***Informacja prasowa***

**3 września 2025 r.**

**Smartfon, Netflix czy drugi człowiek – bez czego dziś nie mogą żyć Polacy?**

**Wyniki ogólnopolskiego badania**

**Wyobraźmy sobie świat bez smartfonów, serwisów streamingowych i internetu. Dla wielu z nas pewnie brzmi to jak science fiction. A co, jeśli nagle zniknęliby bliscy? Najnowsze badanie SW Research[[1]](#footnote-1)1 zrealizowane dla Fundacji DKMS w sierpniu br. pokazuje, bez czego naprawdę nie mogą żyć Polacy. Wyniki mogą zaskoczyć, bo technologia - choć wszechobecna - wcale nie jest na pierwszym miejscu.**

**Rodzina wygrywa ze smartfonem**

**Bez czego lub kogo nie wyobrażamy sobie codziennego życia? Bez rodziny – to najczęstsza odpowiedź, którą wybrało w ogólnopolskim badaniu aż 48 proc. wszystkich respondentów. Jak pokazują wyniki,** jej znaczenie rośnie wraz z wiekiem. Wśród osób w wieku 42-55 lat odsetek wskazań na rodzinę wyniósł **54 proc.**, w przypadku środkowej grupy 27-41 lat - **50 proc,** a najmłodszej18-26 lat – **30 proc.** Co ciekawe, bardzo ważne w życiu tej ostatniej grupy są zwierzęta domowe, które uplasowały się *ex aequo* z rodziną – **30 proc.** wskazań.

**29 proc.** Polek i Polaków nie wyobraża sobie również życia bez spacerów, ruchu, natury, a **28 proc.** bez smartfona z dostępem do internetu.

**Zdrowie i rodzina – kluczowe wartości**

*Nikt się nie dowie, jako smakujesz, aż się zepsujesz* – pisał o nim Jan Kochanowski. Dziś, wieki później, doskonale rozumiemy sens tych słów. Badanie pokazuje, że **zdrowie** to dla Polaków wartość numer jeden – wskazało je aż **73 proc.** respondentów.

Ale i w tym przypadku doceniamy jego znaczenie wraz z wiekiem. Zdrowie jest najistotniejsze dla badanych w wieku 42-55 lat **(77 proc.),** następnie dla 27-41 lat **(73 proc.).**, a najmniej spośród grup respondentów doceniają je najmłodsi ankietowani w wieku 18-26 lat **(63 proc.).**

Warto podkreślić, że w przypadku pytania o kluczowe wartości, raz jeszcze, tym razem na drugim miejscu, respondenci wskazali rodzinę **(70 proc.)**. W trio najczęściej wybieranych odpowiedzi znalazło się także poczucie bezpieczeństwa **(57 proc.).** Tuż za nim respondenci umieścili miłość, na którą wskazało **53 proc.** uczestników badania.

**Czujemy się potrzebni**

Badanie pokazało również, że **czujemy się potrzebni innym**. Aż **74 proc.** z nas wie, że ma ludzi, na których może liczyć, a **72 proc.** ma pewność, że są osoby, które ich potrzebują. Dla **75 proc.** respondentów życie bez najbliższych nie miałoby sensu. Odsetek wskazań w poszczególnych grupach wiekowych rośnie wraz wiekiem, co sugeruje, że wraz z dojrzewaniem coraz bardziej doceniamy relacje z ludźmi wokół nas.

### A co z sensem życia?

Prawie co trzeci Polak **(27 proc.)** **często zastanawia się nad tym, co nadaje jego życiu sens.** Młodsi (18-26 lat) robią to częściej **(30 proc.)** od pozostałych grup wiekowych, a tylko **4 proc.** badanych przyznaje, że nigdy nie ma takich refleksji.

**Nie mogę bez Ciebie żyć**

A co czulibyśmy, gdyby ktoś powiedział nam: „Nie mogę bez Ciebie żyć”? Okazuje się, że takie wyznanie w większości z nas wzbudziłoby **pozytywne emocje.** Najczęściej wskazywane przez respondentów były **radość (21 proc.)** i **szczęście (10 proc.)**. To pokazuje, nie tylko cenimy bliskość z innymi, ale także potrzebujemy zapewnienia, że jesteśmy dla kogoś ważni.

