

# Občanská angažovanost 2015

---

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



**CENTRUM  
OBČANSKÉHO  
VZDĚLÁVÁNÍ**



Konrad  
Adenauer  
Stiftung



# Základní fakta

---

Realizátor výzkumu: **Centrum občanského vzdělávání FHS UK**

Financování výzkumu: **Konrad-Adenauer-Stiftung**

Sběr dat výzkumu a poskytnutí dat Lifestyle 2014: **TNS Aisa**

Datum sběru dat on-line: 15. 12. 2014 – 5. 1. 2015

Zveřejněno dne: 3. června 2015

## Tým autorů:

PhDr. Jan Krajhanzl, PhD., Katedra environmentálních studií FSS MU,  
jan.krajhanzl@gmail.com

Mgr. et Mgr. Tomáš Protivínský

Mgr. Ondřej Matějka, Centrum občanského vzdělávání FHS UK,  
ondrej.matejka79@gmail.com

Mgr. Barbora Bakošová, Katedra environmentálních studií FSS MU

## Dále děkujeme:

Mgr. Evě Králové, Ing. Janu Kovářovi, Petře Coufalové a Jaromíru Vaništovi z agentury TNS AISA za spolupráci na výzkumu, Mgr. Václavu Tollarovi za konzultaci sběru dat, Ing. Mgr. Jaroslav Hlinkovi, Ph.D. za konzultaci statistických analýz, Mgr. Karlu Čadovi za konzultaci dotazníku a statistických analýz, Mgr. Kateřině Ptáčkové za konzultaci dotazníku, Mgr. Jakubovi Mackovi, Ph.D. za konzultaci mediálního chování, Doc. PhDr. Pavolu Fričovi, Ph. D., PhDr. Tereze Pospíšilové, M.A., Ph.D., doc. PhDr. Ing. Ondřeji Císařovi, Ph.D., Mgr. Mirovi Grznárovi za konzultace k tématu občanské angažovanosti a všem, kteří se zúčastnili pilotní verze výzkumu.

# Proč výzkum stojí za pozornost?

---

**3 876** reprezentativní vzorek 15-65 let v ČR

**20 000** proměnných pro jednoho respondenta

**1.** podrobná mapa občanské angažovanosti v ČR

# Občanská angažovanost

---

- Co jste od prosince 2013 do listopadu 2014 dělal(a) ve svém volném čase, dobrovolně a zdarma ve prospěch veřejnosti, svojí obce, země či obecně „pro dobro věci“?
  - organizovaná a neorganizovaná
- 
- + Sociodemografické údaje
  - + Politické chování
  - + Mediální chování
  - + Životní styl, např. domácnost, zájmy, trávení volného času
  - + Psychologické charakteristiky, např. životní spokojenost, sebedůvěra, obavy, vazba na místo

