

PARTNEŘI V ŽIVOTĚ, PARTNEŘI V PODNIKÁNÍ – GENDEROVÉ VZTAHY V ŘÍZENÍ FIRMY / Alena Křížková

Kvalitativní výzkum životních strategií podnikatelů a podnikatelek, který byl prováděn formou polostrukturovaných biografických vyprávění, ukázal, že pohlaví společníka/ce v podnikání a vztah mezi nimi hraje významnou roli v rozdělení kompetencí a stylu řízení podnikání.¹ Analýza biografických vyprávění prokázala rozhodující význam struktury řízení podnikání pro proces tvorby a podobu životních strategií mužů i žen. Fakt, zda podnikatelka nebo podnikatel založí a řídí svou firmu sám/a nebo se společníkem/ky a způsob rozdělení kompetencí mezi nimi, je velmi důležitý. V této stati se zaměříme na genderové aspekty řízení podnikání právě z hlediska struktury řízení firmy podle pohlaví. Provedená studie dává možnost studovat celou paletu uspořádání řízení firmy z hlediska pohlaví.²

Zaměříme se na jednotlivé typy tohoto uspořádání a zejména na podnikání formou „rodinné firmy“ nebo firmy, kde mezi dalšími společníky jsou životní partneři. Genderové nastavení partnerského vztahu se totiž nutně promítá do vztahu podnikatelského, a to konkrétně do rozdělení moci, úkolů a kompetencí. S faktorem struktury řízení podnikání z hlediska genderu úzce souvisí i obor podnikání; studované obory – typicky „maskulinizované“ (stavebnictví a doprava) a feminizované (služby a obchod) – vykazují z tohoto pohledu významné rozdíly. Blíže se zaměříme na obor doprava.

Sociologické výzkumy, zaměřující se na partnerské vztahy v souvislosti s podnikáním a řízením, se obecně shodují na tezi, podle které jsou v podnikatelském partnerství ženy podhodnoceny, a jejich práce a vklad do podnikání jsou při zhodnocení dosažených úspěchů odsouvány na okraj (Strickland 1992, Wajcman 1998, Mulholland 2003: 47). Muži své partnerky v podnikání a jejich roli při akumulaci kapitálu genderově stereotypizují. Carole Pateman (1988) argumentuje, že diskurz, který okolo manželství panuje, zdůrazňuje pojmy jako je jednota a partnerství mezi manželi, a není tedy překvapující, že manželky plní to, co považují za společenské očekávání. Když spolu manželé podnikají, ženám se však nedostává uznání za jejich práci, což se zpětně promítá do jejich pozice jako manželky (Mulholland 2003: 47). Kate Mulholland se ve své práci zabývala rolími muže a ženy v rodinné firmě a dospěla k závěru, že podnikání má pro každé pohlaví zcela odlišné výsledky. Muži jsou schopni se nezávisle kariérově vypracovat na šéfy a ředitele podniku, zatímco jejich partnerky nejsou schopné překročit stereotypní image „pomocné síly“ nebo „pomáhající manželky“ a stát se podnikovou profesionálkou. Svým výzkumem zjistila, že ženská autorita je v takových firmách neutralizována a marginalizována. Moc genderu má kritický vliv na dynamiku růstu organizace a na kariérové příležitosti uvnitř

rodinného podniku. „Zatímco pracující ženy běžně zažívají genderovou diskriminaci v práci, tyto ženy se navíc setkávají s dalšími genderovými překážkami, které do pozice ženy pracující uvnitř rodinné struktury přinášejí příbuzenskou strukturu, která jí jasně vymezuje hranice možností.“ (Mulholland 2003: 48–67)

