

## DUŠEVNÍ POHODA ČECHŮ V AKTUÁLNÍ SITUACI: POLOVINA SE BOJÍ, ŽE NEVYJDE S PENĚZI, ŘADA LIDÍ CÍTÍ ÚZKOST

Jak dopadá aktuální společenská situace na duševní pohodu Čechů? Dvě třetiny mají obavy z budoucnosti, 54 % se bojí, že nevyjdou s financemi. Více než polovina Čechů se však navzdory současným okolnostem cítí bezpečně. Ženy mají obecně větší obavy, ať už jde o oblast financí, bezpečnosti, budoucnosti, nebo ztráty zaměstnání.

Výzkum realizovala výzkumná agentura Nielsen ve spolupráci s ResOLUTION Group pro kampaň **Suchej únor** na vzorku 500 respondentů české internetové populace z Českého národního panelu ve věku 18 let a více.

V rámci výzkumu pro kampaň **Suchej únor** (jehož další výsledky si můžete přečíst [zde](#)) jsme se respondentů ptali také na to, jak aktuální společenská situace (válka na Ukrajině, inflace, ceny energií apod.) ovlivňuje jejich duševní pohodu. Otázky se týkaly oblastí, jako jsou pocity úzkosti, bezpečí, finanční zabezpečení nebo vyhlídky na budoucnost. Výzkum proběhl v únoru letošního roku.

### Z čeho mají Češi obavy

Dvě třetiny Čechů (66 %) sdílí **obavy z budoucnosti**, častěji jsou to ženy (71 % oproti 61 % mužů), lidé nad 55 let a ti s nižším vzděláním. Mladší lidé jsou ve vztahu k budoucnosti optimističtější, s rostoucím věkem však optimismus klesá. Obavy ohledně **finančního zabezpečení** má 54 % Čechů. Toho, že nevyjdou s penězi, se ve větší míře obávají ženy, lidé s nejnižším vzděláním a lidé z vesnic – respondenti z těchto skupin se zároveň častěji než ostatní obávají **ztráty zaměstnání**. Obecně se toho, že by mohli přijít o práci, obává 27 % Čechů.

### Psychické zdraví

Vysoké ceny, inflace i válka na Ukrajině má vliv i na psychické zdraví Čechů. 41 % dotázaných uvedlo, že cítí **úzkost**, častěji ženy, mladší lidé, ale z věkových skupin nejčastěji lidé ve věku 45–54 let. **Depresivní pocity** uvedla v rámci výzkumu zhruba čtvrtina respondentů (23 %), přičemž častěji takto odpovídali lidé do 35 let a ti s nižším vzděláním. Přibližně stejný podíl lidí (21 %) uvedl, že reaguje na lidi ve svém okolí **agresivněji** než dříve, tento problém se vyskytuje více u respondentů mladších 54 let a méně vzdělaných lidí. Po **alkoholu** jako po **řešení úzkosti**

častěji než dříve sahá 11 % Čechů. Týká se to zejména mladších lidí, lidí se základním vzděláním a těch, kteří pijí alkohol pravidelně, nejméně 4x týdně.

I přes výše jmenované obavy a potíže se většina Čechů (55 %) **cítí bezpečně** a bezmála polovina **vnímá budoucnost s optimismem** (47 %). Muži se cítí bezpečněji než ženy (61 % oproti 49 % žen).

*„Výsledky výzkumu ukazují, že vysoké ceny, inflace a obavy z budoucnosti mají negativní dopad na duševní pohodu u významné části české populace. Je proto důležité, abychom se vždy zaměřili na řešení problémů a důvěřovali ve vlastní schopnosti. Alkohol není cestou k uklidnění, ale pouze prohlubuje úzkosti a problémy,“* komentuje výsledky výzkumu Hana Friedlaenderová ze společnosti Nielsen.

Výzkum odhalil zajímavé generační rozdíly. Mladší generace do 35 let si aktuální celospolečenské problémy připouští méně, ve srovnání se starší generací se cítí bezpečněji (66 % vs. 55 % průměrná populace) a do budoucnosti hledí s větším optimismem (57 % vs. 47 % populace). Na druhou stranu právě u mladých zároveň najdeme nejvíce těch, kteří mají depresivní pocity (34 % mladí vs. 24 % populace), i těch, kteří své úzkosti častěji než dříve zahání alkoholem (19 % vs. 11 % průměrná populace).

### Eliška Morochovičová

Communication Manager

[eliska.morochovicova@nielsen.com](mailto: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](http://www.nielsen-admosphere.cz)

[www.nielsen.com](http://www.nielsen.com)

### Hana Friedlaenderová

Client Service Manager

[hana.friedlaenderova@nielsen.com](mailto:hana.friedlaenderova@nielsen.com)

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

tel.: +420 222 717 763

[www.nielsen-admosphere.cz](http://www.nielsen-admosphere.cz)

[www.nielsen.com](http://www.nielsen.com)

### Hana Cveková

Research Manager

[hana.cvekova@ressolution.cz](mailto:hana.cvekova@ressolution.cz)

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

tel.: +420 222 717 762

[www.ressolution.cz](http://www.ressolution.cz)

### Doplňující informace:

Výzkumná agentura **Nielsen Admosphere** ([www.nielsen-admosphere.cz](http://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](http://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](http://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](http://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.