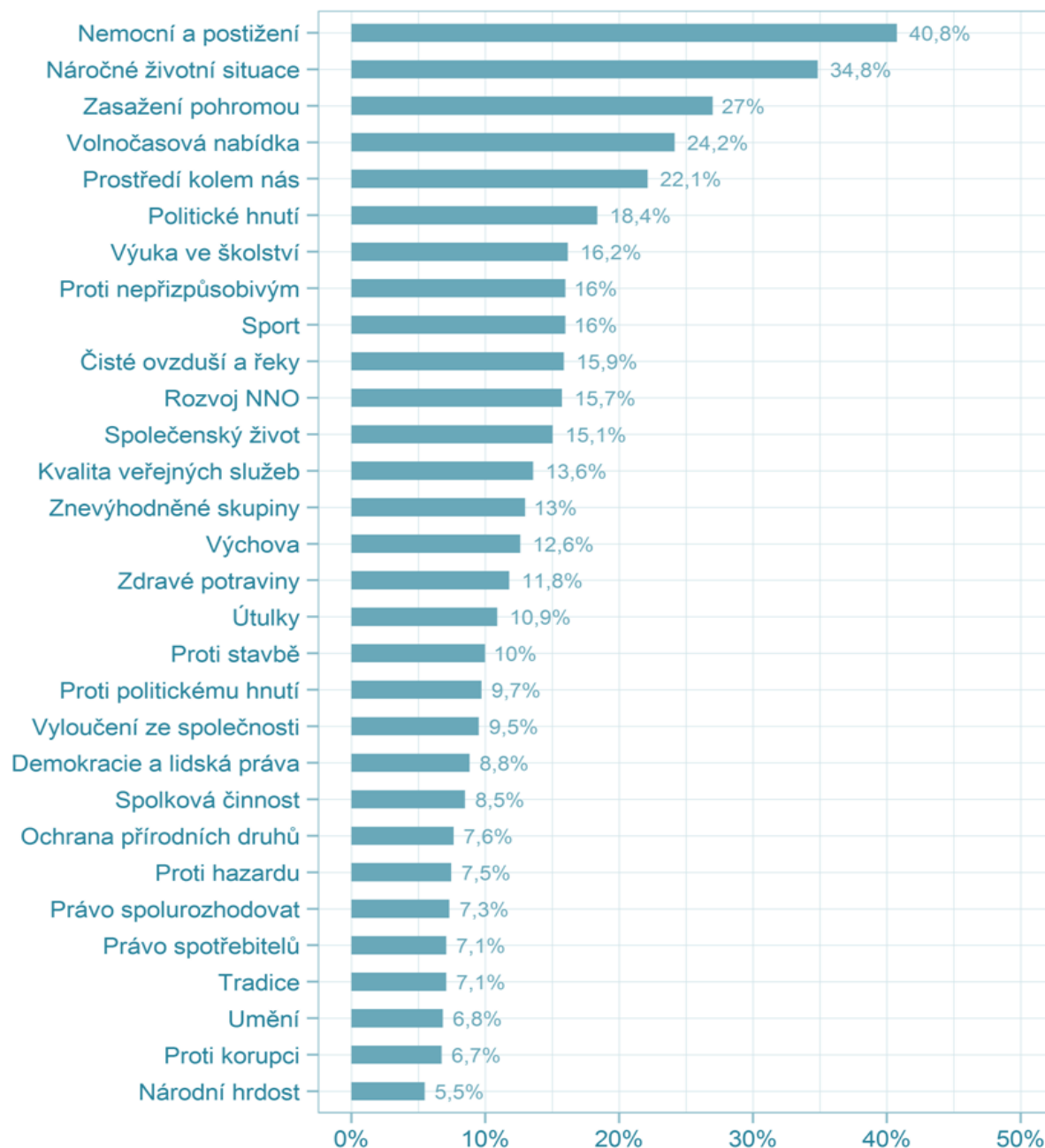
# Klíčová zjištění

---

1. Češi se nejvíce angažují v humanitárních, sociálních a volnočasových tématech. Nejčastěji věnují dar nebo podepíší petici
2. Dvě Česka: dva světy české občanské angažovanosti
3. Rozdíly v občanské angažovanosti mezi sociálními skupinami jsou obrovské
4. Pro občanskou angažovanost mají Češi různé motivy

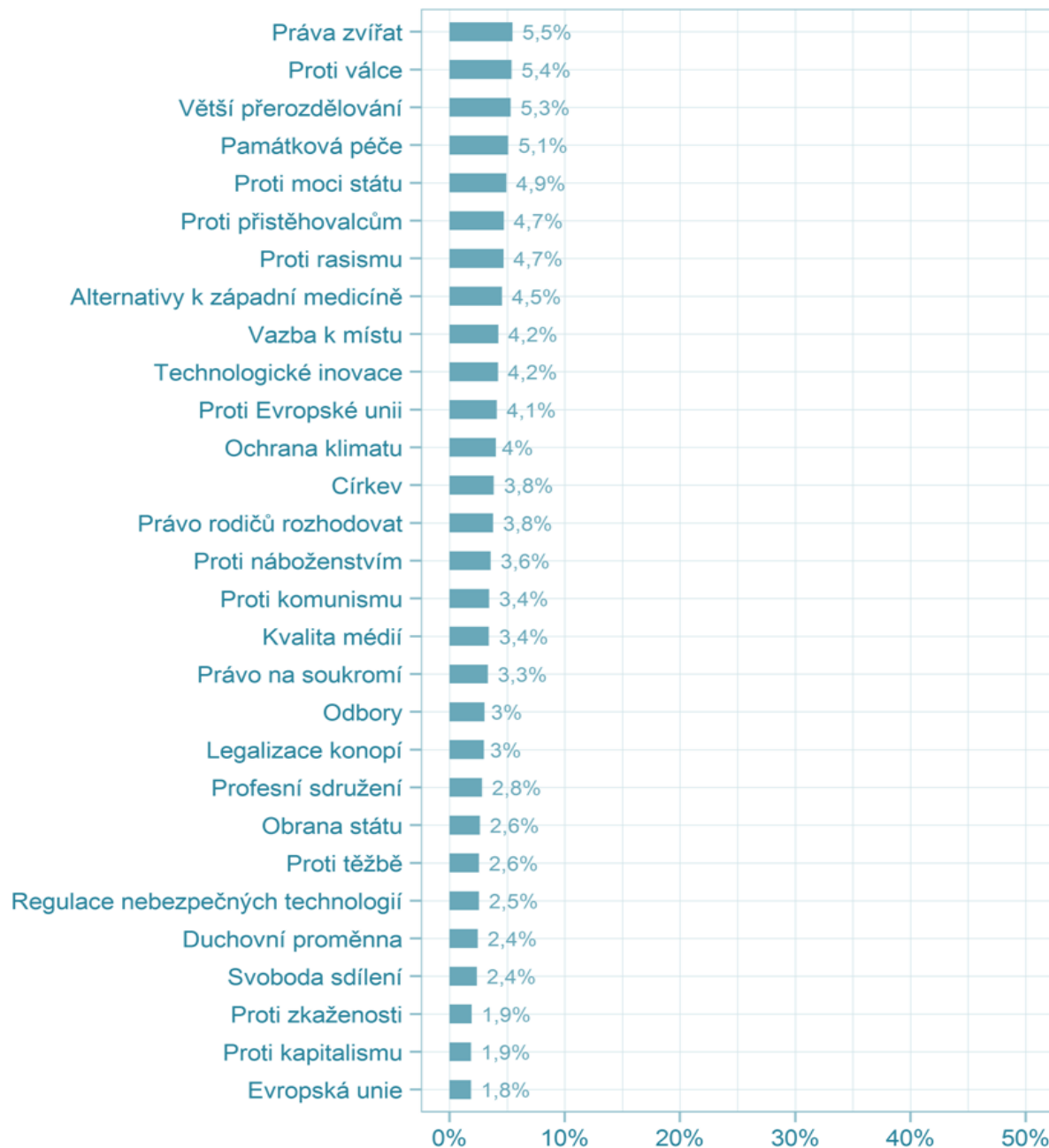
1. Češi se nejvíce angažují v humanitárních, sociálních a volnočasových tématech. Nejčastěji věnují dar nebo podepíší petici

