁹⁵ HUS, Jan. *Výklad víry*, kap. 32. In Opera Omnia. 1. vyd., sv. I. Praha: Academia, 1975. s. 65.

⁹⁶ Tamtéž, s. 69.

Svoboda: „*Poznáte pravdu, a pravda vás osvobodí.*“⁹⁸

Důstojnost: „*Skutečně téměř celý svět se zde mylí, když si váží více toho, kdo je bohatý než toho, kdo je pokorný a chudý. Bůh tak nejedná, on nedělá rozdílu mezi lidmi.*“⁹⁹

Odvaha: „*Vítězí ten, kdo bývá poražen, protože jemu neškodí žádné nepřátelství, pokud ho neovládá žádné zlo.*“¹⁰⁰

Úcta: „*Když si vážíme lidí pro to, co mají, nevážíme si jich pro to, kým jsou.*“¹⁰¹

Pokora: „*Držte se pokory, protože ona sama povyšuje.*“¹⁰²

Odpuštění: „*Mírumilovný je ten, kdo žádá odpuštění pro toho, kdo mu škodí.*“¹⁰³

Radost: „*Kdo se bojí smrti, ztrácí radosti života*“¹⁰⁴

Láska: „*Milovat někoho znamená správným způsobem usilovat o jeho dobro.*“¹⁰⁵

Věčnost: „*Život věčný je nekonečné štěstí, které spočívá v poznání Boha.*“¹⁰⁶

J. A. Komenský vytyčuje v díle *Velká didaktika* jako základní ctnosti tyto:

Moudrost, Umírněnost, Statečnost, Spravedlnost. U definování Moudrosti se opírá o Vivese a jeho „*Uvedení v moudrosti*“: „*...nepokažený úsudek o věcích, nehonění se za věcmi cennými či bezcennými, abychom nehaněli, co zasluhuje chválu, a nechválili, co zasluhuje hanu, Neboť odsud vzniká každé poblouznění a neřest v lidské mysli a nic není v lidském životě zhoubnějšího než ono zvrácení úsudku, když se nepřikládá věcem pravá cena*“ Umírněnost v pojetí Komenského znamená učiti mládež chovati se dle pravidla „*Všeho s měrou! a tak docilovati zastavení se ještě před přesycením a zošklivením*“. Nabádá zde ke zdrženlivosti v jídle, pití, spánku i bdění, řečnění i mlčenlivosti. Statečností Komenský rozumí jako schopnosti „*sebepřemáhání, krocení choutek, držení netrpělivosti, reptání a hněvu na uzdě, zvykání si konati s rozumem, nikoliv s vášní*“. Spravedlností

⁹⁷ HUS, Jan. *Dcerka*, kap. 7. 2. vyd. Praha: Kalich, 1995. s. 54.

⁹⁸ HUS, Jan. *Výklad víry*, kap. 5. In *Opera Omnia*. 1. vyd., sv. I. Praha: Academia, 1975, s. 68.

⁹⁹ HUS, Jan. *Postilla, Vyloženie svatých čtení nedělních, čtení 54*. 1. vyd. Praha: Komenského evangelická fakulta bohoslovecká, 1952. s. 419–420.

¹⁰⁰ HUS, Jan. *List Mistru Janovi Kardinálovi z Rejštejna roku 1413*. In: *Listy dvou Janů*. 1. vyd. Praha: ELK, 1949. s. 83.

¹⁰¹ HUS, Jan. *Postilla, Vyloženie svatých čtení nedělních, čtení 54*. Praha: Komenského evangelická fakulta bohoslovecká, 1952. s. 419.

¹⁰² HUS, Jan. *Listy*, vyd. Mareš, č. 12. In ŽILKA Fr. *Vzkazy věrným Čechům*. 1. vyd. Praha: Kalich, 1938, s. 75.

¹⁰³ HUS, Jan. *Kázání 11. 12. 1410*. In *Betlémské poselství*. 1. vyd., sv. II. Z latiny přeložila Anna Císařová-Kolářová. Praha: Jan Laichter, 1947. s. 11.

¹⁰⁴ HUS, Jan. *List Mistru Janu Kardinálovi z Rejštejna 1413*. In *Listy dvou Janů*. 1. vyd. Praha: ELK, 1949. s. 83.

¹⁰⁵ HUS, Jan. *Výklad víry*, kap. 32. In *Opera Omnia*. 1. vyd., sv. I. Praha: Academia, 1975. s. 126.

¹⁰⁶ HUS, Jan. *Kázání 30. 11. 1410*, In *Betlémské poselství*. 1. vyd., sv. I. Z latiny přeložila Anna Císařová-Kolářová. Praha: Jan Laichter, 1947. s. 95.

nazývá autor umění naučit se „*nikomu neubližovat, každému dávat co jeho je, varovat se lži a lsti, chovat se úslužně a mile*“.¹⁰⁷

Odkaz J. A. Komenského:

„*Na prvním místě ti, český národe, odkazuji a odevzdávám lásku k Boží pravdě, kterou ti svým životem ukázal Mistr Jan Hus.*“¹⁰⁸

3.5 Jak a čemu věří generace Z

Kromě průzkumů, které KAM, z. s. provádí na středních a vysokých školách mezi příslušníky generace Z, byl také v letních měsících roku 2021 uskutečněn průzkum mezi 112 mládežemi napříč evangelikálními denominacemi v Česku. Průzkum vznikl ve spolupráci odborů mládeži Apoštolské církve (AC), Církve bratrské (CB), Slezské církve evangelické a. v. (SCEAV), Církve Křesťanská společenství (KS) a mládežnické organizace Křesťanská akademie mladých (KAM). Tento průzkum měl za cíl kromě stavu a vnímání víry mladých lidí popsat i dění a potřeby příslušníků generace Z v jednotlivých mládežích. Bylo dotázáno kolem 1900 mládežníků a obsah ankety byl rozdělen do následujících kapitol:

- složení a fungování mládeže (mládežnická setkání),
- role vedoucího mládeže,
- vyučování/vzdělávání, evangelizace, duchovní život, učenictví a péče,
- vztah/spolupráce mezi vedením sboru a vedoucím mládeže.¹⁰⁹

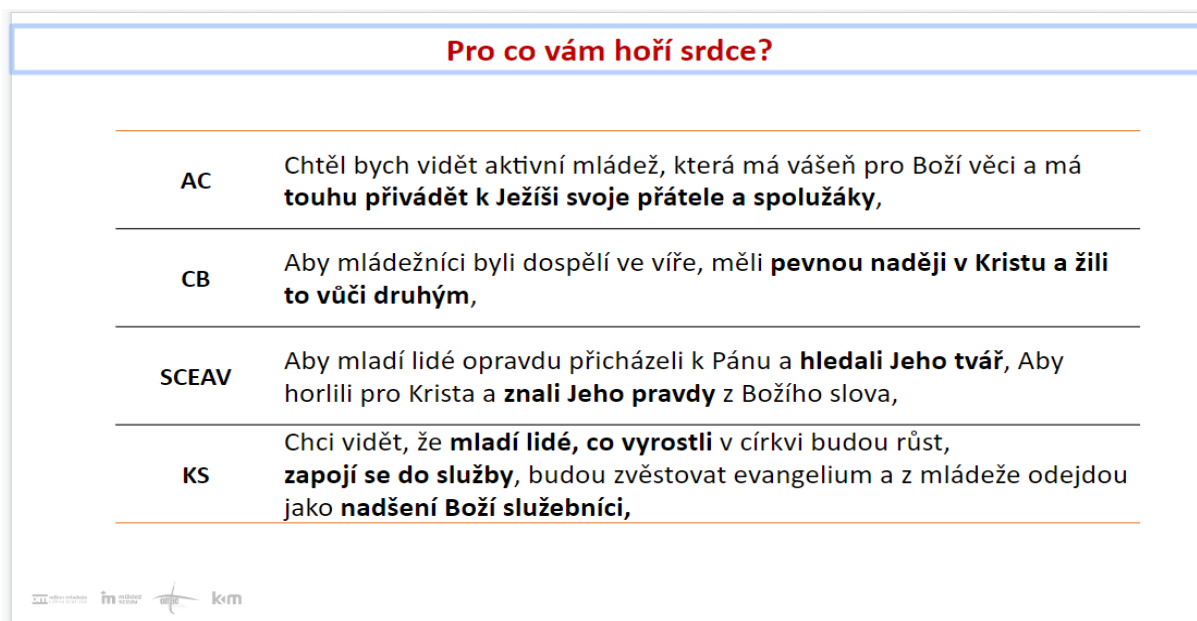
Jednalo se o pokus takto průběžně mapovat uvedená témata a vzhledem k dobrému výsledku se vedení KAM ve spolupráci s církvemi rozhodlo, že v budoucnu se bude tento průzkum pravidelně opakovat.

¹⁰⁷ KOMENSKÝ, J.A. *Velká Didaktika, III. vydání*. Brno:Komenium1948. s. 177 – 180.

¹⁰⁸ KOMENSKÝ, J.A. *Kšaft umírající matky Jednoty bratrské*.

