

**Centrum pro výzkum veřejného mínění  
Sociologický ústav AV ČR, v.v.i.**

Jilská 1, Praha 1

Tel.: 286 840 129

E-mail: milan.tucek@soc.cas.cz

## Jaké hodnoty jsou pro nás důležité – červen 2014?

### Technické parametry

Výzkum:	<i>Naše společnost 2014, v14-06</i>
Realizátor:	<i>CVVM, Sociologický ústav AV ČR, v.v.i.</i>
Projekt:	<i>Naše společnost – projekt kontinuálního výzkumu veřejného mínění CVVM SOÚ AV ČR, v.v.i.</i>
Termín terénního šetření:	<i>2. – 9. 6. 2014</i>
Výběr respondentů:	<i>Kvótní výběr</i>
Kvóty:	<i>Region (Oblasti NUTS 2), velikost místa bydliště, pohlaví, věk, vzdělání</i>
Zdroj dat pro kvótní výběr:	<i>Český statistický úřad</i>
Reprezentativita:	<i>Obyvatelstvo ČR ve věku od 15 let</i>
Počet dotázaných:	<i>1049</i>
Metoda sběru dat:	<i>Osobní rozhovor tazatele s respondentem</i>
Výzkumný nástroj:	<i>Standardizovaný dotazník</i>
Otázky:	<i>OV.93</i>
Zveřejněno dne:	<i>17. července 2014</i>
Zpracoval:	<i>Milan Tuček</i>

Hodnotové orientace české společnosti byly předmětem šetření v červnovém výzkumu projektu Naše společnost. Mnohopoložková baterie otázek, která byla respondentům předložena k posouzení, zjišťovala, jakou důležitost přiřkládají 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 nedůležitá<sup>1</sup>. Oproti minulému šetření v květnu před

<sup>1</sup> 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: aa) podílet se na zlepšování života v místě Vašeho bydliště, ab) prosazovat politiku své strany, hnutí, ac) pomáhat rozvoji demokracie ve společnosti, ad) mít jakoukoli práci, jen abyste byl zaměstnán a nebral podporu, ae) mít zajímavou práci, která by Vás bavila, af) vydělat hodně peněz, ag) mít práci, která má smysl, je užitečná, ah) mít práci, která umožňuje zkoušet nové věci, ba) mít vlastní firmu, kde můžete být svým pánem, bb) pracovat v kolektivu sympatických lidí, bc) mít práci, která umožňuje řídit činnost jiných lidí, bd) aktivně se podílet na ochraně přírody, be) podávat perfektní profesionální výkon, bf) mít hezké věci, které nemá každý, bg) mít čas hlavně na své koníčky a zájmy, bh) mít vždy své nerušené soukromí, ca) žít ve spokojené rodině, cb) pomáhat těm, kdo pomoc potřebují, cc) pomáhat především své rodině a přátelům, cd) mít co nejvšestrannější vědomosti, všeobecný přehled o kultuře, vědě, technice, politice, ce) být dobře informován o dění u nás a ve světě, cf) žít zajímavý, vzrušující život, cg) žít podle svého přesvědčení, ch) žít příjemně, užívat si, da) žít ve zdravém životním prostředí, db) žít v hezkém prostředí, dc) žít podle náboženských zásad, dd) žít zdravě, starat se o své zdraví, de) mít přátele,

třemi roky (2011) byla baterie položek doplněna dvěma výroky („mít děti“ a „mít vlastní pěkné bydlení“), které pokrývají určité podstatné, doposud chybějící hodnotové orientace.

