

Tisková zpráva

Hodnotové orientace – červen/červenec 2023

- ⊙ Na prvních třech místech v pořadí podle důležitosti se umístily „žít ve spokojené rodině“, „mít přátele, se kterými si dobře rozumíte“ a „žít ve zdravém životním prostředí“ (v součtu „velmi“ a „spíše důležité“ 95 % dotázaných).
- ⊙ Na posledních třech místech jsou hodnoty „prosazovat politiku své strany, hnutí“, „mít hezké věci, které nemá každý“ a „mít práci, která umožňuje řídit činnost jiných lidí“ (v součtu „zcela“ a „spíše nedůležité“ 60-70 %).
- ⊙ Od posledního šetření v roce 2014 statistiky významně zvýšila důležitost hodnot spojených s obsahem práce, s informovaností a vzdělaností, s životním prostředím a obecnými životními strategiemi (posílení individualizace společnosti). Naopak poklesla významnost hodnot „mít hezké věci, které nemá každý“, „vydělat hodně peněz“, „mít jakoukoliv práci, jen abyste byl zaměstnán a nebral podporu“ (zeslabení orientace na materiální spotřebu).
- ⊙ Hodnotové orientace jsou generačně výrazně odlišné oblastech rodiny a soukromého života (vyšší důležitost u starších generací), v oblasti obsahu práce a obecných životních strategií (vyšší důležitost u mladších generací).
- ⊙ Vliv pohlaví byl zjištěn u hodnot vázaných na pracovní a životní kariéru – vyšší důležitost pro muže. Jde o potvrzení genderového stereotypu, který se v jiných oblastech (rodina, práce, ...) nepotvrdil.
- ⊙ Dosažené vzdělání ovlivnilo pouze hodnoty z oblasti občanské angažovanosti - pro respondenty s vysokoškolským vzděláním jsou důležitější než pro respondenty s nižším vzděláním.

Zpracoval:
Milan Tuček
Centrum pro výzkum veřejného mínění, Sociologický ústav AV ČR
Tel.: 210 310 593, milan.tucek@soc.cas.cz



Hodnotové orientace české společnosti byly naposledy zjišťovány v roce 2014. Mnohopoložková baterie otázek, která byla respondentům předložena k posouzení, zjišťovala, jakou důležitost přiřadí vybraným hodnotám z oblasti rodinné, pracovní a společenskopolitické sféry a životního stylu. Dotázaní měli na čtyřbodové škále označit, nakolik je pro ně určitá hodnota důležitá či nedůležitá¹. Baterie otázek, která byla poprvé dotazována v roce 1990, byla v roce 2014 doplněna dvěma výroky („mít děti“ a „mít vlastní pěkné bydlení“), které pokrývají určité podstatné doposud chybějící hodnotové orientace.

¹ Znění otázky: „Na následující kartě jsou uvedeny příklady toho, co lidé v životě uznávají a o co usilují. Přečtěte si prosím jednotlivé výroky a řekněte, do jaké míry je pro Vás důležité: a) podílet se na zlepšování života v místě Vašeho bydliště, b) prosazovat politiku své strany, hnutí, c) pomáhat rozvoji demokracie ve společnosti, d) mít jakoukoli práci, jen abyste byl zaměstnán a nebral podporu, e) mít zajímavou práci, která by Vás bavila, f) vydělat hodně peněz, g) mít práci, která má smysl, je užitečná, h) mít práci, která umožňuje zkoušet nové věci, i) mít vlastní firmu, kde můžete být svým pánem, j) pracovat v kolektivu sympatických lidí, k) mít práci, která umožňuje řídit činnost jiných lidí, l) aktivně se podílet na ochraně přírody, m) podávat perfektní profesionální výkon, n) mít hezké věci, které nemá každý, o) mít čas hlavně na své koníčky a zájmy, p) mít vždy své nerušené soukromí, q) žít ve spokojené rodině, r) pomáhat těm, kdo pomoc potřebují, s) pomáhat především své rodině a přátelům, t) mít co nejvícestrannější vědomosti, všeobecný přehled o kultuře, vědě, technice, politice, u) být dobře informován o dění u nás a ve světě, v) žít zajímavý, vzrušující život, w) žít podle svého přesvědčení, x) žít příjemně, užívat si, y) žít ve zdravém životním prostředí, z) žít v hezkém prostředí, aa) žít podle náboženských zásad, ab) žít zdravě, starat se o své zdraví, ac) mít přátele, se kterými si dobře rozumíte, ad) mít přátele, kteří Vám mohou být užiteční, ae) dosáhnout významného postavení ve společnosti, af) být oblíbený mezi lidmi, ag) mít děti, ah) mít vlastní pěkné bydlení.“