---

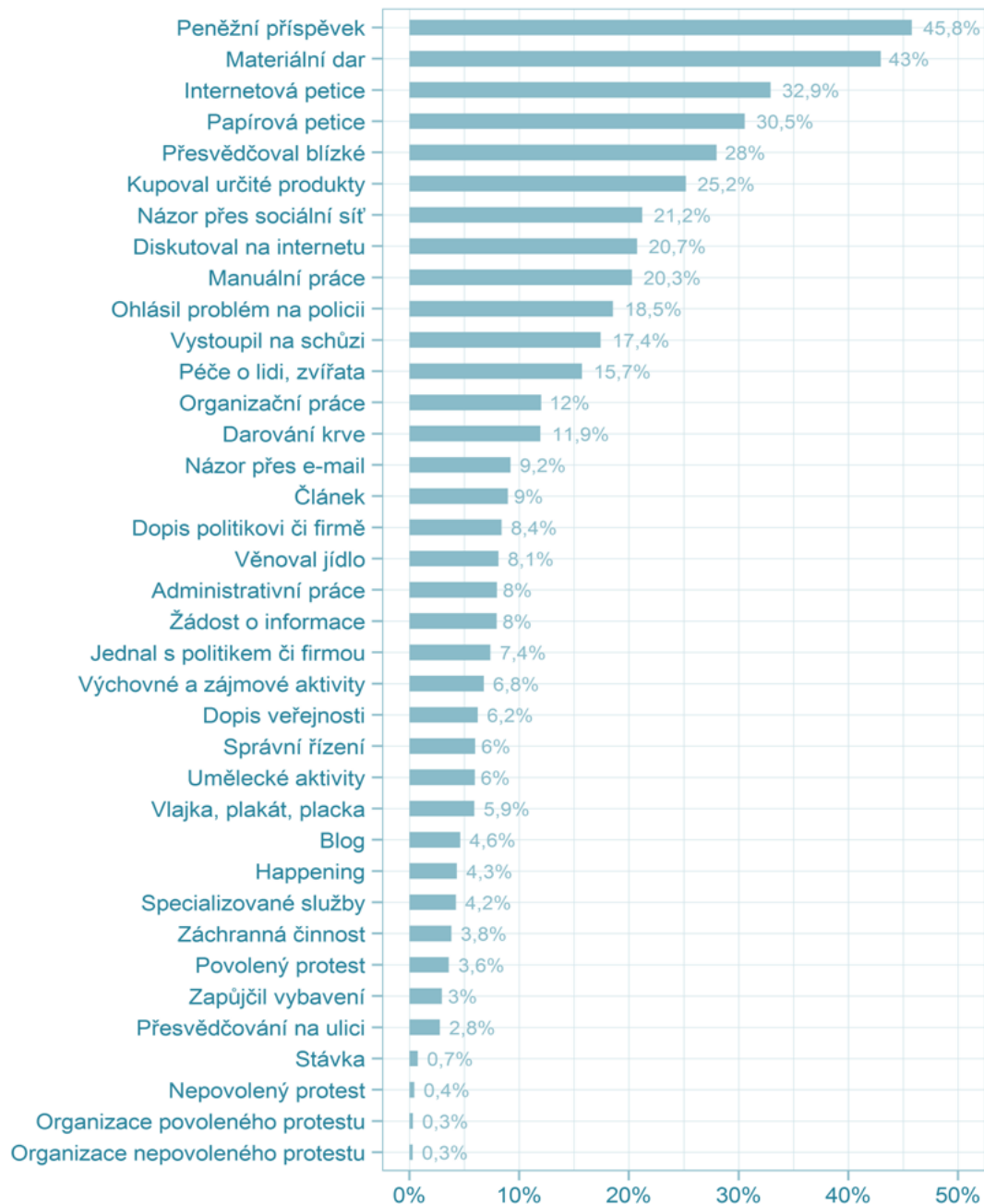


**Obsah**  
občanské  
angažovanosti  
za kalendářní rok

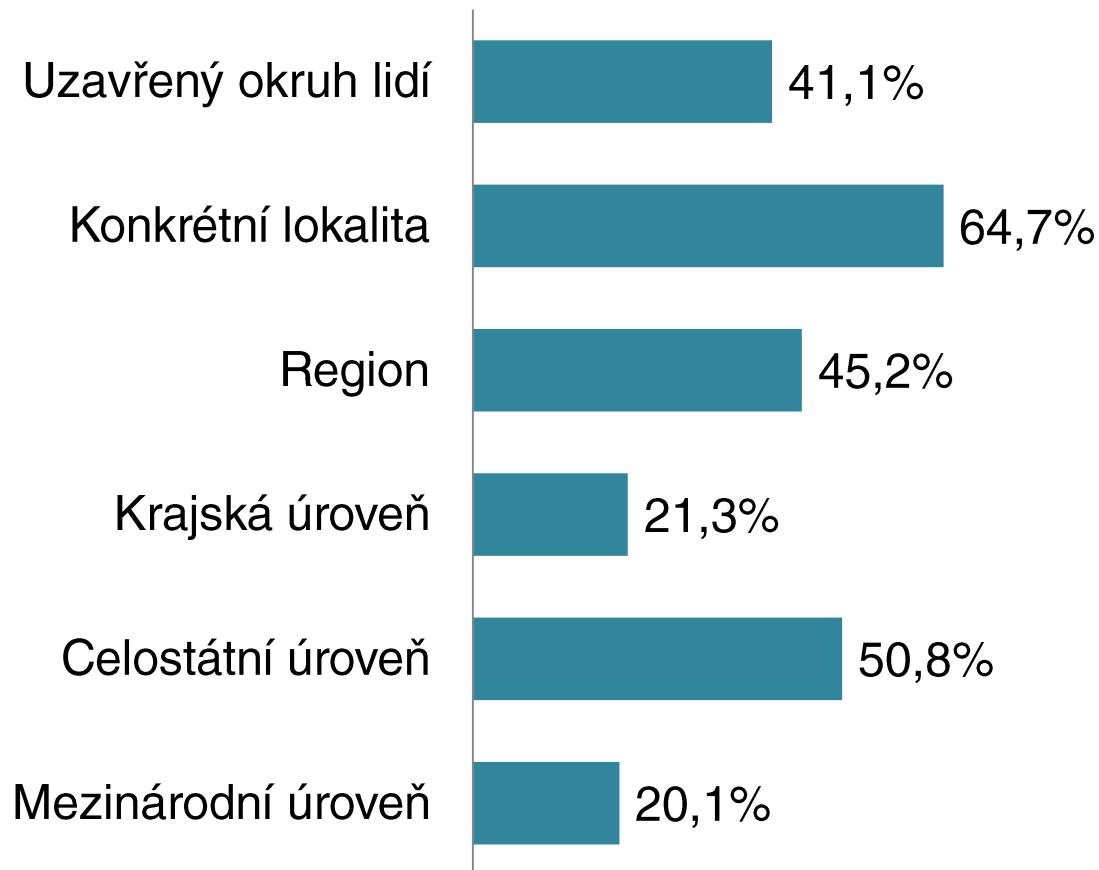




**Obsah**  
občanské  
angažovanosti  
za kalendářní rok



**Forma**  
občanské  
angažovanosti  
za kalendářní rok



**Rozsah**  
občanské  
angažovanosti  
za kalendářní rok



41 hodin

1004 Kč

5 akcí

(odhad)

