

# **Polscy Internauci wobec pomagania**

## Raport badawczy

**Warszawa, 25 stycznia 2012**

## Nota metodologiczna

- Głównym celem badania była analiza postaw internautów wobec pomagania. Badanie postaw obejmowało badanie wiedzy, opinii i zachowań związanych z pomaganiem, również w formie on-line.
- Badanie zostało przeprowadzone przez serwis StudentsWatch.pl we współpracy z Siepomaga.pl w dniach 15-31 grudnia 2011.
- Łącznie przebadano 1000 respondentów powyżej 16 roku życia, będących użytkownikami serwisów StudentsWatch.pl oraz Siepomaga.pl
- Badanie zrealizowane za pomocą metody indywidualnych wywiadów kwestionariuszowych on-line (CAWI)

## Wnioski (1)

- Najbardziej rozpowszechnioną formą niesienia pomocy za pośrednictwem internetu jest kliknięcie w baner lub link - w ten sposób przynajmniej raz w tygodniu pomaga 42 proc. internautów.
- W dalszej kolejności, choć znacząco rzadziej, internauci pomagają poprzez aktywność w serwisach społecznościowych. Przynajmniej raz na tydzień, prawie co trzecia osoba (31,8 proc) zachęciła swoich znajomych do udziału w akcji charytatywnej bezpośrednio lub zamieszczając ogłoszenie o takiej akcji.
- Niesienie pomocy jest częstym zjawiskiem wśród polskich internautów - cztery piąte (78,9 proc.) z nich zadeklarowało, że w ciągu ostatniego roku wsparli w pewnej formie pewną osobę, akcję lub organizację charytatywną. Co więcej, aż jedna trzecia z nich (27,2 proc. ogółu) czyni to w sposób regularny. Równie często wspierano organizacje, osoby indywidualne oraz akcje charytatywne. Wspierając organizację, przede wszystkim kierowano się działalnością i misją organizacji (36,6 proc. wskazań wśród osób wspierających organizację) oraz wygodnymi formami pomagania (19,2 proc.).

## Wnioski (2)

- Wśród pomagających najbardziej powszechną formą wsparcia okazała się pomoc finansowa (70,5 proc), z czego 58,6 proc. uczyniło to poprzez wysłanie SMS a prawie połowa (46,1 proc.) poprzez odprowadzenie podatku lub datek bezpośrednio osobie potrzebującej (43 proc.).
- Co trzecia pomagająca osoba (35,9 proc.) udzieliła wsparcia w formie pozafinansowej, przekazując swoją odzież (77 proc.), przekazanie produktów pierwszej potrzeby (62,6 proc.) lub biorąc udział w akcji zbierania zużytych materiałów (nakrętek, tonerów, telefonów) - 60,6 proc.
- Warto zwrócić uwagę na potencjał serwisów społecznościowych - aż 30,5 proc. wykorzystało je w celu niesienia pomocy potrzebującym. Najczęściej pomagano w serwisie Facebook (91,6 proc.) i nk.pl (28,2 proc.).

## Wnioski (3)

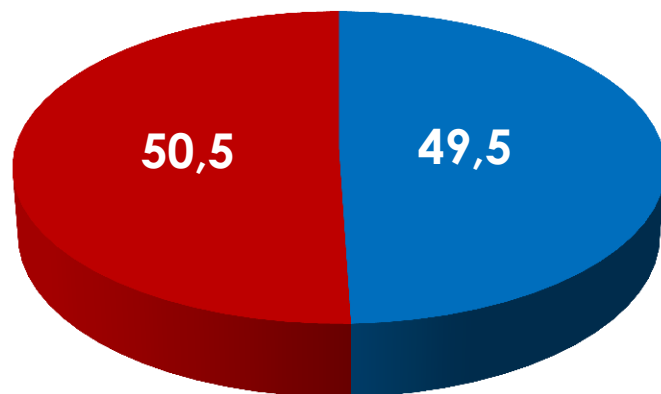
- Internauci deklarują, że sami pomagają najczęściej ze względu na swój system wartości i sumienie. Drugim czynnikiem jest poprawa samopoczucia oraz możliwość znalezienia się w podobnej sytuacji w przyszłości.
- Najmniejszy wpływ ma ich zdaniem, presja społeczna ("inni też tak robią") oraz możliwość upublicznienia swojej osoby. Wypowiadając się o reszcie społeczeństwa, kolejność pierwszych dwóch czynników pozostaje bez zmian. Warto zwrócić uwagę, że znacznie częściej przypisujemy innym instrumentalny charakter pomagania ("poprawa wizerunku w oczach innych").
- Najważniejszymi barierami pomagania są kolejno: zła sytuacja materialna oraz brak zaufania do autentyczności osób/ instytucji potrzebujących - tak wynika zarówno z deklaracji osób, które nie pomagają, jak i pomagających.
- Powyższe wyniki są spójne z deklaracjami na temat stylów pomagania - trzy czwarte internautów (76 proc.) przyznaje, że pomagałoby częściej, gdyby ich sytuacja finansowa uległa poprawie. Dwie trzecie (65,9 proc.) deklaruje, że pomagając czują się lepszymi ludźmi.