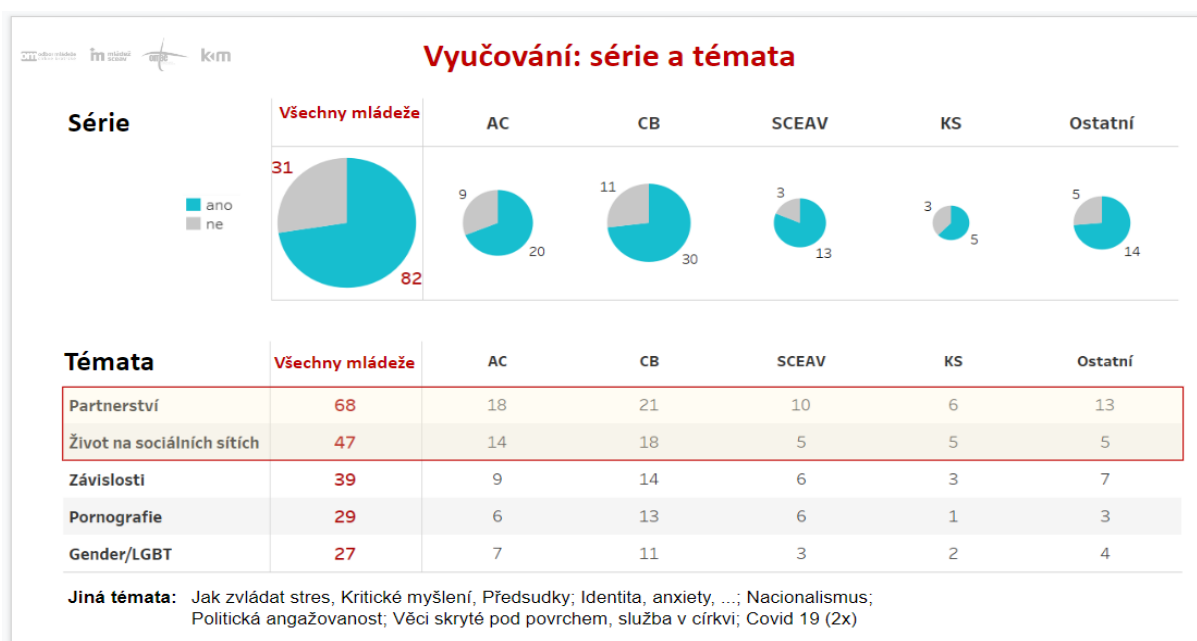
¹⁰⁹ Anketa Mládeže 2021 – Jak se daří českým mládežím v církvi. [cit. 2022-11-07]. Dostupné online na: <https://docs.google.com/presentation/d/1uekVFz5cdRUuFYhz7nnLGJ9neltaFsxQ/edit#slide=id.p1>

Zde jsou vidět nejdůležitější témata, která mezi dnešní křesťanskou mládeží rezonují – křesťané z generace Z chtějí vidět své přátele a spolužáky přicházet do místní církve, zapojit se do služby a zůstat v pevné naději vůči Kristu.



Obrázek 3: Pro co vám hoří srdce?

Z následující tabulky je zřejmé, že si křesťanská generace Z velmi dobře uvědomuje, kde jsou její největší slabiny a snaží se je řešit probíráním souvisejících témat. „Partnerství“ a „Život na sociálních sítích“ jsou z hlediska komunikace opravdu jedny z nejdůležitějších.



Obrázek 4: Témata, která se nejvíce probírají na mládežích

Výzkum religiozity mládeže, který proběhl v listopadu 2022, potvrdil předcházející výzkum v tendenci kritického postoje generace Z nikoli k teologickým a etickým tématům, ale v postoji k církvi jako instituci. Církev je podle tohoto průzkumu nedůvěryhodná kvůli svým sexuálním skandálům a také kvůli tomu, že učí pravidlům, které samy nejsou ochotné dodržovat. Kritický postoj k církvi má 85 % respondentů včetně těch, kteří do některé místní církve patří.¹¹⁰

Z dalších výzkumů a rozhovorů se studenty také vyplývá, že pokud nedojde ke změnám v komunikaci evangelia a nastavení adekvátní další péče těm, kteří do církve přicházejí, bude tato generace zřejmě poslední religiózní generací, ne proto, že by měla negativní zkušenosti, ale z toho důvodu, že u nich panuje nezájem o církevní společenství a pocit, že církev není relevantní jejich praktickému životu a nemá jim do něj čím kvalitativně přispět.¹¹¹ I když se někteří identifikují jako věřící, snaží se transformovat svoji religiozitu tím, že zavrhnou tradiční institucionální církevní forem ve prospěch individualizované spirituality. Sami se rozhodují, jak bude vypadat jejich náboženská víra a praktiky, volí si vlastní doktríny, které jim vyhovují a kombinují je podle své osobní potřeby a vlastního zájmu s cílem uspokojit své vlastní potřeby. Nejde tedy o službu Bohu, nýbrž sobě, prostřednictvím nástrojů seberozvoje a toho, co vnímají jako prospěšnou aktivitu pro podporu jejich vlastního života.¹¹² Tyto aspekty by měly být v práci s mládeží a v komunikaci duchovních témat akceptovány a aktivity, které mají za cíl jejich podporu, by měly z tohoto nastavení vycházet.

¹¹⁰ Křesťanská akademie mladých, z.s., *Religiozita mladých: Závěrečná zpráva ze sociologického výzkumu mezi středoškolskými studenty v ČR*, Focus Marketing & Research, Listopad 2022.

¹¹¹ Dostupné online na: <https://static.feed.bible/uploads/2020/06/Feed-7-Questions-Gen-Z.pdf>. [cit. 2022-10-13]

¹¹² LANDOVÁ, T. *What Does Generation Z Believe? The Religiosity and Spirituality of Contemporary Czech Youth in Practical-Theological Reflection*. In: *Journal of Youth and Theology* (2022) 1–25 | 10.1163/24055093-bja10041.s. 10-12.

4 Případová studie – Křesťanská akademie mladých, z.s.

4.1 Představení KAM – Křesťanská akademie mladých, z.s.

„Křesťanská akademie mladých, z.s. (KAM) je nezisková organizace zaměřená na práci s mládeží v rámci celé České republiky. Působí zde od roku 1997 a za hlavní cíl si klade připravovat, inspirovat, trénovat a školit mladé vedoucí v církevním prostředí. Tento záměr je realizován v úzké spolupráci s církevními institucemi prostřednictvím široké nabídky programů a aktivit. Jakožto certifikovaná organizace pro poskytování všeobecné primární prevence pracuje také na základních a středních školách.

Počátky vzniku Křesťanské akademie mladých (KAM) sahají do roku 1990, tedy čerstvě po Sametové revoluci, která otevřela dveře novým možnostem na území České republiky. Pořádaly se zde první anglické letní a víkendové pobyty a v souvislosti s nimi také vznikaly úzké kontakty s různými misionáři a pracovníky s mládeží ze západních zemí. V listopadu 1993 se do České republiky přestěhoval Dave Patty, který byl součástí rodící se americké organizace Josiah Venture (JV). Jeho první misijní počínání vzniklo v Havířově. Současně se programy pro mládež začaly rozvíjet také v Ostravě. Do roku 1997 se uspořádalo 11 anglických letních kempů. V návaznosti na tento nárůst vznikla Škola vedoucích mládeží a Pracovní dny týmů zaměřené na podporu a trénink pracovníků s mládeží. Dne 2. srpna 1997 byl KAM oficiálně zaregistrován jako občanské sdružení zastřešující tuto práci.“¹¹³. Potřeba zázemí k podpoře těchto aktivit vedla k zakoupení rekreačního střediska v Malenovicích u Frýdlantu nad Ostravicí, kde byly přistavěny moderní roubenky a které bylo následně celé přestavěno a zmodernizováno tak, aby mohlo být i nadále být místem, kde se bude odehrávat značná část společných programů a setkání, i když bude účastníků těchto setkání každým rokem přibývat.¹¹⁴

KAM je také členskou organizací původně americké společnosti Josiah Venture, která se v průběhu let rozrostla do mezinárodního seskupení shromažďujícího křesťanské organizace zaměřující se na službu mladým lidem. V současné době již tato skupina působí v 16 zemích střední a východní Evropy.

¹¹³ Dostupné online na: <https://kam.cz/> [cit. 2022-10-13].

¹¹⁴ Dostupné online na: <https://www.malenovice.com/> [cit. 2022-10-13]

KAM usiluje o to, aby se mezi mladými lidmi nejen v České Republice realizovala tato vize: „*Chceme vidět Bohem způsobené hnutí mezi mladými lidmi, kteří najdou svůj domov v církvi a proměňují společnost*“. K naplnění této vize napomáhá poslání KAM, kterým je: „*Připravit mladé vedoucí k naplnění Kristova poslání skrze místní církve*“¹¹⁵ K uskutečnění výše uvedeného se KAM snaží realizovat aktivity v těchto pěti oblastech:

- Evangelizační programy
- Programy pro vedoucí mládeže
- Programy pro vedoucí církve
- Programy pro křesťanské učitele a lektory
- Školní etické, výchovné a primárně-preventivní programy

Všechny tyto programy jsou v první řadě přizpůsobeny nárokům generace Z, která v posledních letech tvoří největší část jejich účastníků většiny programů. Výjimku tvoří programy pro křesťanské učitele, nicméně cílovou skupinou, pro kterou jsou tyto učitelé připravováni, tvoří opět z velké části generace Z.

4.1.1 Evangelizační programy

Tyto programy jsou určeny mladým lidem, kteří hledají způsoby, jak najít komunitu, která by naplňovala jejich touhu po Bohu a zároveň těm, kteří chtějí otevřít svou mládežnickou komunitu novým lidem, tak, aby se zapojilo v těchto skupinách co nejvíce dalších mladých lidí. V návaznosti na průzkumy mezi generací Z se neustále inovují způsoby, jak lépe a srozumitelněji této generaci Z komunikovat evangelium, ať už pomocí přednášek, podcastů, podpory skupin v rámci místní církve, tak pomocí osobních vztahů.

