



Vysoká škola ekonomická v Praze

Fakulta managementu v Jindřichově Hradci

Diplomová práce

Michal Hýsek

2008

Vysoká škola ekonomická v Praze

Fakulta managementu

Jindřichův Hradec

Diplomová práce

Michal Hýsek

2008



Vysoká škola ekonomická v Praze

Fakulta managementu v Jindřichově Hradci

Katedra managementu informací

**Prezentace zájmu o celoživotní
vzdělávání (CV) jako součást identity
aktéra dle gender – zájmy a koníčky**

Vypracoval:

Michal Hýsek

Vedoucí diplomové práce:

RNDr. Syrovátka Oldřich, CSc.

Jindřichův Hradec, duben 2008

Prohlášení

Prohlašuji, že diplomovou práci na téma

» **Prezentace zájmu o celoživotní vzdělávání (CV) jako součást identity aktéra dle
gender – zájmy a koníčky**«

jsem vypracoval samostatně.

Použitou literaturu a podkladové materiály
uvádím v příloženém seznamu literatury.

Jindřichův Hradec, duben 2008

podpis studenta

Anotace

Prezentace zájmu o celoživotní vzdělávání (CV) jako součást identity aktéra dle gender – zájmy a koníčky

Teoretická část práce vystihuje problematiku genderu a vzdělávání se. V praktické části byla analyzována internetová seznamovací databáze ve struktuře: pohlaví, věk, deklarovaný zájem o CV a veškeré další deklarované zájmy. Pro zpracování dat byla použita metoda faktorové analýzy.

duben 2008

Poděkování

Za cenné rady, náměty a inspiraci

bych chtěl poděkovat

RNDr. Oldřichu Syrovátkovi, CSc.,

z Vysoké školy ekonomické v Praze,

Fakulty managementu v Jindřichově Hradci

OBSAH

| | | |
|----------|-------------------------------------------------------------|-----------|
| 1 | ÚVOD | 1 |
| 2 | TEORETICKÁ ČÁST | 2 |
| 2.1 | GENDER..... | 2 |
| 2.1.1 | Genderová nerovnost..... | 3 |
| 2.1.2 | Výzkum genderové nerovnosti..... | 5 |
| 2.1.3 | Gender mainstreaming..... | 6 |
| 2.1.4 | Genderové role..... | 7 |
| 2.2 | VZDĚLÁVÁNÍ..... | 10 |
| 2.2.1 | Obecné cíle vzdělávání..... | 10 |
| 2.2.2 | Proč se vzdělávat?..... | 12 |
| 2.2.3 | Vzdělávání jako trvalá součást života..... | 13 |
| 2.2.4 | Celoživotní vzdělávání..... | 15 |
| 3 | PRAKTICKÁ ČÁST | 18 |
| 3.1 | METODOLOGICKÝ POSTUP..... | 18 |
| 3.2 | ZÍSKANÁ DATA..... | 24 |
| 3.3 | FAKTOROVÁ ANALÝZA – VÝSLEDKY..... | 29 |
| 3.3.1 | Kategorie 25-35 let muži – uveden zájem o vzdělávání..... | 30 |
| 3.3.2 | Kategorie 25-35 let ženy – uveden zájem o vzdělávání..... | 31 |
| 3.3.3 | Kategorie 36-50 let muži – uveden zájem o vzdělávání..... | 33 |
| 3.3.4 | Kategorie 36-50 let ženy – uveden zájem o vzdělávání..... | 35 |
| 3.3.5 | Kategorie 51-60 let muži – uveden zájem o vzdělávání..... | 37 |
| 3.3.6 | Kategorie 51-60 let ženy – uveden zájem o vzdělávání..... | 39 |
| 3.3.7 | Kategorie 25-35 let muži – neuveden zájem o vzdělávání..... | 42 |
| 3.3.8 | Kategorie 25-35 let ženy – neuveden zájem o vzdělávání..... | 44 |
| 3.3.9 | Kategorie 36-50 let muži – neuveden zájem o vzdělávání..... | 46 |
| 3.3.10 | Kategorie 36-50 let ženy – neuveden zájem o vzdělávání..... | 47 |
| 3.3.11 | Kategorie 51-60 let muži – neuveden zájem o vzdělávání..... | 49 |
| 3.3.12 | Kategorie 51-60 let ženy – neuveden zájem o vzdělávání..... | 51 |
| 3.4 | POROVNÁNÍ VÝSLEDKŮ..... | 54 |
| 3.4.1 | Zájem o vzdělávání..... | 54 |
| 3.4.2 | Nezájem o vzdělávání..... | 58 |
| 3.4.3 | Shrnutí..... | 62 |
| 4 | DISKUZE | 65 |
| 5 | ZÁVĚR | 67 |
| 6 | POUŽITÁ LITERATURA A ZDROJE | 70 |
| 7 | PŘÍLOHY | 71 |

1 Úvod

Cílem této diplomové práce je analyzovat internetovou seznamovací databázi ve struktuře: pohlaví, věk, deklarovaný zájem o CV a veškeré další deklarované zájmy za účelem prezentace zájmu o celoživotní vzdělávání jako součást identity aktéra dle gender – zájmy a koníčky. Jednoduše řečeno chce tato práce vystihnout, jaký přístup mají lidé ke vzdělávání, ne však vzdělávání ve smyslu povinné školní docházky nebo vzdělání získané na střední či vysoké škole. Tato práce má za cíl zjistit, jak se lidé staví ke vzdělávání po dokončení studia, jaký mají vztah k celoživotnímu vzdělávání a zda mají vůbec zájem učit se novým věcem, které jsou v dnešním světě nesmírně důležité. Nejsou to jen plané řeči, neboť v současné době jsou informace považovány za to nejdůležitější, co můžeme získat. Bez informací se jen těžko dokážeme přizpůsobovat novým věcem a tím si usnadňovat život.

Mnoho lidí však tuto potřebu nepocituje a nerado mění svoje návyky apod. Raději, místo učení se novým věcem, lidé věnují svůj volný čas koníčkům a zájmům. Závěry, jak je tomu ve skutečnosti, nám poskytne právě tato práce.

V teoretické části se snažím vystihnout problematiku genderu a celoživotního vzdělávání. Mohlo by se zdát, že tyto dva pojmy spolu nesouvisí, ovšem opak je pravdou. Gender, jakožto problematika mužů a žen, je silně zanesen do vzdělávání. Například v tom smyslu, že dříve nebylo ženám umožňováno studovat stejné věci jako mužům a podobně. Díky tomu, že se situace v dnešním světě změnila a dle mého k lepšímu, můžeme pozorovat i jisté změny v těchto oblastech.

2 TEORETICKÁ ČÁST

2.1 GENDER

Co je to vlastně gender?

Každý již určitě slyšel, že se ve společnosti očekává jiné chování od chlapců a jiné od dívek. Odlišné vlastnosti a chování očekávají rodiče, vrstevníci, učitelé, ale i média. Proto jsou chlapci a dívky od dětství vedeni k tomu, aby očekávání okolí naplňovali. Potom jsou zájmy, mimoškolní aktivity a ambice ve vzdělání rozdílné podle pohlaví. **Gender** je tedy jakýsi organizující princip, dle kterého se utvářejí a probíhají vztahy mezi muži a ženami.

Tento termín vyjadřuje kulturní, sociální a psychologickou povahu rozdílů mezi muži a ženami. Nelze ho ztotožňovat s pojmem „pohlaví“, ten totiž vychází z odlišnosti muže a ženy jako neměnné biologické danosti. Oproti tomu se koncept gender zaměřuje na sociokulturní podmíněnost a proměnnost. Kategorie genderu prostupuje celou sociální realitu.

Koncept genderu zavedla do sociologie Ann Oakley v knize *Sex, Gender and Society* z roku 1972. Od té doby se tento pojem rychle rozšířil ve společenských vědách a brzy se dostal i na symbolickou úroveň, na níž se snaží zkoumat kulturní vzorce mužství (**maskulinity**) a ženství (**femininity**). Ve všech společnostech totiž existuje nerovnoměrná dělba práce pro muže a pro ženy, která je morálně ospravedlňována vírou v nezměnitelnou rozdílnost mezi muži a ženami. Z mnoha výzkumů vyplynulo, že v nárocích na role muže a ženy existují ve světových kulturách velké rozdíly. Spousta studií odhalila diskriminaci žen, a to v domácnosti, ve školách a v neposlední řadě v zaměstnání. Na druhou stranu byly některé studie považovány za nevědecké, neboť byly díky různým feministickým hnutím značně zaujaté. Kategorie pohlaví a genderu jsou pro nás v současné době hodně významná.[1]

2.1.1 Genderová nerovnost

Již dlouho se snažíme o to, aby měli všichni lidé stejné příležitosti, a v souvislosti s tímto problémem se neustále hovoří o nějaké nerovnosti. Není tomu jinak ani v problematice gender. Zde mluvíme o tzv. **genderové nerovnosti** a o požadavku na **genderovou rovnost**.

Rovnost je v tomto smyslu požadavek na větší rovnost mužů a žen. Jelikož jsou dnes většinou na prvním místě peníze, jde zde zejména o spravedlivější dělbu práce a její finanční ohodnocení a tím i vyváženější přístup k vyšším pozicím v zaměstnání. Téměř ve všech společnostech je dělba práce výrazně podmíněna a ovlivňována pohlavím a je zde zřejmá genderová nerovnost. I v našem prostředí je zatím rozšířený stereotyp, že žena je hospodyňka a vychovatelka dětí a muži jsou hlavy a živitelé rodin. V souvislosti s těmito stereotypy můžeme hovořit o segregaci žen na trhu práce. Tato segregace je dvojího typu:

- **vertikální segregace** – nerovnoměrné rozmístění mužů a žen (muži zpravidla na vrcholech zaměstnanecké hierarchie a ženy většinou na jejím dně, přičemž vyšší pozice znamenají lepší finanční ohodnocení a větší moc),
- **horizontální segregace** – popisuje skutečnost tzv. „tradičně mužských“ (ředitel, politik, právník, doktor, ...) a „ženských povolání“ (prodavačka, učitelka, sekretářka, ...), která bývají hůře hodnocena.

V průběhu let se ukázalo, že muži mají často vyšší status a moc v důsledku nerovného (ženy znevýhodňujícího) přístupu ke vzdělání a na pracovní trh na základě pohlaví a gender. Tento jev je byl od 70.let podroben masivní kritice.[2]

Diskriminaci na základě pohlaví můžeme rozdělit na:¹

- **přímou** – situace, kdy je s osobou zacházeno hůře kvůli pohlaví (například v inzerátech typu „přijmeme muže na pozici ředitele“),

¹ <http://zpravodaj-rp.strukturalni-fondy.cz/horizontalni-priority>

- **nepřímou** – situace, kdy se praxe na první pohled jeví jako neutrální, mají neadekvátně negativní vliv na příslušníky jednoho pohlaví (např. zaměstnavatel rozhodne, že zaměstnanci na částečný úvazek nemají nárok na penzijní připojištění, které hradí zaměstnancům na plný úvazek. Protože ale na částečný úvazek pracují převážně ženy, tak toto opatření působí diskriminačně proti nim.).

Všechny moderní i rozvojové státy se snaží vymazat genderovou nerovnost, a proto stále více hovoří o **rovných příležitostech pro ženy a muže**. Tomuto tématu je věnována stále větší pozornost, jelikož se dotýká každého z nás, každý jsme muž nebo žena. Jak již bylo zmíněno výše, v průběhu historie lidstva vznikaly představy o daném postavení ženy a muže ve společnosti. Dle těchto představ patří žena do domácnosti a muž by měl být živitelem rodiny. Ale muži už dávno nejsou živiteli rodiny a běžná česká rodina hospodaří s dvěma příjmy. Protože však stále přetrvávají stereotypy, tak postavení ženy na trhu práce je podstatně složitější než postavení muže. Ženy obtížněji získávají zaměstnání a mají horší přístup do vedoucích pozic a společnost nevytváří ženám takové podmínky, aby měly možnost dosáhnout stejných výdělků jako muži.

Ale **stereotypní představy** o roli muže a ženy nejsou přítěží jen pro ženy (např. přidělování dětí do péče otců apod.). Překonávání těchto stereotypů je úkol dlouhodobý, v řádu na desetiletí nebo možná i na generace.

Co si pod rovnými příležitostmi představit? Zejména je to vytváření takových podmínek pro muže a ženy, aby bez zbytečných předsudků a překážek:

- **mohli rozhodovat o svém životě** (o oboru vzdělání, zaměstnání, zapojení do veřejného sektoru atd.),
- **měli rovné podmínky pro realizaci svých schopností,**
- **měli rovné možnosti být prospěšní rozvoji společnosti,**
- **podíleli se rovným dílem na výsledcích prosperity společnosti.**

Rovnost mezi ženami a muži je jedním ze základních atributů demokratické společnosti. Rovná práva žen a mužů jsou stanovena právním řádem, to platí pro Českou republiku, ostatní členské státy EU a další státy, ovšem v praxi nemají ženy a muži rovné příležitosti svých práv využívat.²

Jedním z nástrojů prosazování rovných práv mezi muži a ženami je **Evropský pakt o rovnosti žen a mužů.** Jedná se o politický dokument, je to prohlášení o odhodlání států prosazovat rovnost žen a mužů. Tento pakt je stručný a věcný dokument o rozsahu dvou stránek textu. Deklaruje politickou vůli vrcholných představitelů členských států Evropské unie v souladu s cíli Lisabonského procesu účinnými nástroji zajistit:[4]

- **rovné postavení žen a mužů na trhu práce** a potírání stereotypních předsudků o roli mužů a žen v zaměstnání,
- **zlepšení podmínek pro lepší vyváženost pracovního a rodinného života pro muže a ženy,**
- **posílení používání hlediska rovnosti žen a mužů** ve všech plánovacích a rozhodovacích procesech.

2.1.2 Výzkum genderové nerovnosti

V roce 2007 provedlo **Světové ekonomické fórum** výzkum genderové nerovnosti ve 128 zemích světa. V roce 2006 výzkum pokrýval jen 115 zemí. Zkoumaný vzorek pokrývá přes devadesát procent světového obyvatelstva. Mezi zeměmi, které vykazují nejlepší výsledky, jsou tradičně Skandinávské země: **1. Švédsko, 2. Norsko, 3. Finsko, 4. Island a na pátém místě Nový Zéland.**

Zkoumaná kritéria patří do **4 základních oblastí:**

- **ekonomická participace a příležitosti** (výše platu, ekonomická participace a přístup na vysoce kvalifikované pracovní pozice),
- **vzdělanostní úroveň** (přístup k základnímu a vyšším stupňům vzdělání),

² <http://archiv.noviny.mpsv.cz/clanek.php?id=1039>

- **politická moc** (zastoupení v rozhodovacích strukturách),
- **zdraví a naděje dožití** (naděje dožití a poměr novorozeňat dle pohlaví).

Hodnoticí škála nabývá hodnot mezi jedničkou a nulou, kde jedna znamená plnou genderovou rovnost a nula žádnou rovnost. Švédsko dosahuje hodnoty 0,814. **Česká republika obsadila 64. místo s indexem genderové rovnosti 0,6718.** Nejhorších výsledků dosahuje ČR v oblasti politické moci žen a nejlepší výsledky má v oblasti zdraví a naděje dožití.[5]

Průzkum proběhl již v roce 2006 a porovnáním výsledků s rokem 2007 jsou podle autorky projektu **výsledky lepší**. Zatím se však podařilo překonat pouze 15 procent globální nerovnosti mezi muži a ženami v oblasti politické moci, 50 procent ekonomické participace a přes 90 procent v oblasti vzdělávání a zdraví.³

2.1.3 Gender mainstreaming

S nastolováním genderové rovnosti souvisí pojem **gender mainstreaming**. Metoda genderového mainstreamingu představuje jeden z neúčinnějších nástrojů k odstraňování nerovností mezi pohlavími. Je to tedy cesta k dosažení tzv. genderové rovnosti neboli rovnosti mezi muži a ženami. Český jazyk nemá pro tento výraz vhodný ekvivalent, avšak není to jen problém naší republiky, ale i mnoha jiných zemí. To s sebou ovšem přináší i jednu velkou výhodu, a to, že používání jednotného termínu vede k všeobecnému porozumění a usnadnění vzájemné komunikace. Znamená to vyrovnávání příležitostí pro muže a ženy všemi koncepčními a rozhodovacími procesy ve všech jejich fázích (plánování, provádění a vyhodnocování). Ovšem než je přijato nějaké rozhodnutí, je nutné zjistit dopad tohoto rozhodnutí na muže a ženy (tzv. genderová analýza). Pokud se zjistí, že jedno pohlaví bude rozhodnutím negativně ovlivněno, musí přijímatel rozhodnutí učinit jisté kroky k tomu, aby škodlivé (nežádoucí) účinky odstranil nebo alespoň minimalizoval.

³ <http://www.weforum.org/en/initiatives/gcp/Gender%20Gap/index.htm>

Mohlo by se zdát, že některé oblasti života jsou genderově neutrální, ale je nutné integrovat genderovou perspektivu i do těchto oblastí (např. doprava, finance, životní prostředí aj.).

Česká vláda metodu genderového mainstreamingu rovněž uznala jako legitimní nástroj pro výkon politiky rovných příležitostí pro muže a ženy v ČR a zařadila její aplikaci mezi prioritní úkoly v této oblasti (vládní usnesení č. 456 z 9. května 2001).

Mezinárodní organizace, aktivně podporující aplikaci této metody jsou například **Rada Evropy, Evropská unie, Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj (OECD), Organizace spojených národů a další.**[6]

2.1.4 Genderové role

S výše uvedenou problematikou, jak již bylo zmíněno, souvisí tzv. gendrové role. Pokud začneme od začátku, tak role jako taková je jeden z klíčových pojmů ve společenských vědách, jde o souhrn očekávaných jednání vůči lidem, kteří zastávají určité sociální pozice. Dle antropologa Ralpa Lintona je to jakýsi **způsob chování vázaný na určitý status**. Teorie rolí je založena na dvou principech, první vychází právě z Lintonovy teorie (která dává strukturální význam rolím umístěným ve společenském systému), role je zde skupinou určitých práv a povinností, které se člověk učí procesu socializace. Druhý přístup se více zaměřuje na aktivní proces přijímání, vytváření a hraní rolí. Podle studie Ervina Gofmanna je tento přístup označován jako „**Všichni hrajeme divadlo**“. Jednoduše řečeno jde o to, že se lidé chovají na základě svých práv a povinností, ale tato práva a povinnosti se mění na základě očekávání „publika“ v konkrétní předvídatelné chování – roli. Problém vzniká v případě, kdy se jedinec začne stresovat díky velkému počtu rolí, které musí hrát. Existuje několik druhů rolí (rodinné, profesní, ...), já se v následujícím textu budu zabývat těmi genderovými.[12]

Ještě než k nim přejdu, tak jen zmíním výše uvedený pojem **status**, o který se opírá první přístup k rolím. „*Nejobecněji vzato jde o souhrnné vyjádření sociální pozice člověka v určité společnosti či skupině, jež je zpravidla spojené s určitou mírou ocenění ze strany*

druhých a se souborem práv i povinností.“⁴ Ralph Linton chápal ve svém přístupu roli jako aktivní (dynamickou) složku statusu. Můžeme rozlišit **status připsaný a získaný**. Připsaný je ten, nad kterým má jedinec jen malou kontrolu a jedná se o charakteristiky, které nemohou být změněny nebo nahrazeny. Do této skupiny patří právě pohlaví či gender, rasa, etnicita, ale také věk. Tyto faktory mají velký vliv zejména v tradičních společnostech a není tomu jinak ani v ČR, život se proto dá do jisté míry předvídat. Status získaný je naopak sociální pozice dosažená díky osobním schopnostem a dovednostem. Avšak **díky genderové nerovnosti získávají ženy vyšší status obtížněji než muži**.^[12]

A nyní již **genderové role**. Genderové role jsou určité vzorce chování naučené během života. Člověku jsou vtiskovány nejrůznější způsoby (výchovou, vzděláním, zaměstnáním apod.). Vyskytují se zejména v takových sociálních strukturách jako je např. rodina (žena je matka a vychovává děti, muž je hlava a živitel rodiny) a další, např. doktor a zdravotní sestřička, ředitel a sekretářka atd. Jde často o soubor neformálních pravidel, která definují chování vhodné pro muže a ženy (kluci nepláčou, ženy nepatří za volant a další).⁵ S genderovými rolemi úzce souvisí **genderové stereotypy**. Jsou to zjednodušující a zaujaté předpoklady, které se týkají vlastností, názorů a rolí žen a mužů. O mužích se stereotypně předpokládá, že jsou nepořádní, agresivní a rádi soutěží. Ženy jsou naopak viděny jako citlivé, empatické, mají rády pořádek a jsou poddajné. Těmito stereotypy zevšeobecňujeme mužské a ženské vlastnosti. To však může vést (a často vede) k diskriminaci těch, kteří svým chováním vybočují z daného stereotypu (např. když chlapec projevuje zájem o ženské aktivity a naopak a také útoky, slovní či fyzické, na homosexuály, kteří svým životem kazí tradiční obraz muže).

V úvodu jsem zmínil pojmy **feminita** a **maskulinita**. Feminita neboli ženství je chápáno jako protiklad mužství. Z hlediska gender je však chápáno jako představy

⁴ <http://www.varianty.cz/notions.php?id=42>

⁵ <http://www.proequality.cz/res/data/003/000364.pdf>

vytvořené společenskými očekáváními a podmínkami, nikoliv biologickými předpoklady. Nelze však prvky feminity spojovat pouze se ženami a projevy maskulinity pouze s muži. Feminita i maskulinita jsou pouze představy, které se podílejí při vytváření originální identity člověka.[7]

Problematika gender je dosti složitá. Přitom bychom se jí nemuseli vůbec zabývat, kdyby společnost brala muže a ženy naprosto stejně, na stejné úrovni. Je jasné, že to není možné, neboť ženy a muži jsou biologicky jinak stavění, a tak asi nemůžeme chtít po ženě, aby vykonávala nějaké práce jako muži (dělnice na stavbě apod.). Nicméně na pozicích, které nevyžadují nějaké speciální nároky na fyzické schopnosti, by se situace změnit a tudíž zlepšit měla. O tom, kde je největší problém úspěchu, bychom mohli polemizovat, ovšem mezi základní faktory bych zařadil výchovu a vzdělávání. Dnešní výzkumy vypovídají o tom, že genderová rovnost pomalu roste a v budoucnu by se o genderové nerovnosti nemělo vůbec mluvit. Proč už dnes není tato nerovnost pryč? Jelikož dříve byla situace taková, že stereotypy byly mnohem silnější a rodiče vychovávali své děti tak, že chlapec byl veden k tomu, že jednou bude muset živit rodinu a dívka, že bude vychovávat děti. A právě proto jsou tu vzdělávací organizace, které by měly vést lidi (už od dětství) k tomu, že všichni mají svobodnou volbu si vybrat, co chtějí v životě dělat. Problém je v tom, že donedávna byla (někde ještě pořád je) výuka ve školách genderově nerovná a díky tomu nemohlo dojít ve světě k genderové rovnosti.

Až budou na světě jen lidé, kteří dostali správné vzdělání, tím nemám na mysli, zda umí dobře matematiku apod., ale to, zda si každý mohl zvolit směr svého života, tak potom nebudou muset existovat feministická hnutí apod., protože nebudou mít již za co bojovat.

2.2 *Vzdělávání*

Tím se dostávám k problematice vzdělávání. Výše uvedená problematika se ve vzdělávání a v přístupu ke vzdělání značně projevuje. Ve většině případů je někdo diskriminován, proto problematika genderu a vzdělávání spolu úzce souvisí.

Potřebu vzdělávání všech a možnost dostat určité vzdělání pro všechny dobře vystihuje citát J.A. Komenského (v knize *Obecná porada o nápravě věcí lidských*.

III sv. Pampaedia). „...*První, čeho si přejeme, jest, aby tak plně a k plnému lidství mohl býti vzděláván ne nějaký jeden člověk nebo několik jich nebo mnoho, nýbrž všichni lidé vespolek i každý zvlášť, mladíi staří, bohatí i chudí, urození i neurození, mužové i ženy, zkrátka každý, komu se dostalo údělu narodit se člověkem, aby konečně jednou bylo celé lidské pokolení vzdělané po všech věkových stupních, stavech, pohlaví a národech. Za druhé si přejeme, aby každý člověk byl celistvě vzdělán a správně vycvičen nikoli jen v nějaké jediné věci nebo v několika málo nebo v mnohých, nýbrž ve všech, které dovršují podstatu lidství...*“⁶

2.2.1 **Obecné cíle vzdělávání**

Dnešní doba je charakteristická prudkými a těžko předvídatelnými změnami ve společnosti. Mimo změn každodenního života jsou tu obrovské procesy evropské i globální, díky kterým je ovlivňováno postavení a poslání vzdělávacích soustav. Zdálo by se, že zvolit dobrou strategii vzdělávání je lehká věc, ovšem není tomu tak a je zapotřebí hluboký teoretický rámec. Jedině potom nám tento širší pohled na věc umožní správně stanovit a formulovat cíle a priority vzdělávací soustavy. Čím více je život ve společnosti složitější, tím každý jednotlivec potřebuje mít více znalostí a dovedností, aby se dokázal uplatnit. Je zapotřebí, aby se lidé vzdělávali již od dětského věku, nicméně pro moji diplomovou práci se budu zabývat vzděláváním dospělých.