## Wnioski (4)

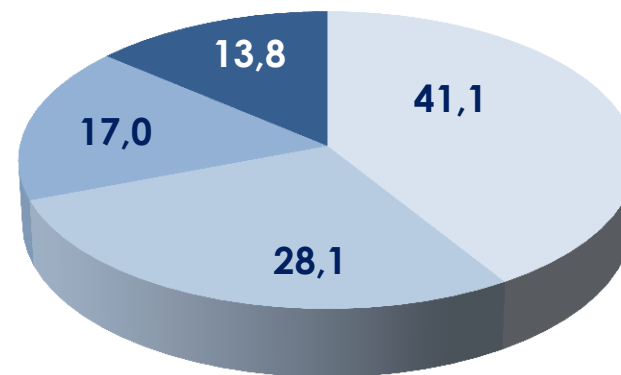
- Do najbardziej atrakcyjnych, a jednocześnie najbardziej skutecznych form niesienia pomocy zaliczają się: przekazanie 1 proc. podatku i przekazanie swoich rzeczy na cele charytatywne. Najczęstsza forma wsparcia, czyli kliknięcie w baner/link jest postrzegana jako wygodna, ale nie jako najbardziej skuteczna forma pomocy.
- Najmniej atrakcyjna i skuteczna postrzegana jest aktywność na swoim blogu/stronie internetowej lub forum tematycznym, przy czym aktywność w serwisach społecznościowych jest punktowana wyraźnie wyżej.
- Mimo, że znacząca większość (78,8 proc.) internautów uważa, że wpływ znanych postaci i celebrytów ma zachęcający wpływ na innych, to liderzy polskiego wolontariatu, czyli Jerzy Owsiak czy Anna Dymna postrzegani są jednocześnie jako osoby najbardziej kontrowersyjne. To właśnie one były najczęściej wymieniane jako angażujące się publicznie w akcje charytatywne, a jednocześnie jako wzory publicznego pomagania.
- Co ciekawe, zdaniem większości internautów w wolontariacie brakuje czołowych polityków, m.in. obecnego lub byłego Premiera RP oraz Prezydenta RP.

