

## „Rodzina nie traci na wartości” Badanie ilościowe i jakościowe towarzyszące kampanii społecznej

We wrześniu 2022, na zlecenie Fundacji Priorytety, firma Maison&Partners przeprowadziła badanie ilościowe i jakościowe dotyczące poczucia bezpieczeństwa Polaków i wartości rodziny.

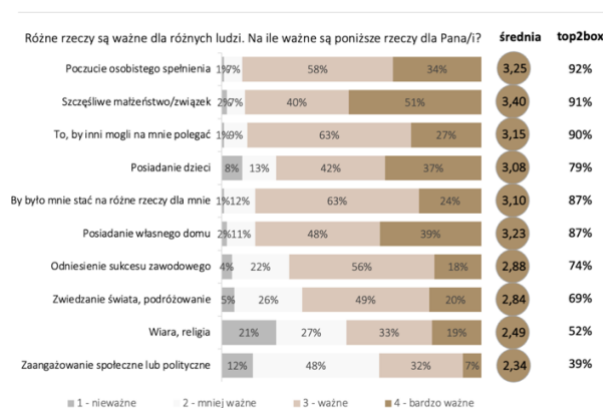
### Cele badania w perspektywie rodzin i ogólnospołecznej:

- Zrozumienie, jak ostatnie kryzysy (epidemia COVID-19, wojna, trudności gospodarcze) wpłynęły na poczucie bezpieczeństwa Polaków
- Sprawdzenie, na ile Polacy postrzegają swoje rodziny jako inwestycję, zbadanie, co „inwestują”, wkładają w rodzinę, a co uzyskują w zamian.

### RODZINA SIĘ NIE DEWALUUJE

- Posiadanie szczęśliwego małżeństwa lub związku jako bardzo ważne określiła największa liczba osób.

#### Hierarchia wartości



- Rodzina jest najczęściej wskazywanym źródłem zadowolenia - deklaruje tak 71% ankietowanych. Rodzina daje większe poczucie szczęścia niż praca, finanse czy zadowolenie z samego siebie.

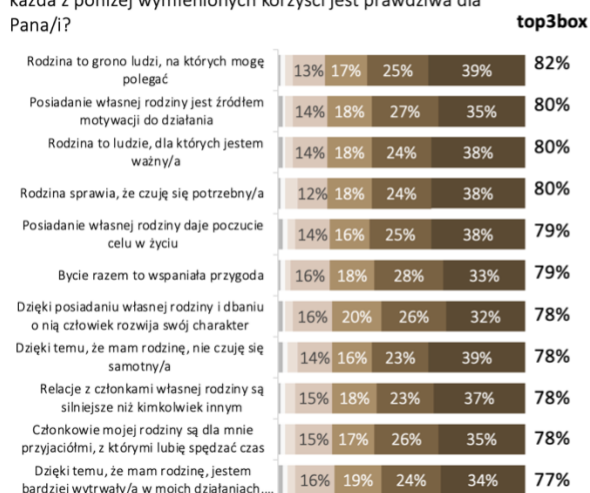
#### Zadowolenie z różnych obszarów życia



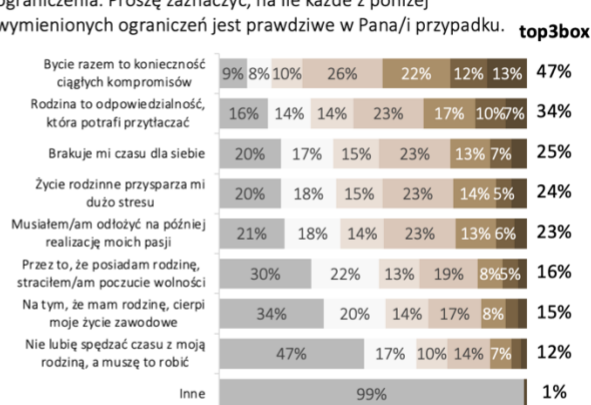
- Korzyści z posiadania własnej rodziny są znacznie wyżej oceniane niż koszty i wyzwania, z którymi to się wiąże. Trudno wyróżnić, które są dla ludzi najważniejsze, ponieważ wszystkie zostały ocenione bardzo wysoko. Badani cenią w rodzinie zarówno to, że stanowi grono bliskich osób, na których można polegać, to, że daje motywację do rozwoju, poczucie sensu i celu, jak również to, że bycie z innymi nadaje życiu smak.

## Korzyści i koszty posiadania rodziny

Różni ludzie czerpią różne korzyści z posiadania rodziny. Na ile każda z poniżej wymienionych korzyści jest prawdziwa dla Pana/i?



Z posiadaniem własnej rodziny wiąże się też różne koszty, ograniczenia. Proszę zaznaczyć, na ile każde z poniżej wymienionych ograniczeń jest prawdziwe w Pana/i przypadku.



koszty materialne

„Odporność na stres jest większa, bo w rodzinie tyle trudnych przypadków, nagłych się zdarza. Do wielu spraw podchodzę spokojniej niż kiedyś (...).”

