

8. března je Mezinárodní den žen

MDŽ SE MÁ PODLE 8 Z 10 ČECHŮ PŘIPOMÍNAT. ROVNOSTI MUŽŮ A ŽEN JSME NEJBLÍŽE V OBLASTI VZDĚLÁNÍ

K příležitosti nadcházejícího Mezinárodního dne žen jsme se zeptali Čechů, jak nahlíží na téma rovnosti mužů a žen v České republice. 8 z 10 dotázaných je pro, aby se MDŽ v dnešní době připomínalo. Oblast, ve které by se podle Čechů aktivních na internetu mělo usilovat o rovnost nejvíce, je trh práce, který je zároveň respondenty vnímán jako aktuálně druhý nejhorší v této otázce. Nejhorší u nás rovnoprávnost funguje v oblasti rozhodování (obsazování pozic ve vysokých funkcích veřejné sféry). Ve všech dotazovaných oblastech hodnotí současný stav rovnosti pohlaví v ČR pozitivněji muži než ženy.

Výzkum společně realizovaly agentury Nielsen a ResOLUTION Group. Proběhl metodou online sběru na vzorku více než pětistovky respondentů z řad internetové populace Českého národního panelu starší 15 let.

Hodnocení rovnosti mužů a žen

Otázku rovnosti mužů a žen jsme nechali Čechy aktivní na internetu zhodnotit ve čtyřech oblastech: péče o rodinu, trh práce / zaměstnání, rozhodování (obsazování pozic ve vysokých funkcích veřejné sféry) a vzdělání. **Nejlépe** je na tom podle respondentů aktuálně **oblast vzdělání**. Pozitivně (známkou 1 nebo 2, hodnocení jako ve škole) ji ohodnotila **více než polovina respondentů** (55 %). Lidé z věkové kategorie 15–34 let jí ve 37 % udělili známku 1, starší respondenti měli o něco kritičtější pohled – jedničku jich ve věkové kategorii 35–44 let udělilo 24 %, mezi lidmi nad 45 let 26 %. Znatelný rozdíl v hodnocení je také podle dosaženého vzdělání a podle velikosti obce, v níž respondenti žijí. Lidé s vyšším odborným či vysokoškolským vzděláním hodnotili rovnost mužů a žen ve vzdělávání lépe (známka 1 a 2 dohromady 63 %) než lidé s nižším vzděláním (ZŠ 50 %, SŠ s maturitou 55 %). Z hlediska velikosti obce rovnost ve vzdělávání hodnotili lépe lidé žijící ve velkých městech.

Současný stav rovnoprávnosti v oblasti **péče o rodinu** Češi hodnotili **o něco hůře**. Za nejlepší (12 %) a velmi dobrý (22 %) jej považuje v celku o něco více než **jedna třetina**. Dvě pětiny v tomto případě udělily známku 3. Zajímavé jsou rozdíly mezi hodnocením žen a mužů – 44 % mužů si myslí, že rovnost v péči o rodinu je v Česku na dobré úrovni (známky 1 a 2), z žen si to ale myslí pouze jedna čtvrtina. Naopak jako špatnou (známky 4 a 5) situaci ohodnotilo 27 % žen, ale pouze 11 % mužů. Lepší hodnocení tato oblast dostala také od mladších respondentů (15–34 let).

Rovnost pohlaví na trhu práce a v zaměstnání je v Česku na dobré úrovni jen podle **jedné čtvrtiny** respondentů. Ze všech dotazovaných oblastí byla v této otázce nejvíce udělována známka 3 (42 %), tedy průměr. Mladší respondenti (15–34 let) opět dávali lepší hodnocení než starší respondenti. A rozdíl byl i v pohledu mužů a žen: stav rovnosti pohlaví na trhu práce (a v zaměstnání) kladně hodnotilo 36 % mužů, ale pouze 16 % žen – tedy více než o polovinu méně. Výše dosaženého vzdělání dotázaných na hodnocení této oblasti vliv neměla, ale

velikost obce ano: 37 % lidí z velkých měst dávalo známku 1 a 2, u lidí z malých a středních měst to bylo pouze 21 % a u lidí z vesnic 25 %.

