

Warszawa, 10 sierpnia 2026 r.

Otwarta komunikacja równoważy podział obowiązków domowych między kobietami a mężczyznami

Mimo rosnącej od dekad obecności kobiet na rynku pracy w krajach uprzemysłowionych wciąż utrzymuje się nierówny podział obowiązków domowych między przedstawicielami obu płci. Jedną z przyczyn tego zjawiska mogą być różnice w indywidualnych motywacjach kobiet i mężczyzn do wykonywania zadań. Eksperyment przeprowadzony przez Polski Instytut Ekonomiczny sugeruje, że mężczyźni motywuje przede wszystkim dążenie do realizacji celów indywidualnych, podczas gdy kobiety są znacznie bardziej nastawione na cele uwzględniające potrzeby wspólnotowe. Skutki odmiennych w zależności od płci sposobów reagowania na bodźce motywacyjne można jednak ograniczyć dzięki przejrzystej komunikacji, polegającej na jasnym przedstawianiu swojej perspektywy partnerowi lub partnerce, dzięki czemu możliwe staje się wypracowanie optymalnego podziału pracy.. To główne wnioski z przygotowanego przez PIE badania opisanego w opracowaniu „Talk Is Not Cheap: How Communication Affects the Gender Division of Household Labour” („Rozmowa się opłaca: jak komunikacja wpływa na podział pracy w gospodarstwie domowym”).

Obciążenie kobiet pracą w domu i obowiązkami opiekuńczymi utrzymuje się pomimo rosnącej aktywności zawodowej kobiet i zmiany oczekiwań społecznych dotyczących tradycyjnie postrzeganych ról płciowych. Polski Instytut Ekonomiczny w raporcie „[Podział obowiązków domowych i jego konsekwencje dla dzietności](#)” opublikowanym w 2025 r. wskazywał, że podział obowiązków między rodzicami małych dzieci często odbiega od tego, jak podział ten powinien, w ich ocenie, wyglądać. Większość matek i ojców małych dzieci uważa, że obowiązki domowe i opiekuńcze w ich domu powinny być dzielone po równo. W praktyce jednak większość rodziców deklaruje, że w ich związkach to kobiety wykonują większą część tych obowiązków. Ponadto, badanie PIE pokazało, że satysfakcja z podziału obowiązków domowych ma istotny wpływ na chęć powiększenia rodziny. Najnowsze badanie eksperymentalne PIE sugeruje, że większa świadomość wzajemnych celów, w tym różnic w motywacji między partnerami, może sprzyjać bardziej efektywnemu podziałowi obowiązków.

Przejrzysta komunikacja zmniejsza lukę w podziale obowiązków

Zadanie eksperymentalne przydzielane niezależnie każdej z 99 badanych par imitowało prostą czynność domową i polegało na wspólnym składaniu 50 ręczników. Para miała 30 minut na wykonanie zadania, przy czym to partnerzy sami musieli ustalić podział pracy. W myśl reguł eksperymentu poziom indywidualnej nagrody za wykonanie zadania był tym

większy, im mniej pracy wykonała dana osoba, ale pula nagród na wykonanie całego zadania pozostawała niezmienna. Uczestnicy, którym zależało na większej indywidualnej wypłacie musieli przekonać swoich partnerów/partnerki do większego wysiłku. Dodatkowo, w każdej parze jedna, losowo wybrana osoba mogła otrzymać premię, gdy para wykonała całe zadanie w odpowiednio krótszym czasie, co wprowadzało asymetrię motywacyjną. Pary podzielono też na dwie grupy. W jednej uczestnicy mogli swobodnie rozmawiać o swoich motywacjach, celach i strukturze nagród. W drugiej partnerom nie wolno było ujawniać ani sugerować źródła swojej motywacji.

Okazało się, że kobiety i mężczyźni inaczej reagują na narzucone im bodźce motywacyjne. W warunku braku przejrzystości mężczyźni objęci indywidualnym bodźcem motywacyjnym wnosili znacząco większy wkład niż kobiety objęte takim samym bodźcem. Różnicę tą można interpretować jako przejaw selektywnej reakcji mężczyzn na indywidualny cel zadaniowy, mimo że odbywało się to kosztem ich własnego wynagrodzenia. Niższy wkład kobiet w tych samych warunkach odzwierciedlał natomiast racjonalną reakcję na ogólną strukturę systemu wynagradzania. Reakcja ta nie wynikała jednak z motywacji finansowej - była raczej manifestacją relacyjnego i wspólnotowego stosunku kobiet do realizacji zadań domowych. Przejrzystość komunikacji istotnie zwiększała wkład kobiet objętych indywidualnym bodźcem, natomiast nie miała wpływu na zachowanie mężczyzn. Praca w warunkach przejrzystości pokazała, że jawna komunikacja sprzyja bardziej zrównoważonemu podziałowi pracy.

„Dotychczas dysproporcje w podziale pracy tłumaczono najczęściej indywidualnymi preferencjami, utrwalonymi normami lub nierównym podziałem zasobów. Badanie PIE sugeruje, że zróżnicowanie podziału pracy domowej w zależności od płci jest także konsekwencją interakcji między orientacją motywacyjną a kontekstem informacyjnym, a nie tylko odzwierciedleniem statycznych preferencji związanych z płcią. Jest to o tyle dobra wiadomość, że asymetrię motywacyjną wynikającą z odmiennego postrzegania indywidualnych zadań można łatwiej modyfikować niż różnice strukturalne czy utrwalone indywidualne preferencje. Uświadomienie sobie nawzajem w drodze otwartej komunikacji indywidualnych oczekiwań, możliwości i potrzeb względem zaangażowania drugiej strony w realizację zadań domowych realnie zwiększa efektywność podziału pracy” – komentuje dr Agnieszka Wincewicz-Price, kierownik zespołu ekonomii behawioralnej w PIE.

Polski Instytut Ekonomiczny to publiczny think-tank ekonomiczny z historią sięgającą 1928 roku. Jego obszary badawcze to przede wszystkim makroekonomia, energia, gospodarka światowa, gospodarka cyfrowa, ekonomia behawioralna oraz procesy społeczne. Instytut przygotowuje raporty, analizy i rekomendacje dotyczące kluczowych

obszarów gospodarki oraz życia społecznego w Polsce, z uwzględnieniem sytuacji międzynarodowej.

Kontakt dla mediów:

Ewa Balicka-Sawiak

Rzecznik Prasowy

T: +48 727 427 918

E: ewa.balicka@pie.net.pl