⁶ www.msmt.cz/files/pdf/BilaKniha.pdf

Vzdělávání a záměrné zdokonalování své kvalifikace se v průběhu času stalo nezbytným předpokladem a součástí pracovních činností a volného času dospělé populace. Díky tomuto faktu vznikají nové veřejné a soukromé vzdělávací instituce a organizované a financované programy pro dospělé účastníky. Pokud lidé slyší slovo škola, tak si představí vzdělávání dětí, ale školy rozšiřují svoji působnost i na dospělé a přizpůsobují se jejich podmínkám. Avšak nejedná se pouze o školy, ale také většina organizací začleňuje do svých hlavních činností vzdělávací akce nejen pro svoje zaměstnance, ale také pro ostatní veřejnost. Takový typ vzdělávání je součástí personální politiky a je označován jako rozvoj lidských zdrojů. Prodlužování lidského života ve vyspělých zemích a potřeba adaptace se novým životním situacím má za následek, že se vzdělávání stále více týká seniorů a stává se součástí sociální politiky. Výše uvedené poznatky nás vedou k závěru, že vzdělávání je nástrojem rozvoje lidské osobnosti a jeho hodnotu nelze odvozovat pouze z ekonomických či jiných účelů.[8]

Česká republika se, v souladu s Všeobecnou deklarací a mezinárodními pakty o lidských právech, Evropskou chartou lidských práv, Úmluvou o právech dítěte, Ústavou České republiky a Listinou základních práv a svobod, ztotožňuje s pojetím vzdělání takto. „*Vzdělání za jedno ze základních lidských práv poskytovaných všem lidským bytostem bez rozdílu a vyhláší je za nezcizitelnou a univerzální lidskou hodnotu.*“⁷

Cíle vzdělávání musí být odvozovány jak z individuálních, tak i ze společenských potřeb. Mezi **základní cíle** pak patří:

- rozvoj lidské individuality,
- zprostředkování historicky vzniklé kultury společnosti,
- výchova k ochraně životního prostředí ve smyslu zachování udržitelného rozvoje společnosti,

⁷ www.msmt.cz/files/pdf/BilaKniha.pdf

- posilování soudržnosti společnosti,
- podpora demokracie a občanské společnosti,
- výchova k partnerství, spolupráci a solidaritě v evropské i globalizující se společnosti,
- zvyšování konkurenceschopnosti ekonomiky a prosperity společnosti,
- zvyšování zaměstnatelnosti,

2.2.2 Proč se vzdělávat?

Nabízí se otázka, proč by se lidé měli vzdělávat. Odpověď je asi pro každého jiná. Někdo řekne, že se vzdělává proto, aby získal vysokoškolský titul, a že potom bude mít jednodušší život, jiný má odpověď zcela jinou, např. že člověk je tvor zvědavý a zajímají ho nové věci a neustále se rád něco nového naučí. První případ je diskutabilní, i člověk, který bude mít spoustu titulů to nemusí mít v životě jednodušší než jedinec, který má vystudovanou například jen střední školu. Ve většině případů si však zaměstnavatelé do svého podniku vyberou přednostně absolventa vysoké školy, protože si myslí, že jeho znalosti a dovednosti jsou lepší než u člověka, který doloží nižší dokončené vzdělání. Potom jsou tito lidé ve společnosti jistým způsobem zvýhodněni. Ale proč by neměli být? Pokud vynecháme ty, kteří si svůj titul tzv. koupí, tak vysokoškolští studenti věnovali svůj volný čas studiu a po právu by za to měli být poté odměněni. Pokud bychom považovali všechny lidi za rovné, z hlediska dosaženého vzdělání, tak by žádné vysoké školy nemusely vůbec existovat a lidé by nebyli nuceni se vzdělávat.

Hlavním důvodem toho, proč se lidé vzdělávají, je dosažení vyššího společenského postavení a s tím spojené další výhody tohoto postavení (vyšší výdělků, možnost lépe využít svůj volný čas apod.). Podle mého názoru se více vzdělávají ženy, neboť jak již bylo zmíněno v souvislosti s genderovou problematikou, měly ženy dříve horší podmínky pro vzdělávání a tudíž teď nemají stejné znalosti a dovednosti jako muži a musí projít dodatečným vzděláváním či rekvalifikací.

Mnoho lidí bude protestovat, že tomu tak není, a že nemusí mít vysokou kvalifikaci k tomu, aby se měli dobře. Je samozřejmé, že to není nutné, ale jak uvádí ve svém článku server www.ihned.cz, nyní je zlatý věk pro vysoce kvalifikované. Je to tím, že se trh práce neustále zvětšuje a nabízí tak více šancí pro správně kvalifikované lidi. Článek mimo jiné poukazuje na to, že v budoucnosti dojde k novému rozdělení společenských vrstev a poté bude i malý počet vysoce kvalifikovaných lidí pro podniky stále cennějším zdrojem. Vznikne velká vrstva lidí méně kvalifikovaných, kteří budou vydělávat podstatně méně. Potom se tito lidé buď dokáží přizpůsobit nové situaci nebo se budou muset začít vzdělávat. Tlak na nutnost sebevzdělávání je neustále větší.⁸

2.2.3 Vzdělávání jako trvalá součást života

V roce 2005 byl proveden výzkum „**Nové technologie, celoživotní učení a další vzdělávání**“. Autory závěrečné zprávy jsou doc. PhDr. P. Sak, CSc., Mgr. K. Saková. Výzkum mimo jiné zjišťoval, jaký význam má vzdělání pro českou populaci. Všem dotázaným byla položena otázka „Představuje vzdělávání důležitou a trvalou součást Vašeho života a životního stylu?“. Předpokladem bylo, že vzdělávat se bude člověk, pro kterého má vzdělání význam a vzdělávání je součástí jeho životního stylu. Výběrové soubory byly dva, jeden reprezentativní za českou populaci (počet dotázaných 1197), druhý potom za pražskou populaci (503).

Za důležitou a trvalou součást života a životního stylu považuje vzdělávání téměř 60% občanů ČR a v Praze je to dokonce 70%. Vzdělávání přikládají větší význam ženy ve srovnání s muži. Pokud se podíváme na výsledky z hlediska věku, vidíme, že nejmladší kategorie (15-30 let) přikládá vzdělávání největší význam. Je to však skupina, kde značná část studuje a vzdělávání je tak jejich pracovní náplní. V kategorii 31-45 let význam klesá. Tento pokles je zřejmě způsoben tím, že lidé z této skupiny mají relativně čerstvou kvalifikaci a vzdělání a nepocítují potřebu

⁸ http://vzdelavani.ihned.cz/c4-10014040-20947050-d00000_d-zlaty-vek-pro-vysoce-kvalifikovane

vzdělávání. V následující věkové kategorii (46-60 let) význam opět roste. Jako jedna z příčin tohoto vyššího zájmu je považována společenská změna, která zastihla tuto skupinu v jejich vysoce produktivním věku a na tuto změnu musela značná část reagovat změnou zaměstnání, rekvalifikací či dodatečným vzděláním. U lidí starších 61 let význam opět klesá, neboť již nepotřebují vzdělávání k vykonávání profese.

Při komparaci těchto výsledků dojdeme k závěru, že **význam vzdělávání v životě roste s dosaženým vzděláním**. Nejnižší význam vzdělání přikládají lidé, kteří ukončili studium vyučením nebo středoškolským vzděláním bez maturity (pouhých 51%). Nejvyšší význam přikládá vzdělávání nejvzdělanější skupina (vyšší odborné vzdělání a vysokoškolské vzdělání) a to celých 86%.

Dalším poznatkem je ten, že **vzdělávání přikládají vyšší význam ženy**. Jsou nositelem pozitivní dynamiky a mezigeneračně stoupl význam vzdělání pro život žen. Muži už nejsou považováni za hlavního nositele vzdělanostního potenciálu a také význam vzdělání v jejich životě klesl.

Výzkum se také zaměřil na získání informací o tom, jaké mají lidé důvody se vzdělávat a co je k tomu motivuje. Na prvních dvou místech jsou jako důvody motivace uvedeny „**chci být vzdělaný**“ a „**vzdělávání mi pomáhá udržet a rozvíjet rozumové schopnosti**“. Vzdělávání pro lepší uplatnění na trhu práce uvádí asi třetina všech dotázaných. Na konci žebříčku jsou uváděny důvody existenční (musím mít doklad o vzdělání, diplom, certifikát) a také finanční důvody. Zajímavé jsou také komparace motivační struktury ke vzdělávání mužů a žen. Platí, že motivace ke vzdělávání je více zakotvena v nepragmatických důvodech. Rozdíl je patrný především v Praze, kde muži na prvním místě uvádí jako nejčastější důvod „uplatnění se na trhu práce“, ženy tento důvod uvádí až na čtvrtém místě.

Z výzkumu vyplynulo, že **význam vzdělávání je specifický pro každou životní fázi**. Na počátku životní dráhy vzdělávání a jeho dosažená úroveň určují postavení ve společnosti, v následující fázi nároky na vzdělávání vyplývají z profesních a

finančních požadavků a od středního věku jsou to důvody jako např. udržení a rozvoj rozumových schopností atd.

Koncepce celoživotního vzdělávání by měla vycházet ze struktury vzdělávacích potřeb v závislosti na životních fázích a životní dráze. Příkladem ideálního souladu formy a životní fáze je univerzita třetího věku.⁹

2.2.4 Celoživotní vzdělávání

Pojem celoživotní vzdělávání si lidé vysvětlují různě. Zkusím tady nastínit jeho hlavní koncept a hlavní úkoly. Realizací tohoto konceptu rozumíme užší propojení školského systému se sektorem dalšího vzdělávání s cílem maximálně integrovat občana do společnosti. Jde hlavně o to, změnit pojetí cílů a funkce vzdělávání, kdy budou všechny možnosti učení chápány jako jeden celek, který by dovoľoval lehce přecházet mezi vzděláváním a zaměstnáním a umožnil získat stejné kompetence a kvalifikace různými způsoby a kdykoliv během života. Základy tvoří formalizovaný vzdělávací systém, ale je to jen jedna část. Veškeré mechanismy (řízení, financování, příprava učitelů apod.) musí být koncipovány z hlediska nového širšího pojetí. Vyšší význam se přikládá učení mimo vzdělávací soustavy a hlavně je kladen důraz na prostupování oblasti učení a práce. Tento koncept se zaměřuje hlavně na tyto **úkoly**:

- **vytvoření nezbytné základny pro celoživotní učení** (zkvalitnění a modernizace základního vzdělání, individualizovaná a diferencovaná výuka, rozšíření programů středního vzdělávání a účasti na něm a hlavně budování efektivních podpůrných a evaluačních systémů),
- **vytvoření promyšlených vazeb mezi prací a učením** (umožní pružnější přechody mezi vzděláváním, odbornou přípravou a zaměstnáním),
- **nové vymezení úlohy a odpovědnosti všech partnerů** (na místní, regionální či celostátní úrovni),
- **vytvářet stimuly pro investování do lidského kapitálu** (získávání finančních zdrojů pro vzdělávání). [8]

⁹ <http://hermesmedia.cz/?q=node/606>

Jak je uvedeno výše, vzdělávání by mělo být možné pro každého kdykoliv v průběhu života. To znamená, že by věk neměl činit rozdíl. Ale řada sociologů se domnívá, že celoživotní vzdělávání vede k sociální nerovnosti, jelikož bývá zaměřeno na spíše na mladší, muže, více kvalifikované apod. Sociologové chápou tento způsob vzdělávání různě. Například Ulrich Beck bere celoživotní vzdělávání jako **vynucenou strategii**, protože vždy vzniká nebo narůstá hrozba nezaměstnanosti a to na všech stupních vzdělanostní hierarchie. Robert Castel na celoživotní vzdělávání nahlíží ještě více pesimisticky. Podle něj funguje jako **nástroj selekce starých a neadaptabilních lidí** v podniku. Nejnovější studie prováděné v Německu tyto teorie podporují a tvrdí, že z celoživotního vzdělávání více profitují muži než ženy, vyšší užitek mají více kvalifikovaní a také mladí lidé.

U nás je situace taková, že lidé s nejnižším dosaženým vzděláním nemají o další vzdělávání téměř zájem. Jen **dva lidé z deseti mají snahu se dále vzdělávat** a to jednomu z nich hradí studium zaměstnavatel a druhý (většinou žena) si to hradí ze svého. U vysokoškoláků je tomu jinak, tam více než tři čtvrtiny mají zájem se vzdělávat a zbytek uvádí nedostatek času jako bariéru dalšímu vzdělávání se.

Následující obrázek 1 vystihuje, proč lidé nemají zájem se dále vzdělávat a obrázek 2 ukazuje, kdo z lidí se po dokončení studia dále vzdělává.

Obrázek 1: Důvody proč lidé nepokračují ve vzdělávání.

Proč nepokračují ve vzdělání? (v %)

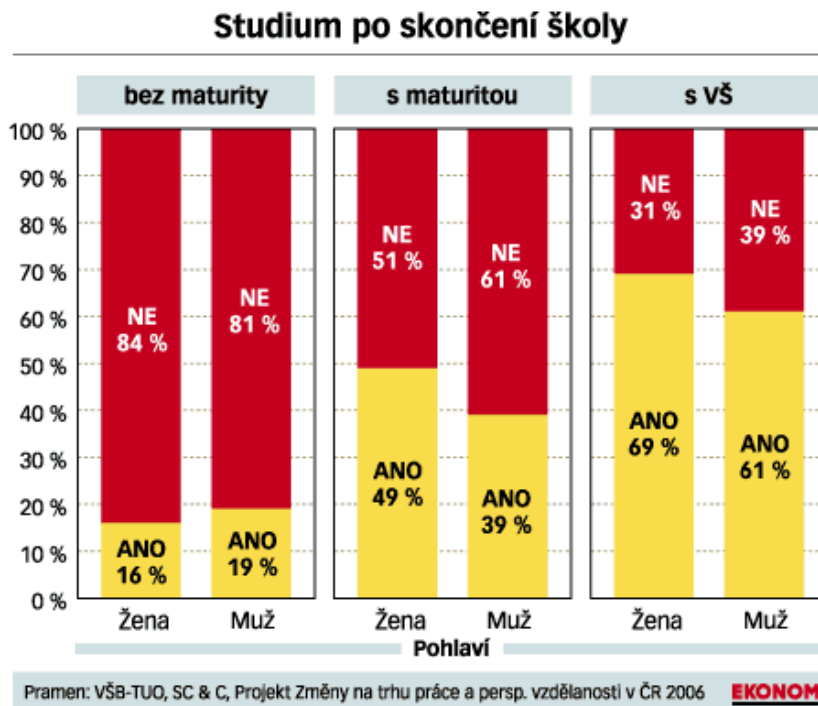
| | Vzdělání | | | Celkem |
|-------------------------|--------------|-------------|------|--------|
| | bez maturity | s maturitou | s VŠ | |
| Nepotřebuji to | 49,6 | 48,1 | 41,9 | 47,8 |
| Časové důvody | 21,6 | 36,3 | 48,2 | 31,1 |
| Učení mě nebavilo | 33,6 | 14,4 | 1,6 | 21,7 |
| Nedostatek příležitostí | 7,6 | 14,2 | 10,9 | 10,4 |
| Finanční důvody | 8,4 | 11,8 | 7,3 | 9,3 |
| Ztratil/a jsem zájem | 9,8 | 10,5 | 4,3 | 9,1 |

Pozn.: V tabulce jsou uvedena procenta kladných odpovědí na jednotlivé důvody v jednotlivých vzdělanostních skupinách (dopočet do 100 % v dané skupině jmenovaný důvod neuvedl). Buňky s hodnotou do 15 % jsou vyznačeny modře a s hodnotou nad 20 % červeně. Intenzita barvy znázorňuje vzdálenost od průměrných hodnot v tabulce.

Pramen: VŠB-TUO, SC & C, Projekt Změny na trhu práce a perspektivy vzdělanosti v ČR 2006

Zdroj: http://vzdelavani.ihned.cz/c4-10082040-19921510-d00000_d-vek-necini-rozdil

Obrázek 2: Lidé, kteří se po dokončení studia dále vzdělávají.



Zdroj: http://vzdelavani.ihned.cz/c4-10082040-19921510-d00000_d-vek-necini-rozdil

3 Praktická část

Tato diplomová práce má za cíl v praktické části zanalyzovat internetovou seznamovací databázi ve struktuře: pohlaví, věk, deklarovaný zájem o CV a veškeré další deklarované zájmy. Získaná data budou zpracovány metodou faktorové analýzy a závěry budou interpretovány pro účely práce s cílovými skupinami CCV FM VŠE v Jindřichově Hradci.

V praktické části se budu snažit potvrdit či vyvrátit hypotézu, kterou jsem si stanovil. Hypotéza zní „Ženy jsou v celoživotním vzdělávání aktivnější, neboť muži, díky genderovým stereotypům a postavení ve společnosti, nemají potřebu se dále vzdělávat.“.

3.1 Metodologický postup

Data potřebná pro vypracování praktické části byla získána z internetové seznamovací databáze na adrese www.znamost.cz a přetransformována do programu MS Excel. Pro potřeby mé práce byli uživatelé této seznamovací databáze rozděleni do tří kategorií a to:

- uživatelé mezi 25–35 lety,
- uživatelé mezi 36–50 lety,
- a uživatelé mezi 51–60 lety.

S ostatními cílovými skupinami jsem nepracoval, neboť lidé do 25. roku svého života většinou ještě studují na vysoké škole nebo teprve začínají svoji pracovní kariéru a nemají potřebu se vzdělávat. Dále jsem se také nezabýval uživateli v důchodovém věku, kteří většinou již nevykonávají žádnou profesi. Pracoval jsem s lidmi, kteří aktivně pracují a musí tedy skloubit práci, koníčky a případně další vzdělávání potřebné k životu nebo jen ke zlepšení životních podmínek.

V každé kategorii jsem si zjistil data o 100 mužích a 100 ženách. Jelikož jsem měl kategorie stanoveny jen podle věku, stačilo nastavit omezující kritéria vyhledávání

na požadovaný věk a pohlaví. Poté jsem vybral prvních 100 v pořadí. Uživatelé na www.znamost.cz jsou řazeni dle aktivity. Vyšší aktivitu má ten uživatel, který seznamku navštěvuje častěji. Neměl-li uživatel vyplněný svůj profil, vynechal jsem ho a vzal další profil v pořadí. Pro názornost uvádím počty v tabulce 1.

Tabulka 1: Počty a charakteristiky profilů

| kategorie | pohlaví | počet | počet nevyplněných profilů |
|------------------|----------------|--------------|-----------------------------------|
| 25–35 let | muž | 100 | 9 |
| 25–35 let | žena | 100 | 12 |
| 36–50 let | muž | 100 | 19 |
| 36–50 let | žena | 100 | 22 |
| 51–60 let | muž | 100 | 12 |
| 51–60 let | žena | 100 | 15 |
| celkem | | 600 | 89 |

Jak je patrné, celkem jsem prozkoumal 689 profilů, z kterých jsem použil 600. Každý uživatel má možnost o sobě uvést spoustu charakteristik. Mým úkolem bylo analyzovat závislost zájmu o CV a zájmů a koníčků, tudíž jsem sledoval jen následující charakteristiky:

- obecné charakteristiky, které mi umožnili správně identifikovat uživatele,
 - jméno, věk, vzdělání a odkaz na profil uživatele;
- uvedené zájmy a činnosti,
 - občas o samotě, kolo-jízda, křížovky, hudební nástroj, modelářství, internet, vaření, zpívání, kutilství, pc systémy, studování, kapela, šití, programování, vzdělávání se, techno tvorba, tanec, pc hry, malování, ochotnictví,
 - diskotéky, cluby, hospody, divadla, kina,

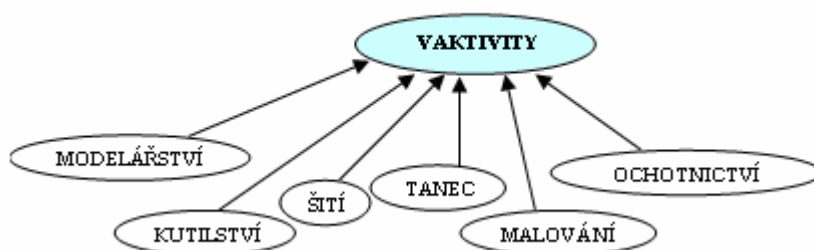
- poslech popu, poslech klasiky, poslech rocku, poslech metalu, poslech house, poslech hip-hopu, country/folk, poslech filmové, poslech soulu, poslech jazzu,
- četba románů, četba naučné, četba tisku, četba technické, četba básní,
- lodě, jiné boje, motorčky, turistika, motokáry,
- pejsek, ptáček, rybičky, kočička, hlodavec, hadi a jiné zvíře.

V případě, že uživatelé měli uvedený některý z výše uvedených zájmů, označil jsem pole číslem 1, v případě nevyplnění číslem 0. Pro ukládání získaných informací jsem použil program MS Excel, kde jsem pro každou kategorii a pohlaví vytvořil vlastní list. Z důvodu podobnosti některých zájmů a koníčků jsem vytvořil nové skupiny, které vznikly spojením více zájmů (viz obrázky 3–13). Celkem jsem nakonec pracoval se 17 zájmy nebo skupinami zájmů (viz příloha 1). Samostatně zůstaly následující zájmy (v závorce je uveden pracovní název, který jsem později používal ve statistickém programu):

- občas o samotě (**SAMOTA**), kolo-jízda (**KOLO**), internet (**INTERNET**), křížovky (**KRIZOVKY**), vaření (**VARENI**) a poslech klasiky (**KLASIKA**).

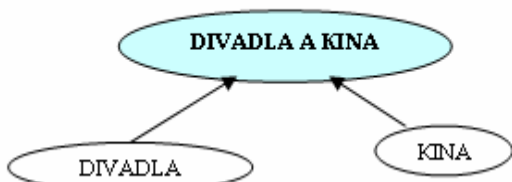
Ostatní zájmy vznikly spojením více zájmů. Obrázek 3 ukazuje skupinu s názvem **vaktivity**, pod kterou se skrývají aktivity ve volném čase, které nejsou příliš časté. Patří sem modelářství, kutilství, šití, tanec, malování, ochotnictví.

Obrázek 3: VAKTIVITY



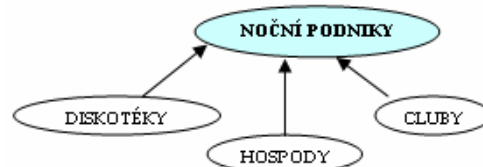
Obrázky 4 a 5 nabízejí podniky, o které jeví lidé zájem především ve večerních nebo nočních hodinách. Tyto podniky jsem rozdělil do dvou skupin. První skupina

Obrázek 4: DIVADLA A KINA



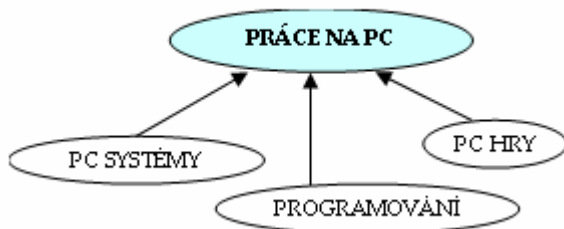
(obrázek 4) obsahuje **divadla a kina** a druhá (obrázek 5), nazvaná **noční podniky**, spojuje diskotéky, hospody a kluby.

Obrázek 5: NOČNÍ PODNIKY



Lidé, kteří se zajímají o počítače, mohli uvést zájmy – pc systémy, programování a pc hry. Obecně nejsou tyto zájmy vysoce preferovány, proto jsem je spojil do jedné

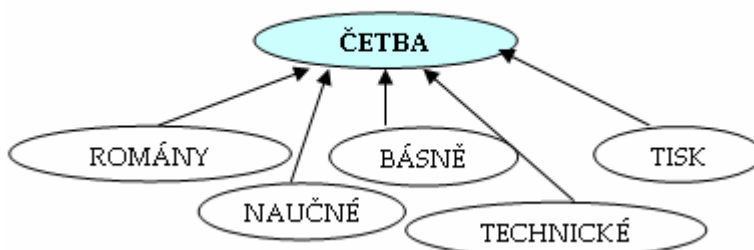
Obrázek 6: PRÁCE NA PC



skupiny s názvem **práce na pc**. Internet by do této skupiny mohl také jistě patřit, ale oproti ostatním zájmům je natolik rozšířený a oblíbený, že si zaslouží zůstat samostatně.

Obrázek 7 znázorňuje zájem o četbu. Nepřišlo mi vhodné dělit jednotlivé žánry na jednotlivé skupiny, a proto jsem je všechny spojil do jedné skupiny, která obsahuje četbu románů, naučné literatury, básní, technické literatury a četbu tisku.

Obrázek 7: ČETBA



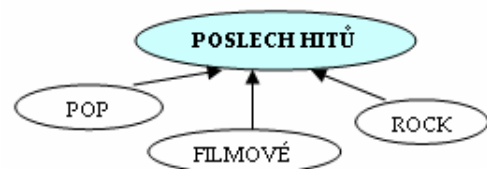
Další obrázek je možné považovat za stěžejní, neboť cílem této diplomové práce je analyzovat zájem o vzdělávání. Rozdíl mezi studováním a vzděláváním se není velký a mnoho lidí tyto dva termíny považuje za shodné. Proto jsem tyto dva uváděné zájmy spojil v jeden a utvořil skupinu **vzdělávání se**.

Poslech hudby a zájem o hudbu jako takový nabízí hned několik rozdílných žánrů a zájmů. První skupinu jsem nazval **poslech hitů** a obsahuje poslech popu, rocku a filmových melodii a písní (obr. 9).

Obrázek 8: VZDĚLÁVÁNÍ SE

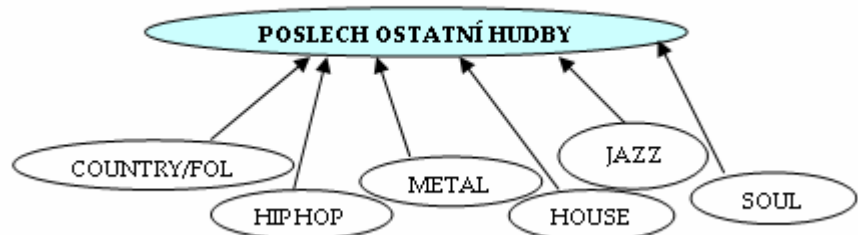


Obrázek 9: POSLECH HITŮ



Uživatelé však mají na výběr z mnohem větší škály hudebních žánrů, nicméně kromě již zmíněných žánrů není o ty další výrazný zájem a tak bylo vhodné je spojit. Obrázek 10 tuto situaci znázorňuje. Přes jazz, country, soul až k metalu, house a hip-hopu. Skupinu jsem nazval **poslech ostatní hudby** (obrázek 10).