EXIT Tour

EXIT Tour je několikadenní akce, která probíhá zejména na středních školách, kdy jsou základní etické přednášky následovány návaznými aktivitami, na kterých se už podílí místní církve a mládeže. Jde např. o odpolední workshopy, koncerty, afterpárty a další teambuildingové párty. KAM v rámci tohoto projektu zprostředkovává kontakt se školami (zejména SŠ a druhý stupeň ZŠ). Základem je dopolední vyučování zajišťující profesionální interaktivní vzdělávací program, který zároveň pomáhá středním školám

¹¹⁵ Dostupné online na: <https://kam.cz/> [cit. 2022-10-13].

naplnit požadavky Ministerstva školství pro účely Minimálního preventivního programu. Návazné akce poté připravuje tým církevního společenství, které se na průběhu akce vždy aktivně podílí nejprve společnou organizací a poté právě organizací veškerých doprovodných aktivit. Tyto aktivity už probíhají mimo školy a jsou zaměřeny zejména na budování vzájemných vztahů místní mládeže se studenty. První Exit Tour se uskutečnil v ČR v roce 2008 a mohl navázat na myšlenky pravidelně vysílaného televizního pořadu pro mládež EXIT 316 a EXIT 316 - Mise¹¹⁶, Tyto materiály byly vyrobeny za účasti KAM a byly dlouhou dobu používány nejen v programech EXIT. Do současné doby bylo v rámci programu EXIT navštíveno přes 300 škol ve více než 60 českých městech, a mnoho dalších na Slovensku, Ukrajině, v Polsku, Estonsku, Rumunsku a ve Slovinsku.¹¹⁷

Fusion

Fusion v současné době funguje na 12 místech v ČR a na více než 40 místech Evropy. Fusion jsou moderní pěvecké sbory, kde dostanou mladí lidé ohromný prostor k seberealizaci. Během několika týdnů mají možnost se naučit kromě umění sborového zpěvu i jednoduchému doprovodu na různé hudební nástroje. Mladí lidé, kteří nikdy nehráli na žádný hudební nástroj, jsou v krátké době schopni doprovodit pěvecký sbor například na basovou kytaru, či klávesy. Navíc v tomto prostředí získávají kromě nových znalostí také možnost učit se vzájemné zodpovědnosti, komunikaci a budování reálných „offline“ vztahů. Kromě zpěvu a hry na různé hudební nástroje si mohou také zkusit např. dirigování, divadlo, tanec a další. Všechno, co se naučí na zkouškách, mají možnost prezentovat na veřejných koncertech, které KAM pomáhá organizovat. V posledních letech se do programu přidávají další akce, jako např. víkendová soustředění a letní společné hudební kempy¹¹⁸, kde se může místní mládež setkat s ostatními mládežemi. Mohou si takto vyměnit vzájemně zkušenosti i povzbuzení a nacházejí zde další prostor ke vzájemnému poznávání a komunikaci evangelia i sdílení dalších důležitých témat, na která možná v průběhu běžného roku není tolik času.¹¹⁹

¹¹⁶ Dostupné online na: <http://www.exit316.cz/manualy>, <http://www.exittour.cz/exit316-1#exit316> [cit. 2022-10-13].

¹¹⁷ Dostupné online na: <http://www.exittour.cz/> [cit. 2022-10-13].

¹¹⁸ Dostupné online na: <https://www.instagram.com/campfusion/?hl=cs> [cit. 2022-10-13].

¹¹⁹ Dostupné online na: <https://cz.fusionjv.eu/> [cit. 2022-10-13].

V tomto programu hraje hlavní roli sdílení a tvorba křesťanské spolu s budováním otevřené komunity v mládežích. Cílí na mládeže, které jsou hudebně vybavené a chtějí prostřednictvím hudby sloužit jak uvnitř církve, tak i evangelizačně směrem ven. Fusion přináší možnost navázat kontakt s mladými lidmi v blízkém okolí a budovat s nimi vztahy, je to zároveň aktivita, která má (např. na rozdíl od Campů) celoroční náplň a dosah. Pracovníci KAM jsou opět přítomni, průběžně předávají církevnímu společenství “know-how” programu a pomáhají s jeho implementací do jednotlivých církevních hudebních těles se zřetelem na různorodost skupin, které mají o tento program zájem. Zároveň pomáhají s tréninkem týmu vedoucích a jsou pro vedoucí oporou, povzbuzením a doprovodem v jejich službě.

EDGE Sports

Tento program je kontaktní službou určenou mládežím, ve kterých jejich členové preferují skupinový sport (zde jde zejména o sportovní aktivitu „Ultimate frisbee“), ale současně také chtějí kromě sdílení společných sportovních zážitků dostat možnost navázat nová přátelství. V Edge se kromě radosti z pohybu a intenzivního sportovního zážitku mládežím dostane i možnost se současně učit zdravým životním hodnotám, jako jsou vytrvalost, férovost, víra, týmovost apod. Nové vztahy je možné budovat při tréninku, na soustředěních, společných turnajích i prostřednictvím ostatních společných aktivit. Je to další nástroj, který může pomoci nejen upevnit komunitu v místní mládeži, ale také ji otevřít dalším mladým lidem. Stejně jako u ostatních služeb zde pracovníci KAM poskytují potřebnou podporu nejen při založení a vedení klubu, ale jsou schopni nabídnout také mentorskou podporu vedoucím a trenérům.¹²⁰ V období Covidu se kromě kontaktní služby implementovala i sekce „Edge Gaming“, která se snaží o kontaktování gamerů a touto cestou je přitahuje do společenství těch, kteří se kromě hraní online her také setkávají osobně.¹²¹

CAMPY s angličtinou

Kemp je nejstarší evangelizační aktivitou, která funguje již stabilně již od revoluce a je stále příležitostí pro růst jakékoli mládeže. Vzhledem k tomu, že jednou z podpor kempů je

¹²⁰ Dostupné online na: <https://kam.cz/nabizime/edge/> [cit. 2022-10-13].

¹²¹ Dostupné online na: <https://www.facebook.com/edgegamingcze/> [cit. 2022-10-13].

také velké zázemí pracovníků KAM a JV z celého světa, není kladen na organizátory tak velký tlak ohledně zabezpečení provozu. Zvláště začínající vedoucí a mládeže mají možnost zažít, jak i malé zodpovědnosti při organizaci kempu mohou postupně přerůst v touhu zapojit se i do celoroční služby v mládeži. Současně kempy představují příležitost motivovat mládežníky, aby se nebáli zvat své spolužáky do komunity mládeže a sdílet s nimi své životní hodnoty a víru. KAM zde opět poskytuje kromě zázemí svých zkušených pracovníků také pomoc s organizací sportovního, hudebního a dalšího doprovodného programu a zároveň je jak poskytovatelem praktické pomoci s přípravami (know-how, materiály, tréninky), tak garantem duchovního doprovázení celého týmu.

Účastníci kempu mají možnost poznat angličtinu prostřednictvím rodilých mluvčích, kemp je plný zábavných aktivit a díky společně strávenému týdnu se mohou také seznámit s novými přáteli. Angličtina se na kempech učí neformálně a přirozeně – skrze rozhovory, videa a písničky. Díky dlouhodobé existenci disponují campy velkým množstvím osvědčených podkladů a materiálů, kromě toho jsou tu také lektoři, kteří jsou dobře vyškoleni v jejich používání, protože jde většinou o lektory, kteří se do campů každoročně vrací. Anglická skupinka se sice pro účastníky stane partou na celý týden, ale s ostatními členy celého english campu se všichni společně setkávají při sportech nebo jiné zábavě, kdy jsou k dispozici vyrábění různých maličkostí nebo třeba deskové hry. Večerní program vždy obsahuje také diskuzi, jejímž cílem není jen procvičení angličtiny, neboť témata jsou volena tak, aby vedla k zamyšlení a měla křesťanský a etický rozměr. Příkladem může být téma odpuštění, bolesti, lásky, přátelství, životního štěstí apod. Témata se pak opakují v rozhovorech nejen ve skupinách, ale následně pak může diskuze pokračovat po skončení programu v následném volnu, kdy už nejde o angličtinu, ale o hluboké osobní rozhovory. Cílem je pomoci mladým lidem se otevřít a společně hledat odpovědi na otázky, které je v jejich životech obzvláště trápí.¹²²

QUEST – Zážitky a kreativita v Božích službách

Nejnovějším a také nejvíce interaktivním programem je Quest. Původně vznikl z touhy přinést fenomén LARP (z angl. Live Action Role Play), který je mezi mladými lidmi v současné době čím dál oblíbenější, do křesťanského prostředí a využít úžasný potenciál, který tato aktivita může mít, aby pomohl mladým lidem nejen vyjádřit své pocity a

¹²² Dostupné online na: <http://www.englishcampy.cz/> [cit. 2022-10-13].

postřehy, ale učit je i to, jak naslouchat, tzn. prohloubit možnosti komunikace. Quest jsou zážitkové a kreativní kluby, které využívají zážitky nejen jako kontaktní akci, ale současně jako způsob, jak zasáhnout lidská srdce. Kromě hraní rolí využívají i další prvky jako divadlo, psychologické aktivity, storytelling, arte a další kreativní činnosti.¹²³

Quest má charakter kontaktní, ale i inspirační služby umožňující církvím navazovat a budovat s novými lidmi dlouhodobé vztahy založené na společných silných zážitcích následovaných přirozenou diskuzí. Inspiračním aspektem se rozumí duchovní přesah v rámci témat pro hry nebo diskuze, v rámci osobních rozhovorů, reflexí na hry apod. Důležitou součástí programu je také to, že ho lze v obměnách pravidelně využívat, což z něj činí výborný nástroj pro komunikaci i pro příslušníky generace Z¹²⁴. Tyto typy zážitků jsou odpovědí na poptávku mladé společnosti po zážitcích a vztazích a mohou být nejen významným doplňkem stávajících aktivit pro místní církve, ale také samostatnou službou místní církve nebo mládeže, která chce být své generaci přínosem zejména v problematice komunikace a jejího uchopení.