Muž a žena – partneři v podnikání

„Asi je to i znát, jako bych řekla, takové to rozdělení a pořadí nějakým způsobem se to projevuje v té mojí práci, že vlastně víc je to o těch materiálech jako takových než třeba o té technice. A tam si myslím, že to zase hodně dobře funguje právě s kolegou, který je zase zaměřený tím technickým směrem. Ten jako dokáže, nebo má třeba daleko lepší přehled. ... Což, neříkám, že by mi to dělalo problém jako po technické stránce nějak to zvládnout. Tak to vůbec ne. Ale není to, nemá to člověk nějak tak jako zarytý pod kůží. Já, když budu sedět nad zákazníkem, tak dáme dohromady krásnou koupelnu podle jeho představ. Protože nějak takovýhle tohle to jak prostorový, barevný, tak i nějaké to estetické citění nebo něco podobného. Tak to je mi daleko teda bližší, než tyhle ty zase technické věci, které jsou samozřejmě dneska pro tu koupelnu taky strašně důležité. Takže je docela fajn, že tady se jako tak nějak jako dobře doplňujeme a je to.“ (Stela 46 let, vdaná, 2 dospělé děti, podniká v obchodě, společníkem je muž – její známý)

V této analýze se zaměříme zejména na podnikatele a podnikatelky, kteří řídí firmu se společníkem/cí opačného pohlaví, a to zejména v případech, kdy jde zároveň o životní partnerku nebo partnera. I když v souboru byla jediná Stela, která v současnosti podniká s mužem, se kterým není v partnerském vztahu, další dvě podnikatelky buď měly nebo se připravovaly na tuto zkušenost. Z citace Stely (viz výše) je zřejmé, že rozdělení rolí a úkolů mezi ní a jejím společníkem, se kterým řídí svou firmu, je typicky genderově stereotypní. Muž se stará o technické záležitosti a žena má podle Stely spíše „estetické citění“. V dalších dvou případech podnikatelek hrají muži jako společníci podpůrnou roli a to zejména jako finanční záštita.

Partneři v životě – partneři v podnikání

Muži a ženy s sebou stejně jako do partnerského vztahu tak následně i do podnikání přinášejí genderově specifická očekávání, stereotypy a postoje. Rozdělení rolí v rodině se více či méně odráží ve společném podnikání a naopak. Analýza biografických vyprávění podnikatelů a podnikatelek ukázala, že partnerství v podnikání a partnerství v životě jsou velmi silně provázané vztahy. Nastavení rolí v jedné oblasti výrazně ovlivňuje rozdělení rolí a kompetencí v druhé oblasti.

„U mě jako hlavní zásadní hráč ten partnerský vztah vlastně, který vstoupil, nebo lépe řečeno naopak, že jo, to podnikání vstoupilo do mého partnerského vztahu, protože my jsme doopravdy

odlišné povahy... můj muž prostě tohle to nemá v povaze, nemá rád nepříjemnosti, nemá rád, což já taky ne, ale je pravda, že v tom podnikání kolikrát musíte říct nepříjemné věci, že jo. A tady se začalo prostě v tom ukazovat, že já jsem chtěla ty problémy nějakým způsobem řešit a on je chtěl zametat pod koberec, jo, a samozřejmě jsme si to nosili domů. ... vlastně ten mužskej nemá rád neúspěch, že jo. A já nevím, jestli ty mužský tolikrát vlastně to, oni to tomu partnerovi jako trošičku přejou jako, i nevědomky možná, najednou, že to tak úplně nejde, a tím pádem ho v určitým okamžiku, kdy on by to očekával, nepodpořej, jo. A to si myslím, že bylo velmi bolestný, jo, a že toho ty zaměstnanci dokážou neskutečně využít, jo, že toho využijou a že okamžitě jako viděj, že nemá plnou podporu toho druhého a prostě toho zneužívaj.