Obrázek 10: POSLECH OSTATNÍ HUDBY



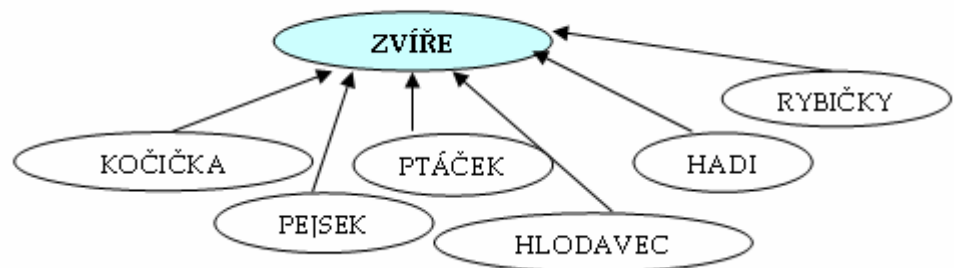
S poslechem hudby souvisí i ostatní zájmy. Lidé například nemusí poslouchat hudbu v rádiích, v tv nebo na přenosných médiích, ale mohou hrát na hudební nástroj, mít svoji vlastní kapelu či se věnovat zpěvu. Pro tvůrčí typy je určena tvorba techno hudby. Všechny tyto zájmy jsou ukryty pod názvem **zájem o hudbu**.

Obrázek 11: ZÁJEM O HUDBU



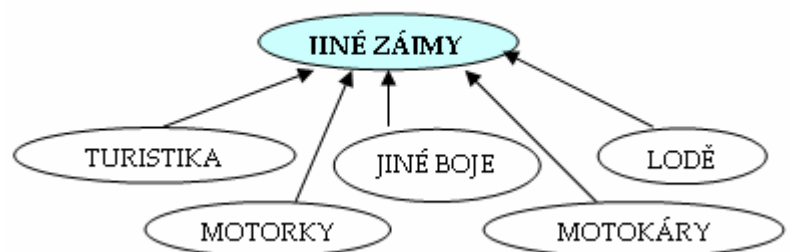
Poslední dvě skupiny zájmů obsahují všechny domácí mazlíčky ve skupině **zvíře**, která je tvořena kočkou, psem, ptáčkem, hlodavcem, hady a rybičkami.

Obrázek 12: ZVÍŘE



Zájmy ve skupině **jiné zájmy** jsou spíše sportovně založeny, nicméně si myslím, že sem také patří.

Obrázek 13: JINÉ ZÁJMY



Pro lepší orientaci ve skupinách jsem zájmům přiřadil váhy, díky nimž je vidět, který zájem má vyšší vliv na výsledek.

Dle těchto vah můžeme říct, že uživatelé preferují četbu naučné literatury a tisku, u žen je to navíc četba románů a u mužů staršího věku četba technické literatury. Mezi

divadly a kiny jsem nezaznamenal výrazný rozdíl. U nočních podniků je největší zájem o návštěvy clubů a potom hospod. Co se týká poslechu hitů, lidé dávají přednost poslechu popu a rocku před poslechem filmových melodií a písní. V poslechu ostatní hudby jasně převládá zájem o country/folk. O práci na pc nebyl obecně velký zájem, nicméně nejvyšší váhy jsou u pc systémů a pc her. U vaktivit muži v každé věkové kategorii jeví zájem o kutilství a ženy o tanec. V případě zájmu o hudbu vyhrálo u žen zpívání a u mužů hudební nástroj, jen v nejmladší kategorii mužů to nebyl hudební nástroj, ale kapela. Váhy uvádím v příloze 2. V příloze 3 jsou pak uvedeny váhy pro zájmy za podmínky, že byl uveden zájem o vzdělávání a příloha 4 nám ukazuje váhy pro zájmy v případě neuvedeného zájmu o vzdělávání.

3.2 Získaná data

Jak již bylo zmíněno výše, zdrojová báze obsahuje údaje od **600** uživatelů serveru www.znamost.cz, kteří vyplnili svůj profil a uvedli své zájmy a koníčky. Pro tuto práci bylo zejména důležité, zda deklarovali zájem o vzdělávání. Z následujícího grafu můžeme vyčíst, jak velký zájem je o vzdělávání v jednotlivých věkových kategoriích navíc dělených dle pohlaví.

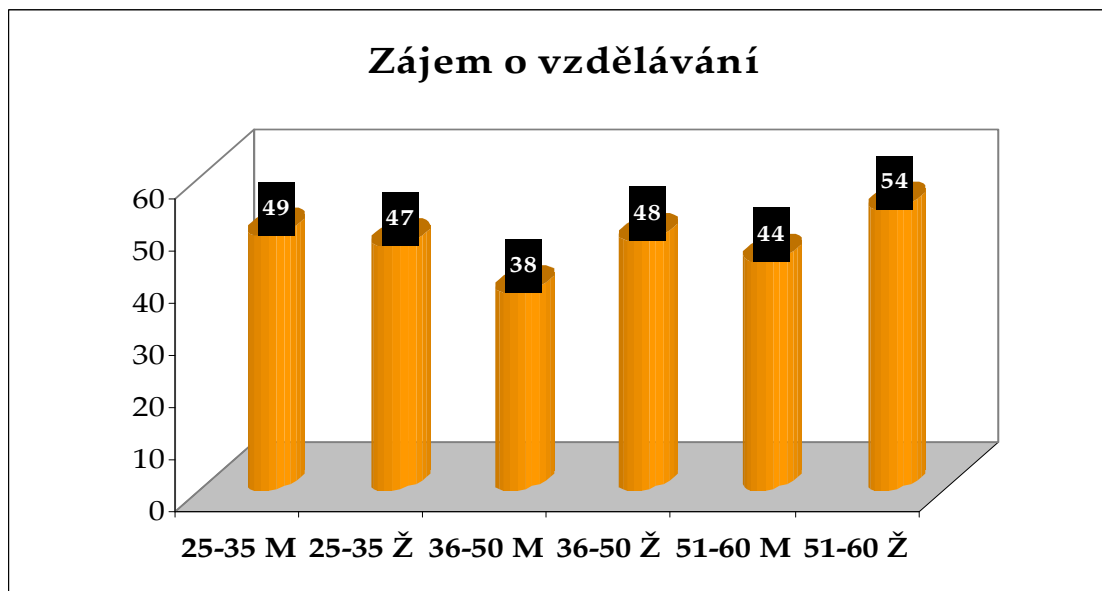
V kategorii 25 – 35 let uvedlo zájem o vzdělávání se celých 48%, dle pohlaví to potom bylo 49% u mužů a 47% u žen. Můžeme tedy říct, že zájem je téměř stejný jak u mužů tak u žen. Zájem o vzdělávání má každý druhý uživatel v této věkové kategorii.

Do další kategorie patří **uživatelé mezi 36 a 50 roky**. Zde je celkový zájem nižší než v předchozí kategorii, konkrétně 43%. Ovšem pokud se podíváme na zájem dle pohlaví, potom ženy jasně vítězí, a to o celých 10% (celkem 48%) oproti mužům, kteří uvedli zájem o vzdělávání jen v 38%. Tento rozdíl může být dán tím, že ženy nejsou v zaměstnání hodnoceny stejně jako muži a proto mají vyšší zájem o vzdělávání, aby tuto nevýhodu pokud možno co nejvíce odstranili.

Poslední kategorií jsou **lidé mezi 51 až 60 lety**. Zájem o vzdělávání je 49%, což je nejvyšší ze všech kategorií, byť je to jen o jedno procento. Rozdíl mezi muži a ženami

je tu, stejně jako v předchozí kategorii, citelný a opět o 10%. Důvod by mohl být stejný, jaký jsem již uváděl, anebo jsou ženy prostě aktivnější a věnují svůj volný čas vzděláváním se.

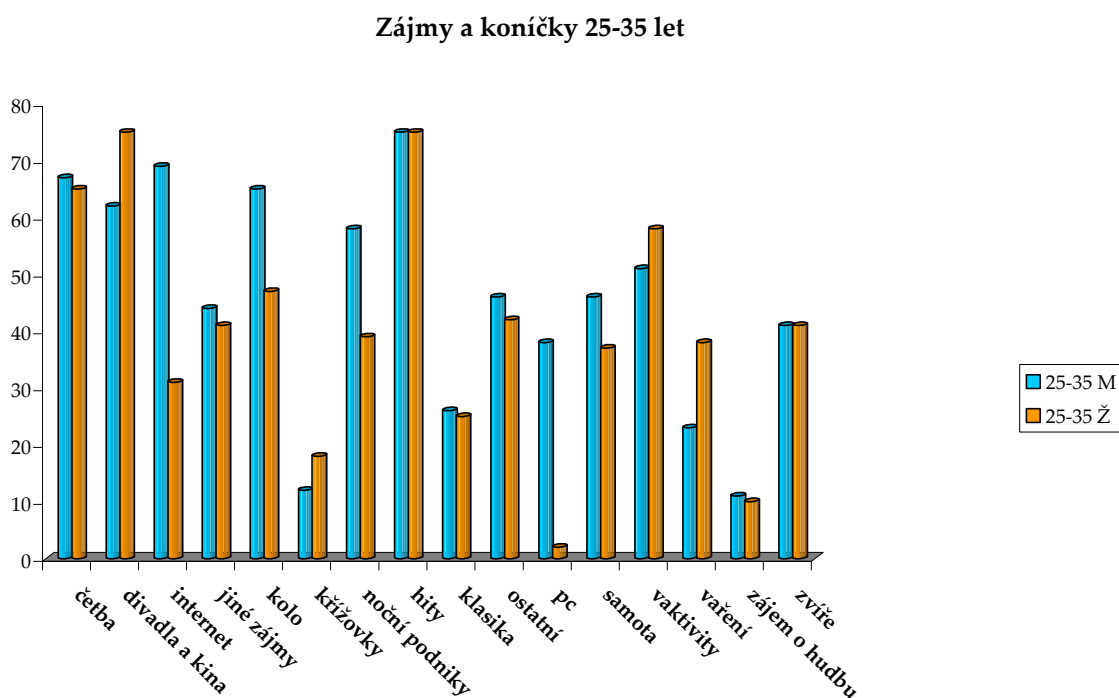
Graf 1: Zájem o vzdělávání



Dále tu uvádím tři grafy, na kterých je vidět, o které koníčky se zajímají ženy a o které muži. Opět je to porovnáváno pro jednotlivé věkové skupiny.

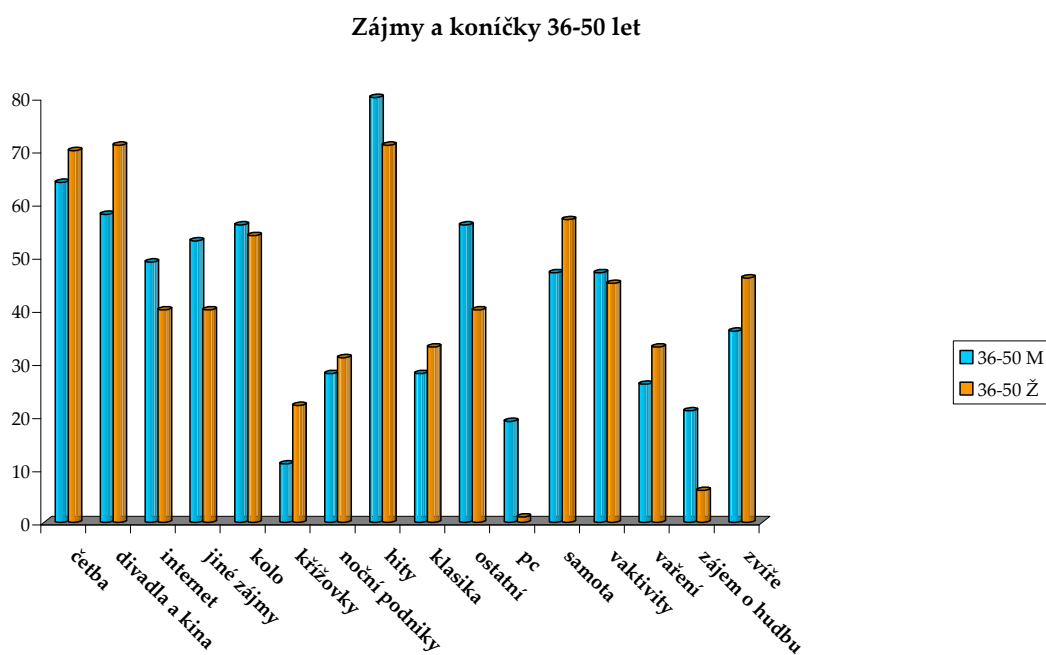
V nejmladší kategorii je největší zájem o poslech hitů, kde tento zájem uvedlo celých 75% uživatelů. Dále je největší zájem o divadla a kina a o četbu jako takovou. Největší rozdíly mezi muži a ženami jsou vidět u zájmu o internet a u práce na pc. Muži jeví o svět kolem počítačů obecně vyšší zájem než ženy. I když o internet zajímá ještě poměrně vysoké procento žen (31%), o práci na pc nejeví zájem téměř žádná (2%). Dále jsou největší rozdíly (mezi 15-19%) u návštěv nočních podniků, jízdy na kole a u vaření. Zajímavé je také to, že z 16 nabízených zájmů, pouze ve čtyřech případech mají větší zájem ženy než muži (divadla a kina, křížovky, vaktivity, vaření).

Graf 2: Zájmy a koníčky 25-35 let



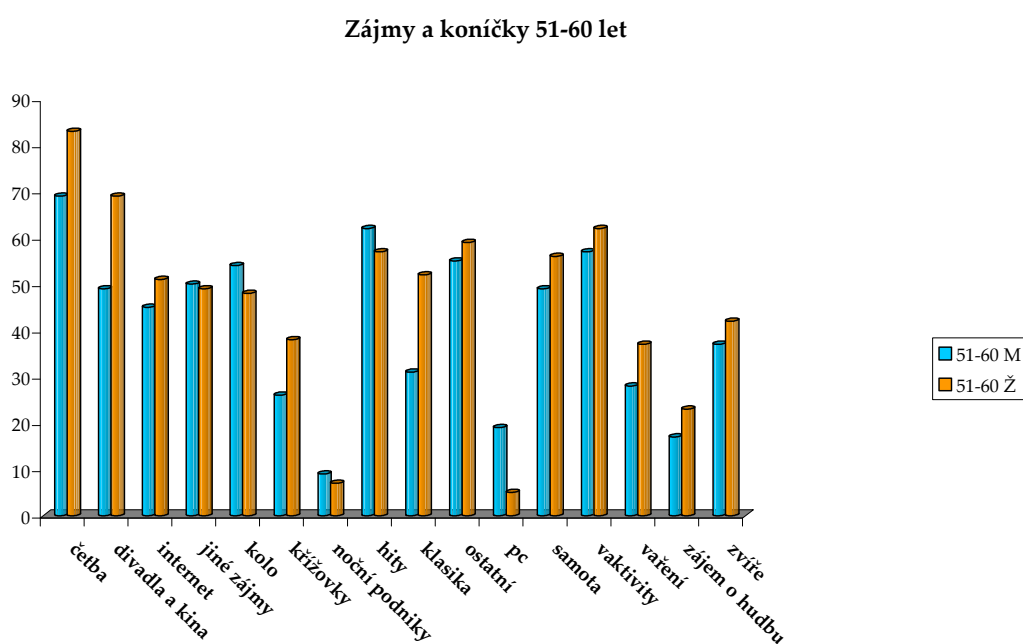
V prostřední věkové kategorii nejsou rozdíly tak propastné jako v předchozí kategorii, ale jisté odlišnosti zde lze také vyčíst. Rozdíl u internetu je již relativně malý, ale rozdíl u práce na pc je opět velký. I celkově o tento koníček klesl zájem. U žen se o práci na pc zajímá pouhé 1% a u mužů 19%. Dále jsou největší rozdíly v poslechu ostatní hudby a v zájmu o hudbu, rozdíl se pohybuje mezi 15-16 procenty. V této kategorii ženy dohnaly muže a to tím způsobem, že již v 7 zájmech mají převahu. Za zmínku jistě stojí, že v této kategorii navštěvují noční podniky více ženy než muži.

Graf 3: Zájmy a koníčky 36-50 let



Uživatelé z poslední skupiny se liší nejvíce v poslechu klasické hudby a navštěvování divadel a kin. Rozdíl v zájmu o práci na pc je také velký, ale je menší než v předešlých kategoriích. Jestliže v předchozí kategorii ženy dohnaly muže, tak v této kategorii je již předešly, neboť v 10 ze 16 koníčků jeví vyšší zájem a ve zbylých šesti, ve kterých je ještě nepředešly, se jim velice přiblížily.

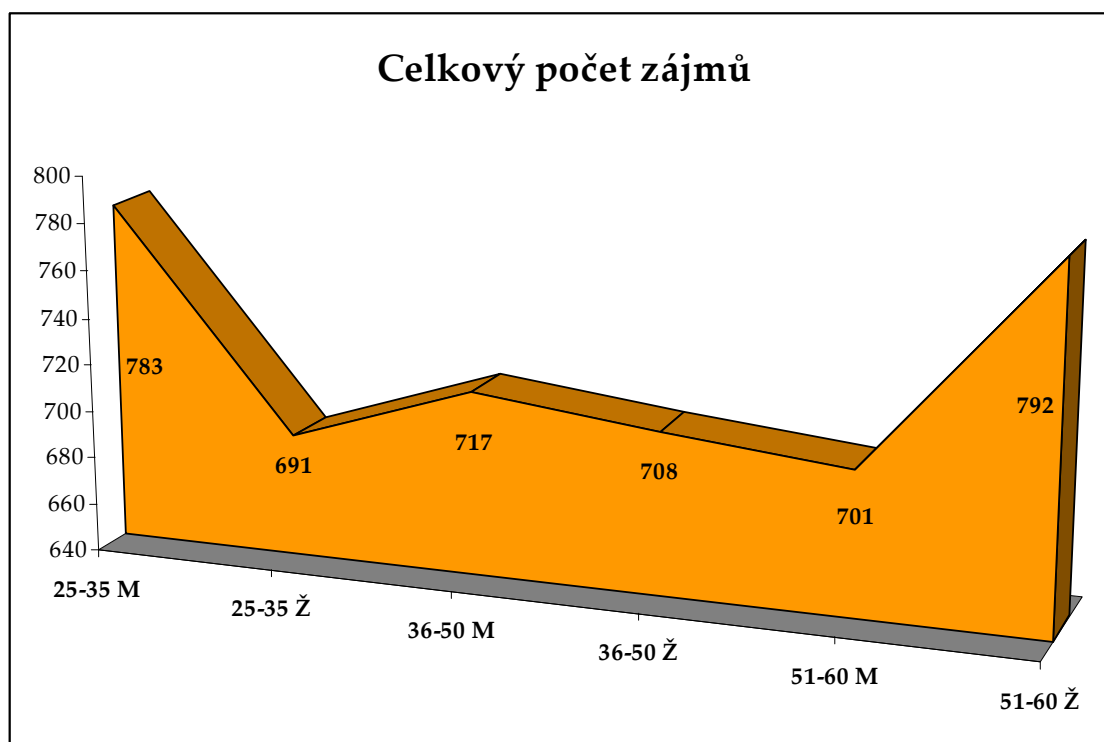
Graf 4: Zájmy a koníčky 51-60 let



Pokud se na celou situaci podíváme komplexně a budeme sledovat, o co jeví lidé největší zájem, zjistíme následující. V případě internetu mají největší zájem muži mezi 25-35 lety a rozdíl mezi muži a ženami je v této kategorii 31%. S postupujícím věkem se tento rozdíl snižuje a nakonec mají větší zájem ženy než muži a to o celých 6%. U křížovek jsou rozdíly ve všech kategoriích víceméně stejné, ale celková procenta jsou s přibývajícím věkem vyšší a 38% žen ve věku 51-60 let rádo luští křížovky. U návštěv nočních podniků je vidět, jak naopak s rostoucím věkem tento zájem klesá. U ostatních zájmů nejsou rozdíly tak markantní.

Poslední graf v této části zobrazuje celkový počet zájmů, které uživatelé deklarovali ve svých profilech. Maximální počet zájmů u jednotlivce byl 16 a minimální počet 1.

Graf 5: Celkový počet zájmů



Jak vidíme, vysoký počet zájmů uvádějí muži v kategorii 25-35 let, u žen v tomto věku je tento počet zhruba o 10% nižší. Relativně stejně jich uvádí muži i ženy v kategorii 36-50 let a muži mezi 51-60 lety. Počet zájmů je opět vyšší až u žen ve věku 51-60 let. Průměrný počet uvedených zájmů a koníčku je 7-8 koníčků na osobu.

3.3 Faktorová analýza – výsledky

Nyní přikročím k výsledkům, ke kterým jsem došel metodou faktorové analýzy. Jedním z hlavních úkolů faktorové analýzy je vytvořit nové nekorelované proměnné (faktory) a tím usnadnit pochopení analyzovaných dat. [9]

Postupoval jsem tak, že jsem si v jednotlivých věkových kategoriích základnu dat rozdělil na dvě báze a to tak, že v jedné bázi jsem měl jen uživatele, kteří deklarovali zájem o vzdělávání a v druhé bázi pak byli Ti, kteří tento zájem neuvedli. Tímto mi vzniklo 12 zdrojových bází (viz následující tabulka).

Tabulka 2: Zdrojové báze uživatelů

| kategorie (v letech) | zájem o vzdělání | pohlaví |
|----------------------|------------------|---------|
| 25-35 | ano | muž |
| 25-35 | ne | muž |
| 25-35 | ano | žena |
| 25-35 | ne | žena |
| 36-50 | ano | muž |
| 36-50 | ne | muž |
| 36-50 | ano | žena |
| 36-50 | ne | žena |
| 51-60 | ano | muž |
| 51-60 | ne | muž |
| 51-60 | ano | žena |
| 51-60 | ne | žena |

Údaje o uživateli jsem dosadil do programu Statgraphics. Proměnné nabývaly hodnot pouze 0 nebo 1 (1 – uveden zájem, 0 – neuveden zájem). Ve výsledcích faktorové analýzy byl metodou hlavních komponent extrahován určitý počet faktorů, se kterými jsem dál pracoval. Pro potřeby faktorové analýzy bylo zadáno vždy 16 faktorů (viz příloha 1). Dále byla pro každý faktor vypočítána vlastní hodnota faktoru. Počet extrahovaných faktorů byl pak závislý na tom, kolik faktorů mělo vlastní hodnotu větší než 1. Poté jsem nechal faktory rotovat metodou *varimax* a následně jsem věnoval pozornost proměnným, u kterých bylo dosaženo nejvyšších zátěží. Na obrázcích jsem pro názornost uvedl vždy zátěže u prvních 6 extrahovaných faktorů. A nyní konkrétně k jednotlivým kategoriím. Nejprve analyzujeme uživatele, kteří deklarovali zájem o vzdělávání.

3.3.1 Kategorie 25-35 let muži – uveden zájem o vzdělávání

V této kategorii bylo extrahováno 6 faktorů, které společně vysvětlují 63,7% celkové variability souboru proměnných. Následující obrázek ukazuje všechny vlastní hodnoty faktorů. Pro další práci však bereme pouze 6 (vlastní hodnota vyšší než 1).

Obrázek 34: 25-35 M VZ - vlastní hodnoty faktorů

| Factor Number | Eigenvalue | Percent of Variance | Cumulative Percentage |
|---------------|------------|---------------------|-----------------------|
| 1 | 2,96136 | 18,508 | 18,508 |
| 2 | 1,79655 | 11,228 | 29,737 |
| 3 | 1,63918 | 10,245 | 39,982 |
| 4 | 1,39605 | 8,725 | 48,707 |
| 5 | 1,2619 | 7,887 | 56,594 |
| 6 | 1,13264 | 7,079 | 63,673 |
| 7 | 0,991561 | 6,197 | 69,870 |
| 8 | 0,932818 | 5,830 | 75,700 |
| 9 | 0,753452 | 4,709 | 80,409 |
| 10 | 0,713153 | 4,457 | 84,867 |
| 11 | 0,651106 | 4,069 | 88,936 |
| 12 | 0,516608 | 3,229 | 92,165 |
| 13 | 0,453854 | 2,837 | 95,001 |
| 14 | 0,341487 | 2,134 | 97,136 |
| 15 | 0,302843 | 1,893 | 99,029 |
| 16 | 0,155439 | 0,971 | 100,000 |

Po použití metody varimax jsem dostal následující matici faktorů. Z nich vybereme ty, které použijeme při interpretaci jednotlivých faktorů.