„*Neboť zážitky:*

- *sblíží lidi neskutečným způsobem – po dobré akci mají lidé pocit, že se znají celé měsíce*
- *otevírají dveře pro diskuzi o hlubších tématech života a víry – vzbuzují v lidech otázky a touhu hledat pravdu*
- *jsou multigenerační – dokážou sblížit lidi různého věku“¹²⁵*

Stejně jako u ostatních programů jsou pracovníci KAM připraveni pomoci nastartovat mládeži nebo místní církvi pravidelný klub, zajistit trénink týmu (tvorba her v rolích, základy zážitkové pedagogiky – práce se skupinou, uvádění her a vedení reflexí), poskytnout balíček her a aktivit i průběžnou podporu nebo pomoci s organizací zážitkové víkendové akce. Výsledkem může být začátek setkávání skupiny, která se naučí komunikovat a může pak své poznatky a zkušenosti předávat dál svým vrstevníkům.¹²⁶

¹²³ Dostupné online na: <https://kam.cz/quest/> [cit. 2022-10-13].

¹²⁴ Dostupné online na: <https://sites.google.com/kam.cz/quest?pli=1> [cit. 2022-10-13].

¹²⁵ Dostupné online na: <https://kam.cz/quest/> [cit. 2022-10-13].

¹²⁶ Dostupné online na: <http://www.crex.eu/> [cit. 2022-10-13].

Mladí lidé, kteří prostřednictvím této služby přijdou do mládeže a následně se rozhodnou zůstat v místní církvi, mohou pak využít programy, které se zabývají další péčí o mládeže a jejich vedoucí.

4.1.2 Programy pro vedoucí mládeži a církve

Tyto programy jsou určeny nejen vedoucím, kteří hledají inspiraci pro své skupiny a chtějí přinášet neustále nové výzvy lidem, se kterými sdílí společnou skupinu mládeže, ale i těm, kteří bojují s vyhořením a mají pocit, že jejich služba přestala dávat smysl a kteří touží po tom, aby se do zodpovědnosti a práce v mládeži zapojilo co nejvíce dalších mladých lidí.¹²⁷

Duchovní služba s sebou vždy přináší radosti, ale také výzvy, na které člověk nemůže být sám. Zejména pokud jde o mladého člověka, který slouží velmi často jako vedoucí mládeže sám a není mu v některých případech poskytnuta / nabídnuta adekvátní pomoc, navíc, když sám nedokáže nutnost pomoci včas rozeznat a říct si o ni. V Křesťanské akademii mladých (KAM) jsou lidé, kteří disponují řadou zkušeností ve službě a jsou k dispozici k rozhovoru, modlitbě a hledání možností, jak rozvíjet nejen samotného vedoucího a jeho tým, ale také celou službu mládeži. Je zde k dispozici řada tréninků, materiálů¹²⁸ a programů, které mají napomoci vedoucím se rozvíjet ve své místní službě či otevřít se ostatním, kteří zápasí se stejnými těžkostmi. Role místního sboru je v podpoře vedoucích mládeži nezastupitelná, proto se KAM svými programy snaží přispět k této podpoře jako jeden ze zdrojů, kterým může vedení pomoci k rozvoji mladých vedoucích a služby mládeži vůbec.

Pro vedení církve, pod jejichž autoritou se služba mládeži odehrává a kterému leží na srdci, jak rozvinout práci s mládeží ve vlastním sboru, jak podpořit v této náročné službě své vedoucí a jak pomoci, aby mládež rostla vnitřně i navenek a v neposlední řadě také jak propojit mladou generaci v jednotlivých sborech s ostatními, nabízí programy, které jsou zároveň použitelné i pro vedoucí mládeži:

- osobní doprovázení, mentoring nebo koučing pro vedoucího mládeže se zaměřením na jeho osobní rozvoj a vytváření koncepce zdravé mládeže,

¹²⁷ Dostupné online na: <https://www.zdrojeprovedouci.cz/> [cit. 2022-10-13].

¹²⁸ Dostupné online na: <https://eshop.kam.cz/kategorie-produktu/materialy-ke-sluzbe/> [cit. 2022-10-13].

- tréninkové programy, konference apod. pro rozvoj vedoucího a dalších pracovníků s mládeží,
- vzdělávací materiály pro mladé lidi v různých fázích jejich duchovního rozvoje,
- evangelizační nástroje zaměřené na mladé lidi, včetně přípravy k jejich využití.

Kromě výše uvedených akcí jsou i pro vedoucí mládeže k dispozici dlouhodobé následující programy.

Music & Arts a Multicamp

V roce 2021 nově vznikla úspěšná platforma Music & Arts, které se podařilo spojit jak workshopy z angličtiny, tak také hudebníky a umělce. Ukázalo se, že takovéto multižánrové prostředí je mnohem barevnější a příznivější pro rozvoj vztahů a pocit větší pohody pro mladé lidi. Sjíždějí se sem lidé, které baví vytvářet větší projekty a jsou povzbuzováni k tomu, aby se spolu dále pravidelně scházeli a pokračovali v načaté práci. Opět je zde k dispozici velké množství odborníků, kteří jsou schopni nejen pomoci vedoucím mládeží v jejich odborném růstu, ale zejména je podpořit duchovně a pomoci jim učit se vzájemnému naslouchání a všem potřebným komunikačním prostředkům, které tato generace Z tak postrádá.

Po úspěchu výše uvedeného společného campu se KAM rozhodl otevřít takové akce i pro vyznavače sportů, takže následoval velmi dobře hodnocený Multicamp¹²⁹, kam se ke všem předchozím skupinám navíc přidali nejen hráči Ultimate Frisbee, který má ve svém programu službu Edge, ale došlo i na ostatní skupinové sporty. Je zřejmé, že toto je do budoucna cesta po které by se tyto typy programů mohly vydat, i když ve srovnání s ostatními kempy jde o mnohem větší skupiny. I zde se ale dají najít způsoby a možnosti, jak úspěšně učit osobní komunikaci a naslouchání ve dvojicích nebo malých skupinách.

ForMission

Studijní mezinárodní program ForMission nabízí mladým lidem, kteří se dále chtějí věnovat nejen vedení mládeží, ale do budoucna přemýšlejí i o tom, že by se plně zapojili

¹²⁹ Dostupné online na: <https://www.multicamp.cz/>; https://www.emsreg.eu/public_otm/events/11118/registrations/landing_page?group_id=9285 [cit. 2022-10-13].

do církevní služby, bakalářské teologické studium. Jde o 3leté studium, které probíhá na hotelu KAM v Malenovicích několikrát do roka. „*Tento akreditovaný britský program nabízí obor Teologie, misiologie a misijní služba. Cílem je vybavit studenty k hlubšímu a kontextualizovanému porozumění misie tak, aby mohli zároveň zůstat zapojeni v jejich místní službě. ForMission klade důraz na to, aby měl každý student podporu místního společenství a aby jej studium nevytrhlo ze služby. Zároveň nabízí inspirativní multikulturní prostředí, jelikož studium je určené pro vedoucí ze všech zemí střední a východní Evropy. V neposlední řadě je tento program unikátní v tom, že propojuje teoretické roviny teologie, biblistiky, historie se sociokulturní antropologií a misiologií. Nově nabyté znalosti pak student uvádí do praxe v rámci povinné stáže ve svém místním misijním kontextu.*“¹³⁰

Worship.ko – rozvoj vedoucích chval a jejich týmů k Boží slávě¹³¹

V týmu Worship.ka je účastníkům programu k dispozici kolektiv profesionálních hudebníků, kteří jsou ochotní pomoci vedoucích chval i celým sborovým skupinám působícím v místních církvích k tomu, aby se z nich mohli stát lepší hudebníci a také aby dokázali sami písně skládat, aranžovat a upravovat do formátů vhodných pro jejich církevní společenství. Tým připravuje a průběžně obnovuje program a zdroje, které chválicím skupinkám pomáhají také v duchovní i praktické rovině. Kolektiv Worship.ka se snaží investovat do vedoucích generace Z tak, aby ti, kteří se tohoto programu účastní, mohli být vedeni i do hlubšího vztahu s Kristem.¹³² Po dokončení studia #worship je možné pokračovat v online setkávání každé dva měsíce ke vzájemné inspiraci, sdílení, modlitbě, povzbuzení a ke hledání odpovědí na konkrétní otázky a výzvy, které v rámci chval vedoucí a jeho tým potkávají. Je také možnost setkávat se individuálně ke coachingu či mentoringu. Zároveň Worship.ko nabízí celé chválicí skupině čtyři denní workshopy, které se zaměřují na praktický rozvoj vedoucího chval a jeho týmu a jsou koncipované přímo pro jednotlivé týmy. Program kombinuje praktické i vyučovací části společně s časem uctívání a chval. V těchto lekcích se účastníci naučí základům hudební teorie, psaní nových písní, skládání hudby k nim, reharmonizace starých písní, hudební produkce včetně digitální, aranže písní, úlohy nástrojů, zpěv, vedení kapely atd. a připravuje se i workshop

¹³⁰ Dostupné online na: <https://kam.cz/nabizime/formission/> <https://formission.org.uk/> [cit. 2022-10-13].