I choć te słowa kojarzą się z bliską, często romantyczną relacją, wybrzmiewają równie głośno w najnowszej kampanii społecznej Fundacji DKMS w kontekście pacjentów hematoonkologicznych i tych, bez których nie mogą żyć – dawców szpiku.

*Kiedy przygotowywaliśmy kampanię, zadaliśmy sobie pytanie: co czuje osoba, która nagle dowiaduje się, że choruje i potrzebuje przeszczepienia szpiku od dawcy niespokrewnionego? Jakie słowa mogłaby skierować do nieznajomego, od którego zależy jej życie? Wtedy pojawiło się zdanie: „Nie mogę bez Ciebie żyć”. Bo w świecie pacjentów walczących z nowotworami krwi to nie jest metafora, ale rzeczywistość – bez swojego dawcy często nie mają szans na pokonanie choroby. To przesłanie stało się osią najnowszej kampanii Fundacji DKMS. Wzięli w niej udział nie tylko młodzi aktorzy – Wiktoria Gąsiewska i Hubert Miłkowski – ale przede wszystkim prawdziwi pacjenci po przeszczepieniu szpiku, którzy najlepiej wiedzą, co znaczą te słowa. –* **mówi Agnieszka Wodzińska, Wiceprezes Fundacji DKMS.**

*W Polsce co 40 minut ktoś słyszy diagnozę nowotworu krwi, na świecie – co 27 sekund. Każdego roku ponad 800 pacjentów w naszym kraju zostaje zakwalifikowanych do przeszczepienia szpiku. 25 proc. znajduje go w rodzinie, ale aż 75 proc. czeka na pomoc zupełnie obcej osoby. Mam nadzieję, że ta kampania stanie się lustrem, w którym zobaczymy nie tylko siebie, ale też drugiego człowieka – kogoś, komu możemy realnie podarować życie.”* **– dodaje Agnieszka Wodzińska***.*

Według badania SW Research co **5.** respondent jest już zarejestrowany jako potencjalny dawca szpiku, a **53 proc**. osób niezarejestrowanych rozważyłoby zostanie dawcą, gdyby miało to uratować komuś życie (**24 proc.** – „tak, zdecydowanie”, **29 proc.** – „tak, ale mam obawy/wątpliwości”).

Więcej informacji o dawstwie szpiku, procesie rejestracji i drodze do zostania dawcą można przeczytać na stronie: [**http://www.dkms.pl/**](http://www.dkms.pl/).

**Więcej informacji o Fundacji DKMS:**[**http://www.dkms.pl/**](http://www.dkms.pl/)

\*\*\*

Misją Fundacji DKMS jest znalezienie dawcy dla każdego pacjenta na świecie potrzebującego przeszczepienia krwiotwórczych komórek macierzystych. Fundacja działa w Polsce od 2008 roku jako Ośrodek Dawców Szpiku w oparciu o decyzję Ministra Zdrowia oraz jako niezależna organizacja pożytku publicznego wpisana do KRS 0000318602. To największy Ośrodek Dawców Szpiku w Polsce, w którym zarejestrowanych jest się ponad 2 mln dawców, spośród których ponad 15 000 (maj 2025) oddało swoje krwiotwórcze komórki macierzyste lub szpik pacjentom zarówno w Polsce, jak i na świecie, dając im tym samym drugą szansę na życie. Aby zostać potencjalnym dawcą, wystarczy wejść na stronę [www.dkms.pl](http://www.dkms.pl/) i zamówić pakiet rejestracyjny do domu.

**Kontakt dla mediów:**

**Magdalena Przysłupska**

Rzeczniczka Prasowa

Fundacja DKMS

e-mail: magda.przyslupska@dkms.pl

tel. 662 277 904

1. 1Ogólnopolskie badanie pt. „Nie mogę żyć bez…” zrealizowane w sierpniu 2025 roku przez agencję badawczą SW Research metodą Cawi. W badaniu udział wzięła reprezentatywna próba Polek i Polaków (1010 osób) w wieku od 18. do 55. roku życia. [↑](#footnote-ref-1)