## 2. Dvě Česka: dva světy české občanské angažovanosti

---



AKTIVNĚJŠÍ  
45 %

72 hodin  
1654 Kč  
9x akce



PASIVNĚJŠÍ  
55 %

16 hodin  
483 Kč  
2x akce

**AKTIVNĚJŠÍ**  
**45 %**

**V čem se obě skupiny kromě  
angažovanosti významně liší?**

**větší podíl x menší podíl**

- vzdělání
- příjmy
- vybavení domácnosti
- vyznání
- informační technologie a internet
- spektrum tisku
- zájem o politiku
- důvěra v politické instituce, politické strany a NNO
- účast ve volbách
- volnočasové aktivity
- pití alkoholu
- naopak: koukání na TV
- vnímání svého života  
ve srovnání s druhými
- očekávání do budoucna

**PASIVNĚJŠÍ**  
**55 %**

### 3. Rozdíly mezi sociálními skupinami jsou v občanské angažovanosti obrovské

---



## Šest segmentů české veřejnosti

- \* Výzkum Občanská angažovanost 2015 je prvním výzkumem v České republice, který na základě empirických dat a tzv. shlukových analýz popisuje různé skupiny (segmenty) české veřejnosti z hlediska jejich chování v oblasti občanské angažovanosti.
- \* Při shlukových analýzách občanské angažovanosti v České republice se ukázalo, že mezi českou veřejností můžeme identifikovat šest segmentů české veřejnosti: Všeobecně aktivní, Aktivní apoliticky, Aktivní politicky, Příležitostné dárce, Příležitostné pomocníky a Pasivní. Tato segmentace rozlišuje společenské skupiny především podle míry jejich angažovanosti, a použita proto bude především pro mediální prezentaci výzkumu a pro jednání s decizní sférou o zapojování širších skupin veřejnosti do veřejného života české společnosti.
- \* Stojí za zmínku, že v rámci výzkumu Občanská angažovanost 2015 vznikla ještě jedna segmentace – ta rozlišuje **osm segmentů populace**, které se liší svým chováním v oblasti veřejně prospěšných aktivit. Podle témat, na která se tyto segmenty orientují, jsme je nazvali jako Aktivistické tvrdé jádro, Všeobecně aktivní, Soucitní, Sdružující se, Environmenalisté, Političtí, Ideologičtí a Pasivní.

## Co jsou to shlukové analýzy?

- \* Shlukové, či clusterové analýzy jsou druhem statistických metod, které identifikují v datech segmenty, které jsou si v oblasti zkoumaných proměnných co nejpodobnější.
- \* Existuje celá řada clusterových analýz. V našem výzkumu jsme použili analýzu latentních tříd (LCA), která se doporučuje pro shlukovou analýzu na základě kategoriálních či ordinálních proměnných. Pro srovnání jsme kromě analýzy latentních tříd použily také shlukové analýzy K-means, hierarchickou shlukovou analýzu a shlukování kolem medoidů (PAM) – aplikována byla nejen běžná eukleidovská metrika, ale i Manhattanská metrika.
- \* Shluky byly vytvořeny na základě dichotomických proměnných pro jednotlivé obsahy občanské angažovanosti. Vždy byla nalezena řešení se dvěma až třiceti shluky, na základě hodnoty BIC se ukázala jako optimální řešení se 6 až 9 shluky (podle konkrétních použitých proměnných).
- \* Potvrdilo se, že analýza latentních tříd je vhodná pro kategoriální data: výsledky vykazovaly dobrou stabilitu a face-validitu. Použité řešení je tak ve shodě s metodologií aktuálních akademických publikací, které používají analýzu latentních tříd pro tento typ segmentačních úloh.