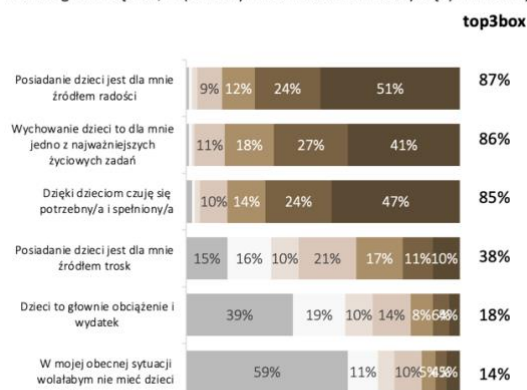
„Masz poczucie przynależności (...) Ciepło domowego ogniska, jest do kogo wracać. (...) Wsparcie, czułość, troska”

„Ja odszedłem z jednej pracy, znalazłem inną, lepiej płatną, pomagam żonie rozwijać jej biznes. Posiadanie dziecka to bardzo duża siła napędowa.”

Dla ośmiu na dziesięć osób ważnym celem jest posiadanie dzieci. Dzieci dają zdecydowanie więcej korzyści, poczucia zadowolenia niż zmartwień, są źródłem radości i sprawiają, że ludzie czują się potrzebni i spełnieni.

## Dzieci

Na ile zgadza się Pan/i z poniższymi stwierdzeniami dotyczącymi rodziny:

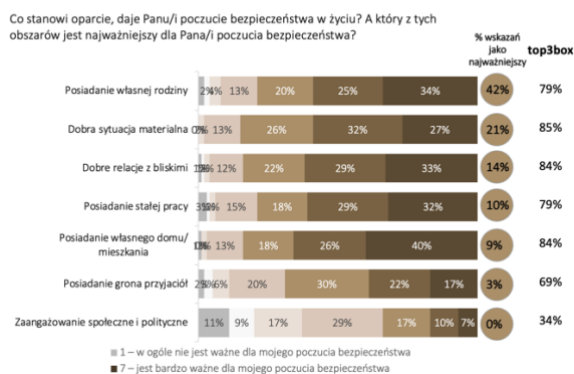


■ 1 - zdecydowanie nie zgadzam się 2 3 4 5 6 7 - zdecydowanie zgadzam się

## W RODZINIE BEZPIECZNIEJ

- Niemal połowa badanych deklaruje, że w ciągu ostatnich dwóch lat często doświadczają zwiększonych obaw o swoją przyszłość (41%). Co niepokojące, podobna liczba osób doświadczają przynajmniej czasami stanów określanych jako depresja (41%).
- Głównym źródłem zmartwień było bezpieczeństwo zdrowotne, (74%) ale także kwestie ekonomiczne, energetyczne lub utrzymanie pokoju (63-68%).
- Ponad połowa Polaków (56%) uważa posiadanie własnej rodziny lub dobre relacje z nią za najważniejsze dla swojego poczucia bezpieczeństwa**, podczas gdy niespełna jedna trzecia (31%) wskazuje tu raczej dobrą sytuację materialną czy posiadanie stałej pracy.

### Co daje poczucie bezpieczeństwa



- 84% ankietowanych widzi w rodzinie źródło psychicznego i moralnego wsparcia i pomocy. Dla 80% niezależnie od okoliczności społecznych i ekonomicznych, budowanie własnej rodziny ma sens.

„Posiadanie rodziny w takich niepewnych czasach zwiększa mimo wszystko poczucie bezpieczeństwa, bo jesteśmy w tym razem. Mając już męża, dziecko, co by się nie działo, człowiek wie, że nie jest sam.”

## INWESTOWANIE W RELACJE MA SENS

- Wyniki badania pokazują, że **zadowolenie z rodziny**, zdrowia oraz sytuacji finansowej **ograniczało negatywne konsekwencje psychologiczne związane z sytuacją na świecie**.
- Przepis na szczęśliwą rodzinę to:
  - ✓ Przede wszystkim czas - wspólne chwile, rytuały, wakacje i wolny czas. Czas nie ma wartości, jeśli nie towarzyszy mu uważność – bycie tu i teraz, w kontakcie z rodziną, aktywne uczestnictwo w jej życiu.
  - ✓ Głównym składnikiem jest też miłość, oznaczająca rzeczywiste oddanie drugiej osobie i cenie jej dobra.
  - ✓ Wolność - szansa, by każdy z członków rodziny mógł zadbać o swoje indywidualne potrzeby.
  - ✓ Współdziałanie - zwłaszcza między dorosłymi; zasady, dobry podział obowiązków, elastyczność
  - ✓ Uśmiech, optymizm, wdzięczność



- Za najważniejsze przy budowaniu dobrych relacji uznano wzajemną życzliwość, współpracę, umiejętność komunikacji, wspólnie spędzany czas oraz motywację – chęć utrzymania dobrych relacji.

