

Jsou čeští muži v krizi? Co od nich chtějí české ženy? A co vlastně dnes znamená „být chlap“? Solvo vydává jedinečný výzkum *Krize mužství*

Tisková zpráva
Praha, 21. 11. 2024

Institut Solvo založený Ivanou Tykač vydává výzkum *Krize mužství*. Think-tank v něm pátral například po tom, co pro muže a ženy znamená „být chlap“, co vlastně ženy od mužů očekávají a také jak se obě pohlaví dívají na domácí práce.

Ivana Tykač pak záměr popsala takto: „Dnes měříme spoustu formalit a věcí, které se nás dotýkají jen nepřímo nebo jsou lidem dost vzdálené. Měříme, kdo by se dostal příští rok do Sněmovny, jak Češi nahlíží na členství v EU, tohle nám ale v Solvu nestačí. Neřekne vám to nic pořádného o náladě Čechů, jejich charakteru, duši a o tom, čím procházejí právě teď. Proto měříme, jak se lidi cítí a budujeme svoji expertizu v sociologicko-psychologickém pohledu na národ, který se naprosto zásadně propisuje do ekonomického stavu naší země.“

Z výzkumu je zřejmé, že nejvíce se obě pohlaví v představě o dnešním muži rozcházejí v tom, že by měl být tolerantní a empatický (26 % žen vs. 14 % mužů) a hezký a sympatický (23 % žen vs. 16 % mužů). Muži i ženy se naopak shodnou na tom, že by měl být muž schopný, pracovitý a nápomocný. Po čtyřiceti letech věku pak jak muži, tak ženy velmi silně přehodnocují požadavky na partnera. V některých atributech se ale neshodnou.

Ředitelka Solva Michaela Marksová pak výzkum doplňuje slovy: „To, jak bude Česko výkonné, inovativní a bohaté, začíná právě doma, ve vztahu, ve vzájemném soužití nás všech. Můžeme měřit HDP, inflaci, míru zadlužení, všechna tato kritéria. Jenže to, do jaké míry bude Česká republika zemí příležitostí a jak moc bude příjemným místem pro život, má kořeny právě v tom, jak spolu obě pohlaví komunikují, jaké o sobě mají představy. Souvisí to jak se spokojeností v soukromém životě, tak v práci.“

Výzkum *Krize mužství* provedla pro Solvo ve dnech 4.–10. června 2024 agentura SC&C, a to na vzorku 627 respondentů ve věku 18–64 let. Dotazování probíhalo metodami CAPI (536), CAWI (131) a CATI (40). S agenturou SC&C už Solvo v minulosti uskutečnilo velké výzkumy, které se věnovaly tomu, jak se cítí české ženy a děti.

Krize mužství je už nyní dostupná na webových stránkách www.solvo.institute.

Jsme Solvo. Institut pro rozvoj potenciálu. Protože v potenciál české společnosti věříme. Bohužel ho absolutně nevyužíváme a přicházíme tím o stovky miliard korun. Pojďte ho odemkat s námi. Se špičkovými daty a bezkonkurenční analýzou.