Obrázek 15: Matice faktorů 25-35 M VZ

| | Factor 1 | Factor 2 | Factor 3 | Factor 4 | Factor 5 | Factor 6 |
|-----------------|---------------|------------|------------|--------------|------------|-------------|
| CETBA | 0,737047 | -0,120768 | -0,0993452 | -0,0137215 | 0,0979077 | 0,183397 |
| DIV_A_KINA | 0,515924 | 0,223505 | -0,140676 | 0,162357 | 0,0145743 | -0,422564 |
| INTERNET | 0,17175 | 0,0451207 | 0,734436 | 0,29132 | -0,0576581 | -0,00880076 |
| JINE_ZAJMY | -0,0000830661 | -0,193845 | -0,0784627 | 0,818344 | 0,0492275 | -0,0777329 |
| KOLO | -0,0200021 | -0,0701179 | -0,103751 | 0,0562251 | -0,0489695 | 0,823162 |
| KRIZOVKY | 0,105236 | 0,389167 | -0,749216 | 0,22926 | -0,0786339 | 0,158205 |
| NOC_PODNIKY | 0,0409797 | 0,771769 | -0,0888898 | -0,166625 | -0,120577 | -0,227706 |
| POSLECH_HITU | 0,743901 | 0,102231 | 0,186688 | 0,100317 | 0,185804 | 0,1558 |
| POSLECH_KLASIKY | 0,731742 | 0,114555 | 0,0328831 | -0,0107664 | 0,0141357 | -0,238556 |
| POSLECH_OSTATNI | 0,265094 | 0,395112 | 0,150565 | -0,000713592 | 0,303069 | 0,391123 |
| PRACE_NA_PC | 0,295334 | 0,584582 | 0,327466 | 0,0243878 | 0,0272339 | 0,335021 |
| SAMOTA | 0,10812 | 0,282707 | 0,193323 | 0,73119 | 0,0969971 | 0,143394 |
| VAKTIVITY | 0,00952949 | -0,051173 | -0,0775119 | 0,0285349 | 0,817101 | 0,0610194 |
| VARENI | -0,0163983 | 0,615567 | -0,152198 | 0,183009 | 0,199821 | -0,0714896 |
| ZAJEM_HUDBA | 0,213359 | 0,132008 | 0,0660211 | 0,092994 | 0,727743 | -0,0944655 |
| ZVIRE | -0,348224 | 0,406772 | 0,474268 | -0,0840028 | -0,0345554 | 0,20088 |

První faktor vysvětluje **18,5%** celkové variability souboru proměnných a je charakteristický vysokými zátěžemi u **četby (0,74)**, **poslechu hitů (0,74)**, **poslechu klasiky (0,73)** a **divadel a kin (0,52)**.

Z toho můžeme usuzovat, že lidé, deklarující zájem o vzdělávání se věnují četbě a poslouchají hudbu, moderní nebo klasickou. Rovněž je tu dosahováno celkem vysoké zátěže u navštěvování divadel a kin, což s poslechem hudby a četbou úzce souvisí. Tento faktor bychom mohli nazvat jako kulturní faktor.

Druhý faktor vysvětluje 11,2% a nejvyšší zátěže mají faktory **noční podniky (0,77)**, **vaření (0,62)** a **práce na pc (0,58)**. Tento faktor by mohl být specifikován aktivitami ve volném čase. A to tak, že tento volný čas lidé tráví nejen ve společnosti, ale i doma.

Ostatní 4 faktory vysvětlují od 7 po 10% celkové variability souboru proměnných. První z nich má nejvyšší zátěže u internetu (0,73) a křížovek (-0,74). Dalo by se tedy usuzovat, že lidé hledají nové informace na internetu a v křížovkách a tak si rozšiřují svůj všeobecný přehled. Další faktor s nejvyššími zátěžemi u jiných zájmů (0,82) a u samoty (0,73) vypovídá o tom, že se lidé rádi baví např. turistikou nebo tráví čas relaxací o samotě. Předposlední faktor je určen v aktivitami (0,82) a zájmem o hudbu. V případě této kategorie je nejčastější aktivitou kutilství a hra na hudební nástroj. Poslední faktor je určen nejvyšší zátěží u jízdy na kole (0,82).

V této kategorii bychom mohli tedy zájem o vzdělávání definovat kulturním faktorem, tím, že lidé nevědí, co s volným časem a také tím, že mají zálibu v internetu.

3.3.2 Kategorie 25-35 let ženy – uveden zájem o vzdělávání

V této kategorii bylo extrahováno celkem 7 faktorů, které vysvětlují **71,7%** celkové variability souboru proměnných. Na dalším obrázku opět vidíme vlastní hodnoty faktorů a jejich procenta.

Obrázek 16: 25-35 Ž VZ - vlastní hodnoty faktorů

| Factor Number | Eigenvalue | Percent of Variance | Cumulative Percentage |
|---------------|------------|---------------------|-----------------------|
| 1 | 3,19514 | 19,970 | 19,970 |
| 2 | 1,83082 | 11,443 | 31,412 |
| 3 | 1,60218 | 10,014 | 41,426 |
| 4 | 1,46429 | 9,152 | 50,578 |
| 5 | 1,21512 | 7,594 | 58,172 |
| 6 | 1,1301 | 7,063 | 65,235 |
| 7 | 1,03236 | 6,452 | 71,688 |
| 8 | 0,900565 | 5,629 | 77,316 |
| 9 | 0,827429 | 5,171 | 82,488 |
| 10 | 0,680143 | 4,251 | 86,738 |
| 11 | 0,591276 | 3,695 | 90,434 |
| 12 | 0,535165 | 3,345 | 93,779 |
| 13 | 0,387035 | 2,419 | 96,198 |
| 14 | 0,265193 | 1,657 | 97,855 |
| 15 | 0,232823 | 1,455 | 99,310 |
| 16 | 0,110356 | 0,690 | 100,000 |

Po použití metody varimax jsem dostal následující matici faktorů. Z nich vybereme ty, které použijeme při interpretaci jednotlivých faktorů.

Obrázek 17: Matice faktorů 25-35 Ž VZ

| | Factor 1 | Factor 2 | Factor 3 | Factor 4 | Factor 5 | Factor 6 |
|-----------------|--------------|------------|------------|------------|------------|--------------|
| CETBA | 0,780204 | -0,148066 | 0,26982 | -0,102123 | 0,0186663 | 0,144207 |
| DIV_A_KINA | 0,846856 | 0,068868 | -0,16914 | 0,160824 | 0,115224 | 0,0294669 |
| INTERNET | 0,117331 | 0,0426279 | -0,0599023 | 0,703051 | -0,0427225 | 0,0755289 |
| JINE_ZAJMY | 0,437948 | 0,633955 | -0,0457286 | 0,283807 | -0,0294291 | -0,000122828 |
| KOLO | -0,152334 | 0,822041 | 0,00488897 | 0,112133 | 0,21493 | 0,00302232 |
| KRIZOVKY | 0,0178217 | 0,128272 | 0,0171649 | 0,799301 | 0,022736 | 0,0604554 |
| NOC_PODNIKY | 0,185888 | 0,0743824 | 0,0726929 | -0,26044 | 0,777135 | 0,0110374 |
| POSLECH_HITU | 0,674009 | 0,264508 | 0,526079 | 0,080239 | -0,108976 | -0,0383979 |
| POSLECH_KLASIKY | 0,0903154 | -0,0232315 | 0,826089 | -0,0546888 | 0,147634 | 0,00894643 |
| POSLECH_OSTATNI | 0,399815 | 0,533668 | 0,425886 | -0,0437682 | 0,123488 | 0,179074 |
| PRACE_NA_PC | -0,000833603 | -0,411014 | -0,330985 | -0,0504647 | 0,425633 | 0,22414 |
| SAMOTA | 0,000271195 | -0,506931 | 0,224269 | 0,368466 | 0,0928189 | -0,469603 |
| VARTIVITY | -0,0946121 | 0,142217 | 0,0743834 | 0,279553 | 0,704288 | 0,071354 |
| VARENI | -0,127621 | -0,11572 | -0,0196632 | 0,0775592 | 0,0610357 | -0,0135277 |
| ZAJEM_HUDEBA | -0,0434453 | -0,0453321 | 0,484663 | 0,1225 | -0,288447 | 0,585389 |
| ZVIRE | -0,139459 | -0,0420005 | 0,0232988 | -0,106885 | -0,202723 | -0,764492 |

První faktor vysvětluje téměř 20% celkové variability souboru proměnných a je charakteristický zátěžemi u **divadel a kin (0,84)**, **četby (0,78)** a **poslechu hitů (0,67)**.

Stejně jako v prvním případě je tento faktor orientován na kulturu. Je tu opravdu vysoká zátěž u divadel a kin a u četby. Pokud se podíváme na váhy u jednotlivých druhů četby, vidíme, že ženy kromě technické literatury a básní vyhledávají všechny

ostatní žánry četby. U poslechu hitů je to především pop. Opět bychom tento faktor mohli označit jako kulturní.

U druhého faktoru, který vysvětluje 11,4% celkové variability souboru proměnných je vysoká zátěž u **jízdy na kole** a relativně velká u **jiných zájmů**. Uživatelé, kteří uvedli tyto zájmy preferují pohyb venku, ať už pěšky či na kole anebo jako diváci na různých akcích (např. motorky, motokáry, lodě apod.). Jednoduše bychom mohli říct, že lidé (v tomto případě pouze ženy), kteří uvedli zájem o vzdělávání tráví svůj volný čas venku.

Třetí faktor je jasně vymezen hudbou a vysvětluje 10% celkové variability souboru proměnných. Nejvyšší zátěže mají **poslech klasiky (0,82)**, **poslech hitů (0,52)**, **poslech ostatní hudby (0,42)** a **zájem o hudbu (0,48)**. Je tedy zřejmé, že tento faktor můžeme označit jako hudební.

Zbylé faktory vysvětlují 6-9% celkové variability souboru proměnných a jsou charakterizovány následujícími zátěžemi. Čtvrtý faktor má nejvyšší zátěže u křížovek (0,8) a u internetu (0,70). Pátý faktor je určen zátěží u nočních podniků (0,78) a u aktivit (0,70). Předposlední faktor v této kategorii ukázal nejvyšší zátěž u záliby ve zvířatech (-0,76). A konečně poslední sedmý faktor má absolutně nejvyšší zátěž u vaření (-0,81).

V této kategorii je nejvíce ovlivňující faktor opět kulturní. Na dalších místech jsou to faktory, které jsou vysvětlovány zájmem o pohyb venku a dále pak celkem významný hudební faktor. V neposlední řadě jsou to opět faktory internetu a křížovek.

3.3.3 Kategorie 36-50 let muži – uveden zájem o vzdělávání

Zde bylo extrahováno 6 faktorů, které vysvětlují **65,1%** celkové variability souboru proměnných. Na obrázku vidíme vlastní hodnoty faktorů a jejich procentuální zastoupení.

Obrázek 18: 36-50 M VZ - vlastní hodnoty faktorů

| Factor Number | Eigenvalue | Percent of Variance | Cumulative Percentage |
|---------------|------------|---------------------|-----------------------|
| 1 | 2,85597 | 17,850 | 17,850 |
| 2 | 1,9284 | 12,053 | 29,902 |
| 3 | 1,71209 | 10,701 | 40,603 |
| 4 | 1,52132 | 9,508 | 50,111 |
| 5 | 1,28042 | 8,003 | 58,114 |
| 6 | 1,11047 | 6,940 | 65,054 |
| 7 | 0,93639 | 5,852 | 70,907 |
| 8 | 0,923176 | 5,770 | 76,677 |
| 9 | 0,760419 | 4,753 | 81,429 |
| 10 | 0,716999 | 4,481 | 85,910 |
| 11 | 0,621715 | 3,886 | 89,796 |
| 12 | 0,496455 | 3,103 | 92,899 |
| 13 | 0,450866 | 2,818 | 95,717 |
| 14 | 0,323811 | 2,024 | 97,741 |
| 15 | 0,210264 | 1,314 | 99,055 |
| 16 | 0,151225 | 0,945 | 100,000 |

Použitím metody varimax jsem dostal následující matici faktorů. Z nich vybereme ty, které použijeme při interpretaci jednotlivých faktorů.

Obrázek 19: Matice faktorů 36-50 M VZ

| | Factor 1 | Factor 2 | Factor 3 | Factor 4 | Factor 5 | Factor 6 |
|-----------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| CETBA | 0,239895 | 0,276076 | -0,133864 | 0,725939 | -0,0844045 | -0,15415 |
| DIV_A_KINA | -0,0468082 | 0,779656 | -0,0766475 | 0,0246614 | 0,0864275 | -0,0742936 |
| INTERNET | 0,0433442 | 0,0571781 | 0,798782 | -0,0156557 | -0,205941 | -0,0429024 |
| JINE_ZAJMY | 0,768124 | -0,0612048 | -0,0689602 | -0,0987019 | -0,0428262 | 0,173738 |
| KOLO | -0,141356 | -0,151245 | -0,103738 | 0,0990084 | -0,209167 | 0,815378 |
| KRIZOVKY | 0,0582358 | -0,141834 | -0,340107 | 0,244819 | 0,622278 | -0,0782632 |
| NOC_PODNIKY | -0,0667481 | 0,143792 | 0,580033 | 0,399467 | 0,42622 | -0,0144407 |
| POSLECH_HITU | 0,0682685 | 0,712239 | -0,0696662 | 0,125578 | 0,0956101 | -0,0245272 |
| POSLECH_KLASIKY | 0,731932 | 0,238441 | 0,138408 | -0,103392 | 0,0420083 | -0,120112 |
| POSLECH_OSTATNI | 0,599293 | 0,479055 | 0,0466601 | 0,0142433 | 0,347767 | -0,136439 |
| PRACE_NA_PC | 0,33976 | 0,510465 | 0,28725 | 0,0147412 | -0,147865 | 0,187849 |
| SAMOTA | 0,0560281 | 0,241832 | 0,209681 | -0,121079 | 0,763327 | 0,0556151 |
| VAKTIVITY | 0,366191 | 0,0383783 | -0,0635564 | -0,786913 | -0,114515 | -0,0523026 |
| VARENI | 0,0321118 | -0,277255 | 0,656113 | -0,127871 | 0,202361 | -0,0240219 |
| ZAJEM_HUDEBA | 0,173095 | 0,126603 | 0,0526848 | -0,253872 | 0,275784 | 0,661515 |
| ZVIRE | 0,547769 | -0,389484 | -0,0448013 | 0,315911 | 0,111656 | -0,08276 |

První faktor, který vysvětluje 17,8% celkové variability souboru proměnných ukazuje největší zátěže u **jiných zájmů (0,77)**, **poslechu klasiky (0,73)** a **poslechu ostatní hudby (0,6)**.

Z těchto zátěží je vidět, že lidé rádi relaxují, ať už aktivním pohybem venku (jako je např. turistika nebo navštěvování různých závodů motorek apod.), tak i poslechem

hudby. V tomto případě vyhrává poslech klasické hudby a z ostatní hudby je to hlavně country a folk. Mohli bychom tento faktor označit jako hudebně-relaxační.

Druhý faktor vysvětlující 12% celkové variability souboru proměnných má nejvyšší zátěže u **divadel a kin (0,78)** a **poslech hitů (0,71)**. Tento faktor označíme jako kulturní faktor.

Další faktor v pořadí vysvětluje 10,7 % celkové variability souboru proměnných a nejvyšší zátěže má u **internetu (0,80)**, **vaření (0,65)** a **nočních podniků (0,58)**. Vidíme, že uživatelé v této kategorii mají zálibu v internetu a vaření.

Poslední tři faktory vysvětlují mezi 7 a 10% celkové variability souboru proměnných a první je charakterizován zátěžemi u **četby (0,73)** a u **vaktivit (-0,79)**. V této kategorii je to v případě vaktivit převážně kutilství. Další faktory definují zátěže u **samoty (0,76)** a u **křížovek (0,62)**. Tento faktor charakterizuje uživatele, kteří se rádi vzdělávají a mimo to rádi o samotě luští křížovky. Poslední faktor má největší zátěže u **kola (0,81)** a u **zájmu o hudbu (0,66)**, v tomto případě převládá vlastnictví hudebního nástroje.

V této kategorii je nejsilnější faktor hudebně-relaxační a na druhém místě se umístil kulturní faktor. Dále je to opět zájem o internet, vaření a noční podniky. Nechybí zde ani zájem o četbu a o jízdu na kole.

3.3.4 Kategorie 36-50 let ženy – uveden zájem o vzdělávání

V této kategorii bylo extrahováno celkem 7 faktorů, které vysvětlují **70,6%** celkové variability souboru proměnných. Na dalším obrázku opět vidíme vlastní hodnoty faktorů a jejich procenta.

Obrázek 19: 36-50 Ž VZ - vlastní hodnoty faktorů

| Factor Number | Eigenvalue | Percent of Variance | Cumulative Percentage |
|---------------|------------|---------------------|-----------------------|
| 1 | 2,33284 | 14,580 | 14,580 |
| 2 | 2,03079 | 12,692 | 27,273 |
| 3 | 1,66784 | 10,424 | 37,697 |
| 4 | 1,62606 | 10,163 | 47,860 |
| 5 | 1,40143 | 8,759 | 56,619 |
| 6 | 1,15981 | 7,249 | 63,867 |
| 7 | 1,08463 | 6,779 | 70,646 |
| 8 | 0,945439 | 5,909 | 76,555 |
| 9 | 0,831102 | 5,194 | 81,750 |
| 10 | 0,618495 | 3,866 | 85,615 |
| 11 | 0,549584 | 3,435 | 89,050 |
| 12 | 0,526793 | 3,292 | 92,343 |
| 13 | 0,432181 | 2,701 | 95,044 |
| 14 | 0,378722 | 2,367 | 97,411 |
| 15 | 0,253202 | 1,583 | 98,993 |
| 16 | 0,161075 | 1,007 | 100,000 |

Použitím metody varimax jsem dostal následující matici faktorů. Z nich vybereme ty, které použijeme při interpretaci jednotlivých faktorů.

Obrázek 40: Matice faktorů 36-50 Ž VZ

| | Factor 1 | Factor 2 | Factor 3 | Factor 4 | Factor 5 | Factor 6 |
|-----------------|------------|-------------|------------|------------|------------|-------------|
| CEBBA | 0,406997 | 0,25212 | 0,0280993 | -0,680848 | 0,0831361 | 0,171552 |
| DIV_A_KINA | 0,0312996 | -0,278053 | 0,0240237 | -0,0184832 | 0,717174 | 0,152995 |
| INTERNET | 0,0442072 | 0,115611 | 0,83154 | -0,0850717 | 0,0247631 | -0,106879 |
| JINE_ZAJMY | -0,072364 | 0,16476 | -0,520999 | 0,134208 | 0,066565 | 0,401826 |
| KOLO | 0,048369 | 0,141538 | -0,0113344 | 0,877357 | 0,098807 | 0,0493269 |
| KRIZOVKY | 0,181189 | -0,116556 | 0,503131 | 0,413318 | -0,410702 | 0,20869 |
| NOC_PODNIKY | 0,253353 | 0,542992 | 0,167827 | 0,0291454 | -0,0805071 | 0,244019 |
| POSLECH_HITU | 0,835652 | -0,00496966 | 0,0505091 | -0,0540501 | 0,0781727 | -0,00610554 |
| POSLECH_KLASIKY | 0,637107 | -0,113363 | 0,179415 | -0,164744 | 0,255018 | 0,0454188 |
| POSLECH_OSTATNI | 0,646818 | 0,401056 | -0,292121 | 0,0934338 | -0,322222 | 0,0236046 |
| PRACE_NA_PC | 0,00503652 | -0,058156 | 0,0920728 | -0,102407 | -0,203399 | -0,127757 |
| SAMOTA | 0,30641 | -0,132788 | -0,144907 | 0,0161971 | 0,133586 | 0,670904 |
| VAKTIVITY | 0,199901 | 0,441231 | 0,0293368 | 0,149704 | 0,697015 | -0,12103 |
| VARENI | -0,18859 | 0,219882 | 0,553686 | 0,335607 | 0,27349 | 0,314297 |
| ZAJEM_HUDBA | -0,0919451 | 0,865321 | 0,0253246 | -0,0218029 | 0,0392832 | -0,0161252 |
| ZVIRE | -0,138312 | 0,146456 | 0,0604334 | -0,0413668 | -0,0861376 | 0,696867 |

První faktor, který vysvětluje 14,5% celkové variability souboru proměnných, je dán vysokými zátěžemi u **poslechu hitů (0,84)**, **poslechu ostatní hudby (0,65)** a **poslechu klasiky (0,64)**.

Tento faktor je jasně dán zájmem o poslech hudby a to jakéhokoliv žánru. V této kategorii se jedná zejména o poslech popu a poslech country a folku. Tento faktor můžeme označit jako hudební faktor.

Druhý faktor vysvětluje **12,7%** celkové variability souboru proměnných a nejvyšší zátěže má **zájem o hudbu** (0,87) a **návštěvy nočních podniků** (0,54). V případě nočních podniků jsou lidmi v této kategorii nejvíce navštěvovány kluby a v zájmu o hudbu všichni uživatelé uvedli zájem o zpívání.

Třetí faktor vysvětluje téměř **10,5%** celkové variability s nejvyššími zátěžemi u **internetu** (0,83) a o něco nižšími v případě **křížovek** (0,50) a **vaření** (0,55). Čtvrtý faktor stejně jako třetí vysvětluje okolo **10%** celkové variability a je charakterizován **jízdou na kole** (0,88) a **čtením** (0,68).

Poslední tři faktory vysvětlují od 6 do 9% celkové variability souboru proměnných. V případě pátého faktoru jsou nejvyšší zátěže u **divadel a kin** (0,72) a **vaktivit** (0,70). V případě vaktivit je to v této kategorii nejčastěji tanec. Šestý faktor je dán **samotou** (0,67) a **zvířetem** (0,70). A poslední faktor charakterizuje **práce na pc** (0,84).

Tato kategorie má nejsilnější faktor hudební a další faktory s hudbou také úzce souvisí. Nechybí tu faktor ovlivněný zájmem o internet a také zájmem navštěvovat divadla a kina. Faktor, který vysvětluje variabilitu souboru proměnných nejméně, je dán nejvyšší zátěží u práce na pc.

3.3.5 Kategorie 51-60 let muži – uveden zájem o vzdělávání

V této kategorii bylo extrahováno 6 faktorů, které společně vysvětlují **63,5%** celkové variability souboru proměnných. Následující obrázek ukazuje všechny vlastní hodnoty faktorů.

Obrázek 21: 51-60 M VZ - vlastní hodnoty faktorů

| Factor Number | Eigenvalue | Percent of Variance | Cumulative Percentage |
|---------------|------------|---------------------|-----------------------|
| 1 | 2,72095 | 17,006 | 17,006 |
| 2 | 1,92734 | 12,046 | 29,052 |
| 3 | 1,75937 | 10,996 | 40,048 |
| 4 | 1,40442 | 8,778 | 48,825 |
| 5 | 1,21787 | 7,612 | 56,437 |
| 6 | 1,14037 | 7,127 | 63,564 |
| 7 | 0,96289 | 6,018 | 69,583 |
| 8 | 0,854992 | 5,344 | 74,926 |
| 9 | 0,730483 | 4,566 | 79,492 |
| 10 | 0,663189 | 4,145 | 83,637 |
| 11 | 0,638362 | 3,990 | 87,626 |
| 12 | 0,57365 | 3,585 | 91,212 |
| 13 | 0,492078 | 3,075 | 94,287 |
| 14 | 0,408014 | 2,550 | 96,837 |
| 15 | 0,270105 | 1,688 | 98,526 |
| 16 | 0,23592 | 1,474 | 100,000 |

Použitím metody varimax jsem dostal následující matici faktorů. Z nich vybereme ty, které použijeme při interpretaci jednotlivých faktorů.

Obrázek 22: Matice faktorů 51-60 M VZ

| | Factor 1 | Factor 2 | Factor 3 | Factor 4 | Factor 5 | Factor 6 |
|-----------------|------------|------------|------------|-------------|------------|------------|
| ČETBA | 0,782031 | -0,151236 | 0,202418 | -0,157345 | -0,0146298 | 0,131614 |
| DIV_A_KINA | -0,0086052 | -0,272894 | 0,218933 | -0,107055 | 0,671085 | 0,227993 |
| INTERNET | 0,137917 | 0,662186 | 0,226131 | 0,02823 | -0,211751 | 0,24963 |
| JINE_ZAJMY | -0,116303 | -0,121525 | 0,0564025 | 0,841678 | -0,034294 | 0,0676118 |
| KOLO | -0,0581157 | 0,0332851 | -0,273606 | 0,662813 | -0,110058 | 0,0843976 |
| KRIZOVKY | 0,0280148 | 0,186535 | 0,716692 | -0,0553957 | 0,0865276 | 0,105698 |
| NOC_PODNIKY | 0,219755 | -0,0507555 | 0,639985 | -0,063527 | 0,0674289 | -0,145446 |
| POSLECH_HITU | 0,717614 | 0,204896 | 0,139845 | 0,0342069 | 0,0141069 | 0,0385192 |
| POSLECH_KLASIKY | 0,00449745 | 0,163013 | 0,0261963 | -0,0618764 | 0,744826 | -0,0635888 |
| POSLECH_OSTATNI | 0,548766 | 0,0816947 | -0,0265358 | -0,0288832 | 0,544121 | -0,188936 |
| PRACE_NA_PC | 0,159802 | 0,303665 | -0,245115 | 0,0918713 | -0,0848438 | 0,70679 |
| SAMOTĀ | 0,156103 | -0,657996 | 0,424752 | 0,108577 | 0,0251627 | 0,280174 |
| VAKTIVITY | 0,223082 | 0,160579 | 0,510376 | 0,586437 | -0,0114242 | -0,150622 |
| WARENI | 0,0618082 | 0,710883 | 0,271323 | -0,0396049 | 0,331224 | 0,16957 |
| ZAJEM_HUDEBA | 0,429597 | -0,166709 | -0,021012 | 0,387019 | 0,431626 | -0,278255 |
| ZVIRE | 0,0487829 | 0,0335572 | -0,0813836 | -0,00674225 | -0,0422127 | -0,747747 |

První faktor vysvětluje 17% celkové variability souboru proměnných. Nejvyšších zátěží dosáhla **četba (0,78)**, **poslech hitů (0,71)**, **poslech ostatní hudby (0,55)** a **zájem o hudbu (0,43)**.

Kromě četby jsou to všechno faktory, které souvisí s hudbou. Mimo poslech hudby je to zejména vlastnictví hudebního nástroje a kapela.