AKTIVNÍ  
7 %

APOLITICKY  
AKTIVNÍ  
23%

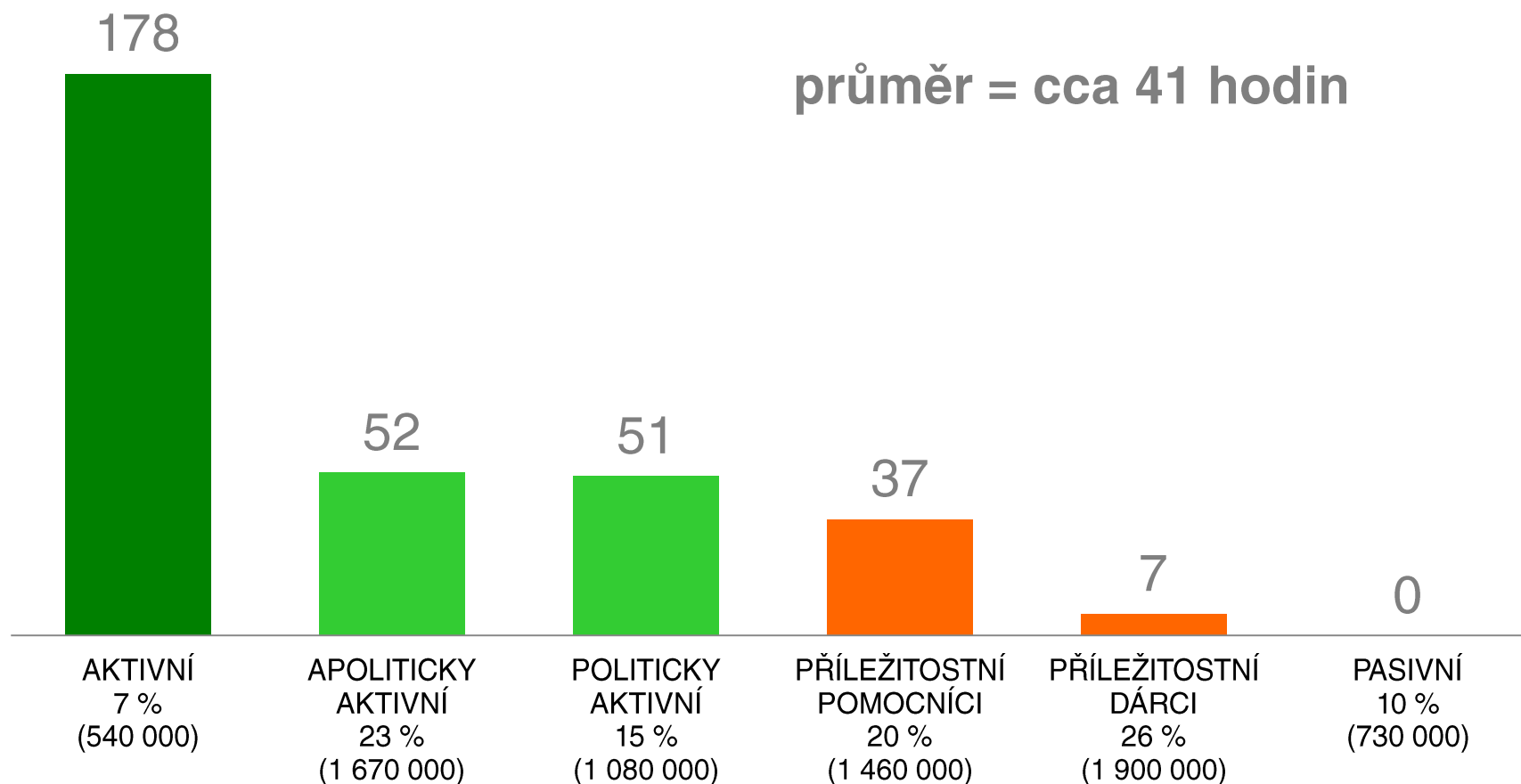
POLITICKY  
AKTIVNÍ  
15 %

PŘÍLEŽITOSTNÍ  
POMOCNÍCI  
20 %

PŘÍLEŽITOSTNÍ  
DÁRCI  
26 %

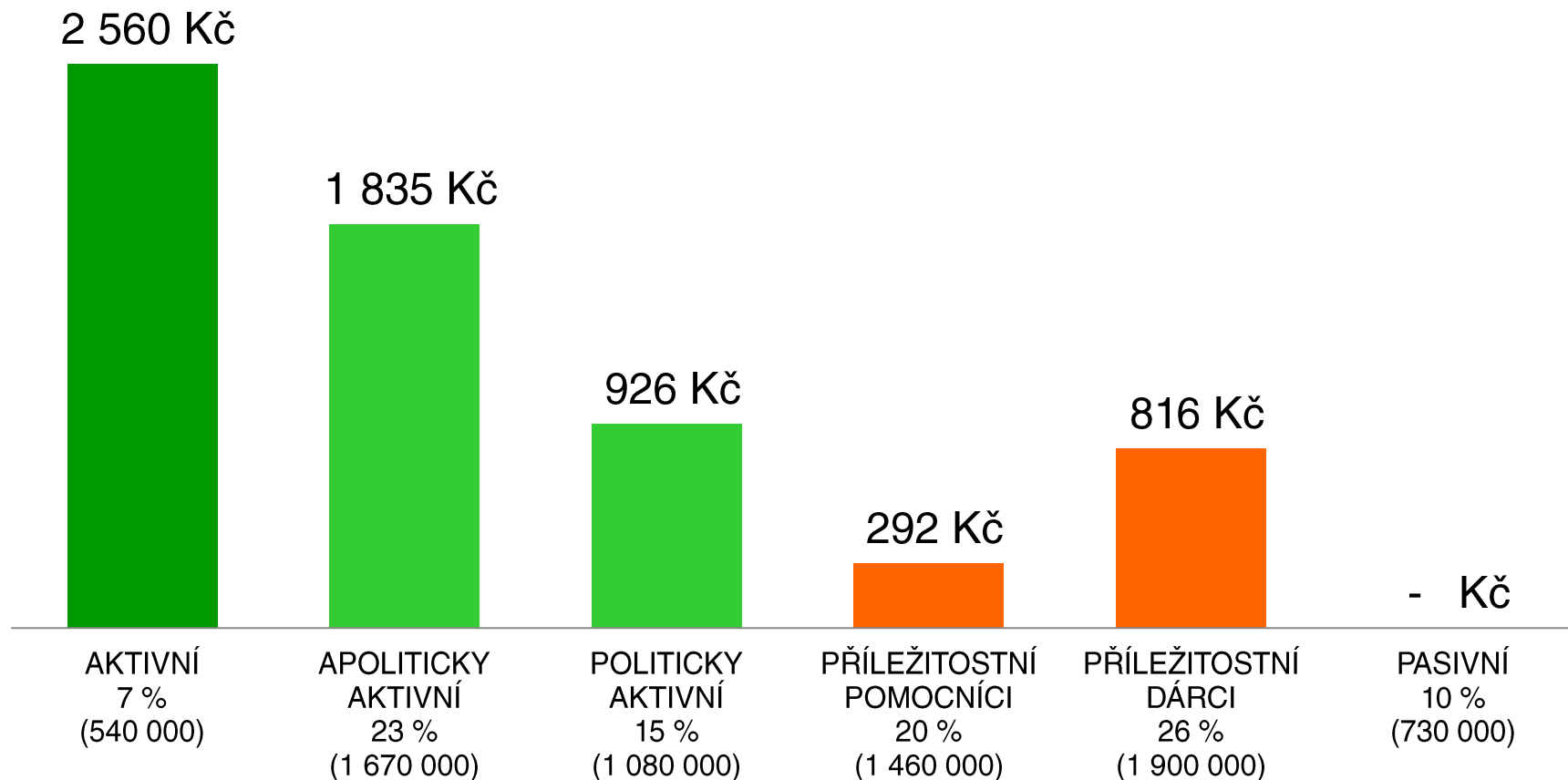
PASIVNÍ  
10%

# Počet hodin, které se Češi za kalendářní rok občansky angažovali



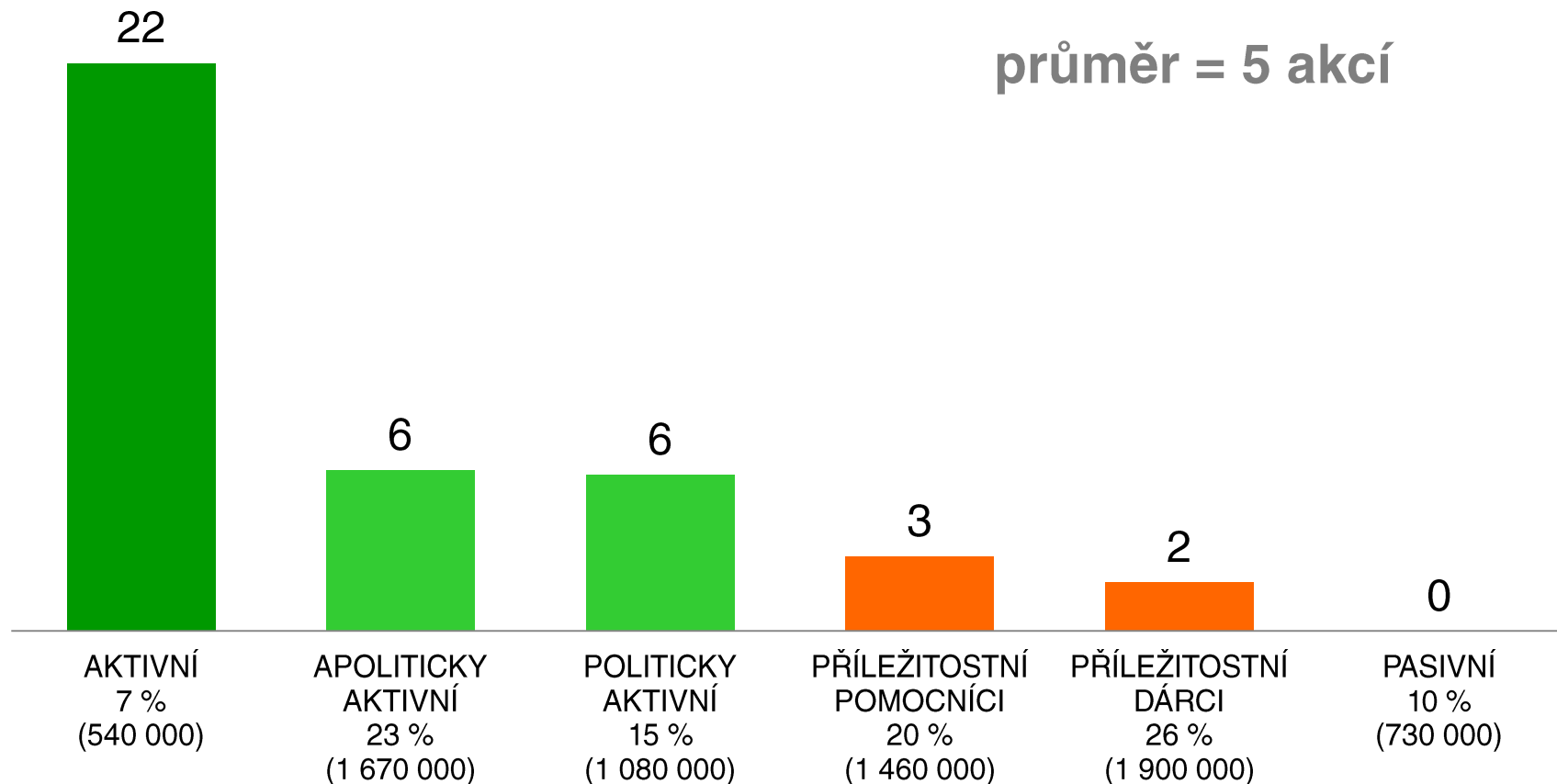
# Výše darů, kterými se Češi za uplynulý rok občansky angažovali

průměr = cca 1004 Kč



# Počet akcí, ve kterých se Češi za uplynulý rok občansky angažovali

(tj. podpisy petic, napsání článku, darování krve, demonstrace aj.)



## 4. Pro občanskou angažovanost mají Češi různé motivy

---

## Devět motivů obč. angažovanosti

- \* Výzkum občanské angažovanosti potvrdil, že lidé, kteří jsou aktivní v jednom tématu občanské angažovanosti, jsou často aktivní také v určitých dalších tématech. Například ti, kteří se angažují ve zlepšování prostředí kolem nás, se často zapojují také do aktivit pro čisté ovzduší a řeky nebo do ochrany přírodních druhů. Určit skupinu položek, které jsou takto vzájemně propojeny společným faktorem, umí **faktorová analýza**.
- \* Faktorová analýza občanské angažovanosti rozeznala **devět základních faktorů**. Ty můžeme chápat jako motivy občanské angažovanosti, které vyjadřují, co vede lidi k jejich aktivitám. Pokud chceme lidi podporovat v občanské angažovanosti, je možné **sledovat, jaká témata jsou spojena s jakými motivy a pro aktivizaci veřejnosti právě tyto motivy použít**. Často používané motivy je možné doplňovat těmi, které zatím nebyly využity.