## Demografia próby – płeć i kategoria wiekowa

Proszę wskazać swoją płeć i kategorię wiekową



■ Kobieta    ■ Mężczyzna



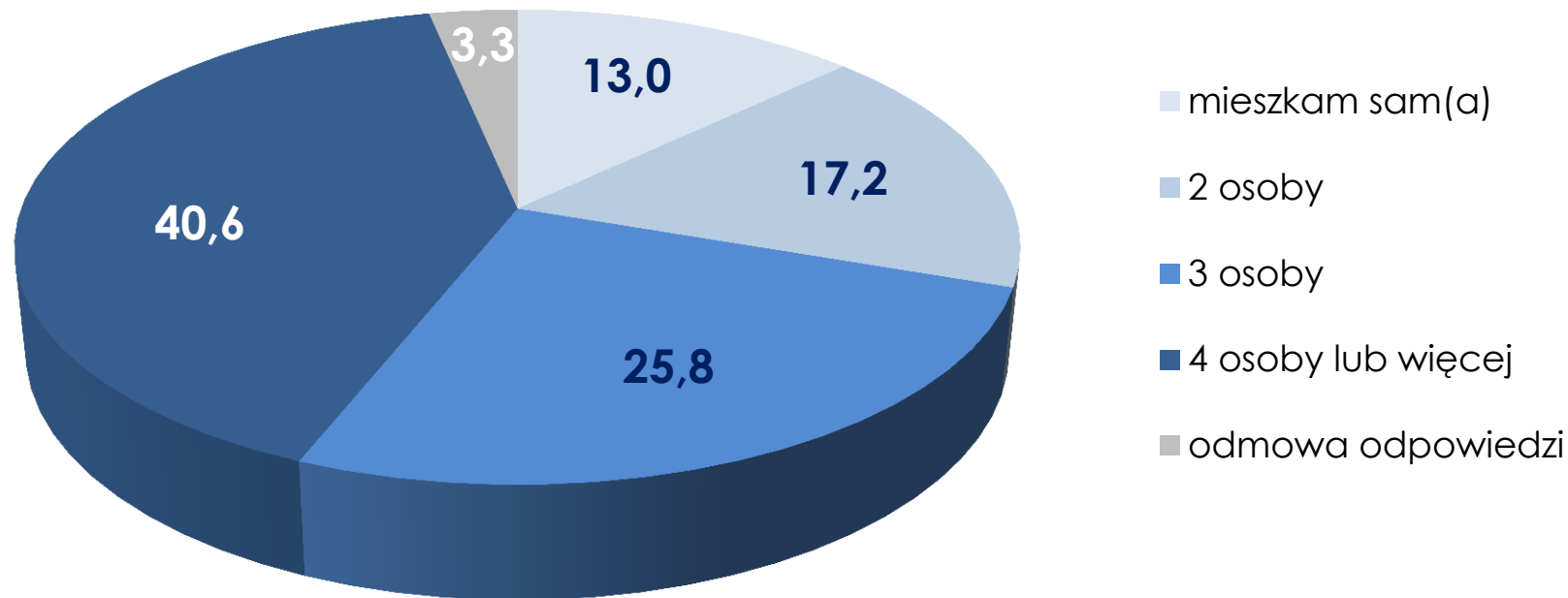
■ 16-25 lat    ■ 26-35 lat  
■ 36-45 lat    ■ 46 lub więcej lat

**N = 1000**

Wyniki w %

## Demografia próby – liczba osób w gospodarstwie domowym

Proszę powiedzieć, ile osób, łącznie z Panem (Panią) mieszka w Pana(i) gospodarstwie domowym?

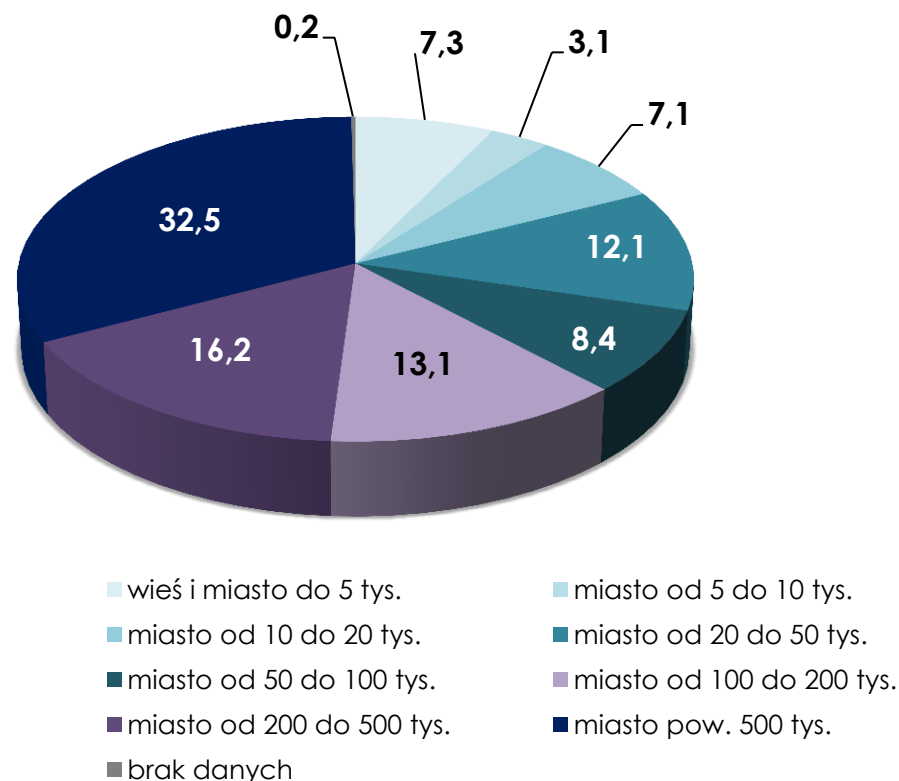
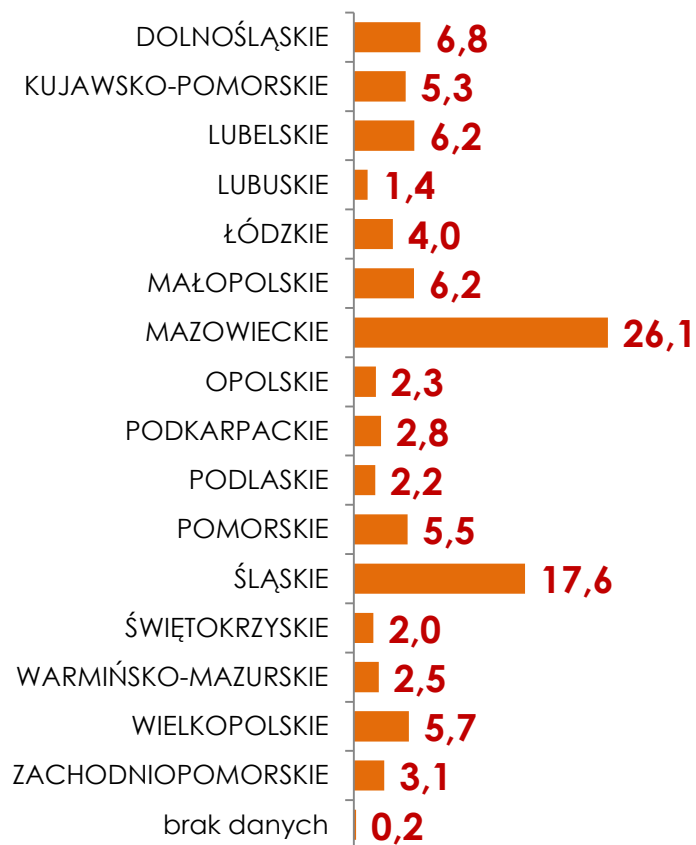