Druhý faktor, který vysvětluje **12%** celkové variability souboru proměnných, dosahuje nejvyšších hodnot zátěží u **internetu** (0,66), **vaření** (0,71) a **samoty** (-0,66). Vysokých zátěží u **křížovek** (0,72) a **nočních podniků** (0,64) je dosaženo ve třetím faktoru, který vysvětluje necelých 11% celkové variability proměnných.

Ostatní faktory vysvětlují od 7 do 9% celkové variability souboru proměnných. Čtvrtý faktor má nejvyšší zátěže u **jiných zájmů** (0,84), **jízdy na kole** (0,66) a **vaktivit** (0,59). U vaktivit se jedná konkrétně o zálibu v kutilství. Pátý faktor je charakterizován poslechem klasické (0,74) a ostatní hudby (0,54) a také zájmem o kulturu, konkrétně návštěvami divadel a kin. Poslední šestý faktor dosahuje nejvyšších hodnot u zátěží u zvířete (-0,74) a u práce na pc (0,71), konkrétně pc systémy.

V této kategorii vysvětluje nejvíce celkovou variabilitu souboru proměnných faktor hudební. Dále je to opět zájem o internet a vaření. Ani luštění křížovek a návštěvy nočních podniků nejsou této kategorii cizí. Na posledních místech se umístily jiné zájmy a zájem o kulturu.

3.3.6 Kategorie 51-60 let ženy – uveden zájem o vzdělávání

V této kategorii bylo extrahováno 6 faktorů, které společně vysvětlují **65,8%** celkové variability souboru proměnných. Následující obrázek ukazuje všechny vlastní hodnoty faktorů.

Obrázek 25: 51-60 Ž VZ - vlastní hodnoty faktorů

| Factor Number | Eigenvalue | Percent of Variance | Cumulative Percentage |
|---------------|------------|---------------------|-----------------------|
| 1 | 2,51139 | 15,696 | 15,696 |
| 2 | 1,96053 | 12,253 | 27,949 |
| 3 | 1,77326 | 11,083 | 39,032 |
| 4 | 1,64341 | 10,271 | 49,304 |
| 5 | 1,41611 | 8,851 | 58,154 |
| 6 | 1,22246 | 7,640 | 65,795 |
| 7 | 0,916842 | 5,730 | 71,525 |
| 8 | 0,813336 | 5,083 | 76,608 |
| 9 | 0,715931 | 4,475 | 81,083 |
| 10 | 0,672111 | 4,201 | 85,284 |
| 11 | 0,587617 | 3,673 | 88,956 |
| 12 | 0,540257 | 3,377 | 92,333 |
| 13 | 0,431708 | 2,698 | 95,031 |
| 14 | 0,317153 | 1,982 | 97,013 |
| 15 | 0,259727 | 1,623 | 98,637 |
| 16 | 0,218145 | 1,363 | 100,000 |

Použitím metody varimax jsem dostal následující matici faktorů. Z nich vybereme ty, které použijeme při interpretaci jednotlivých faktorů.

Obrázek 26: Matice faktorů 51-60 Ž VZ

| | Factor 1 | Factor 2 | Factor 3 | Factor 4 | Factor 5 | Factor 6 |
|-----------------|------------|------------|------------|-------------|------------|------------|
| CETBA | 0,132888 | 0,0591283 | -0,135512 | 0,75932 | -0,101015 | 0,140116 |
| DIV_A_KINA | 0,238141 | 0,0839423 | 0,0479712 | 0,713485 | -0,034452 | -0,238581 |
| INTERNET | -0,311409 | -0,144145 | -0,389395 | -0,00409497 | 0,121865 | 0,688312 |
| JINE_ZAJMY | 0,141155 | -0,297011 | 0,738634 | -0,30022 | -0,132357 | -0,0667658 |
| KOLO | -0,361213 | 0,0552863 | 0,655613 | 0,220998 | 0,282857 | -0,0316396 |
| KRIZOVKY | 0,110995 | 0,702607 | -0,162639 | 0,0380788 | 0,0142185 | 0,263438 |
| NOC_PODNIKY | -0,23008 | 0,712297 | 0,1586 | 0,141475 | -0,0211378 | -0,172383 |
| POSLECH_HITU | 0,782656 | -0,0706338 | -0,0648102 | 0,224472 | -0,0574543 | -0,0195413 |
| POSLECH_KLASIKY | 0,673621 | -0,188298 | 0,08204 | 0,191691 | 0,0406226 | 0,113432 |
| POSLECH_OSTATNI | 0,440788 | 0,247117 | 0,570341 | -0,0402055 | 0,0058506 | 0,122102 |
| PRACE_NA_PC | 0,230578 | 0,137743 | 0,198414 | -0,0218229 | -0,112201 | 0,806876 |
| SAMOTA | -0,0135859 | -0,329921 | 0,00743891 | 0,0601345 | 0,814403 | 0,0935218 |
| VAKTIVITY | 0,652968 | 0,298782 | 0,0787163 | -0,099969 | 0,188835 | -0,0643032 |
| VARENI | 0,0447435 | -0,201079 | -0,231595 | 0,133889 | -0,508023 | 0,0881685 |
| ZAJEM_HUDEBA | 0,259541 | 0,575021 | -0,0350131 | -0,562731 | -0,0525401 | -0,0773524 |
| ZVIRE | 0,396455 | 0,129834 | -0,307829 | -0,0950902 | 0,67407 | -0,0543974 |

První faktor, který vysvětluje 15,7% celkové variability souboru proměnných dosahuje nejvyšších zátěží u **poslechu hitů (0,78)**, **poslechu klasiky (0,67)** a **vaktivit (0,65)**.

Jelikož v případě této kategorie je nejčastějším koníčkem u vaktivit tanec, můžeme říct, že tento faktor je dosti ovlivněn poslechem hudby a tancem, který je s hudbou velmi úzce spjat. Proto bychom tento faktor mohli označit také jako hudební.

Druhý faktor vysvětlující **12,2%** celkové variability dosahuje největších zátěží u **křížovek** (0,70) a **nočních podniků** (0,71). Další faktor s 11% ukazuje nejvyšší hodnoty zátěží u **jiných zájmů** (0,74), **jízdy na kole** (0,66) a u **poslechu ostatní hudby** (0,57). Čtvrtý faktor jako poslední vysvětluje více než 10% celkové variability souboru proměnných a nejvyšších zátěží je dosahováno u **četby** (0,76), **divadel a kin** (0,71).

Poslední dva faktory už vysvětlují jen 7-9% a zátěže jsou nejvyšší, v případě pátého faktoru, u **samoty** (0,81) a **zvířete** (0,67). V případě šestého faktoru vítězí **internet** (0,69) a **práce na pc** (0,81).

Tato poslední kategorie, která uvádí zájem o vzdělávání, je ovlivňována hudebním faktorem, luštěním křížovek a navštěvováním nočních podniků. Kulturní faktor se tu projevuje v menší míře, stejně jako zájem o internet a práci na pc.

A nyní si ukážeme, jak je tomu u uživatelů, kteří zájem o vzdělávání nedeclarovali.

3.3.7 Kategorie 25-35 let muži – neuveden zájem o vzdělávání

V této kategorii bylo extrahováno 7 faktorů, které společně vysvětlují 71% celkové variability souboru proměnných. Následující obrázek ukazuje všechny vlastní hodnoty faktorů.

Obrázek 27: 25-35 M VN - vlastní hodnoty faktorů

| Factor Number | Eigenvalue | Percent of Variance | Cumulative Percentage |
|---------------|------------|---------------------|-----------------------|
| 1 | 3,00823 | 18,801 | 18,801 |
| 2 | 1,96951 | 12,309 | 31,111 |
| 3 | 1,61199 | 10,075 | 41,186 |
| 4 | 1,49838 | 9,365 | 50,551 |
| 5 | 1,19418 | 7,464 | 58,014 |
| 6 | 1,05278 | 6,580 | 64,594 |
| 7 | 1,02142 | 6,384 | 70,978 |
| 8 | 0,861965 | 5,387 | 76,365 |
| 9 | 0,72937 | 4,559 | 80,924 |
| 10 | 0,639074 | 3,994 | 84,918 |
| 11 | 0,598555 | 3,741 | 88,659 |
| 12 | 0,568661 | 3,554 | 92,213 |
| 13 | 0,427 | 2,669 | 94,882 |
| 14 | 0,353001 | 2,206 | 97,088 |
| 15 | 0,31848 | 1,991 | 99,079 |
| 16 | 0,147403 | 0,921 | 100,000 |

Použitím metody varimax jsem dostal následující matici faktorů. Z nich vybereme ty, které použijeme při interpretaci jednotlivých faktorů.

Obrázek 28: Matice faktorů 25-35 M VN

| | Factor 1 | Factor 2 | Factor 3 | Factor 4 | Factor 5 | Factor 6 |
|-----------------|------------|------------|------------|--------------|------------|------------|
| CETBA | 0,191718 | 0,599632 | 0,13217 | 0,068598 | 0,140423 | -0,0515743 |
| DIV_A_KINA | 0,455609 | -0,0026513 | 0,0147232 | -0,000329558 | 0,301699 | 0,586338 |
| INTERNET | 0,766762 | 0,112706 | -0,0388367 | 0,0938663 | 0,0252764 | 0,0728938 |
| JINE_ZAJMY | -0,0798061 | 0,0594981 | 0,12722 | -0,214922 | 0,834746 | 0,0670776 |
| KOLO | -0,0884491 | -0,822482 | -0,130806 | 0,0873724 | 0,14545 | 0,0260618 |
| KRIZOVKY | 0,227704 | 0,527293 | -0,34707 | 0,132465 | 0,0833117 | -0,178002 |
| NOC_PODNIKY | 0,135426 | 0,013993 | -0,0253175 | 0,258025 | -0,115578 | 0,763597 |
| POSLECH_HITU | -0,0559894 | 0,640663 | -0,0894518 | 0,220817 | 0,430986 | 0,249774 |
| POSLECH_KLASIKY | -0,109388 | 0,161697 | 0,870636 | 0,180775 | 0,109232 | 0,00285907 |
| POSLECH_OSTATNI | 0,296832 | 0,3533 | 0,212164 | 0,576984 | -0,0159652 | 0,0985618 |
| PRACE_NA_PC | 0,705978 | 0,152501 | -0,0279259 | -0,205575 | -0,0732634 | 0,21394 |
| SAMOTA | 0,414005 | 0,159628 | -0,156686 | 0,438406 | -0,134176 | -0,43651 |
| VAKTIVITY | 0,492012 | 0,0291499 | 0,089507 | 0,266843 | 0,589241 | -0,250779 |
| VARENI | 0,0964134 | -0,131053 | 0,250944 | 0,0654513 | 0,0528649 | 0,104049 |
| ZAJEM_HUDBA | 0,0578682 | -0,0081368 | 0,853999 | 0,00155317 | 0,0522779 | -0,0149227 |
| ZVIRE | 0,175085 | 0,0684334 | -0,076676 | -0,796703 | 0,0693838 | -0,165695 |

První faktor vysvětluje poměrně velkou část variability celkového souboru a to necelých 19% a nejvyšší zátěže má **internet (0,77) a práce na pc (0,71)**. Nezáměr o vzdělávání by se u této kategorie dal specifikovat tím, že uživatelé svůj volný čas tráví brouzdáním po internetu nebo hraním počítačových her.

Druhý faktor, vysvětlující 12% celkové variability souboru proměnných, dosahuje největších zátěží u **četby (0,60), jízdy na kole (-0,82), křížovek (0,53) a poslechu hitů (0,64)**. Tento faktor je vysvětlován spíše těmi zájmy, kterým se lidé věnují, když se chtějí odreagovat nebo si jen odpočinout, proto bych tento faktor nazval jako relaxační.

Faktor, který vysvětluje více než 10% celkové variability souboru proměnných, dosahuje absolutně nejvyšších zátěží u zájmu o poslech klasické hudby (0,87) a u zájmu o hudbu (0,85), v této kategorii je to konkrétně vlastnictví hudebního nástroje. Můžeme proto faktor označit jako hudební.

Čtvrtý a pátý faktor vysvětlují 7-9% celkové variability. V případě čtvrtého faktoru jsou nejvyšší zátěže dosahovány u **poslechu ostatní hudby (0,58) a u zvířete (-0,79)** čili faktor souvisí částečně také s hudbou. Pátý faktor již nemá s hudbou moc společného a nejvyšších zátěží dosahuje u **jiných zájmů (0,83) a vaktivit (0,59)** neboli kutilství.

Poslední dva faktory vysvětlují každý jen asi 6,5% celkové variability souboru proměnných. Nejvyšších zátěží dosahují v případě šestého faktoru u **divadel a kin (0,59) a nočních podniků (0,76)** a u sedmého faktoru je to pak absolutně **vaření (0,86)**.

Tato kategorie by se dala charakterizovat tak, že velký zájem o hudbu pomalu ustupuje a volně přechází v zálibu o divadla a kina.

3.3.8 Kategorie 25-35 let ženy – neuveden zájem o vzdělávání

V této kategorii bylo extrahováno 7 faktorů, které společně vysvětlují 70% celkové variability souboru proměnných. Následující obrázek ukazuje všechny vlastní hodnoty faktorů.

Obrázek 29: 25-35 Ž VN - vlastní hodnoty faktorů

| Factor Number | Eigenvalue | Percent of Variance | Cumulative Percentage |
|---------------|------------|---------------------|-----------------------|
| 1 | 2,83728 | 17,733 | 17,733 |
| 2 | 1,80682 | 11,293 | 29,026 |
| 3 | 1,65571 | 10,348 | 39,374 |
| 4 | 1,34003 | 8,375 | 47,749 |
| 5 | 1,28765 | 8,048 | 55,797 |
| 6 | 1,22024 | 7,627 | 63,423 |
| 7 | 1,05924 | 6,620 | 70,044 |
| 8 | 0,863833 | 5,399 | 75,443 |
| 9 | 0,752501 | 4,703 | 80,146 |
| 10 | 0,680564 | 4,254 | 84,399 |
| 11 | 0,618221 | 3,864 | 88,263 |
| 12 | 0,52412 | 3,276 | 91,539 |
| 13 | 0,44748 | 2,797 | 94,336 |
| 14 | 0,338439 | 2,115 | 96,451 |
| 15 | 0,316613 | 1,979 | 98,430 |
| 16 | 0,251259 | 1,570 | 100,000 |

Použitím metody varimax jsem dostal následující matici faktorů. Z nich vybereme ty, které použijeme při interpretaci jednotlivých faktorů.

Obrázek 210: Matice faktorů 25-35 Ž VN

| | Factor 1 | Factor 2 | Factor 3 | Factor 4 | Factor 5 | Factor 6 |
|-----------------|------------|--------------|-------------|-------------|------------|------------|
| CETBA | 0,640945 | 0,325771 | -0,0703196 | -0,128138 | -0,194769 | 0,098309 |
| DIV_A_KINA | 0,460301 | 0,459396 | -0,122999 | -0,14821 | -0,0609351 | 0,30235 |
| INTERNET | -0,100536 | 0,137181 | -0,0659533 | -0,0405436 | 0,841946 | 0,161241 |
| JINE_ZAJMY | -0,0243307 | 0,0455667 | -0,0234736 | 0,0320169 | 0,0715593 | 0,905409 |
| KOLO | 0,187668 | -0,0819312 | 0,0232087 | 0,75251 | 0,108394 | 0,204286 |
| KRIZOVKY | 0,526225 | -0,000698254 | 0,514971 | 0,302496 | 0,146526 | 0,317082 |
| NOC_PODNIKY | -0,136252 | 0,831076 | 0,00264488 | -0,0300686 | 0,220995 | 0,12167 |
| POSLECH_HITU | 0,294935 | 0,41353 | -0,22971 | 0,201099 | 0,281401 | -0,227871 |
| POSLECH_KLASIKY | 0,811695 | -0,0744309 | -0,138931 | -0,00665719 | -0,0189391 | -0,148516 |
| POSLECH_OSTATNI | 0,383292 | 0,151729 | -0,491346 | -0,0195851 | 0,310314 | -0,180771 |
| PRACE_NA_PC | 0,0490731 | -0,266634 | 0,481777 | 0,129876 | 0,574235 | -0,21735 |
| SAMOTA | -0,131842 | 0,118731 | 0,774585 | -0,0555375 | 0,0181175 | -0,0886768 |
| VAKTIVITY | 0,226147 | 0,60226 | 0,255316 | -0,351683 | -0,0269214 | 0,0224559 |
| VARENI | 0,25372 | 0,546414 | -0,0292693 | 0,200502 | -0,280886 | -0,235006 |
| ZAJEM_HUDEBA | 0,268686 | -0,0181505 | -0,00550654 | -0,753874 | 0,124275 | 0,183813 |
| ZVIRE | 0,0351091 | 0,0938897 | -0,0776223 | -0,0239697 | 0,06107 | -0,125538 |

První faktor vysvětluje **17,7%** celkové variability souboru proměnných a dosahuje nejvyšších zátěží u **četby (0,64)**, **poslechu klasické hudby (0,81)**, **křížovek (0,52)** a **divadel a kin (0,46)**.

Ve skupině četba je pro tuto kategorii četba románů a tisku. Tento faktor bychom mohli označit za relativně kulturní.

Druhý faktor vysvětlující **11,2%** celkové variability souboru proměnných má největší hodnoty zátěží u návštěv **nočních podniků (0,83)** a dále pak u **vaktivit (0,60)** a také **vaření (0,55)**. Nejoblíbenější vaktivitou je v této věkové kategorii tanec. Tento faktor bychom mohli nazvat jako relaxační.

Třetí faktor jako poslední ještě přesahuje **10%** celkové variability souboru proměnných a nejvyšší váhy můžeme pozorovat u **samoty (0,77)**, **práce na pc (0,48)** a **luštění křížovek (0,51)**. V případě práce na pc jednoznačně vítězí hraní počítačových her, kde tento zájem označili všichni uživatelé v této kategorii. Tento faktor můžeme označit jako samotářský.

Zbylé 4 faktory vysvětlují již méně než 10% a to konkrétně od 6,6 až 8,3% celkové variability souboru proměnných. Čtvrtý faktor je jednoznačně určen **jízdou na kole (0,75)** a **zájmem o hudbu (- 0,75)**. Ve skupině zájem o hudbu má největší váhu zpívání. V případě pátého faktoru je to **internet (0,84)** a již jednou zmíněná práce na pc, konkrétně **počítačové hry (0,57)**. Poslední dva faktory mají největší váhy za prvé u **jiných zájmů (0,91)** a v druhém případě u **zvířete (-0,86)**.

Tato kategorie má nejsilnější faktor kulturní, poté směřuje více k relaxaci až samotě. Ke konci se objevuje zájem o internet a počítače a v úplném závěru je to zájem ve velké míře jen o zvíře.

3.3.9 Kategorie 36-50 let muži – neuveden zájem o vzdělávání

V této kategorii bylo extrahováno 7 faktorů, které společně vysvětlují 68,9% celkové variability souboru proměnných. Následující obrázek ukazuje všechny vlastní hodnoty faktorů.

Obrázek 29: 36-50 M VN - vlastní hodnoty faktorů

| Factor Number | Eigenvalue | Percent of Variance | Cumulative Percentage |
|---------------|------------|---------------------|-----------------------|
| 1 | 2,64035 | 16,502 | 16,502 |
| 2 | 2,16641 | 13,540 | 30,042 |
| 3 | 1,63973 | 10,248 | 40,291 |
| 4 | 1,30772 | 8,173 | 48,464 |
| 5 | 1,18217 | 7,389 | 55,852 |
| 6 | 1,0886 | 6,804 | 62,656 |
| 7 | 1,00091 | 6,256 | 68,912 |
| 8 | 0,888648 | 5,554 | 74,466 |
| 9 | 0,830986 | 5,194 | 79,660 |
| 10 | 0,728001 | 4,550 | 84,210 |
| 11 | 0,676718 | 4,229 | 88,439 |
| 12 | 0,569251 | 3,558 | 91,997 |
| 13 | 0,410347 | 2,565 | 94,561 |
| 14 | 0,373102 | 2,332 | 96,893 |
| 15 | 0,308088 | 1,926 | 98,819 |
| 16 | 0,188971 | 1,181 | 100,000 |

Použitím metody varimax jsem dostal následující matici faktorů. Z nich vybereme ty, které použijeme při interpretaci jednotlivých faktorů.

Obrázek 30: Matice faktorů 36-50 M VN

| | Factor 1 | Factor 2 | Factor 3 | Factor 4 | Factor 5 | Factor 6 |
|-----------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| CETBA | 0,114093 | -0,014534 | -0,296023 | 0,701663 | 0,237309 | 0,189086 |
| DIV_A_KINA | 0,361566 | -0,291506 | 0,399422 | 0,144967 | 0,629162 | -0,0800496 |
| INTERNET | -0,0829128 | 0,52856 | 0,451262 | 0,121283 | 0,0215091 | 0,344546 |
| JINE_ZAJMY | -0,0898436 | 0,132727 | -0,154956 | 0,181219 | 0,747426 | 0,1203 |
| KOLO | -0,367939 | -0,20133 | -0,126038 | 0,109847 | 0,496233 | -0,373493 |
| KRIZOVKY | -0,060843 | 0,186745 | 0,738745 | 0,0119297 | -0,0879186 | -0,0742266 |
| NOC_PODNIKY | 0,731335 | 0,236133 | 0,0218891 | 0,0237371 | -0,0885509 | 0,350685 |
| POSLECH_HITU | 0,120979 | -0,0984818 | 0,441611 | 0,04703 | 0,100384 | 0,418314 |
| POSLECH_KLASIKY | 0,107745 | 0,0510062 | -0,268755 | 0,0901401 | 0,0724306 | -0,135231 |
| POSLECH_OSTATNI | 0,237179 | 0,0849526 | 0,406408 | 0,520067 | -0,393282 | -0,0257355 |
| PRACE_NA_PC | 0,173446 | 0,79017 | -0,0169864 | 0,104984 | -0,0837842 | -0,231981 |
| SAMOTA | 0,41841 | 0,198574 | -0,245396 | 0,170223 | -0,241782 | 0,230845 |
| VAKTIVITY | -0,0942682 | -0,0348459 | 0,170116 | 0,780257 | 0,146933 | -0,018716 |
| VARENI | 0,05217 | 0,633642 | 0,140432 | -0,160391 | 0,0157749 | 0,200962 |
| ZAJEM_HUDEBA | 0,862567 | -0,0293989 | -0,0491732 | -0,0176842 | 0,0341372 | -0,167467 |
| ZVIRE | 0,0435752 | 0,0309442 | -0,0677753 | 0,0742416 | 0,011785 | 0,838075 |

První faktor, který vysvětluje 16,5% celkové variability souboru proměnných, dosahuje nejvyšších zátěží u **zájmu o hudbu** (0,86) a **návštěv nočních podniků** (0,73). Tento faktor můžeme označit jako relaxační.

Druhý faktor vysvětluje 13,5% celkové variability souboru proměnných. Nejvyšších zátěží dosahuje u **internetu** (0,53), **práce na pc** (0,79) a **vaření**. V případě práce na pc už to není hraní počítačových her jako v předešlé kategorii, ale převažuje spíše zájem o počítačové systémy. Když vezmeme v potaz všechny tři zájmy dohromady, tak by se dalo říct, že uživatelé v této kategorii jsou takoví samouci.

Třetí faktor, vysvětlující přes 10% celkové variability souboru proměnných, zaznamenává nejvyšší zátěže u **luštění křížovek** (0,74) a pak u **poslechu hitů** (0,44) a **ostatní hudby** (0,40). Je tu relativně vysoká zátěž také u **internetu** (0,45), což vše vypovídá o tom, že tento faktor můžeme označit jako relaxační.

Ostatní 4 faktory vysvětlují od 6 do 8% celkové variability souboru proměnných. Pokud je vezmeme postupně dle pořadí, tak čtvrtý faktor ukazuje vysoké zátěže u **četby** (0,70) a **vaktivit**, konkrétně kutilství (0,78). Pátý faktor pak u jiných zájmů (0,75), **divadel a kin** (0,63) a **jízdy na kole** (0,50). Šestý faktor dosahuje nejvyšších zátěží u **zvířete** (0,84) a poslední, sedmý, u poslechu **hitů** (0,61) a poslechu **klasické hudby** (0,77).

Uživatelé v této kategorii tráví rádi volný čas ve společnosti nebo relaxováním doma vykonáváním různých činností od vaření přes luštění křížovek až k zálibě v kutilství. Nechybí tu ani zájem o internet a poslech jakékoliv hudby.

3.3.10 Kategorie 36-50 let ženy – neveden zájem o vzdělávání

Jako v jediné kategorii, zde nebylo bráno v potaz všech 16 zájmů a skupin zájmů, neboť ve skupině práce na pc nevedl ani jeden uživatel svůj zájem. V této kategorii

bylo extrahováno 7 faktorů, které společně vysvětlují **69,6%** celkové variability souboru proměnných. Následující obrázek ukazuje všechny vlastní hodnoty faktorů.

Obrázek 31: 36-50 Ž VN - vlastní hodnoty faktorů

| Factor Number | Eigenvalue | Percent of Variance | Cumulative Percentage |
|---------------|------------|---------------------|-----------------------|
| 1 | 2,05811 | 13,721 | 13,721 |
| 2 | 1,72248 | 11,483 | 25,204 |
| 3 | 1,55345 | 10,356 | 35,560 |
| 4 | 1,52225 | 10,148 | 45,709 |
| 5 | 1,35741 | 9,049 | 54,758 |
| 6 | 1,14808 | 7,654 | 62,412 |
| 7 | 1,08021 | 7,201 | 69,613 |
| 8 | 0,885213 | 5,901 | 75,515 |
| 9 | 0,849185 | 5,661 | 81,176 |
| 10 | 0,735472 | 4,903 | 86,079 |
| 11 | 0,624798 | 4,165 | 90,244 |
| 12 | 0,495287 | 3,302 | 93,546 |
| 13 | 0,383738 | 2,558 | 96,105 |
| 14 | 0,322473 | 2,150 | 98,254 |
| 15 | 0,261851 | 1,746 | 100,000 |

Použitím metody varimax jsem dostal následující matici faktorů. Z nich vybereme ty, které použijeme při interpretaci jednotlivých faktorů.