¹³¹ Dostupné online na: <https://kam.cz/worshipko/> [cit. 2022-10-13].

¹³² KAUFILIN, B. #worship: o vedení chval a uctívání. Praha: Rosa Media 2021.

pro zvukaře, techniky, projekce, osvětlovače, a další členy hudebních týmů tak, aby mohl být celkový výsledek této společné práce komplexní a co nejvíce profesionální.

4.1.3 Programy pro křesťanské učitele a lektory

Křesťanská akademie mladých (KAM) podporuje křesťany i v jejich profesní roli učitele či lektora. Cílem těchto programů je kromě nabídky velkého množství projektů, které je možné ve školách používat (např. rozsáhlé projekty Staleté kořeny¹³³ a Komenský – příběh lidskosti¹³⁴), zejména pomoc a propojení učitelů a lektorů s možností se zapojit do programů určených pro ně samotné. Zde se učitelům nabízí zapojení do „Sítě křesťanských učitelů“ sdružující učitele a lektory nejen křesťanských škol¹³⁵ a dále také podporuje KAM pedagogy řadou vzdělávacích a podpůrných programů – např. „Daniel víkend/týden“, „Až po okraj“, „Konference Křesťan za katedrou“, „Večery pro učitele“ apod.¹³⁶

4.1.4 Programy pro školy

Programy realizované ve školách mají za úkol pomoci školám, učitelům a lektorům rozvíjet současnou generaci charakterově, eticky, pomoci jim nastavovat správný morální základ a podporovat je i v oblasti zdravých životních návyků. KAM je také organizací certifikovanou pro poskytování všeobecné primární prevence a spoluzakladatelem Etické výchovy, o.p.s., která vznikla na podporu zavádění etické výchovy do škol¹³⁷. Ve školách realizuje KAM ve spolupráci s Etickou výchovou, o.p.s. následující soubory programů:

- komplexní preventivní program „Úcta k Životu“ pro ZŠ a SŠ
- programy „Duchovní dědictví“ pro ZŠ a SŠ, které aktualizují morální, etické a duchovní hodnoty předchozích generací (Jan Hus, Komenský, Bible, Poselství křesťanských Vánoc, Poselství křesťanských Velikonoc, Staleté kořeny)

V těchto programech jsou veškeré podklady i přednášky koncipovány tak, aby nabízely studentům co největší prostor k zamýšlení se nad etickými problémy a následně mohly vést ke společným rozhovorům. Často se do programů zařazují i hry sloužící ke zlepšení komunikace a k tomu, aby se studenti mohli naučit lépe naslouchat i komunikovat. V některých případech

¹³³ Dostupné online na: <https://www.staletekoreny.cz/> [cit. 2022-10-13].

¹³⁴ Dostupné online na: <https://www.skolazivot.cz/komensky-pribehy-lidskosti/> [cit. 2022-10-13].

¹³⁵ Dostupné online na: <https://situcitelu.cz/akce/daniel-hnuti/> [cit. 2022-10-13].

¹³⁶ Dostupné online na: <https://www.skolazivot.cz/> [cit. 2022-10-13].

¹³⁷ Dostupné online na: <https://evops.cz/> [cit. 2022-10-13].

mají na konci přednášek studenti možnost poslechnout si osobní svědectví lektorů, kdy sdílejí své vlastní křesťanské zkušenosti a v případě zájmu dostanou prostor k rozhovoru o evangeliu.

4.2 Situace – problematická komunikace (nejen) evangelia příslušníkům Generace Z, které tyto programy slouží

S komunikačními problémy se setkávají pracovníci KAM v každé službě nebo aktivitě, kterou pro mladé lidi KAM realizuje, kromě programů, které mají evangelizační a duchovní náplň lze tento fenomén generace Z sledovat i ve školách v rámci přednášek a programů Školy pro Život a Etické výchovy. Zde se lektoři často sdílejí o tom, že v diskuzi, která je závěrečnou součástí každé přednášky, mladí lidé jako jeden z problémů nastiňují důležitost přátelství a vztahů, ale zároveň uvádějí, že jim dobrá a silná přátelství chybí a následně také přiznávají, že vůbec nevědí, jak je budovat. Dokonce v krátkém dotazníku, který následoval na střední škole po přednášce „Komenský – Příběhy lidskosti“, studenti uvedli, že pokud si mají vybrat ve vztazích mezi láskou a přátelstvím, pak překvapivě volí jako důležitější vztah právě přátelství. To znamená, že tato generace Z má skutečnou potřebu reálných a pravdivých vztahů, ale potřebuje pomoc zvnějšku k tomu, aby tuto potřebu dokázala naplnit.

Někteří účastníci rozhovorů se podělili o další poznatek: „*Když mluvím se svými přáteli, připadám si, že mi vůbec nenaslouchají, že jde v podstatě o dva míjející se monology*“¹³⁸. To o komunikaci generace Z naznačuje mnohé – zejména, že se tato generace nenaučila dostatečně naslouchat, což se liší od poslouchání, a také to, že má velký problém se soustředit natolik, aby se uměla/ chtěla vžít do situace svého komunikačního partnera.¹³⁹

Opravdová vzájemná komunikace totiž předpokládá jak zájem, tak získané postupy, jak tuto konverzaci vést. V případě generace Z může být problémem nedostatek obojího. Při popisu této generace se používá někdy také označení „I-generation“, které vzniklo díky preferenci používání technologií a zařízení iPhone, iMac, iPods a dalších produktů značky

¹³⁸ Studentka 3. ročníku SOŠ v Bohumíně na přednášce Etické výchovy.

¹³⁹ TRIPP, P. D., LANE T. S. *Relationships: A Mess Worth Making*. Greensboro, NC: New GrowthPress, 2006. s. 63-64.

Apple.¹⁴⁰ Ale vzhledem k tomu, jak tato generace vnímá sama sebe jako centrum a střed dění více než kterákoli jiná předchozí generace, se opravdu nabízí název „Já-generace“.

Což se shoduje s dalším významným problémem této generace. Její příslušníci jsou tak zaměřeni na vlastní problémy a prožitky a jejich neustálou rekapitulaci, plus mají zároveň potřebu odpovídajícím způsobem se prezentovat na sociálních sítích a dohledovat, zda příspěvky plní zadaný účel a mají dostatečné množství sledujících, že nejsou schopní zastavit se, vystoupit z tohoto „základního nastavení“ a zaměřit se dlouhodoběji na to, co se snaží komunikovat jejich protějšek. Za omezenou schopností vzájemné komunikace stojí zřejmě mimo jiné i nedostatečné vybavení v oblasti používání a čtení nonverbální komunikace. Generace Z jej získala pravděpodobně jak z důvodu, že tráví pravidelně velkou část svého času ve světě IT, který s nonverbální komunikací prakticky nepočítá, ale také proto, že preferuje v maximální míře on-line komunikaci, která jim nahrazuje osobní setkání. Tato on-line setkání však postrádají některé důležité komunikační složky a nejsou designované plně nahradit běžnou živou komunikaci. Svědčí o tom i výzkumy, které sledovaly mladé vedoucí, kterým velmi vyhovovala v době Covidu možnost mít setkání prostřednictvím Zoom a dalších on-line platforem, a pak velmi těžce nesli návrat k běžné kontaktní službě.¹⁴¹

Dalším důležitým momentem, který tyto komunikační problémy spoluvytváří mohou být také rodiče příslušníků generace Z, pokud šlo o tzv. „Husákovy děti“ – tato generace totiž dostala jako první po revoluci možnost svobodně podnikat a rozvíjet se, takže značná část rodičů mohla kvůli své kariéře i nedostatku času upozadit komunikaci se svými potomky a tyto důležité komunikační dovednosti jim nepředala. A pokud byla takových vrstevníků většina, zůstalo jen velmi málo těch, od kterých by se to mohla Generace Z učit, zvláště pokud je zřejmé, že tato generace vidí autority zejména ve svých vrstevnících, kteří disponují stejným nedostatkem. Jak poznamenala v diskuzi jedna ze studentek účastnících se Projektu Komenský – Příběhy lidskosti: „*U svých rodičů vidím každý den postoje a*

¹⁴⁰ COOPER, Patrick g. Generation Z. Salem Press Encyclopedia [online]. 2018 [cit. 2019-02-16].

¹⁴¹ Survey report youth leaders Europe, June 2020. dostupné online na: <https://www.facebook.com/europeanoyouthministrynetwork/> [cit. 2022-10-13]

chování, které bych ve svém životě nechtěla, ale zatím jsem nepřišla na to, co mám udělat a jak bych měla nastavit svůj vlastní život, aby fungoval jinak a lépe“.¹⁴²

4.3 Komunikace s generací Z v KAM

4.3.1 Nástroje a nastavení komunikace v rámci programů KAM, které fungují

Naučit generaci Z srozumitelněji a kvalitněji komunikovat je vedle sdílení evangelia a dalších etických témat jedním z hlavních cílů každého programu v rámci KAM, protože pouze s dobrým komunikačním vybavením pak budou schopni sami předávat tyto myšlenky dále. Ať už se společné rozhovory týkají důležitých poznatků o světě, snaze přemýšlet kreativně a zodpovědně o budoucím nastavení života nebo zodpovědnosti vůči ostatním včetně přemýšlení nad dalšími etickými a teologickými tématy. Toho všeho je v programech KAM dosahováno nastavováním skupinových úkolů, kde jde o nově budovanou společnou věc s nutností komunikovat, domlouvat se, vzájemně upravovat svá očekávání a vnášet do společného projektu vlastní „hřivny“ i náhledy, nápady a snažit se vzájemně si porozumět. To vše nejlépe v dlouhodobém časovém horizontu.