My jsme udělali, bohužel, strašnou spoustu chyb. A to by se asi nestalo, kdybychom nebyli manželé, kdybych měla nějakou společnici nebo spolumajitelku. Ale my jsme si nerozdělili nikdy pořádně kompetence. Ale když už došlo k rozdělení těch kompetencí, což potom už muselo i na papíře, tak jsme je prostě nesplňovali, jo, a to je ten partnerskej vztah, jo, to je právě ono, že není nic, že jsme byli taková oba, taková v tom jako laxní...“ (Andrea 50 let, vdaná bezdětná, podniká s manželem ve službách již 13 let)

Andrea ve své citaci přesně ukazuje spojitost podnikání a partnerských vztahů v případě, kdy spolu podnikají manželé. Z jejich slov je vidět, jak se soulad nebo naopak problémy v manželství promítají do podnikání a jak i rozdělení rolí je velmi podobné. Výzkumy totiž ukazují, že pokud v rodině naprostou většinu práce v domácnosti vykonává žena, je to způsobeno nejasným rozdělením práce a důsledkem spíše nepsané dohody o tom, že kdo má zrovna čas, udělá to či ono. Podobný pocit popisuje Andrea z jejich rodinné firmy. Role životních partnerů v podnikání jsou ovlivněny tím, že většina podnikatelů v ČR má jistou zaměstnankou zkušenost a zkušenost s uspořádáním rolí na principu spoluzivitelství v rodině. Je tedy zřejmé, že většina těch, i vzhledem k tomu, že téměř všichni podnikatelé v souboru jsou ve věku mezi 40 a 60 lety, kteří začali podnikat v 90. letech dvacátého století, nejdříve prošli vztahem na principu spoluzivitelství složeného ze dvou zaměstnání. Odtud se asi přenáší rozdělení rolí v současnosti. Nastavení je sice takové, že oba pracují a je to pro ně samozřejmé, ale význam finančního přínosu do domácnosti za práci muže je jiný – vyšší – v porovnání s přínosem ženy. Toto nastavení rolí, kdy muž je stále i v rámci podnikání hlavní živitel rodiny, i když manželé jsou společníci a vykonávají všechnu práci společně, dobře ilustruje citace Martina.

„Velká změna byla to, že najednou jsme vlastně spolu byli čtyřadvacet hodin denně. A dá se říct jsme dodnes. ... Což před tím každý měl svoje zaměstnání, každý šel někam do práce a pak jsme se po té práci sešli... Pořád jsem to tak nějak bral jako za své, že jsem jako chlap, takže bych se měl starat o to, aby rodina měla peníze. Takže moje starost byla, aby byly peníze. ... U nás to od začátku fungovalo tak, že byla taková ta klasická číšnická kasír taška v šufletu a moje starost byla, aby tam vždycky byly peníze. Žena jako nikdy nerozhazovala, neutrácela třeba zbytečně, ale moje starost byla, aby tam byly peníze. Když se řek-

lo, pojede se na dovolenou, tak jsem se musel přičinit a abych řekl, tak máme peníze, jedeme do Chorvatska třeba.“ (Martin 48 let, ženatý, 2 dospělé děti, podniká 11 let s manželkou v oblasti služeb)

Možnost studovat biografická vyprávění podnikatelů a podnikatelek v různých oborech, které byly zvoleny tak, aby byly v souboru zastoupeny jak feminizované, tak „mužské“ obory na českém trhu práce, nám dává šanci porovnávat vztahy partnerů v rodinných firmách právě podle tohoto zařazení. Rozdělení práce na genderově stereotypizovanou „mužskou“ a „ženskou“ práci jsme našli u všech podnikajících párů. K tomu přistupuje i fakt, že v naprosté většině podnikatelských domácností je většina práce v domácnosti záležitostí ženy. Pokud spolu podnikají partneři v oborech, které řadíme mezi mužské, a ty zastupuje v našem souboru stavebnictví a doprava, je rozdělení jejich rolí ještě o stupeň blíže tradičnímu modelu založenému na genderovém kontraktu. 4 z podnikatelů v našem souboru podnikají v dopravě a ve firmě je i jejich partner/ka, 3 takto podnikají ve stavebnictví. Zora v citaci níže popisuje svou pozici ve firmě, kterou založila spolu s manželem.