Tabulka 1: Důležitost různých hodnot (%)

	velmi důležité	spíše důležité	spíše nedůležité	zcela nedůležité	Pořadí 2011	Pořadí 2014
1. žít ve spokojené rodině	77	19	3	1	1.	1.
2. mít přátele, se kterými si dobře rozumíte	66	30	3	1	3.	4.
3. žít ve zdravém životním prostředí	63	32	4	1	6.	6.
4. mít zajímavou práci, která by Vás bavila	63	32	3	1	4.	7.
5. pomáhat především své rodině a přátelům	62	33	3	2	2.	2.
6. žít zdravě, starat se o své zdraví	61	32	6	1	9.	9.
7. mít práci, která má smysl, je užitečná	59	33	5	2	8.	8.
8. žít podle svého přesvědčení	58	35	6	1	5.	10.
9. mít děti	57	27	12	3	-	3.
10. pracovat v kolektivu sympatických lidí	52	37	8	2	10.	12.
11. žít v hezkém prostředí	49	45	5	1	7.	11.
12. mít vlastní pěkné bydlení	49	41	8	2	-	5.
13. mít vždy své nerušené soukromí	45	43	9	2	12.	14.
14. pomáhat těm, kdo pomoc potřebují	41	51	6	2	14.	16.
15. žít příjemně, užívat si	40	51	8	1	15.	19.
16. mít přátele, kteří Vám mohou být užiteční	37	49	12	2	17.	17.
17. podávat perfektní profesionální výkon	34	50	12	3	16.	18.
18. být dobře informován o dění u nás a ve světě	34	50	14	2	22.	27.
19. mít čas hlavně na své koníčky a zájmy	33	53	12	1	18.	21.
20. aktivně se podílet na ochraně přírody	33	50	15	2	26.	25.
21. mít práci, která umožňuje zkoušet nové věci	33	46	17	2	20.	20.
22. vydělat hodně peněz	32	48	16	3	11.	13.
23. mít co nejvšestrannější vědomosti, všeobecný přehled o kultuře, vědě, technice, politice	32	47	19	1	21.	24.
24. podílet se na zlepšování života v místě Vašeho bydliště	29	52	16	2	24.	23.
25. mít jakoukoli práci, jen abyste byl zaměstnán a nebral podporu	27	38	25	8	13.	15.
26. pomáhat rozvoji demokracie ve společnosti	26	42	22	7	27.	29.
27. žít zajímavý, vzrušující život	25	45	24	5	23.	28.
28. být oblíbený mezi lidmi	23	51	21	4	19.	22.
29. mít vlastní firmu, kde můžete být svým pánem	17	27	35	18	25.	26.
30. dosáhnout významného postavení ve společnosti	11	27	48	13	28.	30.
31. žít podle náboženských zásad	11	18	32	37	31.	33.
32. prosazovat politiku své strany, hnutí	9	25	31	29	32.	34.
33. mít hezké věci, které nemá každý	9	22	48	21	29.	31.
34. mít práci, která umožňuje řídit činnost jiných lidí	8	27	46	17	30.	32.