Obrázek 32: Matice faktorů 36-50 Ž VN

| | Factor 1 | Factor 2 | Factor 3 | Factor 4 | Factor 5 | Factor 6 |
|-----------------|------------|------------|-------------|--------------|------------|-------------|
| CETBA | -0,0332612 | 0,772491 | 0,0974724 | -0,0817485 | -0,113799 | 0,0106591 |
| DIV_A_KINA | 0,288841 | 0,0751991 | 0,0794957 | 0,0190167 | 0,0699009 | 0,770675 |
| INTERNET | -0,2154 | 0,308879 | -0,144034 | 0,663434 | 0,0860524 | 0,0655851 |
| JINE_ZAJMY | 0,495412 | -0,142678 | -0,0936544 | -0,0147257 | 0,681 | 0,0117481 |
| KOLO | -0,22924 | -0,0558841 | 0,0223645 | 0,0928828 | 0,851251 | -0,00108386 |
| KRIZOVKY | 0,00642652 | -0,0683022 | 0,143319 | 0,779564 | 0,0475962 | -0,028156 |
| NOC_PODNIKY | -0,373649 | -0,0257797 | -0,168502 | 0,0000931718 | -0,07584 | 0,702141 |
| POSLECH_HITU | 0,297353 | 0,599536 | -0,225406 | 0,265032 | -0,0279612 | 0,0822226 |
| POSLECH_KLASIKY | 0,808985 | 0,210255 | 0,0570044 | -0,178055 | -0,0515683 | 0,0358633 |
| POSLECH_OSTATNI | 0,257596 | 0,432493 | 0,600863 | 0,182168 | 0,0392972 | -0,00178193 |
| SAMOTA | -0,0160537 | 0,371332 | 0,187225 | 0,0992937 | -0,317448 | -0,304189 |
| VAKTIVITY | -0,0521489 | 0,0715648 | -0,00261993 | -0,135513 | 0,182246 | 0,0899671 |
| VARENI | 0,537879 | -0,284968 | -0,101927 | 0,528018 | -0,247342 | -0,077888 |
| ZAJEM_HUDBA | -0,100552 | 0,0371003 | 0,839041 | -0,186919 | 0,0470672 | -0,109637 |
| ZVIRE | 0,0398802 | -0,319334 | 0,592299 | 0,263082 | -0,245008 | 0,076731 |

První faktor, který vysvětluje **13,7%** celkové variability souboru proměnných, dosahuje nejvyšších hodnot zátěží u **poslechu klasiky (0,81), jiných zájmů (0,50) a vaření (0,54).**

Dá se tedy říct, že necelých 14% uživatelů v této kategorii je převážně ovlivněno poslechem klasické hudby. Přidáním dalších dvou zájmů můžeme tento faktor považovat za hudebně-relaxační.

Druhý faktor vystihuje asi **11,5%** celkové variability souboru proměnných s nejvyššími zátěžemi u **četby** (0,77) a u **poslechu hitů** (0,60). V případě této kategorie jsou nejčtenější romány a tisk.

Třetí a čtvrtý faktor vysvětlují každý okolo **10%** celkové variability souboru proměnných. V případě třetího faktoru jsou největší zátěže u **zájmu o hudbu** (0,84), **poslechu ostatní hudby** (0,64) a u **zvířete** (0,60). V zájmu o hudbu jsou nejvíce zastoupeny hudební nástroj a zpívání, při poslechu ostatní hudby dává tato kategorie přednost poslechu country/folk. Další faktor dosahuje nejvyšších zátěží u **křížovek** (0,78), **internetu** (0,66) a **vaření** (0,53).

Pátý faktor vysvětluje 9% variability a nejvyšší zátěže lze vyčíst u **jiných zájmů** (0,68) a **jízdy na kole** (0,85). Šestý a sedmý faktor vysvětlují okolo 7,5% celkové variability souboru proměnných a dosahují nejvyšších zátěží u **divadel a kin** (0,77) a **nočních podniků** (0,70) a v případě posledního faktoru to jsou **vaktivity** (0,87). U vaktivit na plné čáře vítězí tanec.

Jako nejsilnější faktor bychom zde mohli označit hudebně-relaxační faktor, další faktor je zaměřením téměř stejný jako první. Třetí faktor také souvisí s hudbou a až další faktory jsou ovlivněny internetem a kulturním vyžitím.

3.3.11 Kategorie 51-60 let muži – neuveden zájem o vzdělávání

V této kategorii bylo extrahováno 6 faktorů, které společně vysvětlují **62,7%** celkové variability souboru proměnných. Následující obrázek ukazuje všechny vlastní hodnoty faktorů.

Obrázek 33: 51-60 M VN - vlastní hodnoty faktorů

| Factor Number | Eigenvalue | Percent of Variance | Cumulative Percentage |
|---------------|------------|---------------------|-----------------------|
| 1 | 2,36901 | 14,806 | 14,806 |
| 2 | 1,87691 | 11,731 | 26,537 |
| 3 | 1,67334 | 10,458 | 36,995 |
| 4 | 1,57113 | 9,820 | 46,815 |
| 5 | 1,34754 | 8,422 | 55,237 |
| 6 | 1,20583 | 7,536 | 62,774 |
| 7 | 0,979096 | 6,119 | 68,893 |
| 8 | 0,930351 | 5,815 | 74,708 |
| 9 | 0,761153 | 4,757 | 79,465 |
| 10 | 0,700279 | 4,377 | 83,842 |
| 11 | 0,56536 | 3,534 | 87,375 |
| 12 | 0,551107 | 3,444 | 90,819 |
| 13 | 0,46724 | 2,920 | 93,740 |
| 14 | 0,400281 | 2,502 | 96,241 |
| 15 | 0,353446 | 2,209 | 98,450 |
| 16 | 0,247925 | 1,550 | 100,000 |

Použitím metody varimax jsem dostal následující matici faktorů. Z nich vybereme ty, které použijeme při interpretaci jednotlivých faktorů.

Obrázek 34: Matice faktorů 51-60 M VN

| | Factor 1 | Factor 2 | Factor 3 | Factor 4 | Factor 5 | Factor 6 |
|-----------------|-------------|-------------|------------|-------------|------------|------------|
| CETBA | -0,111287 | 0,000885078 | 0,840476 | 0,175585 | -0,0899159 | -0,0369396 |
| DIV_A_KINA | -0,195617 | -0,22421 | -0,0616078 | 0,751062 | 0,0640759 | 0,161861 |
| INTERNET | -0,0625589 | 0,626907 | -0,0793259 | -0,0905103 | -0,137268 | 0,218796 |
| JINE_ZAJMY | -0,183548 | 0,102557 | -0,266381 | 0,0408228 | 0,671214 | 0,140385 |
| KOLO | -0,714589 | -0,066238 | -0,145255 | 0,141503 | 0,0813107 | -0,137156 |
| KRIZOVKY | 0,457039 | -0,0851564 | 0,513712 | -0,280144 | 0,0161308 | 0,09476 |
| NOC_PODNIKY | 0,225616 | 0,493545 | -0,170887 | 0,468097 | 0,109217 | 0,0543772 |
| POSLECH_HITU | -0,00828858 | -0,0697639 | 0,212709 | 0,761186 | 0,110418 | -0,0728867 |
| POSLECH_KLASIKY | -0,0618864 | -0,241684 | 0,0682898 | 0,185604 | 0,684115 | -0,172656 |
| POSLECH_OSTATNI | 0,0103559 | -0,00945949 | 0,517057 | 0,107655 | 0,607014 | 0,25492 |
| PRACE_NA_PC | -0,025264 | -0,0507941 | 0,206435 | 0,0100475 | -0,0604997 | 0,818041 |
| SAMOTA | 0,223276 | -0,591848 | -0,0139956 | 0,195291 | -0,0542792 | -0,0217043 |
| VAKTIVITY | 0,324226 | 0,713055 | 0,0632436 | -0,00319116 | -0,0564106 | -0,233593 |
| VARENI | 0,573486 | 0,102631 | -0,174706 | -0,216018 | 0,465455 | -0,31513 |
| ZAJEM_HUDEBA | 0,0719189 | 0,231123 | -0,386138 | 0,0817679 | 0,170609 | 0,660647 |
| ZVIRE | 0,686328 | -0,0889179 | -0,219974 | 0,17179 | -0,229882 | -0,0932683 |

První faktor vysvětluje **14,8%** celkové variability souboru proměnných a dosahuje nejvyšších zátěží u **jízdy na kole** (-0,71), **vaření** (0,57) a **zvířete** (0,69). Relativně vysokou zátěž zde má i **luštění křížovek** (0,46). Tento faktor můžeme určitě označit jako relaxační.

Druhý faktor se svými procenty vysvětlující variabilitu souboru proměnných blíží **12%** a dosahuje největších zátěží u **internetu** (0,63), **nočních podniků** (0,49), **samoty** (-0,59) a **vaktivit** (0,71). Návštěvami nočních podniků jsou tu myšleny návštěvy klubů a v případě vaktivit je to opět kutilství. I tento faktor můžeme stále považovat za relaxační.

Další dva faktory vysvětlují okolo **10%** celkové variability souboru proměnných. Vysoké zátěže jsou dosahovány u **četby** (0,84), **poslechu ostatní hudby** (0,52) a **luštění křížovek** (0,51). A u čtvrtého faktoru jsou to pak zátěže u **divadel a kin** (0,75) a **poslechu hitů** (0,76). Stále se jedná spíše o zájmy, které slouží víceméně k relaxaci.

U posledních dvou faktorů v této kategorii (vysvětlují okolo 8% celkové variability souboru proměnných) lze pozorovat nejvyšší zátěže u **jiných zájmů** (0,67) a **poslechu klasické a ostatní hudby** (0,68 a 0,60).

Poslední faktor je charakteristický vysokou zátěží u **práce na pc** (0,82) a **zájmu o hudbu** (0,66). V případě této kategorie je to především zájem o počítačové systémy a hudební nástroje.

U této kategorie můžeme říct, že nejsilnější faktory jsou dány aktivním odpočinkem (jízda na kole), který přechází v odpočinek pasivní (četba).

3.3.12 Kategorie 51-60 let ženy – neuveden zájem o vzdělávání

V této kategorii bylo extrahováno 7 faktorů, které společně vysvětlují **69,5%** celkové variability souboru proměnných. Následující obrázek ukazuje všechny vlastní hodnoty faktorů.

Obrázek 35: 51-60 Ž VN - vlastní hodnoty faktorů

| Factor Number | Eigenvalue | Percent of Variance | Cumulative Percentage |
|---------------|------------|---------------------|-----------------------|
| 1 | 2,22876 | 13,930 | 13,930 |
| 2 | 2,05061 | 12,816 | 26,746 |
| 3 | 1,63078 | 10,192 | 36,938 |
| 4 | 1,57203 | 9,825 | 46,764 |
| 5 | 1,37645 | 8,603 | 55,367 |
| 6 | 1,20898 | 7,556 | 62,923 |
| 7 | 1,04872 | 6,555 | 69,477 |
| 8 | 0,947556 | 5,922 | 75,399 |
| 9 | 0,87142 | 5,446 | 80,846 |
| 10 | 0,668867 | 4,180 | 85,026 |
| 11 | 0,605656 | 3,785 | 88,812 |
| 12 | 0,500794 | 3,130 | 91,941 |
| 13 | 0,476286 | 2,977 | 94,918 |
| 14 | 0,376639 | 2,354 | 97,272 |
| 15 | 0,297967 | 1,862 | 99,135 |
| 16 | 0,138471 | 0,865 | 100,000 |

Použitím metody varimax jsem dostal následující matici faktorů. Z nich vybereme ty, které použijeme při interpretaci jednotlivých faktorů.

Obrázek 36: Matice faktorů 51-60 Ž VN

| | Factor 1 | Factor 2 | Factor 3 | Factor 4 | Factor 5 | Factor 6 |
|-----------------|------------|-------------|-------------|------------|------------|------------|
| CESTA | 0,386201 | 0,0108943 | -0,167632 | -0,172879 | -0,147607 | 0,645458 |
| DIV_A_KINA | -0,137414 | 0,109818 | 0,198449 | 0,00182765 | 0,0930402 | 0,784067 |
| INTERNET | 0,17496 | -0,333859 | -0,0148197 | -0,131401 | 0,260992 | 0,055915 |
| JINE_ZAJMY | 0,120405 | 0,797772 | -0,0667645 | -0,0165983 | 0,188064 | -0,0374904 |
| KOLO | -0,139611 | -0,0980539 | -0,0884472 | 0,863628 | 0,194621 | 0,0268793 |
| KRIZOVKY | -0,0139364 | 0,144455 | 0,0439915 | 0,0843266 | -0,205922 | -0,115527 |
| NOC_PODNIKY | 0,266408 | -0,00857739 | 0,144992 | 0,230578 | 0,737175 | 0,0600958 |
| POSLECH_HITU | 0,0132146 | -0,0667658 | 0,640008 | -0,0296157 | 0,207108 | 0,249105 |
| POSLECH_KLASIKY | 0,0112976 | 0,844381 | 0,0746049 | -0,203372 | -0,0885783 | 0,177707 |
| POSLECH_OSTATNI | 0,776262 | 0,124261 | -0,169935 | -0,146946 | 0,0356415 | 0,149748 |
| PRACE_NA_PC | 0,386602 | -0,346204 | 0,365407 | 0,342748 | 0,14234 | 0,270815 |
| SAMOTA | 0,0863749 | -0,0921143 | 0,761676 | -0,241111 | -0,16454 | -0,285368 |
| VAKTIVITY | 0,258215 | -0,0872218 | -0,00952189 | 0,619288 | -0,217944 | -0,194716 |
| WARENI | -0,0750874 | 0,412307 | 0,621468 | 0,163356 | -0,170053 | 0,0790146 |
| ZAJEM_HUDBA | 0,802489 | 0,0192247 | 0,214033 | 0,210418 | -0,0480161 | -0,123805 |
| ZVIRE | 0,246233 | -0,0706043 | 0,128182 | 0,140092 | -0,697325 | 0,0399404 |

První faktor vysvětluje téměř 14% celkové variability souboru proměnných a dosahuje nejvyšších zátěží u **poslechu ostatní hudby** (0,78) a u **zájmu o hudbu** (0,80). Konkrétně pro tuto kategorii je to zájem o poslech country a folku a v případě zájmu o hudbu pak zpívání. Tento faktor lze nazvat jako hudebně-relaxační.

Druhý faktor vysvětlující **12,8%** celkové variability souboru proměnných dosahuje největších zátěží u **jiných zájmů** (0,80) a **poslechu klasické hudby** (0,84). Zátěže u ostatních zájmů nejsou zajímavé, proto tento faktor lze považovat, stejně jako první, za hudebně-relaxační, i když v tomto případě je relaxace více aktivní než pasivní.

Další dva faktory, vysvětlující 10,2% a 9,8% celkové variability souboru proměnných, dosahují nejvyšších zátěží u **poslechu hitů** (0,64), **samoty** (0,76) a **vaření** (0,62). Čtvrtý faktor pak ovlivňují **jízda na kole** (0,86) a **vaktivity** (0,62), v tomto případě tanec.

Poslední tři faktory vysvětlují již jen od 6,5 – 8,5% celkové variability. Dosahují vysokých zátěží v případě pátého faktoru u **návštěv nočních podniků** (0,74) a u **zvířete** (-0,70). Šestý faktor pak dosahuje absolutně nejvyšších zátěží u **čtetby** (0,65) a návštěv **divadel a kin** (0,78). Poslední faktor je pak ovlivněn zátěžemi u **internetu** (0,71) a **luštění křížovek** (0,84).

Uživatelé v této kategorii jsou nejvíce ovlivňováni hudbou a relaxačními aktivitami, nejdříve v poklidu domova a poté návštěvami různých podniků. Opět nesmí chybět ani zájem o internet a luštění křížovek.

3.4 Porovnání výsledků

Z výše uvedených výsledků můžeme vypočítat jisté závěry. Přílohy 5 a 6 ukazují přehled zájmů v extrahovaných faktorech. Nejdříve porovnáme jednotlivé kategorie dle pohlaví a věku a také deklarovaného zájmu o vzdělávání.

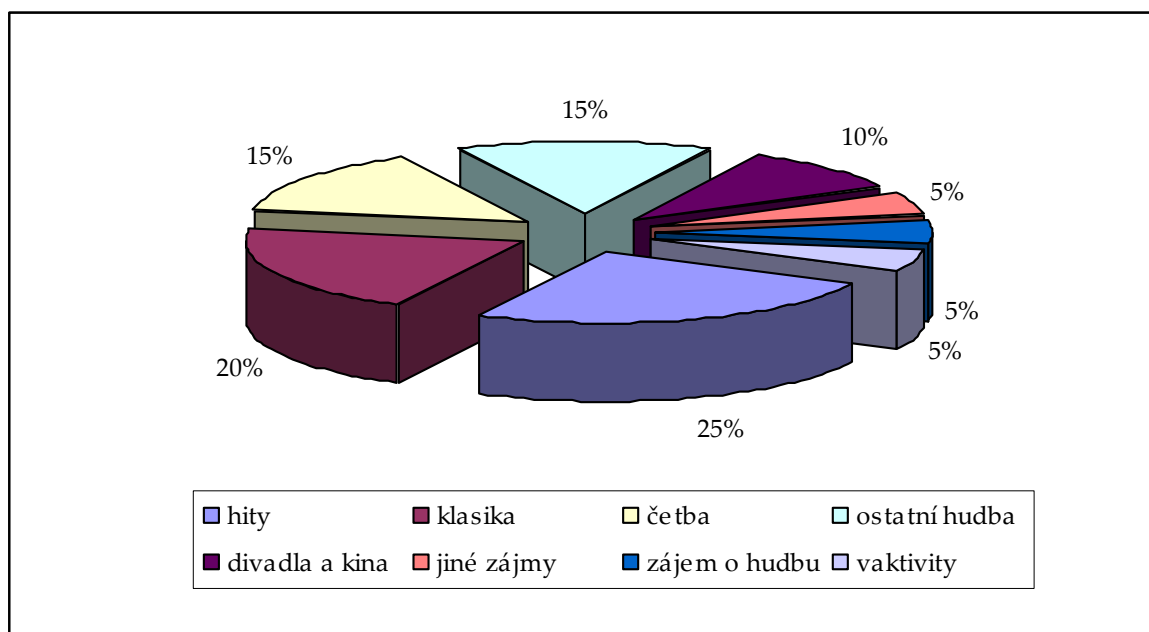
3.4.1 Zájem o vzdělávání

Dříve než se začnu věnovat konkrétním kategoriím, ukážeme si, které zájmy se ve faktorech objevovaly nejčastěji v závislosti na tom, kolik procent variability souboru proměnných faktory vysvětlovaly. Rozdělím si proto faktory na tři skupiny a to na:

- faktory vysvětlující více než 14% celkové variability souboru proměnných,
- faktory vysvětlující mezi 10 a 14% celkové variability souboru proměnných,
- faktory vysvětlující méně než 10% celkové variability souboru proměnných.

V případě první skupiny faktorů jsou to vždy první faktory v každé kategorii, tedy faktory, které vysvětlují nejvíce celkové variability souboru proměnných.

Graf 6 : Faktory vysvětlující více než 14% celkové variability souboru proměnných

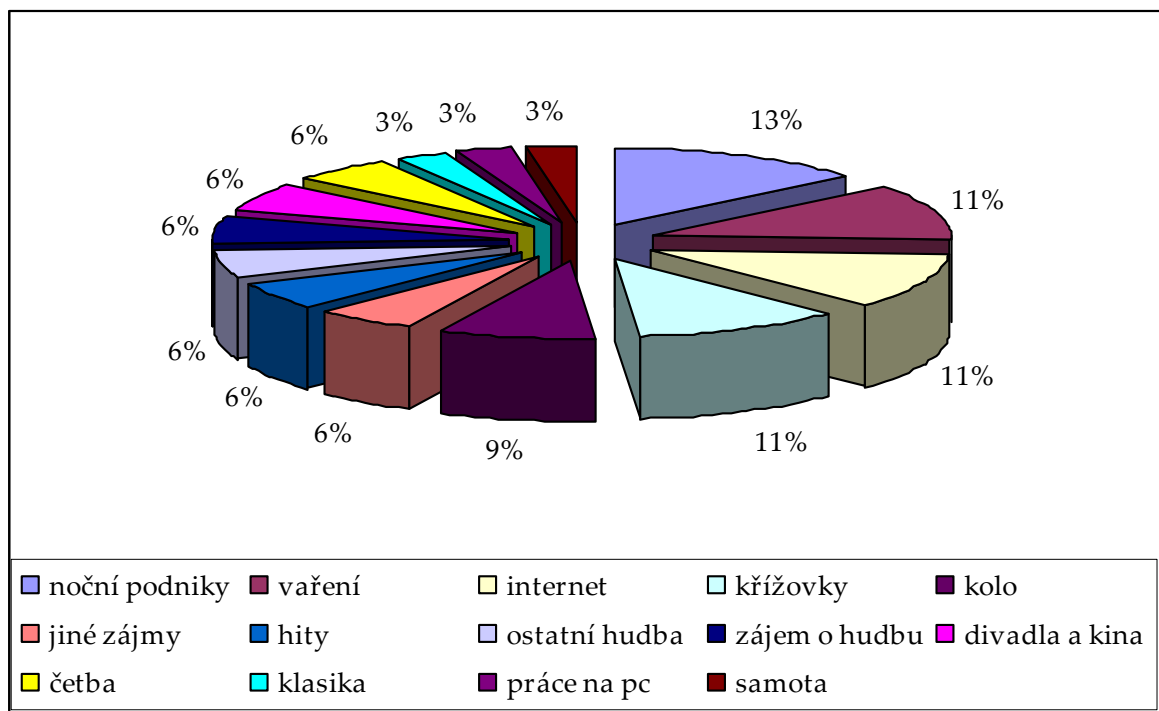


Jak můžeme vidět, tak kdybychom uživatele, kteří uvedli zájem o vzdělávání, nerozdělili do kategorií dle věku, tak jejich zájem o vzdělávání je podmíněn téměř

v 50% poslechem hudby. Konkrétně pak nejvíce poslechem hitů (pop, rock a filmové melodie) a poslechem klasické hudby. Další v pořadí je pak poslech ostatní hudby a četba. Nejméně procent pak patří jiným zájmům (turistika, lodě apod.), v aktivitám (kutilství, tanec, ...) a zájmu o hudbu (hudební nástroj, kapela atd.).

Ve skupině, kde faktory vysvětlují mezi 10 a 14% celkové variability vypadá situace následovně.

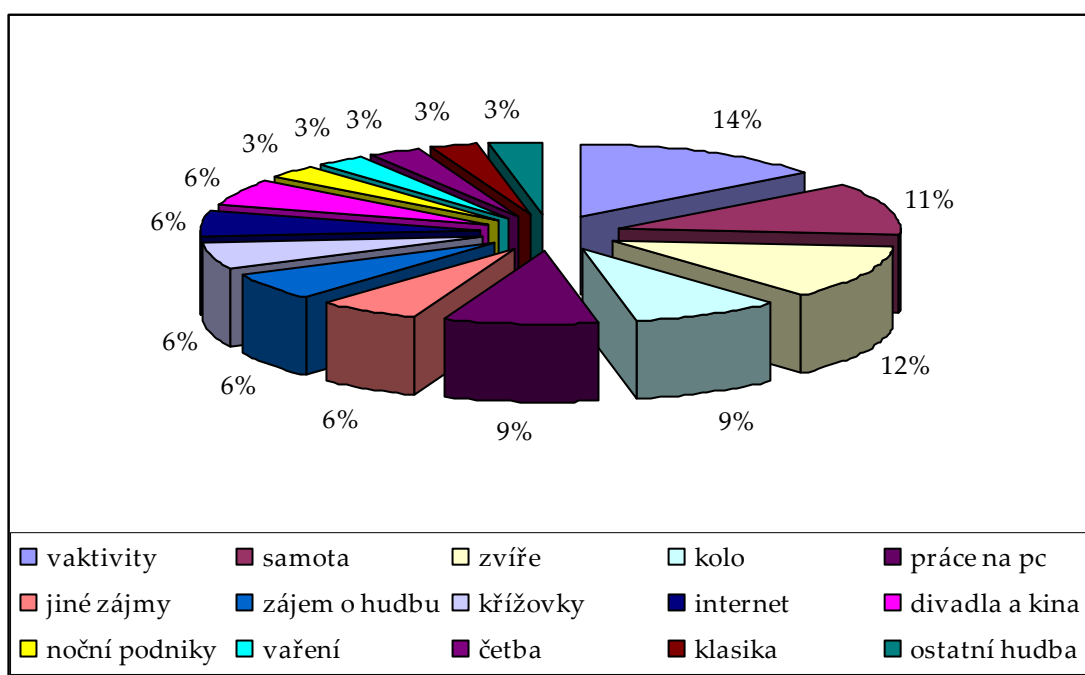
Graf 7: Faktory vysvětlující mezi 10 a 14% celkové variability souboru proměnných



Jak vidíme, další faktory dosahovaly nejvyšších zátěží u návštěv nočních podniků a dále pak u vaření, oblibě internetu a luštění křížovek. Tyto 4 zájmy obsáhly téměř 50% zájmů. Zbylé zájmy již nebyly natolik významné.

Ve skupině relativně nejméně významných faktorů je pak situace následující.