„Já jsem právě v takové vlastně pozici, protože tím, že vlastně jako společník je manžel. Takže já vlastně tady nejsem nic. Já nejsem společník. Já tedy nejsem v pozici společníka, ačkoliv vlastně tu funkci zastávám. Takže, když strašně dlouho jsme hledali vůbec vlastně, jakým způsobem to bude. Tam, kde chlapi jako společníci si neberou platy, ale berou si vždycky nějakou, nějaký vlastně podíl na zisku. V podstatě si rozdělují vždycky, jak se rok povede, tak si vlastně rozdělují nějaký ten. A takže nakonec jsme se dohodli, že já budu brát plat klasický, jako všichni berou třeba zaměstnanci. To znamená, já vlastně dneska jsem se dostala do pozice zaměstnance. Taky jsem vedená jako zaměstnanec. Takže pro mě nebylo to jak řešit. Jako společník jsem zase být nechtěla. Podnik jsem na sebe nechtěla převést, ačkoliv manžel chtěl. Tak já jsem ho na sebe nechtěla převést. Protože si myslím, že je lepší, když jsou společníci chlapi. Nevěděli jsme, jak to vlastně ošetřit tak, aby to bylo dobře. Takže nakonec jsme se dohodli, že vlastně já tady budu jako zaměstnanec. Vedená.“ (Zora 40 let, vdaná, podniká s manželem 11 let ve stavebnictví, 2 děti: 11 a 14 let)

Zora ve svém vyjádření popisuje, jak ona sama sebe postavila do nerovné pozice ve srovnání se svým partnerem – do pozice zaměstnankyně. Je to nejspíš způsobeno právě oborem, kterým je stavebnictví, že Zora tvrdí, že „společníky by měli být chlapi“. Do postoje a pozice ženy ale i muže v podnikání a vztahu, jaký v rámci řízení podnikání vytvoří, jistě dále vstupují faktory jako je genderová identita každého jedince a míra jeho/jejího ztotožnění s genderovými stereotypy.

Případ dopravy

Obor stavebnictví jsme popsali výše. Další vysoce „mužský“ obor v rámci českého trhu práce, na který jsme se v této kvalitativní studii zaměřili, je obor doprava. Biografická vyprávění dvou žen a dvou mužů, kteří v dopravě podnikají spolu s partnerem/kou nám umožňuje popsat tento obor jako ale-

spoň v základních rysech zvláštní případ z hlediska genderové struktury řízení podnikání rodinné firmy. Doprava je obor, kde je velmi výrazně oddělena administrativní a praxe práce s automobily a manipulace s objemným zbožím. Administrativní je složitá a zahrnuje nejen účetnictví, ale i celní předpisy určující další administrativní úkony, a vybavení řidičů na cestu (cestovné, pojištění). Dalším typem práce je práce dispečerská, která je podnikateli v tomto oboru považována za zcela jasně mužskou práci (muži jsou pro ni lépe vybaveni schopnostmi). Dále je pro podnikání v dopravě třeba mít zkoušky a certifikáty pro různé typy zboží a geografické oblasti, což v souvislosti se zaneprázdněností muže technickou prací okolo automobilů způsobuje, že toto na sebe bere žena, která je pak pouze díky tomu (formální) majitelkou firmy. Díky těmto charakteristikám, které se v přeneseném smyslu dají srovnávat s prací a nutnými úkoly v domácnosti (mužské a ženské práce) jde o obor, kde velmi často tvoří firmu životní partneři a rozdělení rolí je poměrně dost tradiční. Velmi podobným prvkem společným tradiční domácnosti, kde žena byla doma a starala se o domácnost a muž odcházel za prací do veřejné sféry, je např. to, že v začátcích podnikání je muž fakticky řidičem, který odjíždí a přepravuje zboží a žena vytváří zázemí a organizuje podpůrné práce, aby vše mohlo fungovat. K tomu však nedochází automaticky, na rozdělení rolí mají vliv další faktory (viz níže podkapitola Otec – patriarcha, šéf?). Důležitá je také genderová identita žen v těchto vztazích. Jana a Jiřina, jejichž vyprávění o rozdělení práce v rodinné firmě v dopravě uvádíme níže, jsou poměrně velmi odlišné osobnosti.