Pozn.: Procenta v řádku, dopočet do 100 % tvoří odpovědi „neví“, jednotlivé položky jsou v tabulce seřazeny podle velikosti podílu „velmi důležité“.

Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, Naše společnost 26.5. – 24.7. 2023, 929 respondentů starších 15 let, osobní rozhovor.

Z výsledků vyplynulo (viz tabulku 1), že zdaleka nejčastěji za „velmi důležité“ lidé považují mít dobré, spokojené rodinné zázemí, což v šetření uvedlo 77 % respondentů, přičemž i u ostatních se až na výjimky objevovala odpověď, že je to „spíše důležité“ (19 %). Také několik dalších z předložených hodnot bylo označeno za „velmi důležité“ největší částí dotázaných, která se pohybovala od dvou třetin do poloviny dotázaných (dalších 11 položek), v pořadí „mít přátele, se kterými si dobře rozumím“, „žít ve zdravém životním prostředí“, „mít zajímavou práci“, „pomáhat své rodině a přátelům“, „žít zdravě, starat se o své zdraví“, „mít práci, která má smysl, je užitečná“, „žít podle vlastního přesvědčení“, „mít děti“, „pracovat v kolektivu sympatických lidí“, „žít v hezkém prostředí“ a „mít vlastní pěkné bydlení“. Pro všechny tyto hodnoty rovněž platí, že za více či méně důležité je považují téměř všichni nebo alespoň většina na úrovni devadesáti procent dotázaných. Pokud provedeme porovnání s pořadím, jaké bylo zjištěno v roce 2014 (poslední sloupec tabulky 1), kdy byly naposledy zjišťovány hodnotové orientace (pořadí je určeno procentem odpovědi „velmi důležité“), došlo téměř u všech položek ke změně pořadí, aniž by položky opustily první dvanáctku. K největšímu propadu došlo u doplněných hodnot „mít vlastní pěkné bydlení“ (z 5. pozice na 12) a „mít děti“ (z 3. pozice na 9). K vzestupu o tři pozice došlo u „zdravého životního prostředí“, „zajímavé práce“, „péče o zdraví“.

O něco menší, i když stále výrazně převažující důležitost na úrovni od 70 % výše, pokud jde o součet podílů „velmi důležité“ a „spíše důležité“, dotázaní přisouvali následujícím položkám. Položky jsou uvedeny v pořadí podle důležitosti (viz tabulku 1). Vzhledem k tomu, že od minulého šetření uběhlo 9 let, u těch položek, kde došlo k výraznému posunu v pořadí, tento posun uvádíme v závorce.

V této druhé skupině je 16 položek: „mít vždy své nerušené soukromí“, „pomáhat těm, kdo pomoc potřebují“, „žít příjemně, užívat si“, „mít přátele, kteří mohou být užiteční“, „podávat perfektní profesionální výkon“, „být dobře informován o dění“ (vzestup z 27. na 18. místo), „mít čas na své koníčky a zájmy“, „aktivně se podílet na ochraně přírody“ (vzestup z 25. na 20. místo), „mít práci, která umožňuje zkoušet nové věci“, „vydělat hodně peněz“ (propad z 13. na 22. místo), „mít co nejušestrannější vědomosti, všeobecný přehled o kultuře, vědě, technice, politice“, „podílet se na zlepšování života v místě bydliště“, „mít jakoukoli práci, aby nebral podporu“ (propad z 15. na 25. místo), „pomáhat rozvoji demokracie ve společnosti“, „žít zajímavý, vzrušující život“, „být oblíbený mezi lidmi“ (propad z 22. na 28. místo).

