

**TISKOVÁ ZPRÁVA**

14. září 2006

## **Seriál „Táta jako máma“ očima české veřejnosti**

**Existenci dokumentárního cyklu Ministerstva práce a sociálních věcí „Táta jako máma“ zaznamenala třetina obyvatel ČR.**

**Lidé, kteří alespoň jeden z dílů cyklu viděli, jej hodnotí pozitivně a považují jej za originální; podle dvou z pěti by mohlo podobné uspořádání fungovat i v jejich domácnosti.**

**Třetina obyvatel ČR uvádí, že od doby vysílání cyklu „Táta jako máma“ zaznamenala v médiích více příspěvků na toto téma.**

Devítidílný cyklus dokumentů „Táta jako máma“ představilo Ministerstvo práce a sociálních věcí veřejnosti v květnu letošního roku. Cyklus, který pojednává o otcích v rolích matek, vysílala Česká televize od května do července a jednotlivé díly lze rovněž přehrát na internetových stránkách ministerstva [www.mpsv.cz](http://www.mpsv.cz). Cyklus představuje tatínky, kteří umožnili svým partnerkám chodit do zaměstnání a sami se věnují péči o děti, tatínky, kteří se starají o zdravé i nemocné děti, kteří žijí s dětmi sami, kteří mají děti v náhradní rodinné péči.

Společnost Factum Invenio se zaměřila na to, zda obyvatelé ČR cyklus zaznamenali a jak jej hodnotí. Výzkum proběhl ve dnech 24. 8. až 30. 8. v rámci pravidelného omnibusového šetření Factum Invenio na reprezentativním vzorku populace, který tvořilo 1031 obyvatel ČR ve věku od 15 let.

### **Zaznamenání cyklu „Táta jako máma“ českou veřejností**

Existenci cyklu „Táta jako máma“ zaznamenala třetina obyvatel ČR. Z těch, kdo existenci seriálu zaznamenali, vidělo 82 % alespoň jeden díl.

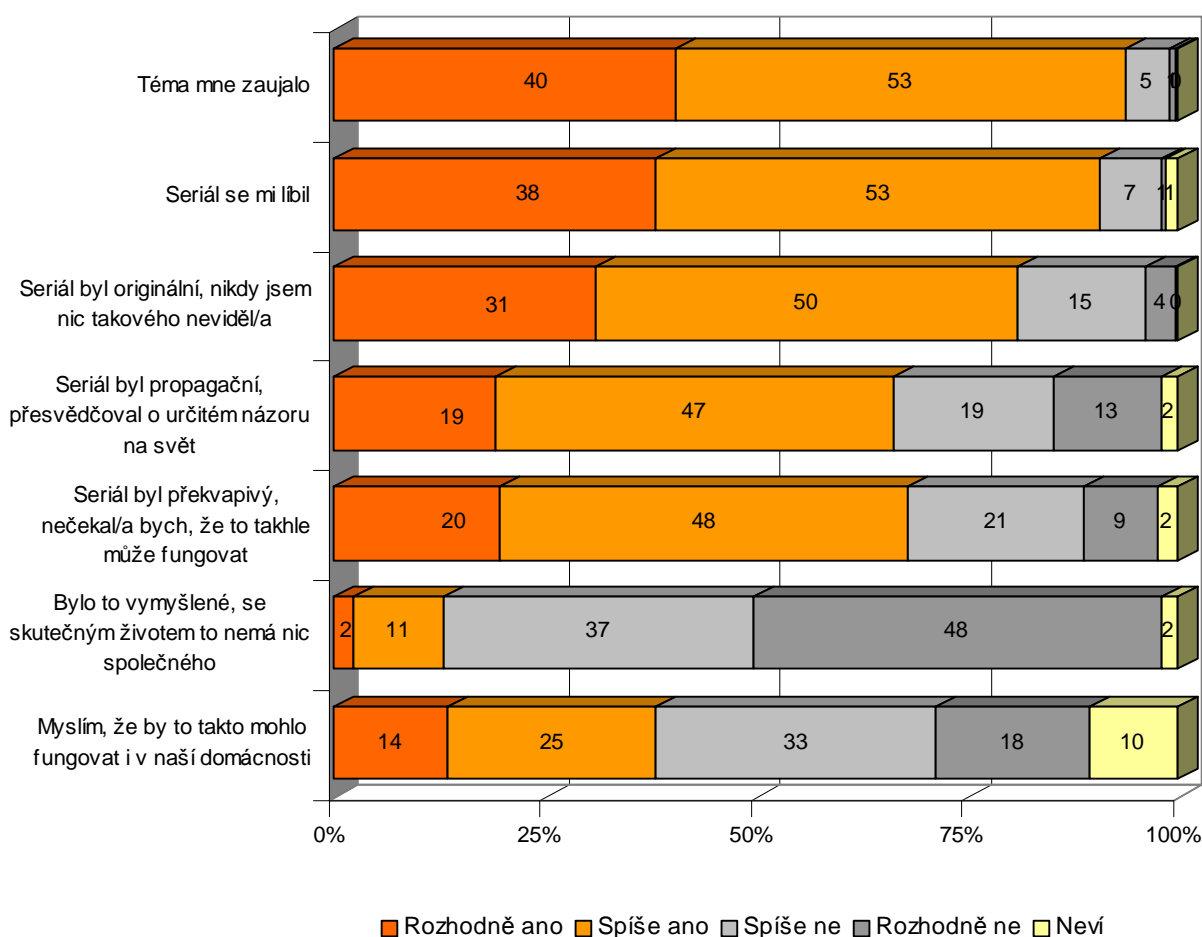
Větší odezvu měl seriál u žen a u lidí s vysokoškolským vzděláním. Nejméně naopak oslovil mladé a svobodné obyvatele ČR.