„Ano, ale musela jsem jenom, museli jsme se rozhodnout, kdo bude dělat zkoušky způsobilosti ještě, tak samozřejmě, tak kdo by to dělal – mámo, běž, to je lepší. Že jo. No, tak sem musela jít do kurzu, udělala sem si zkoušky způsobilosti, a tím pádem jsme převedli prostě auta na mě, všechno a su ... podnikatel...”

Naprostu zodpovědně a mohla bych to říct i před ním, že jak sou tady tři kanceláře, tak si umím sednout ve všech kancelářích ke stolu a klidně tu práci umím. Manžel rozumí autům, jo, to je jako další věc taková, protože: Šéfe, pod diferencíalem se ulomil šroubek, já nevím jak. Jo, takže v ten moment samozřejmě nevím, o čem mluvím. ... On neumí papírovou práci mojí. On neumí. Takže on zvládá garáže a svou kancelář, ale tamtu nezvládá. No a já musím zvládat tyhle všechny, ale moc nezvládám tu garáž zase, no, tam se jako neto.“ (Jana, 50 let, vdaná, podniká 11 let s manželem v autodopravě, syn: 21 let)

„No, on si dělá spíš to technický kolem těch aut, no a já asi tak celkem trošku o ty zaměstnance, tu administrativu, tak asi od všeho, co je potřeba, no, nebo se to kloubí...”

Převážně takhle, ale samozřejmě, když je potřeba, tak vlastně manžel zase, můžeme třeba tady zaskočit tu, že jo, fakturantku, nebo takový prostě, co je potřeba, no. Manžel nějak, se stará o... vůbec o ty vozidla, aby jezdily, o řidiče, tak nějak nedá se říct, že přesně rozdělený.“ (Jiřina 45 let, podniká 13 let s manželem v autodopravě, 2 děti: 17 a 22 let)

Otec – patriarcha – šéf?

Zvláštním případem v našem souboru, který velmi dobře ilustruje mužský obor podnikání a rozvoj rodinné firmy

v rámci něj, je firma, kde působí podnikatel Michal. Původním majitelem, který dopravní firmu založil, je otec Michalovy manželky. Dcera zakladatele firmy však nemá fakticky postavení spolumajitelky, ale větší slovo má ve firmě Michal – zeť zakladatele firmy. Michal dokonce charakterizuje práci své manželky – dcery zakladatele firmy – jako „výpomoc“ v administrativě. Jde o rodinnou firmu, kde tradiční rozdělení rolí (technické práce versus administrativní záležitosti) je dále posilováno postavou otce (zbytky paternálního patriarchy) a faktem, že řízení podnikání nepřebírá dcera (ta zůstává fakticky řadovou pracovnící v administrativě), ale její partner. Navíc i když úředně jsou čtyři společníci, z Michalova vyprávění je zřejmé, že moc není rozdělena rovnoměrně a zcela hlavní slovo má neustále jeho tchán.

„Já jsem společník, spolumajitel a vlastně jsme rodinná firma, já, můj švagr, moje tchýně, můj tchán a ...

T: Jako, že jste všichni jakoby na stejný úrovni.

No, na stejný úrovni ne, to, že to ten můj tchán začal, tak to vlastně on má to rozhodující slovo, ale jako společníci jsme všichni.

Šéf, ten dělá všechno, on rozhoduje, u něho je rozhodující, co se kde koupí a prostě tyhle ty věci jako investice, ne tedy sám, radí se s námi, ale jeho slovo je rozhodující. Švagr, ten se stará o tu marketingovou část i další věci, co se týče provozu, to znamená bezpečnost práce a různé odpady, já nevím, prostě to, co je potřeba. Já jsem, já dělám ekonomii, to znamená faktury, úvěry, pohledávky, závazky, vymáhání a takovýchle věcí, takže já jsem tady přes peníze. A manželka, ta právě vypomáhá v administrativě, spíš teda ty kancelářské práce.“ (Michal 40 let, ženatý, podniká 6 let spolu s manželkou, tchánem a švagrem v autodopravě, syn: 17 let)