Zbývající položky za důležité označila vždy už jen méně než polovina respondentů, přičemž nejmenší důležitost (v součtu velmi a spíše – 29 %) lidé připsali „životu podle náboženských zásad“. Následují „mít hezké věci, které nemá každý“ (v součtu 31 %), „prosazování politiky své strany či hnutí“ (v součtu 34 %) a „mít práci, která umožňuje řídit práci jiných lidí“ (v součtu 35 %). Tuto trojici rozšiřuje dvojice s mírně vyšší důležitostí (v součtu kolem 40 %): „dosáhnout významného postavení ve společnosti“ (38 %) a „mít vlastní firmu“ (44 %). Je zjevné, že tato hodnota reflektuje skutečnost, kolik lidí u nás podniká na straně jedné, a určitý ne zcela pozitivní vztah k podnikatelským aktivitám u části veřejnosti na straně druhé. Všechny uvedené položky se v roce 2014 také umístily na konci pořadí (s výjimkou „mít vlastní firmu“, která si letos pohoršila o tři místa).

I když časové srovnání od roku 1990 uvedeme spolu s příslušnou tabulkou až na konci tiskové informace, přeci jen ze srovnání pořadí 2014 a 2023 je možné zobecnit, že za devět let došlo k posílení významu hodnot, které popisují obsah a charakter práce, významu hodnot spojených s kvalitou životního prostředí a významu hodnoty informovanosti o dění u nás a ve světě. Výrazně se propadl důraz na materiální hodnotu práce (vydělávání peněz) a také na její sociální rozměr (mít jakoukoliv práci, zaměstnání a nebýt na podpoře).

Strukturace hodnot – obecné hodnotové orientace

Dá se předpokládat, že pod uvedenými položkami existuje nějaká obecnější struktura hodnotových orientací, která pak ovlivňuje důležitost jednotlivých položek. Odpověď nám poskytuje faktorová analýza dané baterie položek. Výsledkem této analýzy je sedm obecnějších hodnotových orientací, které nabízejí zcela logickou interpretaci potvrzující, že česká veřejnost má hodnotový systém vesměs hluboce internalizovaný. V následujícím přehledu jsou uvedeny položky, které utvářejí jednotlivé faktory nebo jinak, které jsou projevem obecných hodnotových orientací – v závorce je pak uvedeno (pracovní) pojmenování jednotlivých faktorů. Uvádíme zde i výsledky z roku 2014, které přejímáme z příslušné tiskové informace.

Výsledky faktorové analýzy 2023 (55 % procent vysvětlené variance, metoda hlavních komponent, počet faktorů určuje vlastní hodnota větší než 1).

1. faktor (dimenze): rodina, děti, bydlení, hezké prostředí, zdravý život, vlastní přesvědčení, nerušené soukromí, přátelé, *(hodnoty spojené se soukromým osobním životem)*
2. faktor: rozvoj demokracie, všestranné vědomosti, informace o dění, ochrana přírody, pomoc lidem, politická angažovanost (i v 3.faktoru) *(občanská angažovanost)*
3. faktor: řídit lidi, dosáhnout postavení, mít firmu, podávat profesionální výkon, vydělat hodně peněz *(pracovní a životní kariéra)*
4. faktor: zajímavá, užitečná, novátorská práce, dobrý pracovní kolektiv *(práce jako hodnota)*
5. faktor: zajímavý život, příjemný život, čas na zájmy a koníčky *(obecné životní strategie)*
6. faktor: náboženské zásady
7. faktor: mít jakoukoliv práci, nebrat podporu

Výsledky faktorové analýzy v roce 2014 (61 % procent vysvětlené variance, metoda hlavních komponent, počet faktorů určuje vlastní hodnota větší než 1)

1. faktor (dimenze): rodina, děti, bydlení, hezké prostředí, zdravý život, vlastní přesvědčení, nerušené soukromí, přátelé, *(hodnoty spojené se soukromým osobním životem)*
2. faktor: jakákoliv práce, zajímavá práce, smysluplná práce, práce v dobrém kolektivu, vydělat hodně peněz *(práce jako hodnota sama o sobě, práce jako zdroj prostředků pro život, potřeba dobré práce)*
3. faktor: významné postavení, řídicí funkce, vlastní firma, inovace, a také mít hezké věci *(pracovní a životní kariéra)*
4. faktor náboženské zásady, politika strany, ochrana přírody, rozvoj obce, rozvoj demokracie *(občanská angažovanost)*
5. faktor: koníčky, nerušené soukromí, užívat si, mít hezké věci *(hedonistický rozměr života)*
6. faktor: být informován, mít všeobecný přehled *(kulturnost a vzdělání)*
7. faktor: oblíbenost mezi lidmi, užiteční přátelé *(sociální kapitál)*