Nejdále od ideálu rovnosti mužů a žen jsme aktuálně podle respondentů v oblasti **obsazování pozic ve vysokých funkcích veřejné sféry (rozhodování)**. Zámku 1 nebo 2 této oblasti udělilo jen 22 % respondentů, 38 % hodnotilo známkou 3 a 31 % známkou 4 nebo 5. I tuto oblast muži vidí optimističtěji (30 % známky 1 a 2) než ženy (14 % známky 1 a 2).



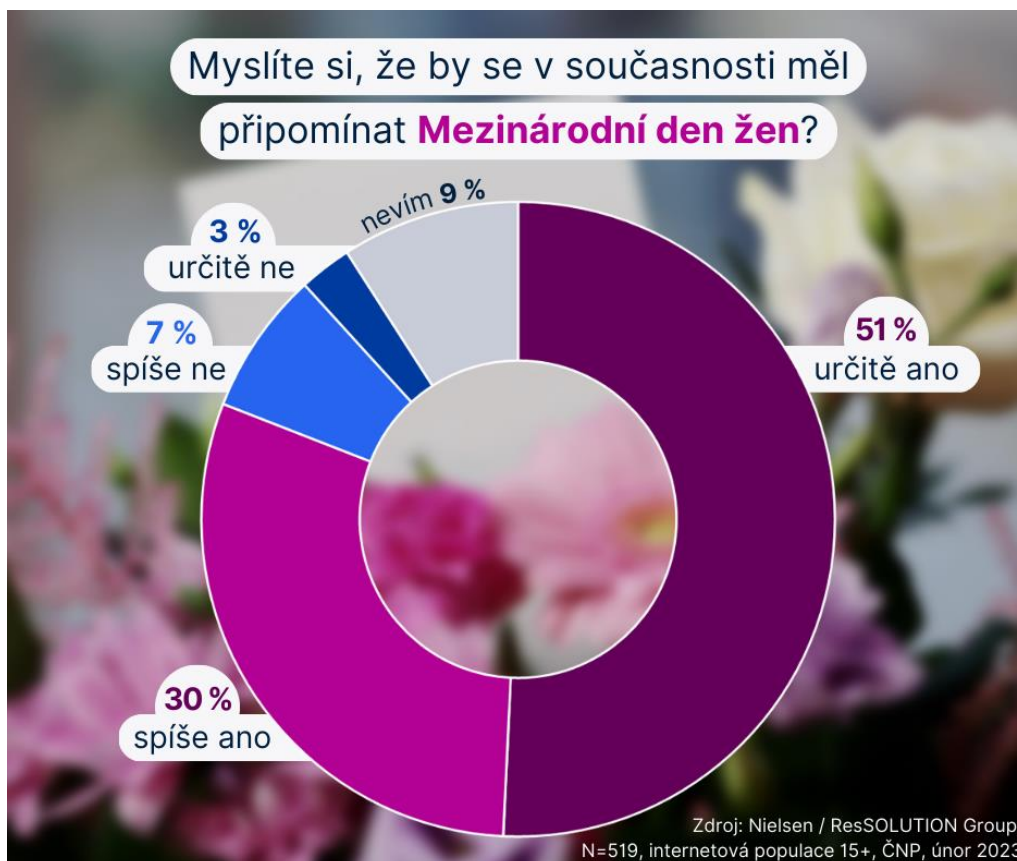
Ve všech dotazovaných oblastech hodnotí aktuální situaci v otázce rovnosti lépe muži než ženy. Nejvíce se jejich pohled rozchází v otázce obsazování pozic ve vysokých funkcích veřejné sféry a v otázce trhu práce a zaměstnání. I v oblasti péče o rodinu mají ženy kritičtější pohled na současný stav. U hodnocení rovnosti ve vzdělání však rozdíl prakticky není.