Způsob řízení firmy – rozdělení kompetencí a jeho argumentace – je významně závislý na několika faktorech – pohlaví společníků, kteří firmu řídí, jejich vztah (manželství) a obor podnikání. Nejde totiž pouze o to, že úkoly a kompetence jsou ve firmě, kterou řídí společníci odlišného pohlaví, rozděleny na principu genderových stereotypů, ale také o obory, které jsou navíc samy o sobě genderovány a dále tak ovlivňují vztah mužů a žen jako společníků v podnikání. Stavebnictví a doprava jako typicky mužské obory pak jsou silněji než jiné (obchod a služby) strukturovány podle genderu a je možné je přirovnat k domácnosti a rolím muže a ženy v rámci ní. V rodinné firmě nebo obecně firmě řízené společníky opačného pohlaví dochází ke smazávání dalších možných dělicích principů kromě pohlaví, podle kterých by mohly být kompetence a úkoly distribuovány. U firem, které řídí společníci stejného pohlaví, se totiž objevuje princip vzdělání jako prvek specializace stejně jako důraz na zastupitelnost a kompromis v rozdělení kompetencí řízení firmy.

Bibliografie:

- Křížková, A. 2004. *Životní strategie podnikatelek a podnikatelů na přelomu tisíciletí*. Sociologické studie 04:08, Praha: Sociologický ústav AV ČR.
- Mulholland, K. 2003. *Class, Gender and the Family Business*. New York: Palgrave Macmillan Press.

Pateman, C. 1988. *The Sexual Contract*. Cambridge: Polity Press.
Strickland, W. J. 1992. „A Typology of Career Wife Roles“. *Human Relations* 45 (8): 797–811.

Wajcman, J. J. 1998. *Managing like a Man. Women and Men in Corporate Management*. UK: Polity Press.

Poznámky

1 Text je výstupem projektu *Životní strategie v české podnikatelské sféře 90. let*, který byl v letech 2002 – 2004 finančně podpořen Grantovou agenturou České republiky (reg. č. B7028201). Ucelená analýza 31 biografických vyprávění podnikatelů a podnikatelek byla publikována v Křížková, A. 2004. *Životní strategie podnikatelek a podnikatelů na přelomu tisíciletí*. Sociologické studie 04:08, Praha: Sociologický ústav AV ČR.

2 Ze 31 provedených hloubkových rozhovorů je 15 podnikatelů (7) a podnikatelek (8), kteří buď podnikají nebo ně-

kdy v průběhu své podnikatelské dráhy podnikali spolu s partnerem/kou (manželem/kou). 3 podnikatelky někdy podnikaly nebo plánují podnikat se společníkem – mužem – který není jejich životním partnerem. Žádný podnikatel v souboru nepodniká spolu se ženou, která by nebyla jeho partnerkou. 2 podnikatelky a 3 podnikatelé řídí své firmy spolu se společníci/kem stejného pohlaví opět bez partnerského vztahu. 2 podnikatelky a celkem 8 podnikatelů řídí své firmy sami bez dalších společníků.

Mgr. Alena Křížková vystudovala sociologii na Fakultě sociálních věd UK, kde v současnosti v rámci Ph.D. studia pracuje na tématu *Životní strategie žen a mužů v české podnikatelské sféře*. Je vědeckou pracovnící a zastupující vedoucí oddělení Gender & sociologie Sociologického ústavu AV ČR.

DOBROVOLNÉ MATEŘSTVÍ BEZ PARTNERA / Lucie Kozlová, Nicola Tomanová

Současné společenské klima klade důraz na rovnost pohlaví, na individuální volbu a seberealizaci, což je v tradičně požímaném modelu manželství jen obtížně slučitelné. Vstup do manželství předpokládá změnu způsobu života související s tolerancí a kompromisy (Fialová, Hamplová, Kučera 2000). Chování a postoje lidí vůči manželskému soužití se tomu přizpůsobují – sňatky v pozdějším věku, redukce počtu dětí, individualizace životních stylů, odmítání manželství atd. (Rabušic 2001).