Faktorová analýza z letošního výzkumu sice vyčerpává nižší procento celkové variance baterie otázek, ale obsah jednotlivých faktorů (interpretace) je výrazně zřetelnější. Jednak se do zvláštních faktorů vydělily „náboženské zásady“ a „jakákoliv práce, nebrat podporu“ (6. a 7. faktor), což jen potvrdilo jejich jedinečnost v daném komplexu hodnot, jednak se staly jednoznačnými všechny ostatní dimenze. Jinak řečeno faktor „práce jako hodnota“ už nezahrnuje „vydělávání hodně peněz“, které nyní sytí faktor „životní a pracovní kariéry“, do faktoru „občanská angažovanost“ již nepatří „náboženské zásady“ a naopak do něj patří „informovanost“ a „vědomostní všestrannost“, pátý faktor už nesytí „nerušené soukromí“ a „mít hezké věci“ ale spojuje vskutku obecnější životní orientace (zájmy, zajímavý a příjemný život).

Vliv sociodemografik na obecné hodnotové orientace

Vzhledem k přehlednosti strukturace původních jednotlivých hodnot do obecnějších hodnotových orientací jsme se rozhodli případný vliv sociodemografik analyzovat právě na těchto konstruktech. Faktorová analýza umožňuje každému dotázanému připsat „hodnotu“ odpovědi tzv. faktorový skór. K tomu je třeba uvést, že faktorové skóry mají normální rozložení s průměrem „0“ a s jednotkovou směrodatnou odchylkou a jsou vzájemně nezávislé. Pokusili jsme se na těchto obecnějších hodnotových orientacích zjistit, zda v naší společnosti existuje generační rozpor (zda hodnotové orientace mladých jsou různé od hodnotových orientací střední či starší generace).

Jak dokládají údaje v tabulce 2 (průměry faktorových skórů v jednotlivých věkových kohortách), tak jsou opravdu statisticky významné rozdílnosti dané věkem v třech ze sedmi faktorů (lineární závislost na věku). Je asi logické, že tato rozdílnost je v „pracovních hodnotách (4.f)“ a v „životních strategiích“ (3.f): čím nižší věk, tím větší význam příslušné dimenze. Z hlediska statistické významnosti je rozdíl o 0,3 v průměrech faktorových skórů mezi věkovými

kohortami statisticky významný. U hodnot spojených s rodinným a soukromým životem je závislost opačná, čím nižší věk, tím nižší významnost těchto hodnot.

Tabulka 2: Průměrná faktorová skóre ve věkových kohortách

	1.faktor „rodina“	2.faktor „angažovanost“	3.faktor „kariéra“	4.faktor „práce“	5.faktor „živ.strateg“	6.faktor „náboženství“	7.faktor „mít zam.“
15-19	-,26	-,11	,19	,24	,69	,03	,15
20-29	-,33	-,01	-,02	,30	,41	-,19	-,17
30-39	-,12	,01	,01	,14	,23	-,13	-,01
40-54	,01	-,01	,11	-,01	-,10	-,04	,13
55-64	,06	,15	-,14	-,07	-,08	-,02	-,19
65+	,22	-,06	-,09	-,27	-,37	,28	,03

Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, Naše společnost 26.5. – 24.7. 2023, 929 respondentů starších 15 let, osobní rozhovor.

Vliv pohlaví jsme zjistili u faktoru „pracovní a životní kariéra“, nepřekvapivě má významně větší důležitost mezi muži (v hodnotách průměru fakt. skóre je to ,24 pro muže a -,23 pro ženy). Statisticky významný rozdíl byl i u faktoru „náboženské zásady“: tentokrát zde větší důležitost deklarovaly ženy (M -,16 ku Ž ,16).