Jedny z programů, které jsou velmi dobře hodnoceny nejen ze strany lektorů, ale zejména ze strany účastníků, jsou školami hojně využívané eticky zaměřené programy, zejména programy Duchovního dědictví¹⁴³, kde studenti mohou komunikovat reakce na etické a společenské otázky, které běžně ve škole nemají možnost probírat.

Původní služba Campy, která byla v počátcích nejrozšířenější aktivitou, byla s odstupem vyhodnocena jako nepříliš efektivní právě proto, že se jednalo o jednorázovou aktivitu, kde chyběla dostatečná návaznost ze strany pořádajících církví, takže se na rozhovory a vztahy z letních campů za rok jen velmi těžko navazovalo. Generace té doby sice ještě neměla tak velký komunikační problém, ale znamenalo to, že se mládež ani církve neučily zůstat v kontaktu s lidmi, které prostřednictvím těchto programů oslovili. To vedlo k zamyšlení se nad způsoby, jakými by daly utvořit k jednotlivým programům pravidelné návaznosti, kde mohou vztahy a rozhovory nenuceně pokračovat. Proto dnes již vlastně neexistuje

¹⁴² Příspěvek do diskuze, který zazněl na přednášce „J.A. Komenský - Příběh lidskosti“ na SŠ Bohumín

¹⁴³ Dostupné online na: www.komensky2020.cz; <https://duchovnidedictvi.cz/2020/06/14/hus-jak-ho-neznate-pro-ss/> [cit. 2022-10-13]

program, který by tyto „follow-ups“ neměl v základním nastavení. Zároveň jsou vedoucí v místních církvích podporováni, aby jejich setkání a rozhovory měly co nejhlubší možnou rovinu, což by nebylo možné bez vytvoření dlouhodobějších vazeb, jejichž vznik umožnilo právě významnější zapojení místní církve nebo místní skupiny mládeže do jednotlivých akcí. Ve chvíli, kdy si místní církve uvědomily, že KAM je pouze prostředníkem k tomu, aby pomohl program nastartovat, podpořit a pak jej předal do správy místní církve, která aktivitu přijímá za svou a stojí za ní, pak se velmi změnil nejen přístup mládeží a podpora v rámci jednotlivých církví, ale i posun v budování vztahů uvnitř i vně společenství a tyto kroky vedly k nesrovnatelně lepším a dlouhodobějším výsledkům.

KAM se také prostřednictvím programů k tomu určených snaží povzbudit vedoucí církvi i mládeží, aby se co nejvíce zapojovali do komunikačních situací a využívali všech dostupných možností k budování vztahů.¹⁴⁴ Každoročně narůstá počet skupin, které nejen opětovně využívají zavedené osvědčené programy, ale zároveň jsou ochotní vyzkoušet i nové programy. Podle posledních zpětných vazeb má nejnovější program KAM s názvem Quest velmi dobrý ohlas právě v oblasti budování komunikace. Základní filozofie programu se odvíjí od aktivity s názvem „LARP“ (viz výše), kde jde o vstoupení do společného příběhu prostřednictvím přidělené role. Aktivity, kde je důležité nejen to, aby dotyčný zahrál svoji úlohu, ale aby zjistil, jakým způsobem se k dané situaci staví ostatní a pak případně svůj postoj a výsledné jednání podle toho upravil. Ne vždy se používají slova, takže jde i o nácvik mimoverbální komunikace, kdy pak v následné diskuzi mají účastníci možnost zjišťovat, jak dobře dokázali odhadnout situaci nebo problém, který ve hře nastal a který museli nějakým způsobem dle svého rozhodnutí vyřešit. Diskuze pak často nenásilně vedou k tomu, že jednotliví členové skupiny pokračují ve společném rozebírání situace a tím se mohou dále lépe komunikačně vybavit. Součástí komunikační a vztahové strategie her je i to, že se některé důležité informace účastníci dozvídají až v průběhu hry a pak se musejí naučit vyrovnat s tím, že změna postoje je v určitých situacích to nejzodpovědnější, co lze pro správné řešení udělat. Že některé věci jsou ve skutečnosti

¹⁴⁴ Dostupné online na: <https://czech.globalreach.org/index.cfm?event=lessonlist&cid=59>; <https://www.zdrojeprovedouci.cz/externi-weby>; <https://www.zdrojeprovedouci.cz/podcasty> [cit. 2022-10-13]

jiné, než vypadaly na první pohled, a že v tuto chvíli je třeba znovu přehodnotit, zda naše nastavená reakce a postoj stále odpovídá našemu přesvědčení.

Nezbytným prvkem v těchto aktivitách je kvalitně vyškolený, zodpovědný a soustředěný vedoucí, který se snaží vše nenásilně řídit tak, aby rozhovory splňovaly určený smysl a cíl, jímž je kromě navazování opravdových vztahů a budování vzájemného porozumění samozřejmě také komunikace křesťanských témat a samotného evangelia. Neboť situace, do kterých se účastníci her dostávají, tato témata nastolují a dávají tak možnost je komunikovat prakticky a mnohem srozumitelněji.

4.3.2 Co lze ze zkušeností KAM odvodit do teorie

Kladné reakce účastníků programů KAM prokázaly, že správnou cestou k nastavení hlubší a kvalitnější komunikace závažných témat mohou být programy zaměřené na hry, neboť prostředí různých online her je pro tuto generaci známé a považuje je za bezpečné. Je tedy možné vést a povzbuzovat generaci Z do aktivní komunikace, do aktivního naslouchání, využít jejího zaměření na prostředí her, ale přenést setkávání, a tedy i komunikaci z virtuálního prostředí, kde nemůže důležitá nonverbální složka komunikace správně nefunguje, do běžného osobního setkání. Obzvláště obliba her typu LARP¹⁴⁵ se jeví pro trénink úspěšné komunikace evangelia a dalších etických témat velmi přínosná. Hraní rolí předpokládá vžít se do jiné postavy a přijmout její nastavení i problémy. Cesta těchto interaktivních her je jednou z nejlepších možností, jak pomoci této generaci rozvinout zejména nonverbální komunikaci, ve které se neumí dost dobře orientovat a také se zaměřit na naslouchání, které díky své roztěkanosti a neschopnosti se soustředit delší dobu (viz kap.2.5.), také není pro tuto generaci samozřejmostí, nicméně obojí je nezbytné jak pro budování kvalitních vztahů, tak pro komunikaci křesťanských témat.

Zároveň je třeba počítat s tím, že je generace Z nadměrně „křehká“, má problém se delší čas osobně angažovat při aktivitě, kde je třeba komunikovat a realizovat vztahy, dokonce i když jde o vztahy, o které stojí. Dle pozorování lektorů i vedoucích mládeží nejsou tito mladí lidé schopni být spolu ani pár hodin a únavná je pro ně dokonce i možnost se bavit, pokud tato zábava nemá online charakter.¹⁴⁶

¹⁴⁵ Z anglického Live Action Role Play – hraní určité role, divadelní improvizace bez publika

¹⁴⁶ Z rozhovoru s lektorkou zapojenou do programů na podporu vedoucích mládeží a vedoucími mládeží

Pro navazování a udržování přátelských vztahů i sdílení evangelia je tedy třeba:

- najít vhodný komunikační kanál, který se může v závislosti na módních trendech velmi rychle měnit. Což znamená, že ti, kdo se snaží zaujmout generaci Z musejí mít velmi dobrý přehled o současných sociálních sítích a módních trendech, které se jejich používání týkají.¹⁴⁷
- Zároveň velmi záleží také na formě a způsobu sdílení, vhodné volbě slov, důslednému vyhýbání se nejasným křesťanským termínům, „anachronismům“ i slovním obrátům, které jsou generaci Z nesrozumitelné.
- Je nutné se tázat po porozumění a vysvětlovat z perspektivy toho, komu je vysvětlení určeno.
- Využít ke komunikaci těchto témat osoby, popřípadě osobnosti, kterým bude generace Z ochotná a nakloněná naslouchat.
- Najít způsob, jak překlenout nechuť ke delšímu aktivnímu společenství a zaujmout posluchače tak, aby byli schopni vystoupit ze své ulity a vystavit se pro ně nekomfortnímu prostředí osobního rozhovoru.

Z uvedeného přehledu vyplývá, že i příslušníci Generace Z jsou schopni se zamyslet nad nedostatky ve své komunikaci, pokud se jim dostatečně jasně a pro ně uchopitelně ukáže, co tyto komunikační nedostatky v mezilidských vztazích mohou způsobit. Pokud sami citelně poznají a prožijí, že jim určitý typ komunikace – naslouchání, soustředění na druhé, hledání pomalých, „ne-instantních“ řešení jim v jejich vlastním životě opravdu chybí. A pokud přijmou, že umění hluboké komunikace je pro naplněný život nezbytnou dovedností. Nestačí jen ukázat komunikační možnosti a to, že tyto komunikační dovednosti a postupy existují, ale zejména, jak signifikantně je život jednotlivce ovlivněn, pokud v něm nejsou anebo naopak, pokud je dotyčný umí dostatečně správně používat.