Tabulka 1: Důležitost různých hodnot (%)

	velmi důležité	spíše důležité	spíše nedůležité	zcela nedůležité	Pořadí v r. 2011
1. žít ve spokojené rodině	70	22	4	4	1.
2. pomáhat především své rodině a přátelům	61	31	4	3	2.
3. mít děti	58	27	8	5	-
4. mít přátele, se kterými si dobře rozumíte	56	37	5	2	3.
5. mít vlastní pěkné bydlení	53	38	6	3	-
6. žít ve zdravém životním prostředí	53	38	5	4	6.
7. mít zajímavou práci, která by Vás bavila	51	31	9	8	4.
8. mít práci, která má smysl, je užitečná	50	35	8	6	8.
9. žít zdravě, starat se o své zdraví	47	42	7	3	9.
10. žít podle svého přesvědčení	46	42	8	3	5.
11. žít v hezkém prostředí	45	45	7	3	7.
12. pracovat v kolektivu sympatických lidí	41	41	10	6	10.
13. vydělat hodně peněz	40	39	14	6	11.
14. mít vždy své nerušené soukromí	37	43	15	4	12.
15. mít jakoukoli práci, jen abyste byl zaměstnán a nebral podporu	34	39	13	10	13.
16. pomáhat těm, kdo pomoc potřebují	34	50	12	2	14.
17. mít přátele, kteří Vám mohou být užiteční	31	51	13	3	17.
18. podávat perfektní profesionální výkon	30	46	14	7	16.
19. žít příjemně, užívat si	29	54	13	3	15.
20. mít práci, která umožňuje zkoušet nové věci	28	38	23	8	20.
21. mít čas hlavně na své koníčky a zájmy	27	52	15	5	18.
22. být oblíbený mezi lidmi	23	53	18	4	19.
23. podílet se na zlepšování života v místě Vašeho bydliště	22	50	21	5	24.
24. mít co nejvšestrannější vědomosti, všeobecný přehled o kultuře, vědě, technice, politice	20	47	26	6	21.
25. aktivně se podílet na ochraně přírody	19	48	25	6	26.
26. mít vlastní firmu, kde můžete být svým pánem	19	22	30	22	25.
27. být dobře informován o dění u nás a ve světě	18	52	24	4	22.
28. žít zajímavý, vzrušující život	17	44	30	7	23.
29. pomáhat rozvoji demokracie ve společnosti	15	44	26	11	27.
30. mít hezké věci, které nemá každý	13	31	38	17	29.

se kterými si dobře rozumíte, df) mít přátele, kteří Vám mohou být užiteční, dg) dosáhnout významného postavení ve společnosti, dh) být oblíbený mezi lidmi, di) mít děti, dj) mít vlastní pěkné bydlení.“



31. dosáhnout významného postavení ve společnosti	13	30	38	17	28.
32. mít práci, která umožňuje řídit činnost jiných lidí	12	28	37	18	30.
33. žít podle náboženských zásad	11	21	28	34	31.
34. prosazovat politiku své strany, hnutí	7	24	32	32	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, v.v.i., Naše společnost 2. – 9. 6. 2014, 1049 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 70 % respondentů, přičemž i u ostatních se až na výjimky objevovala odpověď, že je to „spíše důležité“ (22 %). Také několik dalších z předložených hodnot bylo označeno za „velmi důležité“ relativně největší částí dotázaných, která se pohybovala od dvou třetin do téměř poloviny (dalších devět položek), v pořadí „pomáhat své rodině a přátelům“, „mít děti“ „mít přátele, se kterými si dobře rozumí“, mít vlastní pěkné bydlení“, „žít ve zdravém životním prostředí“, „mít zajímavou práci“, „mít práci, která má smysl, je užitečná“ a „žít zdravě, starat se o své zdraví“ a „žít podle vlastního přesvědčení“. Pro všechny tyto hodnoty rovněž platí, že za více či méně důležité je považují téměř všichni nebo alespoň většina na úrovni více než čtyř pětín dotázaných. Pokud provedeme porovnání s pořadím, jaké bylo zjištěno v roce 2011 (poslední sloupec tabulky 1), kdy byly naposledy zjišťovány hodnotové orientace (pořadí je určeno procentem odpovědi „velmi důležité“), došlo k vzestupu hodnoty žít ve zdravém prostředí a k propadu významu hodnoty „vlastního přesvědčení“ (s tím, že hodnota se udržela v první desítce).