Vliv dosaženého vzdělání se projevil jen u druhého faktoru (občanská angažovanost): vysokoškolsky vzdělaní na tuto dimenzi kladou významně vyšší důraz (,33), než lidé se základním vzděláním (-,18).

Hodnotové orientace v delším časovém horizontu (1990 – 2023)

Důležitost hodnot v našem životě je v CVVM sledována průběžně od počátku devadesátých let vždy stejnou baterií otázek. Rozhodli jsme se provést časové srovnání součtu odpovědí velmi důležité a píše důležité vzhledem k tomu, že tento součet je méně náchylný k meziročním turbulencím.

V porovnání s předchozím šetřením z května 2014 (viz tabulku 3) byla zaznamenána řada statisticky významných posunů (o více než 3 procentní body): k posunům došlo u 24 položek (ze 34). U sedmi hodnot došlo k vzestupu o 10 a více procentních bodů včetně. Jsou to:

- „mít zajímavou práci“,
- „být dobře informován o dění u nás i ve světě“
- „aktivně se podílet na ochraně přírody“,
- „mít co nejvšestrannější vědomosti, všeobecný přehled o kultuře, vědě, technice, politice“
- „mít práci, která umožňuje zkoušet nové věci“
- „podílet se na zlepšování života v místě bydliště“
- „žít zajímavý, vzrušující život“

U dalších šesti hodnot došlo k vzestupu o 7-9 procentních bodů:

- „mít práci, která je užitečná“
- „pracovat v kolektivu sympatických lidí“
- „mít vždy své nerušené soukromí“
- „mít hlavně čas na své koníčky a zájmy“
- „podávat perfektní profesionální výkon“
- „pomáhat rozvoji demokracie ve společnosti“

Došlo i ke dvěma významným poklesům:

- „mít hezké věci, které nemá každý“ (o 12 procentních bodů)

„mít jakoukoliv práci, jen abyste byl zaměstnán a nebral podporu“ (o 8 procentních bodů)

Tabulka 3: Důležitost různých hodnot 1990-2023

	1990	1994	1999	2004	2006	2008	2011	2014	2023
žít ve spokojené rodině	97	98	97	97	95	96	95	93	96
mít přátele, se kterými si dobře rozumí	96	96	95	97	95	97	95	92	96
pomáhat své rodině a přátelům	96	96	97	97	95	95	93	92	95
mít zajímavou práci	88	81	82	92	89	92	88	82	95
žít ve zdravém životním prostředí	98	96	95	96	95	95	92	91	95
žít v hezkém prostředí	97	96	94	96	95	97	92	90	94
žít podle svého přesvědčení	94	94	94	95	94	94	92	88	93
žít zdravě, starat se o své zdraví	96	93	94	95	91	94	90	89	93
pomáhat těm, kdo pomoc potřebují	86	79	77	89	83	87	87	85	92
mít práci, která má smysl, je užitečná	90	81	79	91	90	88	88	83	92
žít příjemně, užívat si	67	69	71	80	82	84	85	84	91
mít vlastní pěkné bydlení								92	90
pracovat v kolektivu sympatických lidí	86	77	79	89	87	90	86	82	89
mít vždy své nerušené soukromí	83	78	79	83	85	86	84	81	88
mít čas hlavně na své koníčky a zájmy	67	69	70	76	77	80	80	79	86
mít přátele, kteří mohou být užiteční	73	68	66	81	81	81	77	81	86
podávat perfektní profesionální výkon	79	70	71	83	80	79	79	76	84
být dobře informován o dění u nás a ve světě	81	65	71	80	75	72	71	70	84
mít děti	-	-	-	-	-	-		84	84
aktivně se podílet na ochraně přírody	-	61	59	75	70	66	61	66	83
podílet se na zlepšování života v místě bydliště	70	55	53	77	74	73	73	71	81
vydělávat hodně peněz	80	74	65	88	85	87	84	80	80
mít všeobecný přehled	71	66	70	78	73	73	71	66	79
mít práci, která umožňuje zkoušet nové věci	58	51	50	71	67	67	67	65	79
být oblíbený mezi lidmi	82	82	78	86	80	85	78	76	74
žít zajímavý, vzrušující život	54	52	53	62	64	63	64	60	70
pomáhat rozvoji demokracie ve společnosti	69	51	54	73	64	61	55	59	68
mít jakoukoli práci	59	46	56	74	70	71	73	73	65
mít vlastní firmu, kde mohu být svým páнем	28	29	31	46	39	40	43	41	44
dosáhnout významného postavení ve společnosti	36	35	33	54	45	46	43	43	38
mít práci, která umožňuje řídit činnost jiných lidí	30	29	26	41	37	34	36	39	35
prosazovat politiku své strany, hnutí	31	32	22	40	33	28	28	31	34
mít hezké věci, které nemá každý	38	39	33	38	41	38	38	43	31
žít podle náboženských zásad	37	28	29	39	28	29	30	32	29