¹⁴⁷ Dostupné online na: <https://feedit.cz/2021/06/29/ami-digital-index-facebook-uz-neni-pro-mlade-a-na-sitich-travime-2-a-pul-hodiny-denne/> [cit. 2022-11-13]

Závěr

Cílem této diplomové práce bylo popsat problematiku komunikace evangelia generaci Z a nalézt vhodné způsoby komunikace evangelia a dalších etických a teologických témat tak, aby byla tyto témata dostatečně pochopena a vnímána jako důležitá. Komunikace, kterou preferuje generace Z – komunikace prostřednictvím sociálních sítí – není pro sdílení zprávy evangelia vzhledem k nedostatečnému zastoupení nonverbálních pomocných komunikačních prostředků tím nejlepším způsobem. Ale vzhledem k tomu, že se do budoucna nepředpokládá majoritní změna komunikačních forem u této generace, je třeba vycházet z možností, které jsou generací Z akceptovány.

Výchozím bodem práce byly výzkumy zabývající se různými společenskými i etickými a teologickými aspekty, které jsou pro tuto generaci specifické. Dalším krokem byla případová studie činnosti neziskové společnosti Křesťanská akademie mladých, z.s., kde jsou podrobně popsány jednotlivé přístupy v komunikaci evangelia a dalších etických a teologických témat. Zároveň je díky dlouhodobé práci této společnosti možné vidět výsledky těchto přístupů a zhodnotit jejich dosah a zpětnou vazbu vůči generaci Z.

Ze shrnutí těchto poznatků vyplývá, že komunikace evangelia a dalších důležitých témat by měla vůči Generaci Z probíhat ve dvou rovinách – prvotní seznámení a navázání kontaktu se jeví jako nejschůdnější prostřednictvím sociálních sítí, podcastů, videí a dalších online platforem, zatímco další kroky by měly směřovat k možnostem pravidelného osobního setkávání. Při těchto osobních setkáváních by měl být kladen důraz na budování schopnosti naslouchat a vžívat se do druhého člověka, kde se v komunikaci bude prakticky učit posun od nastavení „já středem vesmíru“ k nastavení „opravdu mne zajímá o čem a jak přemýšlí ten, kdo sedí naproti mně“. Tato témata by měla být zároveň komunikována někým, kdo má v očích generace Z dostatečný kredit – vrstevník nebo někdo, kdo má vybudován osobní vztah a je mu důvěřováno.

Využitím interaktivních činností (her a rozhovorů) je třeba vrátit zpět původní důvod komunikace, kterým je umění sdělit srozumitelně svou myšlenku a očekávat, že bude druhá strana se stejným přístupem reagovat a přinese své vlastní porozumění, které bude opět slyšeno. Generaci Z je třeba pomoci „vyjít – vystoupit ze sebe“ protože jen tak může dojít schopnosti plně pochopit základ evangelia, kterým je vztah, společenství a vzájemná komunikace s Bohem i jeho lidem.

Jak píše Thomas Merton, nalezení poznání sebe je totiž skryto v poznání druhých, učíme se žít tím, že žijeme společně s druhými. Je třeba pochopit, že člověk nemůže sebe sama najít v sobě samotném, ale musí hledat ve druhých a skrze druhé. Toto vše je shrnuto ve dvou řádcích evangelia – „má-li člověk zachránit svůj život, musí jej ztratit“ a „milujte se navzájem, tak jako jsem já miloval vás“.¹⁴⁸

¹⁴⁸ MERTON, T. Žádný člověk není ostrov. Praha: Krystal OP. 1995.140 s. ISBN: 80-85929-04-X. str13-15.

Použité zdroje:

- ALAN, J. *Etapy života očima sociologie*. Praha: Panorama, 1989. 438 s. ISBN: 80-7038-044-6.
- AMBROS, P. *Pastorace mladých*. Olomouc: Centra Aletti, 2016. 230 s. ISBN: 978-80-7412-254-5.
- BALÍK, J. *Pojď a následuj mě I*, Praha: Paulínky, 2017. 159 s. ISBN: 978-80-7450-256-9.
- BALÍK, J. *Pojď a následuj mě II*, Praha: Paulínky, 2017. 198 s. ISBN: 978-80-7450-257-6.
- BARRETT, C.K. *Luke the Historian in Recent Study*. Eugen OR, USA: Wipf & Stock Pub, 2009. ISBN: 1606087231.
- BAUMAN, Z., MAY, T. *Myslet sociologicky*. Praha: Slon, 2010. 239 s. ISBN: 978-80-7419-026-1.
- Bible, Písmo svaté Starého a Nového zákona (včetně deuterokanonických knih)*. 17. (8. opravené) vyd. Praha: Česká biblická společnost, 2009. 1387 s. ISBN 80-87287-24-8.
- BROCH, H. *Teorie masového šílenství*. Praha: Akademia, 2013. 535 s. ISBN: 978-80-200-2260-8.
- BURNS, J. *Nebojte se věnovat mladým*. Brno: Nová naděje, 1994
- CARSON, D. A., MOO, D. J. *Úvod do Nového zákona*. Praha: Návrat domů, 2008. 701 s. ISBN 978-80-7255-165-1.
- DALFERTH, I. U. *Evangelische Theologie als Interpretationspraxis: eine systematische Orientierung*. Leipzig: EVA, 2004.
- DANICS, Š., DUBSKÝ, J., URBAN, L. *Základy sociologie a politologie*. Plzeň: A. Čeněk, 2016. 359 s. ISBN: 978-80-7380-590-6.
- DeVITO, J.A. *Základy mezilidské komunikace*. Praha: Grada Publishing, 2004. 420 s. ISBN: 80-7169-988-8.
- FOCUS – Marketing & Social Research. *Religiozita mladých – sociologický výzkum mezi středoškolskými studenty v ČR*. Listopad 2022.
- FREEDMAN, D. N. *The Anchor Bible Dictionary I-VI*. New York: Doubleday, 1992.
- GERHARDSSON, B. *Memory and Manuscript: Oral Tradition and Written Transmission in Rabbinic Judaism and Early Christianity ; With, Tradition and Transmission in Early Christianity*. Grand Rapids, Michigan: Wm. B. Eerdmans Publishing, 1998. 426 s. ISBN: 0-8028-4366-2.
- GREEAR, J.D. *Gospel. Recovering the Power that Made Christianity Revolutionary*. Nashville, Tennessee: B&H Publishing Group, 2011. 288 s. ISBN: 978-1-4336-7312-2.
- HAMPLOVÁ, D. ŘEHÁKOVÁ, B. *Česká religiozita na počátku 3. tisíciletí*. Sociologické studie 09:2. Praha: SOU AV ČR, 2009.

- HOWE, N. STRAUSS, W. *Generations: The History Of America's Future, 1584 To 2069*. New York: Harper perennial, 1991. 538 s. ISBN 978-0-688-11912-3.
- HOWE, N. STRAUSS, W. *Today's teens are less selfish than some adults think*. Christian Science Monitor [online]. 2007, 99(67), 9-9 [cit. 2019-10-17]. ISSN 08827729.
- HUS, J. *Dcerka*, kap. 7. 2. vyd. Praha: Kalich, 1995.
- HUS, J. *Výklad víry*, kap. 32. In *Opera Omnia*. 1. vyd., sv. I. Praha: Academia, 1975
- HUS, J. *Postilla, Vyloženie svatých čtení nedělních, čtení 54*. 1. vyd. Praha: Komenského evangelická fakulta bohoslovecká, 1952
- HUS, J. *List Mistru Janovi Kardinálovi z Rejštejna roku 1413*. In *Listy dvou Janů*. 1. vyd. Praha: ELK, 1949.
- HUS, J. *Listy*, vyd. Mareš, č. 12. In ŽILKA Fr. *Vzkazy věrným Čechům*. 1. vyd. Praha: Kalich, 1938.
- HUS, J. *Kázání 11. 12. 1410*. In *Betlémské poselství*. 1. vyd., sv. II. Z latiny přeložila Anna Čisařová-Kolářová. Praha: Jan Laichter, 1947.
- JEŽEK, S., LACINOVÁ, L., MACEK, P. *Adolescent psychosocial development in Brno: An ELSPAC Study 2005-2011*. Brno: Masaryk University, 2011. 154 s. ISBN: 978-80-210-5682-4.
- KAUFLIN, B. *#worship: o vedení chval a uctívání*. Praha: Rosa Media 2021. 320 stran, ISBN 978-80-907-444-3-1
- KELLER, J., NOVOTNÝ, P. *Úvod do filozofie, sociologie a psychologie*. Liberec: Dialog, 2008. 219 s. ISBN: 978-80-86761-81-7.
- KOL. AUTORŮ. *Sborník - Aktuální otázky české a slovenské společnosti, sociologie vybraných oblastí*. Brno: Tribun EU, 2010. 381 s. ISBN: 978-80-7399-963-6.
- KOL. AUTORŮ: *Nový biblický slovník*. Praha: Návrat domů. 1996. 1243 s. ISBN:80-85495-65-1.
- LADD, G.E. *Theology of the New Testament*. Grand Rapids: William B. Eerdmans Publishing Company. 1993.764 s. ISBN:0-8028-0680-5.
- LANDOVÁ, T. *What Does Generation Z Believe? The Religiosity and Spirituality of Contemporary Czech Youth in Practical-Theological Reflection*. In: *Journal of Youth and Theology* (2022) 1–25 | 10.1163/24055093-bja10041.
- LANDOVÁ, T. *Komunikace evangelia jako nové paradigma praktické teologie*. *Teologická reflexe*, sv. 23, č. 1, 2017, s. 68–82.
- MANNHEIM, K. *Problém generací*. *Generace*. Sociální studia, Brno: FSS MU, 2007. ISSN 1214-813X.
- MEGELA, P. *Šimon Petr jako člověk a učedník podle Janova evangelia. Šimon Petr jako člověk a učedník podle Janova evangelia / Petr Megela; vedoucí práce Angelo Scarano; oponent práce Mireia Ryšková [online]. 2018 [cit. 2019-10-17].*

MERTON, T. *Žádný člověk není ostrov*. Praha: Krystal OP. 1995. 140 s. ISBN: 80-85929-04-X.