## Co je to faktorová analýza?

- \* Faktorová analýza je statistická metoda, která zjišťuje, jaké proměnné/položky dotazníku spolu vzájemně korelují. Na základě analýzy těchto korelací identifikuje faktorová analýza tzv. faktory, tedy jakési „společné jmenovatele“ proměnných. Pojmenování jednotlivých faktorů vzniká při interpretaci, která je založena na hledání „společného jmenovatele“ položek, které jsou syceny stejným faktorem.
- \* Jedna položka může být ovlivňována několika různými faktory, ale součet jejich nábojů nemůže být vyšší než 1. Níže v textu prezentujeme náboje faktorů jednotlivých položek hodnotou v závorce.

## Statistická poznámka

- \* Položky obsahu občanské angažovanosti byly agregovány do dichotomických proměnných, aby vyjadřovaly, zdali se respondent daným obsahem zabýval či nikoli. Následná faktorová analýza umožnila identifikovat motivy angažovanosti. Protože nejsou nezávislé, byla použita faktorová analýza s faktorizační metodou hlavní osy a se šikmou rotací oblamin. Kritéria *parallel analysis* a *optimal coordinates* doporučovala řešení s devíti faktory, které najdete v následujícím textu.

## Motiv č. 1: Naštvanost

- \* Podobá se tekutému hněvu, o kterém píše Václav Bělohradský. Je spojený s touhou po pořádku, bezpečí a spravedlivém trestu, ale také po svobodě a nezávislosti („nechte mé věci na pokoji“). Významný společný jmenovatel pro řadu položek.
- \* Nejvíce ho najdeme v pozadí aktivit proti korupci (0,54), proti přistěhovalcům (0,50), pro obranu státu (0,46), proti „nepřizpůsobivým“ (0,42) a proti hazardu (0,40). Částečně sytí aktivity podporující právo na soukromí (0,33), práva spotřebitelů a jejich informovanost (0,28), legalizaci konopí (0,27), proti moci státu a úřadů (0,24), svobodu sdílení, omezení autorských práv (0,16), proti EU (0,14) a pro regulaci nebezpečných technologií (0,14).

## Motiv č. 2: Sdružování

- \* Kontakt s lidmi na 1. místě. Vyjadřuje touhu spojovat lidi, společně se bavit, věnovat se dětem a mládeži.
- \* Nejsilnější je tento motiv u aktivit ve prospěch volnočasové nabídky pro děti a mládež (kroužky, oddílová činnost)(0,60), sportovní činnosti pro děti i dospělé (0,50), kvalita výchovy (0,48), kvality výuky ve škole/školství (0,47) a zábavných akcí pro veřejnost a společenského života (0,44). Částečně motivuje také k aktivitám na podporu spolkové činnosti (např. sběratelství, chovatelství, zahrádkářství, turistika)(0,32), tradičních zvyků a slavností (Masopust, Jízda králů)(0,22), umění (amatérské i profesionální, klasické i současné) (0,20) a rozvoje neziskových organizací (0,18).

## Motiv č. 3: Harmonie

- \* Zdravý a přirozený život, mír, částečně New Age a alternativnost. Jeden ze dvou motivů, který významně podporuje angažovanost v environmentálních otázkách.
- \* Nejsilněji ovlivňuje angažovanost ve prospěch zvířat ve velkochovech a laboratořích (0,65), útulků pro opuštěná zvířata, záchranné stanice pro živočichy (0,44) a ochranu přírodních druhů a divočiny (0,32). Částečně podporuje také angažovanost na podporu zdravých potravin (0,23), proti rasismu, fašismu, neonacismu (0,20), na ochranu klimatu (19), práv rodičů rozhodovat o svých dětech (domácí vzdělávání, nepovinné očkování)(0,14), alternativ k západní medicíně (homeopatie, čínská medicína, astrologie, léčení aury)(0,13) a legalizace konopí (13).



## Motiv č. 4: Demokratický idealismus

- \* Pravda a láska musí zvítězit nad zlem a nenávistí. Touha po světě respektujícím lidská práva, světě bez válek a totalitních režimů. Vychází z ní potřeba zapojovat se do dění v obecných politických otázkách, ve kterých mnoho lidí vidí konflikt mezi dobrem a zlem.
- \* Nejsilnější je tento motiv v aktivitách na podporu demokracie a lidských práv (0,51) a proti komunismu (0,40). Částečně je v pozadí aktivit na podporu národní hrdosti (0,38), proti rasismu, fašismu a neonacismu (0,36), na podporu Evropské unie (0,33), na podporu politického hnutí, strany nebo kandidáta (0,31), proti válce (0,30), proti politickému hnutí, straně či kandidátovi (0,27), dále na podporu vazby k místu (0,27), profesního či obchodního sdružení (0,19) a odborů (0,19).

## Motiv č. 5: Soucit

- \* Touha pomoci, když někdo nebo něco trpí, strádá, je v ohrožení.
- \* Projevuje se významně v aktivitách na podporu lidí v náročných životních situacích (nezaměstnanost, chudoba, úmrtí v rodině, rozvod, domácí násilí, oběti trestných činů, pěstounství) (0,46), lidí ze společensky znevýhodněných skupin (ženy, menšiny sexuální, náboženské či etnické, uprchlíci a azylanti) (0,41) a lidí zasažených pohromou (požáry, povodně, hladomory, válečné konflikty) (0,41). Přispívá také k podpoře nemocných, postižených a umírajících (0,35), lidí vyloučených ze společnosti (vězni, prostitutky, narkomani, bezdomovci) (0,30), zlepšování prostředí kolem nás (veřejný prostor, krajinný ráz, architektura) (0,18), útulků pro opuštěná zvířata, záchranných stanic pro živočichy (0,13).

## Motiv č. 6: Náboženská

- \* Touha angažovat se ve prospěch víry a církve, morálky a kultury společnosti.
- \* Náboženská je nejsilněji spjata s aktivitami ve prospěch duchovní proměny společnosti (včetně misí) (0,60), církve (0,57) a proti zkaženosti společnosti (potratům, „homosexualismu“, povinné sexuální výchově aj.) (0,35). Částečně ovlivňuje také aktivity na podporu kvality médií (0,17), památkové péče (0,17), lidí vyloučených ze společnosti (vězni, prostitutky, narkomani, bezdomovci) (0,13) a tradičních zvyků a slavností (0,12).