## Hodnocení cyklu

Obyvatelé ČR, kteří viděli alespoň jeden z dílů cyklu „Táta jako máma“, jej hodnotí pozitivně. Naprostá většina se shoduje, že téma ji zaujalo a seriál se líbil.

Lidé také situace zobrazené v cyklu vnímají jako reálné – rozhodně se nedomnívají, že se jednalo o něco smyšleného, co se skutečným životem nemá nic společného. Podle dvou z pěti obyvatel ČR, kteří viděli alespoň jeden díl cyklu, by mohlo podobné rozdělení rodinných rolí fungovat i v jejich domácnosti.

**Jak byste tento seriál hodnotil/a?**  
(lidé, kteří viděli alespoň jeden díl, N=284, data v %)



Zdroj: Factum Invenio

## Otevření veřejné diskuze

Třetina obyvatel ČR uvádí, že od doby vysílání cyklu „Táta jako máma“ zaznamenala v médiích více příspěvků na toto téma. „Zde může působit i subjektivní faktor zvýšené pozornosti k tématu – lidé, kteří seriál viděli a zaujal je, si začnou více všimnout příspěvků s podobnou tematikou. V tomto smyslu výsledky naznačují mírné zvýšení citlivosti české populace vůči této problematice, a to zejména u českých žen,“ uvedla Iva Pecáková ze společnosti Factum Invenio.

Pozornost věnovaná cyklu „Táta jako máma“ je ve velice úzkém vztahu s názorem obyvatel ČR na participaci mužů na péči o děti. Lidé, kteří se domnívají, že by se muži měli více podílet na péči o děti, zaznamenali existenci seriálu častěji, hodnotí jej pozitivněji a zaznamenali rovněž častěji více příspěvků na toto téma od doby vysílání seriálu než část populace s opačným názorem.

-konec-

#### **Informace o Factum Invenio:**

Společnost Factum poskytuje své služby od roku 1991, kdy byla založena jako jedna z prvních soukromých agentur výzkumu trhu v bývalém Československu. Je známa díky dokonalé znalosti české společnosti a českého trhu. Mezinárodní zkušenosti získala zejména díky mnohaleté participaci na činnosti předního světového řetězce TNS, v němž působila jako Sofres-Factum a později TNS Factum. S téměř 50 kvalifikovanými zaměstnanci a tisícovkou vyškolených tazatelů se řadí mezi top 10 výzkumných agentur v České republice. Vedle klasického marketingového výzkumu nabízí Factum Invenio také konzultace a návrhy komplexních marketingových řešení.

Factum Invenio je členem ESOMAR (mezinárodní organizace sdružující odborníky v oblasti výzkumu trhu a veřejného mínění), členem české asociace SIMAR sdružující přední agentury marketingového výzkumu, členem České marketingové společnosti, Americké obchodní komory, Britské obchodní komory, Francouzsko-české obchodní komory a mezinárodní výzkumné skupiny Factum Group ([www.factum-group.com](http://www.factum-group.com)). Pro zabezpečení maximální kvality služeb dodržuje při dotazování a zpracování údajů metodická pravidla a etické principy těchto organizací. Další informace naleznete na [www.factum.cz](http://www.factum.cz).

#### **Pro další informace prosím kontaktujte:**

**Iva Pecáková**

Tel.: +420 224 805 659

Fax: +420 554 805 628

e-mail: [pecakova@factum.cz](mailto:pecakova@factum.cz)