O něco menší, i když stále velmi výrazně převažující důležitost na úrovni od 70 % výše, pokud jde o součet podílů „velmi důležité“ a „spíše důležité“, dotázaní připisovali položkám jako „žít v hezkém prostředí“, „mít vždy své nerušené soukromí“, „podávat perfektní profesionální výkon“, „mít přátele, kteří mohou být užiteční“, „žít příjemně, užívat si“, „mít jakoukoli práci, aby nebral podporu“, „pomáhat těm, kdo pomoc potřebují“, „být oblíbený mezi lidmi“, „mít čas na své koníčky a zájmy“, „mít co nejvšestrannější vědomosti, všeobecný přehled o kultuře, vědě, technice, politice“, „podílet se na zlepšování života v místě bydliště“ a „být dobře informován o dění u nás a ve světě“. Stále ještě většinovou důležitost šetření zaregistrovalo i v případě položek „mít práci, která umožňuje zkoušet nové věci“, „aktivně se podílet na ochraně přírody“, „žít zajímavý, vzrušující život“ a „pomáhat rozvoji demokracie ve společnosti“, kde součet obou podílů reprezentujících důležitost byl na či těsně pod úrovní dvou třetin.

Zbývající položky za důležité označila vždy už jen méně než polovina respondentů, přičemž nejmenší důležitost lidé připisovali životu podle náboženských zásad a prosazování politiky své strany či hnutí. Za pozornost stojí hodnota „mít vlastní firmu“, která se podle procenta odpovědí „velmi důležité“ řadí na 26. místo, přičemž součet s odpověďmi „spíše důležité“ by tuto hodnotu řadil až do poslední skupiny. Je zjevné, že tato hodnota reflektuje skutečnost, kolik lidí u nás podniká na straně jedné, a určité ne zcela pozitivní vztah k podnikatelským aktivitám u části veřejnosti na straně druhé.

Analýza důležitosti jednotlivých hodnot pro muže/ženy, věkové a vzdělanostní skupiny prokázala, že

-mezi muži a ženami byl jediný rozdíl týkající se hodnot spojených se zastáváním řídicí funkce a podnikáním (pro muže jsou tyto hodnoty významnější) a s dále podrobněji rozebranou nově doplněnou hodnotou „mít děti“ (pro ženy je významnější). Trochu překvapivě nebyl zjištěn významný rozdíl v hodnotách spojených s rodinou, přáteli a zdravím.

-vliv věku na důležitost jednotlivých hodnot se týkal všech položek vázaných na práci včetně „vydělávání hodně peněz“ (logicky výrazně významnější pro mladší ročníky včetně těch, které se teprve připravují ve školách), dále pak na položky spojené s aktivním životním stylem a užíváním si života, a pochopitelně na položky vztažené k přátelům.

-vliv dosaženého vzdělání se podle očekávání projevila u hodnot „mít všestranné znalosti“ a „být dobře informován o dění u nás a ve světě“ (ve skupinách s vyšším vzděláním byly uvedené hodnoty důležitější). Respondenti s vysokoškolským vzděláním přisuzovali také větší důležitost položkám charakterizujícím obsah práce.

Tyto souvislosti hodnotových orientací se sociodemografickými charakteristikami byly zjištěny i v minulých šetřeních. Jde vesměs o podmíněnost, kterou je možné logicky předpokládat a která se v čase nemění.

Doplněná položka zjišťující důležitost hodnoty mít děti se jednak umístila v pomyslném žebříčku na třetím místě, jednak vykazovala nad očekávání silnou vazbu na věk a pohlaví: procento odpovědí „velmi důležité“ v kohortě 15-19 muži 34 %, ženy 47 %, v kohortě 20-29 muži 32 %, ženy 64%, v kohortě 30-44 muži 53 %, ženy 72 %, v kohortě 45-59 muži 57 %, ženy 72 %, v kohortě 60+ muži 52 %, ženy 63 %. I přes vysokou celkovou pozici hodnoty „mít děti“, je postoj mladé generace (a zvláště pak její mužské části) alarmující pro zakládání rodin.

Druhá doplněná položka „mít vlastní pěkné bydlení“ se umístila na místě pátém, její vazba na věk se projevila jen u nejmladší kohorty (65 % odpovědí „velmi důležité“) ve srovnání s nejstarší věkovou kohortou 60+ (46 %). Mezi hodnocením mužů a žen nebyl zjištěn rozdíl.