Graf 8: Faktory vysvětlující méně než 10% celkové variability souboru proměnných



Faktory vysvětlující nejmenší procento celkové variability souboru proměnných dosahují vysokých zátěží zejména u vaktivit, samoty a zvířete. Relativně vysokého procenta dosahují také jízda na kole a práce na pc, ostatní zájmy jsou již celkem nevýznamné.

Kategorie 25-35 let

V případě nejmladší kategorie jsem došel k následujícím závěrům. V příloze 4 můžeme vidět, že uživatele nejvíce ovlivňuje faktor, který má jak u žen, tak u mužů nejvyšší zátěže u zájmů v četbě, poslechu hitů a návštěvách divadel a kin. U mužů se navíc vyskytuje poslech klasické hudby, který se u žen objevil až v případě třetího faktoru. První faktor v obou případech vysvětluje okolo 20% celkové variability souboru proměnných. To vypovídá o tom, že tento faktor ve velké míře ovlivňuje zájem o vzdělávání.

Lze říct, že lidé ve věku 25-35 let s deklarovaným zájmem o vzdělávání rádi poslouchají moderní hudbu, rádi čtou a své všeobecné rozhledy si rozšiřují návštěvami divadel a kin.

Ostatní faktory jsou jak u žen tak u mužů celkově ovlivňovány stejnými zájmy. Lze tu však pozorovat určité rozdíly. Muži mnohem častěji navštěvují noční podniky a pracují s počítačem. Zajímavé je, že muži mají mnohem více v oblibě vaření než ženy. Zatímco se vaření u mužů objevilo již ve druhém faktoru, který vysvětluje 11,2% celkové variability, tak u žen je to pouze u 6,4%. Dle mého, je to dáno právě genderovými stereotypy, kdy jsou ženy od útlého věku vedeny k tomu, že jejich pozice je v kuchyni a potom berou vaření jako samozřejmost, nikoliv jako koníček. U mužů je tomu právě naopak, není jim to dáváno jako povinnost a proto pak záleží na každém, zda si zvolí jako svůj koníček např. vaření. Jako protipól vaření bychom mohli vzít jízdu na kole, kde je tomu právě naopak. Zde to ovšem nejde vysvětlit genderovými stereotypy. Ženy v tomto věku tráví svůj čas aktivním pohybem ať už jízdou na kole nebo jinými zájmy (např. turistika).

Kategorie 36-50 let

Kategorie uživatelů v letech od 36 do 50 má nejsilnější faktor opět spojený s hudbou. Není tu však obsažen poslech moderní hudby, ale hlavně poslech klasické a ostatní hudby. Z ostatní hudby je to hlavně country/folk a jazz. Tento zájem o hudbu je společný pro muže i ženy. Jiné zájmy (turistika, motorky, motokáry, lodě, jiné boje) se u žen nevyskytují v žádném z faktorů, u mužů mají největší váhu hned v prvním faktoru, který vysvětluje 17,8% celkové variability souboru proměnných. Z ostatních zájmů nelze vyčíst velké rozdíly.

Kategorie 51-60 let

V případě této kategorie nenajdeme shodu mezi muži a ženami ani co se týče prvního faktoru. Jediný shodný rys je v tom, že obě pohlaví rádi poslouchají moderní hudbu, ale je to téměř jediná významná shoda v této kategorii.

Muži dávají přednost četbě a poslechu ostatní hudby, zejména country a jazz, a potom také zájmu o hudbu, pod který se řadí hlavně umění hrát na hudební nástroj a také zpívání. V případě žen je to poslech klasické hudby a tancování. Hlavní faktor je

v obou případech ovlivněn hudbou. Nelze však říct, že obě pohlaví mají stejné zájmy. Zatímco muži mají v oblíbenosti internet, u žen tomu tak není. Muži zůstávají také více o samotě a mají zálibu ve vaření. U žen se vaření již neobjevuje vůbec. Může to být dáno tím, jak jsem již zmínil výše, že ženy to berou jako samozřejmou povinnost a tak to pro většinu žen není koníček. Ženy naopak více než muži navštěvují divadla a kina. Zájmy, u nichž lze nalézt shodu, jsou luštění křížovek a návštěvy nočních podniků.

Celkově lze říct, že uživatelé, kteří uvedli zájem o vzdělávání mají různé koníčky. Zdá se ovšem, že nejvíce je tento zájem ovlivněn poslechem hudby. Nejvíce pak poslechem moderní hudby, ale zastoupení mají všechny druhy hudby a dále také zájem o zpívání. Nechybí tu ani zájem o četbu, hlavně pak o četbu denního tisku a naučné literatury. Mezi středně ovlivňující zájmy potom můžeme zařadit návštěvy nočních podniků, vaření a internet. Nejméně pak zájem o vzdělávání ovlivňují vaktivity, samota, práce na pc a jízda na kole.

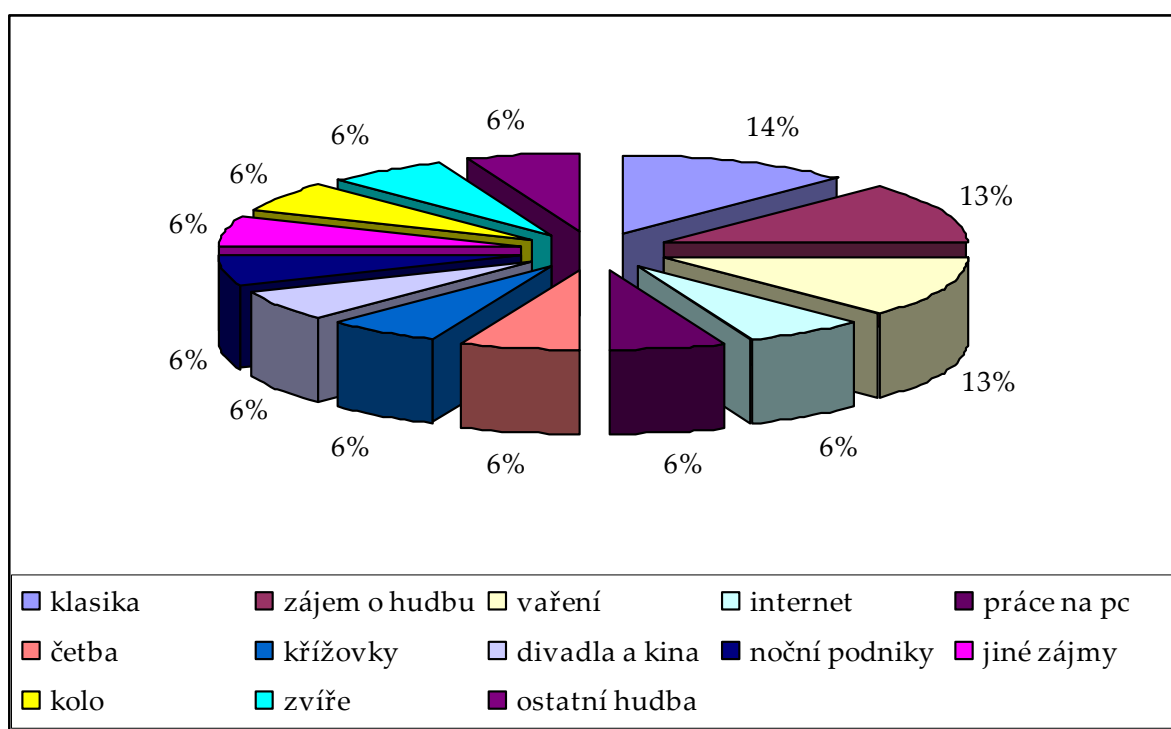
3.4.2 Nezájem o vzdělávání

Opět před samotným hodnocením jednotlivých kategorií si rozdělím faktory do třech skupin. Rozdělení bude téměř stejné jako v případě uživatelů s uvedeným zájmem o vzdělávání, jediný rozdíl bude v tom, že první skupina bude obsahovat faktory, které vysvětlovaly více než 13% celkové variability souboru proměnných. Skupiny jsou:

- faktory vysvětlující více než 13% celkové variability souboru proměnných,
- faktory vysvětlující mezi 10 a 13% celkové variability souboru proměnných,
- faktory vysvětlující méně než 10% celkové variability souboru proměnných.

Nyní tedy přistoupíme k první skupině, rozptyl procent je v této skupině 13,7 – 18,8%. Na následujícím obrázku vidíme, které koníčky a zájmy dosáhly nejvyšších zátěží.

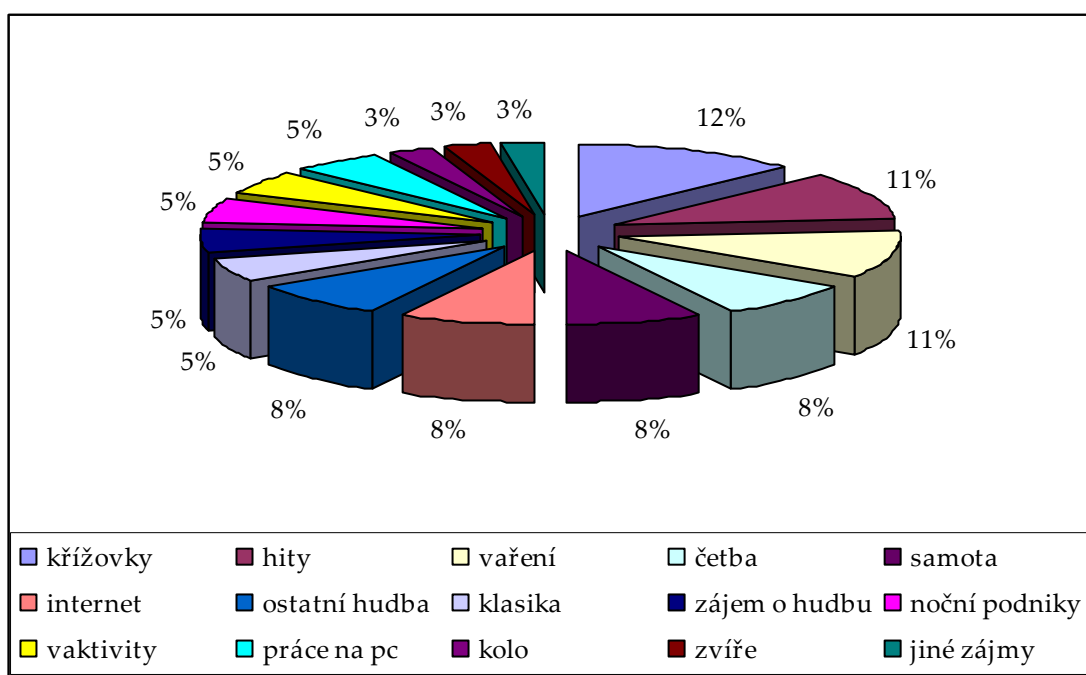
Graf 9: Faktory vysvětlující více než 13% celkové variability souboru proměnných



Jak můžeme vidět, tak nelze určit jednoznačné zájmy, které vedou uživatele k tomu, že nedeclaruje zájem o vzdělávání. Z celkových 13 zájmů, které se objevily s nejvyššími zátěžemi u prvních faktorů ve všech věkových kategoriích nemá žádný zájem výraznou převahu nad ostatními. Kromě poslechu klasické hudby, zájmu o hudbu a vaření nedosáhl žádný jiný zájem více než 6%.

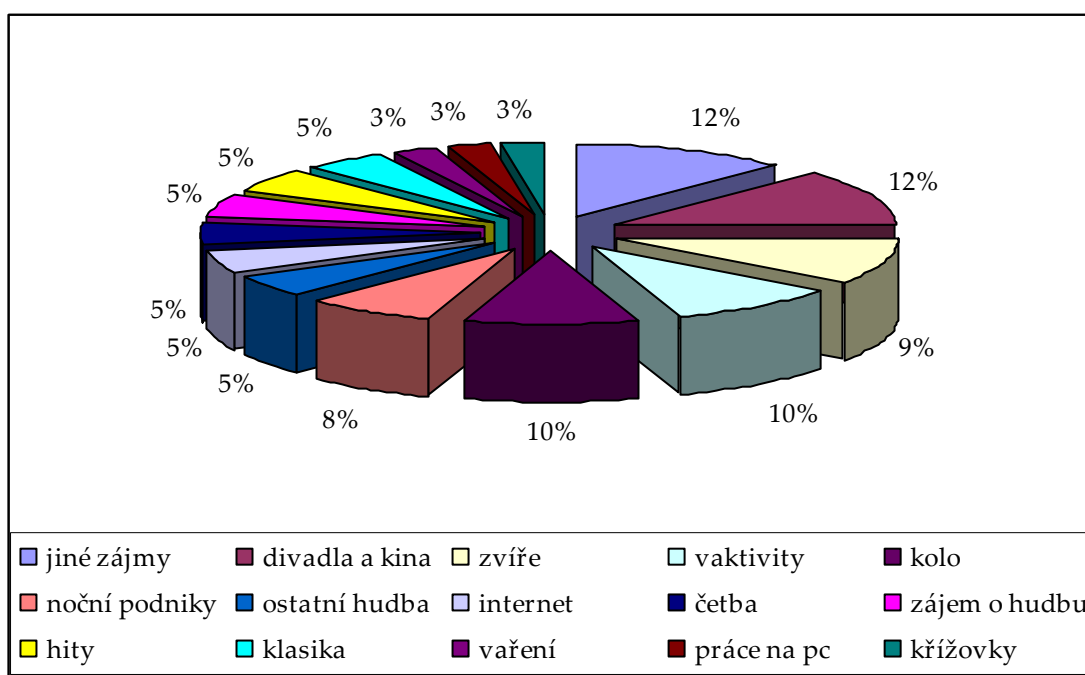
U faktorů, které vysvětlují 10 – 13% celkové variability souboru proměnných, vypadá situace následovně.

Graf 10: Faktory vysvětlující mezi 10 – 13% celkové variability souboru proměnných



Stejně jako u předchozího faktoru, tak ani zde nejde jednoznačně vypočítat, které zájmy jsou nejčastější. Podle grafu bychom mohli za nejdůležitější označit luštění křížovek, poslech hitů a vaření. Ovšem fakt, že je zde zastoupeno 15 z 16 zájmů či skupin zájmů ukazuje, že se uživatelé dle svých koníčků příliš kategorizovat nedají. U faktorů, které vysvětlují nejmenší procento celkové variability je výsledek následující.

Graf 11: Faktory vysvětlující mezi 10 – 13% celkové variability souboru proměnných



I přes velkou rozmanitost zájmů, zde můžeme vypočítat určité hlavní koníčky a těmi jsou jiné zájmy (turistika, motokáry apod.), navštěvování divadel a kin, zvíře, vaktivity či jízda na kole.

Kategorie 25-35 let

V této kategorii musíme přistupovat zvlášť k mužům a ženám. Muži, kteří nejeví zájem o vzdělávání se, svůj volný čas věnují surfování na internetu nebo hraní počítačových her. U žen není internet a počítač na prvním místě, ženy spíše vyhledávají četbu a poslech klasické hudby a také rády luští křížovky a navštěvují divadla nebo kina. Zájem o divadlo je u mužů v tomto věku hodně malý, místo divadel raději volí kino. Za zmínku stojí fakt, že se zájmem o vaření je to v tomto případě přesně naopak než tomu bylo u stejné věkové kategorie s uvedeným zájmem o vzdělávání. Ženy zde o vaření mají velký zájem, ale muži skoro žádný. Podle výsledků nebývají mladí muži rádi o samotě, ale relativně hodně žen ano. Jinak se jejich zájmy příliš neliší.

Kategorie 36-50 let

Ani u této kategorie nelze mluvit o ženách a mužích stejně. Muži dle výsledků nejraději tráví svůj volný čas v nočních podnicích nebo hrají na hudební nástroj. Oproti tomu, ženy jeví největší zájem o poslech klasické hudby, jiné zájmy a také o vaření. Relativně malý zájem pak mají muži o poslech klasické hudby, navštěvování divadel a kin a také o jízdu na kole. Ženy navíc nerady navštěvují noční podniky. Mezi koníčky, kterým přiřkládají obě dvě pohlaví téměř stejný význam pak patří internet a luštění křížovek.

Kategorie 51-60 let

Poslední věková kategorie ukazuje velké rozdíly v zájmech mužů a žen. Zatímco muži dávají velký význam jízdě na kole, vaření a staráním se zvíře, ženy jsou pak nejvíce ovlivňovány zpíváním a poslechem ostatní hudby. V této kategorii lze muže a ženy brát jako rozdílné póly. Čím více mají muži oblibu v internetu a nočních podnicích, tím méně tuto oblibu mají ženy. Stejně tak je tomu i u četby, muži čtou mnohem raději než ženy a to hlavně denní tisk. Ani v případě křížovek se uživatelé v této kategorii neshodnou, opět je mají raději muži. Ženy naopak preferují poslech klasické hudby.

3.4.3 Shrnutí

Po rozebrání výsledku ve všech kategoriích můžeme tedy říct, že jisté rozdíly mezi uživateli uvádějící zájem o vzdělávání a uživateli, kteří tento zájem nedeclarovali, jsou. Zájmy, uvedené lidmi na serveru www.znamost.cz, jsou všechny závislé na vzdělávání se. Jde však o to do jaké míry, některé více, některé méně. Faktorovou analýzou byly stanoveny faktory, které vysvětlují určitá procenta celkové variability získaných dat (souboru proměnných) a dosahují nejvyšších zátěží u různých zájmů. Nejsilnější faktory u lidí, kteří uvedli zájem o vzdělávání jsou nejvíce ovlivněny zátěžemi u poslechu hudby, a to poslechu moderní hudby (označené jako poslech hitů), klasické hudby i ostatní hudby (zde je nejvíce poslouchaným žánrem country/folk a jazz). Vysoké zátěže dosáhla v mnoha případech i četba. Druh četby se

lišil hlavně díky pohlaví, kdy ženy vyhledávají více romány. Jinak se převážně jednalo o četbu naučné literatury a denního tisku. V dosti případech se objevil i zájem o navštěvování divadel a kin. Můžeme tedy říct, že deklarování zájmu o vzdělávání je nejvíce závislé na poslechu hudby, četbě a návštěvách divadel a kin.

Pokud se podíváme hlouběji i na faktory, které nepostihují tak velkou část celkové variability souboru proměnných, uvidíme, že lidé, jevící zájem o také rádi navštěvují noční podniky (hlavně cluby) a mají zálibu v internetu a mimo to rádi vaří, jezdí na kole a luští křížovky.

Nejméně pak zájem o vzdělávání závisí na volnočasových aktivitách (konkrétně kutilství a tanci), touhou trávit čas o samotě, vlastnit zvíře či pracovat na počítači.

Jak již bylo zmíněno v teoretické části, tak vzdělávání je v současné době moderní a dle mého se to získanými daty potvrdilo. Aby se vzdělávání stalo moderním, musí existovat i moderní lidé. Hlavně v případě nejmladší kategorie jsem o tom přesvědčen. Mimo to, že se lidé v tomto věku hodně zajímají o internet, který je dnes považován za obrovský zdroj informací, tak i co se týče genderových stereotypů, jsou tu vidět jisté posuny. Zájemem, u kterého to bylo vidět nejvíce, je vaření. Zatímco u lidí, kteří uvádí zájem o vzdělávání, je zájem o vaření převážně dominancí mužů, u uživatelů, kteří tento zájem nedeklarují, je to stále záležitostí žen.

Zůstává otázka, které zájmy mají naopak vliv na to, že se lidé nechtějí vzdělávat, které koníčky mají rádi a které jim naplňují život dostatečně a necítí tak potřebu vzdělávat se. Dle mého názoru, jde o uživatele, kteří přesně nevědí, co chtějí. Tento názor plyne z toho, že se ve výsledných analýzách objevila spousta zájmů a téměř žádný nebyl dominantní. A druhá věc, která mě k tomuto závěru vede je ta, že muži a ženy nejsou ve svých zájmech totožní. V případě, kdy lidé uvedli zájem o vzdělávání se, se koníčky u mužů a žen relativně shodovaly. Zatímco zde, kde lidé nedeklarovali zájem o vzdělávání se, bychom shodu našli jen výjimečně. V nejmladší kategorii muži na úkor vzdělávání raději hrají počítačové hry nebo tráví svůj volný čas nic neděláním na internetu. Ženy se spíše věnují četbě či poslouchají hudbu.

S rostoucím věkem se zájmy mění a nejčastěji se u mužů objevují noční podniky nebo hudební nástroj , ženy stále poslouchají hudbu a věnují se tradičním věcem jako je např. vaření. Poslední a nejstarší kategorie má též zájmy, které se vzděláváním se nemají nic společného. Na základě těchto poznatků se zdá, že jde o lidi, kteří nemají zájem či touhu cokoliv měnit.

4 Diskuze

Nyní se zamyslíme nad informacemi, které nám tato práce poskytla. Nabízí se nám otázka, zda je na muže a ženy pohlíženo rozdílným způsobem. O tomto problému však můžeme pouze diskutovat, neboť odpověď z výše napsaných řádků nedostaneme. I když bych mohl říct, že tento problém u nás stále je. Avšak z deklarováných zájmů a koníčků to nelze zjistit. K vyřešení tohoto problému je zapotřebí získat jiné informace. Nejlepší by pak bylo využít osobní dotazování. Jediné, z čeho bychom mohli vycházet, je, že ženy a muži deklarují jiné zájmy a proto je vidět, že rozdíly mezi pohlavími jsou. Dalším takovým významnějším bodem je vyšší procento deklarováného zájmu o vzdělávání u žen. Proč tomu tak je a co k tomu ženy vede je otázkou. Pro odhalení příčin je nutné zvolit jiný metodologický postup a také se zaměřit na jiné oblasti než v této práci.

Všechny problémy se tak vztahují k pojmu genderová nerovnost. Je u nás v republice tento pojem aktuální? Z výsledků různých výzkumů tomu tak je. Ovšem tato práce nám jasnou odpověď nedá, neboť nemáme s čím porovnávat. Doporučoval bych, aby se někdo pokusil za několik let napsat stejnou práci. Podle dosažených výsledků bychom pak mohli vidět, zda došlo k nějakým výrazným změnám a zamyslet se nad tím, zda tyto změny souvisí s posunem od genderové nerovnosti k rovnosti.

Z práce lze vypožorovat, že muži a ženy mají své genderové role. A je také vidět posun v těchto rolích u mladší generace, kdy už povinnosti, typické pro ženy, se stávají oblíbeným koníčkem u mužů. Jak bylo uvedeno v teoretické části, tak tyto role se vytvářejí v průběhu života každého člověka a výrazný vliv má vzdělávání. To se potvrdilo, neboť právě změny v těchto rolích se objevily jen u uživatelů, kteří deklarovali zájem o vzdělávání. Typicky ženská záležitost, vaření, přestává být u mladší generace zálibou a stává se spíše zájmem mužů. Může se to zdát jako nepodstatná věc, ale dle mého to spolu dost souvisí. Lidé, konkrétně ženy, se rády vzdělávají a tak se povinnosti, které jim byly dříve vštěpovány, posunují do ústraní. A tak se typicky mužské či ženské práce stávají spíše koníčky a pak záleží na každém

jedinci, jaký k nim zaujme postoj. Zda jsou tyto změny pozitivní či negativní zůstává otázkou.

Co tedy vede lidi ke vzdělávání se? Co se ukrývá pod deklarovaným zájmem o vzdělávání? Nevím. Jinak odpovědět nemohu. Kdybych chtěl totiž nalézt odpověď z výsledků dosažených faktorovou analýzou, musel bych pak říct, že většina lidí se vzdělává v oblasti hudby, neboť tento zájem nejvíce podmiňoval zájem o vzdělávání. Ovšem, tak tomu není.

Práce tedy poskytla informace o tom, jaké zájmy a koníčky korespondují se zájmem o vzdělávání. Pokud bychom chtěli odpovědět na jiné otázky jako např. proč jsou rozdíly mezi muži a ženami nebo mezi mladými a staršími lidmi, museli bychom provést širší výzkum, který by byla zaměřen na jiné věci a asi by bylo potřeba vzdělání z oblasti psychologie a sociologie.

Poslední otázka, nad kterou bych se tu chtěl zamyslet, je ta, zda uživatelé internetové seznamky uvádějí pravdivé informace. Pokud ano, výsledky se dají interpretovat pro další účely. Na druhou stranu, pokud jsou tyto informace nepravdivé, nemají tyto informace žádnou vypovídací schopnost. Výše zvolená metodologie nám nedokáže zjistit, jak tomu ve skutečnosti opravdu je.

5 Závěr

Cílem mé diplomové práce bylo analyzovat internetovou seznamovací databázi ve struktuře: pohlaví, věk, deklarovaný zájem o CV a veškeré další deklarované zájmy za účelem prezentace zájmu o celoživotní vzdělávání jako součást identity aktéra dle gender – zájmy a koníčky. Výsledky, zjištěné v této práci, budou sloužit pro práci s cílovými skupinami CCV FM VŠE v Jindřichově Hradci. Pro hlubší rozbor získaných informací nemám dostatečné vzdělání a zkušenosti z oblasti psychologie.

Jak již bylo zmíněno v úvodu, vzdělávání je moderní záležitostí a stává se, nebo by se mělo stávat, pomalu, ale jistě, součástí všedního života každého člověka. V minulosti měly ženy přístup ke vzdělání podstatně obtížnější než muži, ale v současnosti je tato doba pryč nebo aspoň vše směřuje k tomu, aby se k ženám a mužům přistupovalo stejným způsobem. Jde o to, aby byla nastolena genderová rovnost. Pokud se na to však podíváme naprosto objektivně, stoprocentně to určitě nejde. V některých případech nelze, aby ženy vykonávali stejnou práci jako muži vzhledem k jejich fyzickým předpokladům a proto pak nemohou být vždy ohodnoceni stejným dílem. Uznávám však, že v současnosti existuje ještě spousta oblastí, kde se se ženami jedná dosti nefér. Avšak podle výzkumů se genderová nerovnost neustále snižuje a časem snad tento pojem ztratí svůj význam.