Usilování o rovnost mužů a žen

Z nabízených čtyř oblastí by se podle největší části internetových respondentů mělo **usilovat o rovnost pohlaví hlavně na trhu práce a v zaměstnání** (83 %). Myslí si to 9 z 10 žen, z mužů tři čtvrtiny. Na druhém místě je **péče o rodinu**, kde by se o rovnost mělo usilovat podle 80 % respondentů. Rozdíl mezi názorem mužů a žen ani zde není zanedbatelný: muži s potřebou větší rovnosti v oblasti péče o rodinu souhlasí v 75 %, ženy v 86 %. V otázce **obsazování pozic ve vysokých funkcích veřejné sféry** je pro usilování o rovnost 79 % dotázaných a opět to platí více pro ženy (88 %) než pro muže (70 %). Pro usilování o rovnost ve vzdělání je 77 %.

Mezinárodní den žen

A co si Češi myslí o připomínání **Mezinárodního dne žen**? 80 % internetových Čechů je toho názoru, že by se MDŽ měl v současnosti připomínat (51 % určitě ano, 30 % spíše ano). Ženy odpověděly „určitě ano“ v 58 % případů, muži ve 44 %. 7 % si myslí, že by se v současnosti MDŽ spíše slavit neměl, 3 % jsou toho názoru, že určitě ne. Zbýlých 9 % neví nebo nemá názor.



Eliška Morochovičová

Communication Manager

eliska.morochovicova@nielsen.com

Nielsen Admosphere, a.s., Českobratrská 2778/1, 130 00 Praha

tel.: +420 222 717 763 | mob.: +420 725 612 020

www.nielsen-admosphere.cz

www.nielsen.com

Daniela Němcová

Research Manager

daniela.nemcova@ressolution.cz

ResOLUTION Group, s.r.o., Antala Staška 1859/34, 140 00 Praha

tel.: +420 222 717 763

www.ressolution.cz

Doplňující informace:

Výzkumná agentura **Nielsen Admosphere** (www.nielsen-admosphere.cz) je 100% dceřinou společností globální skupiny Nielsen. Disponuje širokým portfoliem produktů a služeb v oblasti mediálních a marketingových výzkumů, monitoringu reklamy, analýz a zpracování dat. Zaměřuje se především na metodologicky a technologicky náročné projekty, jako je crossmediální elektronické měření sledovanosti videoobsahu. Na českém trhu působí od roku 2001 a nabízí komplexní servis spolehlivé výzkumné agentury s mezinárodním zázemím. Součástí Nielsen Admosphere je i oddělení Adwind Software, které vyvíjí software pro práci s daty z výzkumů sledovanosti a monitoringu reklamy..

ResOLUTION Group (www.ressolution.cz) je renomovaná česká výzkumná agentura s bohatými zkušenostmi v oblasti průzkumu trhu. V její nabídce naleznete marketingové a mediální výzkumy, z nichž řada má mezinárodní přesah. Zpracovává různorodá výzkumná šetření pro významné instituce, mezi něž patří například univerzity, bankovní a obchodní společnosti, televize, mediální domy, ministerstva i jiné státní instituce a podobně. ResOLUTION Group je také výhradním dodavatelem společnosti Nielsen Admosphere.

Český národní panel (nationalpanel.eu) je jedním z největších výzkumných panelů v Česku, na Slovensku (Slovenský národní panel – SNaP), v Polsku, v Maďarsku a v Bulharsku. Jeho spoluvlastníkem je výzkumná agentura Nielsen Admosphere. Panel slouží pro kvalitní a rychlé on-line sběry dat o internetové populaci. Disponuje početnou skupinou 60 000 respondentů v České republice, 25 000 respondentů na Slovensku, 30 000 v Polsku, 30 000 v Maďarsku a 15 000 v Bulharsku.

Jsme **PRO VÝZKUM** NÁZORY MĚNÍ SVĚT

PRO VÝZKUM (www.provyzkum.cz) je veřejně prospěšná aktivita výzkumníků působících v prověřených agenturách pro výzkum trhu a veřejného mínění, jejíž aktivity koordinuje sdružení SIMAR. Iniciativy se účastní agentury, které se aktivně podílejí na tvorbě a dodržování etických a zákonných pravidel a akceptují oborové Desatero pro ochranu osobních údajů.