

Социологическо изследване
„НАГЛАСИ, ПРАКТИКИ И БАРИЕРИ ПРЕД АКТИВНОТО МЪЖКО ВКЛЮЧВАНЕ
В ГРИЖИТЕ ЗА ДЕЦА”

Резюме

Контекст: Социологическото изследване е част от национална кампания „Да бъдеш Баща“. Кампанията се фокусира върху ползите от активното участие на значимите мъже в живота на децата и семейството за осигуряване на пълноценно развитие на детето в семейна среда без насилие. Изследването цели да разкрие нагласите към ролите на „мъжа“ и „жената“ в семейството, положителните тенденции, както и бариерите пред по-активното включване на мъжете в грижата за децата.

За първи път в България се провежда изследване върху въпроси, свързани с бащинството и разпределянето на семейните роли по отношение на грижата за децата, което изследване е национално представително за родителите.

Основни изводи

- Семейството в България не се намира в криза, но **неговите модели търпят видими промени**. Тези промени се дължат на социалната динамика, резултат от модернизацията и интензивните темпове на разслояването на обществото.
- Основните предизвикателства, с които се сблъскват всички съвременни родители, са: **недостиг на време, недостиг на финансови средства** и усещането за **несигурност в социалната среда**.
- **Образът на отдаден баща**, който участва в ежедневните грижи за децата и дома и изразява емоциите си дори пред външни хора, започва да среща относително широка обществена подкрепа. Въпреки обществените настроения, в практиката делът на бащите, които се включват във всекидневните грижи, образованието и здравето на децата е значително по-нисък от този на майките;
- Основните бариери пред активно включване на мъжете в грижата за децата и дома са: **усещането за прекомерна заетост с осигуряване на прехраната** на семейството; **стереотипите**, според които всекидневната грижа за детето не е мъжка работа; **недостатъчното обществено разбиране за значението и подкрепа на бащинската роля** в грижите за децата.

ОСНОВНИ РЕЗУЛТАТИ, НА КОИТО СЕ БАЗИРАТ ИЗВОДИТЕ

➤ Демографски профил на съвременното българско семейство

Семейството в България е жизнеспособна институция – в приблизително 9 от 10 случая децата се отглеждат в семейства с двама родители. Родителите, живеещи с децата си, най-често отглеждат по едно дете (63%). Две деца отглеждат под 1/3 от родителите.

Мнозинството български родители са млади хора: близо половината (45%) са до 35-годишна възраст и още над една четвърт (27%) са в групата 36-40 години. Над 2/3 от родителите живеят в малки населени места – 35% живеят в малки градчета, а 33% в селата. Жителите на София и на другите областни градове са 32%.

Всяко пето българско семейство с деца живее с месечни доходи до 500 лв., а други 44% разполагат с 500 до 1000 лв. на месец.

➤ Основни тенденции в развитието на съвременното българско семейство

Като социална институция, която съхранява и възпроизвежда живота, семейството в България не се намира в криза, но моделите се променят. Това се дължи на модернизацията и интензивните темпове на разслояване на обществото. Основните промени са в следните посоки:

- Най-разпространеният модел на семейство се състои от майка, баща и едно дете.
- Все по-малко са официално обвързаните родители - живеещите без брак партньори са 28% от българските родители.
- Все по-чести са случаите на развод сред българските родители (около 50% от браковете се разпадат).
- Нараства броят на децата, които се отглеждат от един родител. Самотните родители в България съставляват над 11 %, сред които значително преобладават майките (над 9%).
- 90% от родителите заявяват, че отглеждат самостоятелно своите деца - помощта от баби и дядовци е много по-рядка практика, отколкото при предишните поколения.

➤ Представи за родителството и нагласи към разпределението на роляте в семейството

Девет от десет респондента от всички групи са съгласни с твърдението, че най-важната роля на мъжа е да осигурява материално своето семейство, а на жената – да се грижи за дома и децата. Въпреки че ролята на бащата все още ясно се свързва с обезпечаването, тя не е същата като в патриархалния модел на семейство. При младото поколение съвсем видимо се забелязва тенденция към по-голяма равностойност във взаимодействието между двамата родители. Образът на отдаден баща, който се включва в ежедневните грижи за децата и дома и изразява емоциите си дори пред външни хора, среща подкрепа сред повечето респонденти. Около 97% от родителите (и от майките, и от бащите) са съгласни, че най-важните решения, свързани с детето, следва да се вземат съвместно от майката и бащата. Около половината от майките (48%) и 41% от бащите не са съгласни с твърдението, че ежедневните грижи по храненето и хигиената на децата в ранна и в предучилищна възраст са задължения само на майката.

Основните предизвикателства, с които се сблъскват българските родители, са: усещането за недостиг на време и финансови средства, както и несигурност в социалната среда.

Дефицитът на време и съвместяването на множество изисквания се изживяват най-тежко. Както сред майките, така и сред бащите, живеещи с децата си, съответно 38% и 36% жертват от времето, което биха искали да прекарват с приятели, заради семейството. Все пак при жените дисбалансът между личен и семеен живот се чувства по-осезаемо. Според 29% от тях грижите за семейството и децата ограничават личната им свобода, докато сред бащите, живеещи с децата си, този дял е 18%.