Ne všichni však mají zájem o vzdělávání se, i přes ten fakt, že moderní doba žádá moderní věci. V naší hypotéze bylo řečeno, že ženy jsou ve vzdělávání aktivnější než muži. Dle zjištěných výsledků tuto hypotézu můžeme přijmout. Celkově je téměř 50% žen se zájmem o vzdělávání se, kdežto u mužů je to jen necelých 44%. Rozdíl není extra vysoký, ale je. Tento malý rozdíl je dán tím, že v nejmladší kategorii jeví o vzdělávání stejný zájem muži jako ženy. Až teprve u starších lidí je tento zájem zřetelnější. Pokud bychom tedy vynechali kategorii uživatelů mezi 25 a 35 lety, byl by rozdíl v zájmu o vzdělávání celých 10%. Tento vyšší zájem žen o vzdělávání si můžeme vysvětlit právě genderově nerovným přístupem v minulosti, kdy bylo na ženy pohlíženo jinak než na muže. Už od útlého věku bylo ve školkách a školách

připomínáno, že muži jsou hlavami rodin a musí vydělávat peníze a ženskou povinností je vychovat děti a starat se o domácnost. Díky tomuto přesvědčení nebylo ženám tehdy umožněno takové vzdělání jako mužům a v současné době je toto nedostatečné vzdělání znát. V dnešní době, mimo jiné, vládnou peníze. A větší peníze mají lidé na vyšších pracovních pozicích. Jenže do těchto pozic jsou většinou jmenováni muži, někdy je to samozřejmě dáno tím, že k tomu mají muži lepší předpoklady apod., ale na druhou stranu je to v mnoha případech dáno tím, že ženy nemají dostatečnou kvalifikaci, neboť jim nebyla v minulosti umožněna. To vede ženy právě k tomu, aby se různým způsobem rekvalifikovali nebo jiným způsobem vzdělávali. Muže pak naopak nic nenutí k tomu, aby se vzdělávali, pokud se nerozhodnou sami.

Tím se dostáváme k dalšímu tématu této práce. Práce měla za úkol zjistit, které koníčky a zájmy lidé vyhledávají v závislosti na tom, zda se rádi vzdělávají či ne. Závěry, ke kterým jsem dospěl, byly také rozdílné jako v případě obecného zájmu o vzdělávání. Pokud se podíváme na zájmy, které uváděli lidé nezávisle na deklarovaném zájmu o vzdělávání, vidíme, že všeobecně je největší zájem o četbu, návštěvy divadel a kin a poslech moderní hudby. Zdálo by se, že nelze podle koníčků a zájmů určit zájem o vzdělávání, ale určité znaky z výsledků lze vyčíst.

V případě uvedeného zájmu jsou tyto znaky zřetelnější. Většina lidí, kteří mají zájem o vzdělávání, má společné zájmy. A to nezávisle na věku. Mezi tyto zájmy patří záliba v četbě, poslech jakéhokoliv druhu hudby a návštěvy divadel a kin. Nejčastěji uváděné zájmy se příliš neliší ani v případě mužů a žen. V případě méně uváděných zájmů je situace již jiná. Zatímco ženy například uvádějí kolo, jiné zájmy a vaktivity ve větší míře, u mužů je tomu přesně naopak. Muži jeví obecně více zájem o návštěvy nočních podniků či oblibu internetu.

U lidí, kteří zájem o vzdělávání nevedli, nebyla situace tak jasná jako v předchozím případě. Z faktu, že nelze stanovit žádné výrazné koníčky, o které uživatelé v této skupině jeví zájem, usuzuji, že tito lidé nemají žádné velké ambice či stanovené cíle. Rozmanitost zájmu vypovídá o tom, že příliš nevědí, co chtějí a se životem jsou buď

spokojení nebo nejsou schopni na něm cokoli měnit. Dle mého, lze tyto lidi považovat za brzdu k dosažení genderové rovnosti. Lze to vyčíst ze zájmů a koníčků. Muži svůj volný čas tráví surfováním na internetu nebo v prostředí nočních podniků. Ženy mají naopak zájem o koníčky jako je poslech klasické hudby a v popředí se objevuje zájem o vaření, který je u mužů minimální. Tedy naprosto opačná situace než v případě lidí se zájmem o vzdělávání.

Když se podíváme na deklarované zájmy podle věku, tak vidíme, že s rostoucím věkem se zvyšuje obliba internetu u žen. Na druhé straně si můžeme všimnout, že celkový zájem o návštěvy nočních podniků se s rostoucím věkem snižuje.

Podle mého názoru je vzdělávání opravdu důležitou oblastí našeho života. Pokud tedy chceme dosáhnout rovnosti mezi muži a ženami, měli bychom nějakým způsobem přinutit všechny lidi k tomu, aby se začali věnovat vzdělávání a nebyla jim situace v našem státě nebo i celém světě lhostejná. Většina lidí nám na to odpoví, že se jich ty věci netýkají, ale opak je pravdou. Tyto negativní věci nepůsobí na každého člověka stejně, ale dříve či později se nějaký negativní důsledek může dotknout každého z nás.

6 Použitá literatura a zdroje

- [1] Gender. Dostupné z <http://www.varianty.cz/notions.php?id=7>.
- [2] Genderová nerovnost. Dostupné z <http://www.varianty.cz/notions.php?id=8>.
- [3] <http://zpravodaj-rp.strukturalni-fondy.cz/horizontalni-priority>
- [4] O rovných příležitostech pro ženy a muže. Dostupné z <http://archiv.noviny.mpsv.cz/clanek.php?id=1039>. [03-13-2006]
- [5] Česko obsadilo v žebříčku genderové nerovnosti v r. 2006 53.místo. Dostupné z <http://www.ta-gita.cz/zpravodajstvi/cesko-obsadilo-v-zebricku-genderove-nerovnosti-v-r-2006-53misto/>. [11-29-2006]
- [6] Co je to gender mainstreaming? Dostupné z <http://www.mpsv.cz/cs/940>. [05-02-2005]
- [7] Slovník základních genderových pojmů. Dostupné z <http://www.novezeny.eu/genderova-ochutnavka-slovník/slovník-zakladnich-genderovych-pojmu>. [08-15-2007]
- [8] Národní program rozvoje vzdělávání v České republice. *Bílá kniha*. Tauris. 2001. ISBN 80-211-0372-8. Dostupné z <http://www.msmt.cz/files/pdf/BilaKniha.pdf>.
- [9] Hebák, Petr. *Vícerozměrné statistické metody*. Praha: Informatorium, 2005. ISBN 80-7333-039-3.
- [10] <http://www.proequality.cz/res/data/003/000364.pdf>
- [12] <http://www.varianty.cz/>
- [13] <http://vzdelavani.ihned.cz/>
- [14] <http://hermesmedia.cz/?q=node/606>
- [15] http://vzdelavani.ihned.cz/c4-10082040-19921510-d00000_d-vek-necini-rozdil

7 Přílohy

Příloha 1: Přehled zájmů a sloučených zájmů

| | |
|--------------------------------------------|-----------------------------------|
| SAMOTA | občas o samotě |
| VAKTIVITY (aktivity ve volném čase) | modelářství |
| | kutilství |
| | šití |
| | tanec |
| | malování |
| | ochotnictví |
| NOČNÍ PODNIKY | diskotéky |
| | cluby |
| | hospody |
| DIVADLA A KINA | Divadla |
| | Kina |
| KOLO | kolo-jízda |
| INTERNET | Internet |
| PRÁCE NA PC | pc systémy |
| | Programování |
| | pc hry |
| POSLECH HITŮ | poslech popu |
| | poslech rocku |
| | poslech filmové |
| POSLECH KLASIKY | poslech klasiky - POSLECH KLASIKY |
| KŘÍŽOVKY | křížovky |
| VAŘENÍ | vaření |
| VZDĚLÁVÁNÍ SE | studování |
| | vzdělávání se |
| POSLECH OSTATNÍ HUDBY | country / folk |
| | poslech hiphopu |
| | poslech metalu |
| | poslech house |
| | poslech soulu |
| | poslech jazzu |
| ZÁJEM O HUDBU | hudební nástroj |
| | Zpívání |
| | Kapela |
| | techno tvorba |
| ČETBA | četba románů |
| | četba naučné |
| | četba tisku |
| | četba technické |
| | četba básní |
| ZVÍŘE | Pejsek |
| | kočička |
| | Ptáček |
| | hlodavec |
| | Rybičky |
| | Hadi |
| JINÉ ZÁJMY | Lodě |
| | jiné boje |
| | Turistika |
| | Motorky |
| | Motokáry |

Příloha 2: Váhy jednotlivých zájmů

| skupiny | zájmy/váhy | 25-35 M | 25-35 Ž | 36-50 M | 36-50 Ž | 51-60 M | 51-60 Ž |
|------------------------|-----------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| <i>četba</i> | | | | | | | |
| | romány | 0,112 | 0,315 | 0,145 | 0,341 | 0,146 | 0,369 |
| | naučné | 0,295 | 0,258 | 0,305 | 0,287 | 0,242 | 0,238 |
| | tisk | 0,303 | 0,331 | 0,267 | 0,326 | 0,318 | 0,319 |
| | technické | 0,225 | 0,032 | 0,259 | 0,016 | 0,229 | 0,019 |
| | básně | 0,063 | 0,065 | 0,023 | 0,031 | 0,064 | 0,056 |
| <i>divadla a kina</i> | | | | | | | |
| | divadla | 0,253 | 0,438 | 0,435 | 0,487 | 0,5 | 0,563 |
| | kina | 0,747 | 0,562 | 0,565 | 0,513 | 0,5 | 0,437 |
| <i>noční podniky</i> | | | | | | | |
| | diskotéky | 0,233 | 0,290 | 0,147 | 0,25 | 0,167 | 0,143 |
| | cluby | 0,419 | 0,377 | 0,5 | 0,475 | 0,417 | 0,429 |
| | hospody | 0,349 | 0,333 | 0,353 | 0,275 | 0,417 | 0,429 |
| <i>poslech hitů</i> | | | | | | | |
| | pop | 0,333 | 0,451 | 0,376 | 0,508 | 0,438 | 0,475 |
| | rock | 0,430 | 0,303 | 0,481 | 0,322 | 0,417 | 0,263 |
| | filmové | 0,237 | 0,246 | 0,143 | 0,169 | 0,146 | 0,263 |
| <i>poslech ostatní</i> | | | | | | | |
| | country/folk | 0,214 | 0,270 | 0,474 | 0,413 | 0,511 | 0,588 |
| | hiphop | 0,186 | 0,149 | 0,013 | 0,079 | 0,022 | 0 |
| | metal | 0,143 | 0,068 | 0,192 | 0,111 | 0,078 | 0 |
| | house | 0,171 | 0,135 | 0,026 | 0,079 | 0 | 0 |
| | soul | 0,057 | 0,108 | 0,090 | 0,127 | 0,144 | 0,153 |
| | jazz | 0,229 | 0,270 | 0,205 | 0,190 | 0,244 | 0,259 |
| <i>práce na pc</i> | | | | | | | |
| | pc systémy | 0,377 | 0,5 | 0,609 | 0,5 | 0,727 | 0,333 |
| | programování | 0,189 | 0 | 0,130 | 0,5 | 0,136 | 0 |
| | pc hry | 0,434 | 0,5 | 0,261 | 0 | 0,136 | 0,667 |
| <i>vaktivity</i> | | | | | | | |
| | modelářství | 0,145 | 0,024 | 0,174 | 0,018 | 0,071 | 0,011 |
| | kutilství | 0,507 | 0,082 | 0,556 | 0,109 | 0,614 | 0,264 |
| | šití | 0,029 | 0,082 | 0 | 0,145 | 0 | 0,126 |
| | tanec | 0,174 | 0,541 | 0,190 | 0,6 | 0,229 | 0,379 |
| | malování | 0,130 | 0,259 | 0,063 | 0,127 | 0,071 | 0,172 |
| | ochotnictví | 0,014 | 0,012 | 0,016 | 0 | 0,014 | 0,046 |
| <i>zájem o hudbu</i> | | | | | | | |
| | hudební nástroj | 0,174 | 0,214 | 0,485 | 0,286 | 0,522 | 0,258 |
| | zpívání | 0,043 | 0,571 | 0,333 | 0,714 | 0,391 | 0,710 |
| | kapela | 0,761 | 0,214 | 0,151 | 0 | 0,087 | 0,032 |
| | techno tvorba | 0,022 | 0 | 0,030 | 0 | 0 | 0 |

Příloha 3: Váhy jednotlivých zájmů – uveden zájem o vzdělávání

| skupiny | zájmy/váhy | 25-35 M | 25-35 Ž | 36-50 M | 36-50 Ž | 51-60 M | 51-60 Ž |
|------------------------|-----------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| <i>četba</i> | | | | | | | |
| | romány | 0,102 | 0,268 | 0,125 | 0,316 | 0,119 | 0,29 |
| | naučné | 0,296 | 0,329 | 0,319 | 0,342 | 0,238 | 0,32 |
| | tisk | 0,276 | 0,293 | 0,292 | 0,303 | 0,317 | 0,3 |
| | technické | 0,245 | 0,049 | 0,236 | 0,026 | 0,248 | 0,03 |
| | básně | 0,082 | 0,061 | 0,028 | 0,013 | 0,079 | 0,06 |
| <i>divadla a kina</i> | | | | | | | |
| | divadla | 0,315 | 0,437 | 0,449 | 0,508 | 0,5 | 0,587 |
| | kina | 0,685 | 0,563 | 0,551 | 0,492 | 0,5 | 0,413 |
| <i>noční podniky</i> | | | | | | | |
| | diskotéky | 0,191 | 0,25 | 0,05 | 0,1 | 0,143 | 0 |
| | cluby | 0,468 | 0,438 | 0,6 | 0,6 | 0,286 | 1 |
| | hospody | 0,340 | 0,313 | 0,35 | 0,3 | 0,571 | 0 |
| <i>poslech hitů</i> | | | | | | | |
| | pop | 0,338 | 0,407 | 0,344 | 0,5 | 0,453 | 0,435 |
| | rock | 0,390 | 0,321 | 0,443 | 0,333 | 0,358 | 0,304 |
| | filmové | 0,273 | 0,272 | 0,213 | 0,167 | 0,189 | 0,261 |
| <i>poslech ostatní</i> | | | | | | | |
| | country/folk | 0,175 | 0,389 | 0,389 | 0,342 | 0,453 | 0,595 |
| | hiphop | 0,15 | 0,083 | 0 | 0,105 | 0,019 | 0 |
| | metal | 0,125 | 0,083 | 0,167 | 0,105 | 0,038 | 0 |
| | house | 0,15 | 0,083 | 0 | 0,079 | 0 | 0 |
| | soul | 0,075 | 0,056 | 0,167 | 0,158 | 0,189 | 0,119 |
| | jazz | 0,325 | 0,306 | 0,278 | 0,210 | 0,302 | 0,286 |
| <i>práce na pc</i> | | | | | | | |
| | pc systémy | 0,433 | 1 | 0,615 | 0,5 | 0,75 | 0,5 |
| | programování | 0,233 | 0 | 0,231 | 0,5 | 0,167 | 0 |
| | pc hry | 0,333 | 0 | 0,154 | 0 | 0,083 | 0,5 |
| <i>vaktivity</i> | | | | | | | |
| | modelářství | 0,128 | 0,021 | 0,048 | 0 | 0,031 | 0,02 |
| | kutilství | 0,436 | 0,083 | 0,667 | 0,182 | 0,625 | 0,255 |
| | šití | 0,051 | 0,125 | 0 | 0,136 | 0 | 0,137 |
| | tanec | 0,205 | 0,458 | 0,143 | 0,636 | 0,188 | 0,373 |
| | malování | 0,154 | 0,3125 | 0,095 | 0,045 | 0,125 | 0,176 |
| | ochotnictví | 0,026 | 0 | 0,048 | 0 | 0,031 | 0,039 |
| <i>zájem o hudbu</i> | | | | | | | |
| | hudební nástroj | 0,667 | 0,25 | 0,417 | 0 | 0,429 | 0,2 |
| | zpívání | 0,222 | 0,5 | 0,333 | 1 | 0,5 | 0,8 |
| | kapela | 0,111 | 0,25 | 0,167 | 0 | 0,071 | 0 |
| | techno tvorba | 0 | 0 | 0,083 | 0 | 0 | 0 |

Příloha 4: Váhy jednotlivých zájmů – neuveden zájem o vzdělávání

| skupiny | zájmy/váhy | 25-35 M | 25-35 Ž | 36-50 M | 36-50 Ž | 51-60 M | 51-60 Ž |
|------------------------|-----------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| <i>četba</i> | | | | | | | |
| | romány | 0,136 | 0,405 | 0,169 | 0,377 | 0,196 | 0,5 |
| | naučné | 0,295 | 0,119 | 0,288 | 0,208 | 0,25 | 0,1 |
| | tisk | 0,364 | 0,405 | 0,237 | 0,358 | 0,321 | 0,35 |
| | technické | 0,182 | 0 | 0,288 | 0 | 0,196 | 0 |
| | básně | 0,023 | 0,071 | 0,017 | 0,057 | 0,036 | 0,05 |
| <i>divadla a kina</i> | | | | | | | |
| | divadla | 0,138 | 0,441 | 0,419 | 0,463 | 0,5 | 0,103 |
| | kina | 0,862 | 0,559 | 0,581 | 0,537 | 0,5 | 0,897 |
| <i>noční podniky</i> | | | | | | | |
| | diskotéky | 0,282 | 0,324 | 0,286 | 0,4 | 0,2 | 0,167 |
| | cluby | 0,359 | 0,324 | 0,357 | 0,35 | 0,6 | 0,333 |
| | hospody | 0,359 | 0,351 | 0,357 | 0,25 | 0,2 | 0,5 |
| <i>poslech hitů</i> | | | | | | | |
| | pop | 0,328 | 0,508 | 0,403 | 0,517 | 0,419 | 0,529 |
| | rock | 0,483 | 0,279 | 0,514 | 0,310 | 0,488 | 0,206 |
| | filmové | 0,190 | 0,213 | 0,083 | 0,172 | 0,093 | 0,265 |
| <i>poslech ostatní</i> | | | | | | | |
| | country/folk | 0,267 | 0,158 | 0,548 | 0,52 | 0,595 | 0,581 |
| | hiphop | 0,233 | 0,211 | 0,024 | 0,04 | 0,027 | 0 |
| | metal | 0,167 | 0,053 | 0,214 | 0,12 | 0,135 | 0 |
| | house | 0,2 | 0,184 | 0,048 | 0,08 | 0 | 0 |
| | soul | 0,033 | 0,158 | 0,024 | 0,08 | 0,081 | 0,186 |
| | jazz | 0,1 | 0,237 | 0,143 | 0,16 | 0,162 | 0,233 |
| <i>práce na pc</i> | | | | | | | |
| | pc systémy | 0,304 | 0 | 0,6 | - | 0,7 | 0 |
| | programování | 0,130 | 0 | 0 | - | 0,1 | 0 |
| | pc hry | 0,565 | 1 | 0,4 | - | 0,2 | 1 |
| <i>vaktivity</i> | | | | | | | |
| | modelářství | 0,167 | 0,027 | 0,238 | 0,03 | 0,105 | 0 |
| | kutilství | 0,6 | 0,081 | 0,5 | 0,061 | 0,605 | 0,278 |
| | šití | 0 | 0,027 | 0 | 0,152 | 0 | 0,111 |
| | tanec | 0,133 | 0,649 | 0,214 | 0,576 | 0,263 | 0,389 |
| | malování | 0,1 | 0,189 | 0,048 | 0,182 | 0,026 | 0,167 |
| | ochotnictví | 0 | 0,027 | 0 | 0 | 0 | 0,056 |
| <i>zájem o hudbu</i> | | | | | | | |
| | hudební nástroj | 0,667 | 0,167 | 0,524 | 0,5 | 0,667 | 0,313 |
| | zpívání | 0 | 0,667 | 0,333 | 0,5 | 0,222 | 0,625 |
| | kapela | 0 | 0,167 | 0,143 | 0 | 0,111 | 0,063 |
| | techno tvorba | 0,333 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

Příloha 5: Zájmy s nejvyššími zátěžemi v extrahovaných faktorech – uveden zájem o vzdělávání

| Kategorie | Faktor | % celkové variability | Zájmy |
|-----------|--------|-----------------------|---------------------------------------------|
| 25-35 M | 1 | 18,5 | Četba, hity, klasiky, divadla a kina |
| | 2 | 11,2 | Noční podniky, vaření, práce na pc |
| | 3 | 10,2 | Internet, křížovky, |
| | 4 | 8,7 | Jiné zájmy, samota |
| | 5 | 7,8 | Vaktivity, zájem o hudbu |
| | 6 | 7 | Kolo |
| 25-35 Ž | 1 | 20 | Divadla a kina, četba, hity |
| | 2 | 11,4 | Kolo, jiné zájmy |
| | 3 | 10 | Klasika, hity, ostatní hudba, zájem o hudbu |
| | 4 | 9,1 | Křížovky, internet |
| | 5 | 7,6 | Noční podniky, vaktivity |
| | 6 | 7 | Zvíře |
| | 7 | 6,4 | Vaření |
| 36-50 M | 1 | 17,8 | Jiné zájmy, klasika, ostatní hudba |
| | 2 | 12 | Divadla a kina, hity |
| | 3 | 10,7 | Internet, vaření, noční podniky |
| | 4 | 9,5 | Četba, vaktivity |
| | 5 | 8 | Samota, křížovky |
| | 6 | 6,9 | Kolo, zájem o hudbu |
| 36-50 Ž | 1 | 14,6 | Hity, ostatní hudba, klasika |
| | 2 | 12,7 | Zájem o hudbu, noční podniky |
| | 3 | 10,4 | Internet, křížovky, vaření |
| | 4 | 10,2 | Kolo, četba |
| | 5 | 8,8 | Divadla a kina, vaktivity |
| | 6 | 7,2 | Samota, zvíře |
| | 7 | 6,8 | Práce na pc |
| 51-60 M | 1 | 17 | Četba, hity, ostatní hudba, zájem o hudbu |
| | 2 | 12 | Internet, vaření, samota |
| | 3 | 11 | Křížovky, noční podniky |
| | 4 | 8,8 | Jiné zájmy, kolo, vaktivity |
| | 5 | 7,6 | Klasika, ostatní hudba, divadla a kina |
| | 6 | 7,1 | Zvíře, práce na pc |
| 51-60 Ž | 1 | 15,7 | Hity, klasika, vaktivity |
| | 2 | 12,3 | Křížovky, noční podniky |
| | 3 | 11,1 | Jiné zájmy, kolo, ostatní hudba |
| | 4 | 10,3 | Četba, divadla a kina |
| | 5 | 8,9 | Samota, zvíře |
| | 6 | 7,6 | Internet, práce na pc |

Příloha 6: Zájmy s nejvyššími zátěžemi v extrahovaných faktorech – neuveden zájem o vzdělávání

| Kategorie | Faktor | % celkové variability | Zájmy |
|-----------|--------|-----------------------|--------------------------------------------|
| 25-35 M | 1 | 18,8 | Internet, práce na pc |
| | 2 | 12,3 | Četba, kolo, křížovky, hity |
| | 3 | 10 | Klasika, zájem o hudbu |
| | 4 | 9,4 | Ostatní hudba hudba, zvíře |
| | 5 | 7,5 | Jiné zájmy, vaktivity |
| | 6 | 6,6 | Divadla a kina, noční podniky |
| | 7 | 6,4 | Vaření |
| 25-35 Ž | 1 | 17,7 | Četba, klasika, křížovky, divadla a kina |
| | 2 | 11,3 | Noční podniky, vaktivity, vaření |
| | 3 | 10,3 | Samota, práce na pc, křížovky |
| | 4 | 8,4 | Kolo, zájem o hudbu |
| | 5 | 8 | Internet |
| | 6 | 7,6 | Jiné zájmy |
| | 7 | 6,6 | Zvíře |
| 36-50 M | 1 | 16,5 | Zájem o hudbu, noční podniky |
| | 2 | 13,5 | Internet, práce na pc, vaření |
| | 3 | 10,2 | Křížovky, hity, ostatní hudba |
| | 4 | 8,2 | Četba, vaktivity |
| | 5 | 7,4 | Jiné zájmy, divadla a kina, kolo |
| | 6 | 6,8 | Zvíře |
| | 7 | 6,3 | Hity, klasika |
| 36-50 Ž | 1 | 13,7 | Klasika, jiné zájmy, vaření |
| | 2 | 11,5 | Četba, hity |
| | 3 | 10,4 | Zájem o hudbu, ostatní hudba, zvíře |
| | 4 | 10,1 | Křížovky, internet, vaření |
| | 5 | 9 | Jiné zájmy, kolo |
| | 6 | 7,7 | Divadla a kina, noční podniky |
| | 7 | 7,2 | Vaktivity |
| 51-60 M | 1 | 14,8 | Kolo, vaření, zvíře |
| | 2 | 11,7 | Internet, noční podniky, samota, vaktivity |
| | 3 | 10,5 | Četba, ostatní hudba, křížovky |
| | 4 | 9,8 | Divadla a kina, hity |
| | 5 | 8,4 | Jiné zájmy, klasika, ostatní hudba |
| | 6 | 7,5 | Práce na pc, zájem o hudbu |
| | 7 | 6,5 | Ostatní hudba, zájem o hudbu |
| 51-60 Ž | 1 | 13,9 | Ostatní hudba, zájem o hudbu |
| | 2 | 12,8 | Jiné zájmy, klasika |
| | 3 | 10,2 | Hity, samota, vaření |
| | 4 | 9,8 | Kolo, vaktivity |
| | 5 | 8,6 | Noční podniky, zvíře |
| | 6 | 7,5 | Četba, divadla a kina |
| | 7 | 6,5 | Internet, křížovky |