## Motiv č. 7: Environmentalismus

- \* Ochrana přírody a životního prostředí. Jeden ze dvou motivů, které jsou významně spojeny s environmentální angažovaností.
- \* Nejsilněji je tento motiv přítomný u aktivit na podporu zlepšování prostředí kolem nás (veřejný prostor, krajinný ráz, architektura, urbanismus) (0,45), čistého ovzduší, čistých řek, prostředí bez škodlivin (0,45), ochrany přírodních druhů a divočiny (0,40) a ochrany klimatu (0,39). Uvedený motiv částečně podporuje aktivity proti stavbě na určitém území (silnice, dálnice, nákupní centra, obchody, atd.) (0,36), proti těžbě surovin na určitém území (0,24), pro regulaci nebezpečných technologií (0,31), na podporu vazby k místu (0,16) a tradiční zvyky a slavnosti (0,14).

## Motiv č. 8: Antisystémovost

- \* Kritický pohled na současný ekonomický, politický a společenský systém. Nedůvěra vůči mocným.
- \* Výraznou roli hraje v aktivitách proti kapitalismu (0,46) a proti Evropské unii (0,39). Je spojený také s angažovaností proti militantním věřícím či náboženství(m) (0,32), proti politickému hnutí, straně či kandidátovi (0,29), proti válce (0,25), pro větší přerozdělování (vyšší důchody, příspěvky rodinám, progresivní zdanění)(0,25), proti moci státu a úřadů (čím méně úřadů, vyhlášek a regulací, tím lépe) (0,21), proti přistěhovalcům (0,16), pro kvalitu výuky ve škole/školství (0,15), pro právo spolurozhodovat (referendum aj.) (0,14).

## Motiv č. 9: Politické reformátorství

- \* Touha žít v moderně fungujícím státu, který propojuje liberální občanská práva, kvalitní veřejné služby a úctu k tradici a kultuře.
- \* Uvedený motiv je společný pro aktivity podporující kvalitu médií (0,32), větší přerozdělování (vyšší důchody, příspěvky rodinám, progresivní zdanění)(0,32), kvalitu veřejných služeb (0,30), právo spolurozhodovat (0,30), práva spotřebitelů a jejich informovanost (0,27), tradiční zvyky a slavnosti (0,27), technologické inovace (0,26), právo rodičů rozhodovat o svých dětech (0,23), svobodu sdílení a kopírování (0,23), památkovou péči (0,22), umění (0,21), zdravé potraviny (0,18), vazbu k místu (0,17), právo na soukromí (0,16), alternativy k západní medicíně (0,16), proti moci státu a úřadů (čím méně úřadů, vyhlášek a regulací, tím lépe)(0,15).

	Aktivní	Apoliticky aktivní	Politicky aktivní	Příležitostní pomocníci	Příležitostní dárci	Pasivní
Naštvanost	1,78	0,27	0,69	0,14	0,11	0,00
Sdružování	2,12	1,08	0,63	0,55	0,19	0,00
Harmonie	0,84	0,18	0,34	0,04	0,07	0,00
Demokratický idealismus	1,54	0,33	0,70	0,11	0,14	0,00
Soucit	1,78	1,10	0,70	0,24	0,61	0,00
Náboženskost	0,68	0,18	0,17	0,03	0,08	0,00
Environmentalismus	1,66	0,65	0,47	0,28	0,15	0,00
Antisystémovost	0,72	0,02	0,38	0,03	0,00	0,00
Politické reformátorství	1,59	0,29	0,53	0,16	0,06	0,00

# Závěrem

---

# Koho oslovit?

---

- Pasivní – bez participace na životě občanské společnosti
- Ženy – menší politická angažovanost
- Seniors – velký potenciál
- Děti a dospívající – otázka kultury + formujících zkušeností

# Příloha č. 1: Reprezentativita vzorku

POHLAVÍ	Procent	Vážená procenta	Zastoupení v populaci
Muži	49,02 %	50,31 %	50,32 %
Ženy	50,98 %	49,69 %	49,68 %

VĚK	Procent	Vážená procenta	Zastoupení v populaci
15-24 let	13,18 %	16,9 %	16,91 %
25-34 let	19,63 %	21,39 %	21,44 %
35-44 let	21,67 %	21,49 %	21,47 %
45-54 let	20,18 %	18,29 %	18,32 %
55-65 let	25,34 %	21,9 %	21,86 %

VZDĚLÁNÍ	Procent	Vážená procenta	Zastoupení v populaci
základní	11,46 %	16,2 %	16,19 %
střední bez maturity	36,2 %	34,8 %	34,8 %
střední s maturitou	35,42 %	34,91 %	34,91 %
vysokoškolské	16,92 %	14,11 %	14,1 %

KRAJ	Procent	Vážená procenta	Zastoupení v populaci
Hlavní město Praha	11,53 %	12,51 %	12,5 %
Jihomoravský	11,48 %	11,12 %	11,13 %
Karlovarský	2,84 %	2,86 %	2,85 %
Kraj Jihočeský	6,06 %	5,99 %	5,99 %
Kraj Středočeský	11,48 %	12,31 %	12,32 %
Královehradecký	5,78 %	5,16 %	5,17 %
Liberecký	3,92 %	4,15 %	4,15 %
Moravskoslezský	11,74 %	11,53 %	11,54 %
Olomoucký	6,22 %	5,99 %	5,98 %
Pardubický	5,29 %	4,85 %	4,85 %
Plzeňský	5,44 %	5,47 %	5,46 %
Ústecký	7,59 %	7,77 %	7,78 %
Vysočina	4,75 %	4,8 %	4,79 %
Zlínský	5,88 %	5,5 %	5,5 %

reprezentativní vzorek pro českou populaci ve věku 15-65 let  
kvótní výběr: kraje, velikost místa bydliště, pohlaví, věk, vzdělání  
vzorek 3 876 respondentů