### *Struktura 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.

#### Výsledky faktorové analýzy

1. faktor (dimenze): rodina, děti, bydlení, hezké prostředí, zdravý život, vlastní přesvědčení, přátelé, ale také pomoc potřebným (*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 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).

Tabulka 2: Průměrná faktorová skóre ve věkových kohortách

	1.faktor	2.faktor	3.faktor	4.faktor	5.faktor	6.faktor	7.faktor
15-29	-0.14	0.22	0.23	-0.16	0.19	0.01	0.27
30-44	-0.02	0.19	0.03	0.03	-0.05	0.00	0.01
45-59	0.00	0.12	0.05	0.03	-0.13	0.02	-0.02
60 +	0.13	-0.44	-0.26	0.27	0.03	0.00	-0.17

Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, v.v.i., *Naše společnost 2.* – 9. 6. 2014, 1049 respondentů starších 15 let, osobní rozhovor.

Jak dokládají údaje v tabulce 2 (průměry faktorových skóre v jednotlivých věkových kohortách), mezi mladými a seniory existují statisticky významné rozdílnosti v pěti ze sedmi faktorů. Je asi logické, že tato rozdílnost je v „pracovních hodnotách (2.f)“ a v „orientaci na kariéru (3.f)“, které pro post-aktivní respondenty pozbyly aktuální důležitosti. Ovšem rozdílnost v „občanské angažovanosti“, v „rodinných hodnotách“ (obě nižší u mladých) a v důrazu na „sociální kapitál“ a v důrazu na „hedonistický rozměr života“ (vyšší u mladých, v druhém případě ve srovnání se skupinou ve věku jejich rodičů) ukazuje, že tu určitý generační posun v hodnotách existuje. Je samozřejmě možné, že dnešní mladí se s přibývajícím věkem více přikloní např. k rodinným hodnotám, ale že by změnil názor v oblasti „užívání si života“ či v oblasti „občanské angažovanosti“ je méně pravděpodobné.

#### *Hodnotové orientace v delším časovém horizontu (1990 – 2014)*

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 2011 (viz tabulku 3) byla zaznamenána sice řada statisticky významných posunů (o více než 2-3 procentní body), ale tyto posuny nepřesáhly šest bodů. Posuny se týkaly především poklesu hodnoty různých charakteristik práce, dále pak vlastního přesvědčení, všeobecného přehledu, vzrušujícího života. Od posledního šetření došlo k nárůstu důležitosti u ochrany životního prostředí, rozvoje demokracie, užitečných známostí, vlastnictví hezkých věcí.

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.

Tabulka 3: Důležitost různých hodnot 1990-2014

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

Pozn.: Součet odpovědí velmi důležité a spíše důležité. Dopočet do 100 % v každém políčku tabulky tvoří součet odpovědí spíše nedůležité, zcela nedůležité a neví. Položky jsou v tabulce seřazeny podle výše podílu „velmi důležité“ v roce 2014.

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 květem 2011 (N=1115), CVVM červen 2014 (N=1049).



Pokud porovnáme údaje, které dělí čtvrt století, je zjevné, že u nejvýznamnějších hodnot došlo ani ne tak ke změně pořadí, ale k poklesu procentního zastoupení odpovědí „velmi důležité“ a „spíše důležité“ (o 4-7 procentních bodů). Jde o hodnoty, které zahrnují rodinu, přátele, zdraví a také různé charakteristiky práce (viz. 1. a 2. faktor). Pokles by mohl být vysvětlitelný výše diskutovaným generačním posunem v 1. faktoru.

Jinak k podstatným změnám v hodnotové orientaci došlo mezi roky 1999 a 2004. Jde o položky „mít jakoukoliv práci“, „žít příjemně, užívat si“, „žít zajímavý a vzrušující život“, „mít vlastní firmu“ a „mít užitečné přátele“, které zaznamenaly tehdy vzestup a které se v následujících letech udržely na dosaženém procentu významnosti. V uvedeném pětiletém období (1999-2004) 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 u těchto položek k určitému poklesu.