NESTLE-ALAND, *Řecko-český Nový zákon*. 27. vyd. Praha: Česká biblická společnost, 2011. 1760 s. ISBN 80-87287-38-5.

POSPÍŠIL, C.V. *Jako v nebi, tak i na zemi*. Praha: Krystal OP. 2010. 590 s. ISBN: 978-80-87183-14-4.

RYŠKOVÁ, M. *Pavel z Tarsu a jeho svět*. Praha: Karolinum, 2014. 502 s. ISBN 978-80-246-2333-7.

SAK, P. *Proměny české mládeže*. Praha: Petrklíč, 2000. 291 s. ISBN 978-80-722-9042-0.

SMOLÍK, J. *Subkultury mládeže*. Praha: Grada Publishing, 2010. 288 s. ISBN: 978-80-247-2907-7.

TICHÝ, L. *Úvod do Nového zákona*. Svitavy: Trinitas, 2003. 285 s. ISBN 80-86036-79-0.

TRIPP, P. D. *Nástroj v Božích rukou*. Praha: Návrat domů, 2012. 340 s. ISBN 80-7255-279-5.

TRIPP, P. D., LANE T. S. *How People Change*. 2. vyd. Greensboro, NC: New GrowthPress, 2008. 230 s. ISBN 978-1934885536.

TRIPP, P. D., LANE T. S. *Relationships: A Mess Worth Making*. Greensboro, NC: New GrowthPress, 2006. 177 s. ISBN 978-0977080762.

URBAN, L. *Sociologie trochu jinak*. Havlíčkův Brod: Grada Publishing, 2008. 208 s. ISBN: 978-80-247-2493-5.

VLKOVÁ, I. G. *Slovo Boží a slovo lidské*. 2. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého, 2007. 173 s. ISBN 978-80-244-1587-1.

VYBÍRAL, Z. *Psychologie komunikace*. Praha: Portál, 2009. 320 s. ISBN: 978-80-7367-387-1

WILKINS, M. J. *Following the Master – A Biblical Theology of Discipleship*. Grand Rapids, Michigan: Zondervan, 1992. 400 s. ISBN 978-0-310-52151-8.

Použité online zdroje:

ALTRICHTER, M. Duchovní doprovázení mladého člověka [cit. 2016-08-16], In: Teologické texty; dostupné na: <https://www.teologicketexty.cz/casopis/-/Duchovni-doprovazeni-mladeho-cloveka.html>.

Anketa Mládeže 2021 – Jak se daří českým mládežím v církvi. [cit. 2022-11-07]. Dostupné online na: <https://docs.google.com/presentation/d/1uekVFz5cdRUuFYhz7nnLGJ9neltaFsxQ/edit#slide=id.p1>

COOPER, P. Generation Z. Salem Press Encyclopedia [online]. 2018 [cit. 2019-02-16].

EDGE Sports, EDGE GAMING. [cit. 2022-10-13]. Dostupné online na:

<https://kam.cz/nabizime/edge/> <https://www.facebook.com/edgegamingcze/>

EXIT 316 materiály. [cit. 2022-10-13]. Dostupné online na:

<http://www.exit316.cz/manualy>

EXIT TOUR. [cit. 2022-10-13]. Dostupné online na: <http://www.exittour.cz/>

FORBES. Návod na použití generací. [cit. 2022-11-14]. Dostupné online na:

<http://generace.forbes.cz/tabulka/>.

FUSION. [cit. 2022-10-13]. Dostupné online na: <https://cz.fusionjv.eu/>;

<https://www.instagram.com/campfusion/?hl=cs>

<https://www.multicamp.cz/>

<https://kam.cz/worshipko/>

HADDOUCHE, H., SALOMONE CH. Generation Z and the tourist experience: tourist stories and use of social networks, In: Journal of Tourism Futures, Vol. 4 Issue: 1, [cit. 2021-11-10]. Dostupné online na: <https://doi.org/10.1108/JTF-12-2017-0059>. 2018, s. 69-79.

KOMENSKÝ 2020 – webová interaktivní kniha. [cit. 2022-10-13]. Dostupné online na:

<https://www.komensky2020.cz/kniha/>.

KOMENSKÝ, J.A. Příběhy lidskosti – akce Měníme svět k lepšímu. [cit. 2022-10-13].

Dostupné online na: <https://www.youtube.com/watch?v=j7XAShB2h7c>.

KRAUSS, R. M., CHIU, C.Y. *Language and social behavior*. In: D. T. Gilbert, S. T. Fiske, & G. Lindzey (Eds.), *The handbook of social psychology*. McGraw-Hill, 1998, s. 41–88.

Křesťanská akademie mladých, z.s. [cit. 2022-10-13]. Dostupné online na: <https://kam.cz/>.

KUSÁ, A. a Z. ZÁZIKOVÁ. *Influence of the social networking website snapchat on the generation z*. *European Journal of Science and Theology* [online]. 2016, [cit. 2018-12-10]. ISSN 18428517, s. 145-154.

MÁCHA, K. *Předmět Vědy o Lidských Vztazích (Teoretický Projekt)*. *Sociologický Časopis / Czech Sociological Review*, vol. 1, no. 3, JSTOR. 1965, [cit. 2020-03-07]. Dostupné online na: www.jstor.org/stable/41127191. s. 227-236.

NAKUMA, C. A. method for measuring the attrition of communicative competence: A pilot study with Spanish L3 subjects. *Applied Psycholinguistics*. 1997.

DOI:10.1017/S014271640000998X. 18(2), s. 219-236.

PEREZ-ESCODA, A., CASTRO-ZUBIZARRETA, A., FANDOS-IGADO, M. Digital Skills in the Z Generation: Key Questions for a Curricular Introduction in Primary School. In: *COMUNICAR*. [online] 2016, [cit. 2018-12-10]. DOI: 10.3916/C49-2016-07. ISSN 11343478, s. 71-79.

POLOŠKI VOKIC, N. VIDOVIC, M. Generation X, Y and the Baby Boomers. In: Generational HRM preferences – motivating Xers and Yers. 2017. ISBN 9781536120257. s. 1-26. [cit. 2021-10-08].

PUCHKOVA, E. B., SUKHOVERSHINA, Y. V., TEMNOVA, L. V. A study of Generation Z's involvement in virtual reality. Psychology in Russia. State of the Art [online]. 2017, [cit. 2018-12-08]. DOI: 10.11621/pir.2017.0412. ISSN 20746857. s. 134-143.

QUEST (KAM, z.s.). [cit. 2022-10-13]. Dostupné online na: <https://kam.cz/quest/>

SAK, P. Generace, mládež a její výzkum. Studie. [cit. 2022-08-13]. Dostupné online na: http://www.insoma.cz/Studie%20generace_mladez_a_jeji_vyzkum.pdf.

SALUBI, O.G., ONDARI-OKEMWA, E., NEKHWEVHA, F. Utilisation of Library Information Resources among Generation Z Students: Facts and Fiction. Publications, Vol 6, Iss 2. [online]. 2018 [cit. 2018-12-08]. DOI: 10.3390/publications6020016. ISSN 23046775. s 16.

Seven questions we're asking about Gen Z. [cit. 2022-10-05]. Dostupné online na: <https://static.feed.bible/uploads/2020/06/Feed-7-Questions-Gen-Z.pdf>

Sedm zásad, jak oslovit generaci Z. [cit. 2022-10-13]. Dostupné online na: <http://www.offrecord.cz/digital/7-zasad-jak-oslovit-generaci-z/>

ŠŤÁVA, P. „PC speak“ – nový trend v komunikaci mladé generace, Studie, Brno 2011. [cit. 2022-08-13]. Dostupné online na: http://digilib.k.utb.cz/bitstream/handle/10563/15827/%C5%A1%C5%A5%C3%A1va_2011_bp.pdf?sequence=1&isAllowed=y

ŠKOLA PRO ŽIVOT: [cit. 2022-10-13]. Dostupné online na: <https://situcitelu.cz/akce/daniel-hnuti/>

McCRINDLE, M. *The ABC of XYZ: Understanding the Global Generations*. 2014. [cit. 2022-09-13]. Dostupné online na: https://www.academia.edu/35646276/The_ABC_of_XYZ_Mark_McCrandle_PDF_pdf. 335 s.

TOMÁŠKOVÁ, P. Jak konzumuje generace Z zpravodajství na sociálních sítích. Bakalářská práce (Bc.). Univerzita Karlova. Fakulta sociálních věd, 2022. [cit. 2022-10-13]. Dostupné online na: <https://dspace.cuni.cz/bitstream/handle/20.500.11956/173768/130331198.pdf?sequence=1>.

ZDROJE KAM, z. s. PRO VEDOUCÍ: [cit. 2022-10-13]. Dostupné online na: <https://czech.globalreach.org/index.cfm?event=lessonlist&cid=59>
<https://www.zdrojeprovedouci.cz/podcasty>
<https://www.zdrojeprovedouci.cz/externi-weby>