Pozn.: Součet odpovědí velmi důležité a spíše důležité. Dopočet do 100 % v každém poličku tabulky tvoří součet odpovědí spíše nedůležité, zcela nedůležité a neví. Položky jsou v tabulce seřazeny podle výše skóru velmi + spíše důležité v roce 2023.

Zdroj: IVVM 1990 (N = 1444), IVVM 1994 (N = 969), IVVM 1999 (N = 1007), CVVM květen 2004 (N = 1002), CVVM květen 2006 (N=1033), CVVM květen 2008 (N=1066), CVVM květen 2011 (N=1115), CVVM červen 2014 (N=1049), CVVM červen 2023 (N=929).

Uvedené zásadní posuny v hodnotách se týkají obsahu práce, významu informovanosti a vědomostí, přírodního prostředí a rozvoji demokracie. Zároveň se posílil význam bohatého mimopracovního života. Obecně by bylo možno říci, že se posilují hodnoty spojené s nárůstem individualizace ve společnosti.

Za pozornost stojí porovnání celého vývoje hodnotových orientací od roku 1990. Platí, že řada zkoumaných položek, zejména těch, které jsou naprostou většinou dotázaných považovány za důležité, vykazují vysokou stabilitu, zatímco u některých jiných docházelo v průběhu času k poměrně výrazným změnám.

K podstatným změnám v hodnotové orientaci došlo hned mezi roky 1990 a 1994 a 1999 a 2004. Jde o položky „mít jakoukoliv práci“, „žít příjemně, užívat si“, „žít zajímavý a vzrušující život“ a „mít vlastní firmu“, „mít užitečné přátele“, „dosáhnout významného postavení“, které se v následujících letech drží na dosaženém procentu významnosti. V uvedeném pětiletém období došlo ještě k řadě dalších významných vzestupných posunů (vzestup hodnot spojených s prací včetně vydělávání peněz, hodnot spojených s občanskou angažovaností), s tím, že v následujících letech došlo k určitému poklesu.