➤ **Основни тенденции и практики в отглеждането на децата**

В около 3/4 от семействата децата са планирани съвместно и от двамата родители. В 15% от случаите зачеването не е планирано, а 7% от децата са родени по еднолично решение на майката.

Почти всички майки, които са работели по това време (94%), са взели отпуск по майчинство, спрямо около 30% от бащите. Близко една четвърт от татковците са взели отпуск от 16 дни до 6 месеца, а тези, които са поели майчинството от майката (повече от 6 месеца), са незначителен дял (1%).

Вечерното хранене, гледането на телевизия, разговорите, разходките през почивните дни и ваканциите са петте дейности, които спояват членовете на съвременното българско семейство. В сходна насока са и дейностите, които всички родители биха искали да извършват по-често заедно с децата си - разходките сред природата, посещението на различни събития, разговорите и игрите.

Майките участват много по-често от бащите във всички видове дейности, свързани с всекидневната грижа за детето и дома. Преобладаващият социален модел по отношение на грижите за семейството и децата е, че жените се справят сами с домакинските дейности: готвенето (81%), грижите за дома - почистване, ремонти, разтребване (59%) и пазаруване на храна и предмети за бита (46%). Мъжете вземат участие най-вече в активности като игрите (34%) и спорта с децата. Ежедневните грижи (хранене и хигиена), образованието, и най-вече здравето на детето са посочвани като основни задължения на майката. От друга страна, общуването с детето и възпитанието му, както и по-развлекателни дейности, свързани със свободното време, най-често са споделена отговорност между двамата родители и именно там участието на бащите е най-голямо.

Въпреки широко разпространените стереотипи за образа на бащата като по-строгия родител, много по-често се случва той да прегръща и целува, да поощрява и хвали децата, отколкото да налага наказания. В 47% от семействата бащите правят това наравно с майките и още в 12% предимно те налагат наказанията. За сравнение - наказанията се налагат предимно от майките във всяко пето семейство. Сред практикуваните санкции спрямо детето, най-разпространени са лишаването от любимо занимание и скарването. Търсенето на помощ от педагог или психолог все още има статут на "екзотична" мярка (под 2% са потърсили подкрепа), което би възпрепятствало родителите да подхождат адекватно в случаите на по-сериозни поведенчески проблеми на детето.

➤ **Роля на бащата и бариери пред активното включване в грижата за деца**

Преобладаващата част от родителската общност е за по-активно участие на бащите във всекидневните грижи за децата, както и твърдението, че обществото трябва да поощрява това включване. Над 4/5 от родителите подкрепят това становище, като жените са значително по-категорични от мъжете. Преобладаващата част от родителската общност подкрепя и другите две

становища – че бащите имат възможност, но не се включват активно, както и че имат нужда от повече знания и умения, за да се включват по-активно. Едва около 4% от родителите са участвали в дейности, обучения и инициативи, развиващи родителските умения.

Близо 2/3 от всички респонденти извеждат на първо място като пречка пред по-активното бащинство усещането за прекалената заетост с осигуряване на прехраната на семейството и съответно липсата на време. Друга бариера са обществените стереотипи, според които „грижата за детето не е мъжка работа“, а 15% смятат, че хората се присмиват на активно грижещи се за децата си бащи. Близо около 1/4 от респондентите твърдят, че бащите не осъзнават важността на полаганите от тях грижи, не желаят или не умеят да се грижат за децата.

Сред тези, които търсят информация за родителството и отглеждането на децата, близкото им обкръжение се ползва с най-голям авторитет. Най-често използвани като източник на информация са познати и приятели с опит, собствените родители и други роднини (майки – 46% и бащи – 44%). Сред публичните източници на сведения за отглеждането на деца най-популярна е телевизията. Ползват я средно една трета от семействата. Казаното е валидно главно за населените места извън София и за родителите на възраст над 40 години. Столичани и по-младите родители ползват по-често специализирани и неспециализирани интернет сайтове и други материали, отколкото телевизия.

ПАРАМЕТРИ НА ИЗСЛЕДВАНЕТО

Изследователски методи

- *Desk Research* – анализиране и резюмиране на 40 социологически проучвания по въпроси, свързани с бащинството и семейните роли на ниво ЕС, България, глобалната мрежа на MenCare – a global fatherhood campaign.
- *Количествено* - пряко лично интервю, национално представителна извадка за родителите на деца до 17 г. в България (1100 респондента), многостепенна гнездова извадка с използвана квота по брой деца, пол и населено място.
- *Качествено* – 8 фокус-групи (4 с бащи и 4 с майки), 2 от дискусиите бяха проведени в областен град, 2 в малък град и 4 в столицата (от тях 2 групи със родители, които отглеждат сами своите деца).

Период на провеждане:

Юни - Юли 2014 г.

Изследователски екип:

Д-р Цветелина Стоянова (Маркет Линкс), Добромир Живков(Маркет Линкс), Ася Георгиева (Маркет Линкс), Деян Петров (Асоциация Родители), Луиза Шахбазян (ПИК), Роза Димова (ЦИПЖ).

За допълнителна информация:

Деян Петров, координатор на кампания „Да бъдеш Баща“

Тел.: 0879 509 548; 02/ 944 17 99

Email: dean.petrov@roditeli.org