Hlavním trendem posledních desetiletí je nárůst nesezdaného soužití mladé generace. Indikátorem tohoto trendu je prudký pokles sňatečnosti a porodnosti a nárůst počtu mimomanželsky narozených dětí. Mladé ženy, jak uvádí Čermáková, odmítají kombinaci pracovních a rodinných rolí (Čermáková 2002). Z hlediska úrovně plodnosti se Česká republika řadí mezi země s nejnižšími hodnotami hluboko pod záchovnou hranici reprodukce. Tento termín znamená v podstatě to, kolik na jednu ženu připadá narozených dětí (*Národní zpráva o rodině* 2004). Jak vyplývá z posledních čísel Českého statistického úřadu, jedné Češce se v současnosti narodí 1,15 dítěte. Na Slovensku například na jednu ženu připadá 1,3 dětí; v Rakousku 1,34; ve Švédsku 1,54 a ve Francii se v současné době toto číslo pohybuje kolem hranice 1,9. Výsledky ČSÚ ukazují, že se každoročně zvyšuje také počet žen, které vychovávají své dítě samy. Např. zatímco v roce 1991 připadlo na tisíc svobodných žen devadesát jedno dítě, v roce 2001 jich bylo již sto padesát osm. Také Fialová a Kučera (Fialová, Hamplová, Kučera 2000) upozorňují na tento trend. Uvádějí údaj podílu počtu dětí narozených mimo manželství na celkový počet narozených dětí (v %), kdy v roce 1990 tento podíl byl 8,6%, a v roce 2001 již 23,5%. Tyto údaje souvisí jak s častým výskytem nesezdaných soužití, tak i s častějším uzavíráním sňatků až po narození dítěte.

Rodiny s jedním rodičem (kolem 90 % jsou to matky s dítětem nebo dětmi) jsou časté. Jedná se o rodiny vzniklé rozvodem, rozchodem, ovdověním, adoptí dítěte osamělou ženou nebo porodem mimo manželství, partnerství. Od počátku šedesátých let 20. stol. byl trend rodiny s jedním rodičem důsledkem převážně vzrůstajícího počtu rozvodů, v posledních letech je také odrazem nárůstu počtu žen, které mají děti mimo manželství – za svobodna. Sociální stigma svobodných matek, v minulosti značně patrné, se postupem času zmenšuje, mění se také věkové složení těchto žen. Dříve mezi nimi bylo mnohem více mladších žen, často nezletilých dívek. V současné době začínají převažovat zralejší ženy, v období střední dospělosti, často kolem 35 let. Jsou většinou zajištěné, úspěšné ve svém povolání, a ačkoliv jsou bez stálého partnera, rozhodly se pro mateřství. Obecně lze osamělé matky rozdělit do tří skupin. Osamělé matky, kterým manžel, partner zemřel, tedy vdovy s dětmi. Osamělé matky, které mají děti z rozpadlého vztahu. Třetí skupinou jsou matky, které záměrně zůstávají svobodné a mají dítě/děti s mužem, s nímž neplánují trvalý vztah, popř. ženy, které dítě adoptovaly, přijaly do pěstounské péče – zvolily *mateřství bez partnera*.

Dřívější negativní postoje společnosti k této skupině žen slábnou. Je to skupina stále početnější. Rozhodnutí ženy pro mateřství bez partnera může mít celou řadu příčin. Může být reakcí na nejisté vyhlídky do budoucna, vysoké nároky na individuální štěstí, na náročné vybudování stabilního vztahu v dnešní době. Mukti Jain Campionová, autorka knihy *Who's fit to be parent?*, považuje tento model za nový způsob rodičovství, který vytváří otevřenější rodinu, protože matka, které na dítěti opravdu záleží, dokáže, dle autorky, zmobilizovat kvalitní podpůrnou síť lidí, kteří se o ni a o dítě upřímně zajímají, pomáhají jim a podporují je. Argumentem žen volících mateřství bez partnera je také eli-