Technické parametry výzkumu

<i>Výzkum:</i>	<i>Naše společnost, v23-06</i>
<i>Realizátor:</i>	<i>Centrum pro výzkum veřejného mínění, Sociologický ústav AV ČR</i>
<i>Projekt:</i>	<i>Naše společnost – projekt kontinuálního výzkumu veřejného mínění CVVM SOÚ AV ČR</i>
<i>Termín terénního šetření:</i>	<i>26.5. – 24.7. 2023</i>
<i>Výběr respondentů:</i>	<i>Kvótní výběr</i>
<i>Kvóty:</i>	<i>Kraj (oblasti NUTS 3), velikost místa bydliště, pohlaví, věk, vzdělání</i>
<i>Zdroj dat pro kvótní výběr:</i>	<i>Český statistický úřad</i>
<i>Vážení dat:</i>	<i>pohlaví, věk, vzdělání, kraj velikost místa bydliště, ekonomické postavení a užívání internetu, věk x vzdělání, pohlaví x kraj, věk x kraj, vzdělání x kraj a velikost místa bydliště x kraj</i>
<i>Reprezentativita:</i>	<i>Obyvatelstvo ČR ve věku od 15 let</i>
<i>Počet dotázaných:</i>	<i>929</i>
<i>Počet tazatelů:</i>	<i>78</i>
<i>Metoda sběru dat:</i>	<i>Osobní rozhovor tazatele s respondentem - dotazování CAPI</i>
<i>Výzkumný nástroj:</i>	<i>Standardizovaný dotazník</i>
<i>Otázky:</i>	<i>OV_93</i>
<i>Kód zprávy:</i>	<i>ov230906</i>
<i>Zveřejněno dne:</i>	<i>6. září 2023</i>
<i>Zpracoval:</i>	<i>Milan Tuček</i>

Slovníček pojmů:

Kvótní výběr – napodobuje strukturu základního souboru (u nás je to obyvatelstvo České republiky starší 15 let) pomocí nastavení velikosti vybraných parametrů, tzv. kvót. Jinými slovy kvótní výběr je založen na stejném procentuálním zastoupení vybraných vlastností. Pro tvorbu kvót používáme údaje z Českého statistického úřadu. V našich výzkumech jsou stanoveny kvóty na pohlaví, věk, vzdělání, region a velikost obce. Vzorek je tedy vybrán tak, aby procentuální podíl např. mužů a žen ve vzorku odpovídal procentuálnímu podílu mužů a žen v každém kraji ČR. Podobně je zachován procentuální podíl obyvatel jednotlivých krajů ČR, občanů různých věkových kategorií, lidí s různým stupněm dosaženého vzdělání a z různě velkých obcí.

Reprezentativní výběr je takový výběr z celé populace, z jehož vlastností se dá platně usuzovat na vlastnosti celé populace. V našem případě to tedy znamená, že respondenti jsou vybráni tak, abychom zjištěné údaje mohli zobecnit na obyvatele České republiky starší 15 let.

Vážení dat – způsob zvýšení reprezentativity souboru vzhledem k vybraným charakteristikám populace pomocí přiřazení váhy každému respondentovi. Váhy jsou vytvářeny pomocí metody iterativního proporčního vážení a pohybují se v rozsahu 0,333 až 3.

Centrum pro výzkum veřejného mínění (CVVM) je výzkumným oddělením Sociologického ústavu AV ČR. Jeho historie sahá do roku 1946, kdy jako součást Ministerstva informací začal fungovat Československý ústav pro výzkum veřejného mínění. Současné Centrum vzniklo v roce 2001 převedením svého předchůdce (IVVM) z Českého statistického úřadu do Sociologického ústavu AV ČR. Včlenění do vědecké instituce zaručuje kvalitní odborné zázemí a kredit pracoviště; jako součást akademického prostředí musí CVVM SOÚ AV ČR, splňovat veškeré nároky a dosahovat tak té nejvyšší odborné úrovně. Hlavní náplní práce oddělení je výzkumný projekt Naše společnost, v jehož rámci je prováděno deset šetření ročně. Jedná se o průzkum veřejného mínění na reprezentativním vzorku české populace od 15 let, kterého se vždy účastní přibližně 1000 respondentů. Omnibusová podoba dotazníku umožňuje pokrýt velkou šíři námětů, a do šetření jsou proto pravidelně řazena politická, ekonomická i další obecně společenská témata. Jsou využívány jak opakované otázky, které umožňují sledovat vývoj zkoumaných jevů, tak náměty nové, reagující na aktuální dění. Díky dlouhodobému a kontinuálnímu charakteru je tento vědecký projekt zkoumání veřejného mínění v České republice ojedinělý.