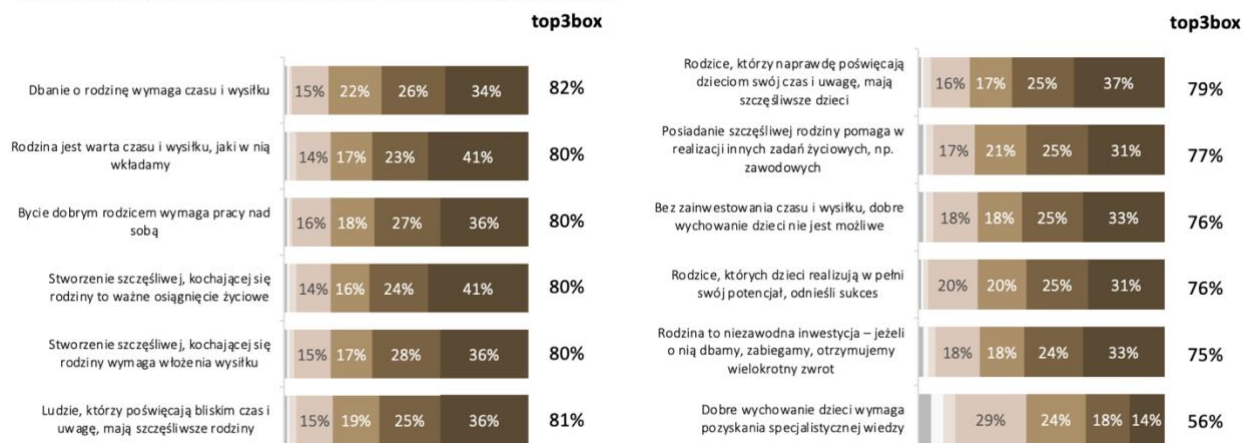


## DBAŁOŚĆ O RELACJE

Rodzina kojarzy się z życzliwością wobec innych, empatią, nastawieniem na porozumienie, a nie na konflikt, tworzeniem głębokich, prawdziwych więzi między ludźmi.

- Budowanie rodziny – Rodzice, którzy naprawdę poświęcają dzieciom swój czas i uwagę mają szczęśliwszą rodzinę (79% badanych).

Na ile zgadza się Pan/i z poniższymi stwierdzeniami dotyczącymi rodziny:



„Rodzina jest jak walizka, ile do niej włożysz, tyle z niej wyjmiesz. Jeśli nic nie damy z siebie, nie ma się co dziwić, że relacje nie są dobre.”

- Polakom rodzina kojarzy się przede wszystkim z bezpieczeństwem (portem, opoką, czymś pewnym) i wartością. Rzadziej przypisywane są określenia takie jak sukces, cel, wyzwanie czy inwestycja – stereotypowo związane ze światem pracy. **Mówienie o inwestowaniu w relacje przelamuje pewne stereotypy, pokazując coś, o czym posiadający rodziny dobrze wiedzą, ale niekoniecznie świadomie myślą o tym na co dzień: że dbanie o rodzinę to praca, a stworzenie się kochającej rodziny wymaga czasu i zaangażowania.**

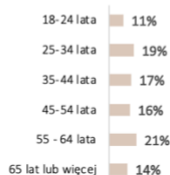
## Struktura demograficzna próby

QUANT 44

### PŁEĆ



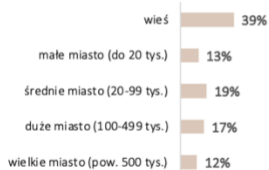
### WIEK



### WOJEWÓDZTWO



### WIELKOŚĆ MIEJSCOWOŚCI ZAMIESZKANIA



### WYKSZTAŁCENIE



N=1067

& PARTNERS  
*Maison*

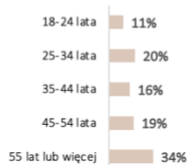
## Struktura demograficzna próby rodzin

QUANT 46

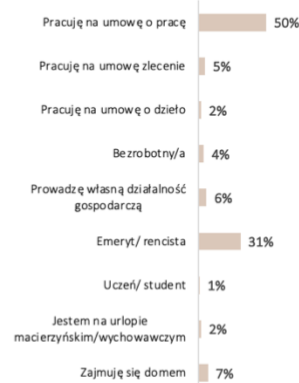
### PŁEĆ



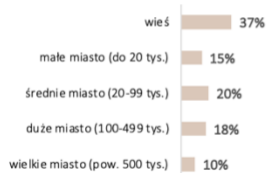
### WIEK



### SITUACJA ZAWODOWA RESPONDENTA



### WIELKOŚĆ MIEJSCOWOŚCI ZAMIESZKANIA



### WYKSZTAŁCENIE



N=690 (tylko osoby posiadające własne rodziny)

& PARTNERS  
*Maison*