N = 1000

Wyniki w %

## Demografia próby – miejsce zamieszkania

Proszę podać województwo oraz klasę wielkości zamieszkania

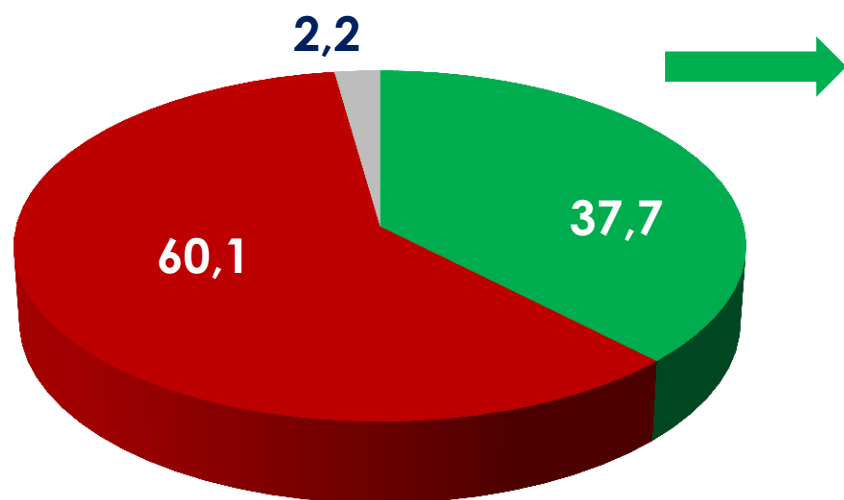


N = 1000

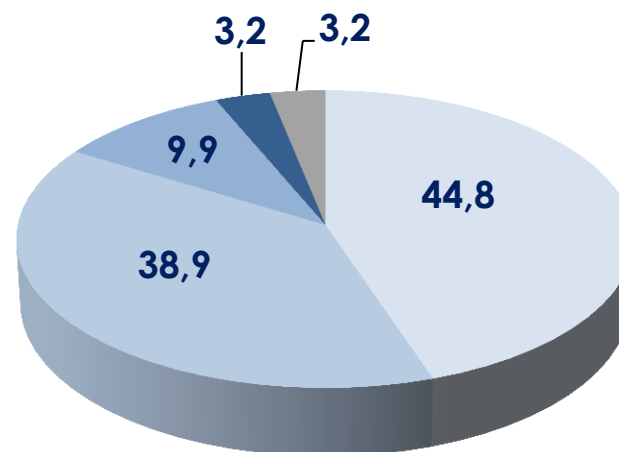
Wyniki w %

## Demografia próby – posiadanie dzieci

Czy ma Pan(i) dzieci? Jeśli tak, to ile dzieci Pan(i) posiada?



■ Tak ■ Nie ■ odmowa odpowiedzi



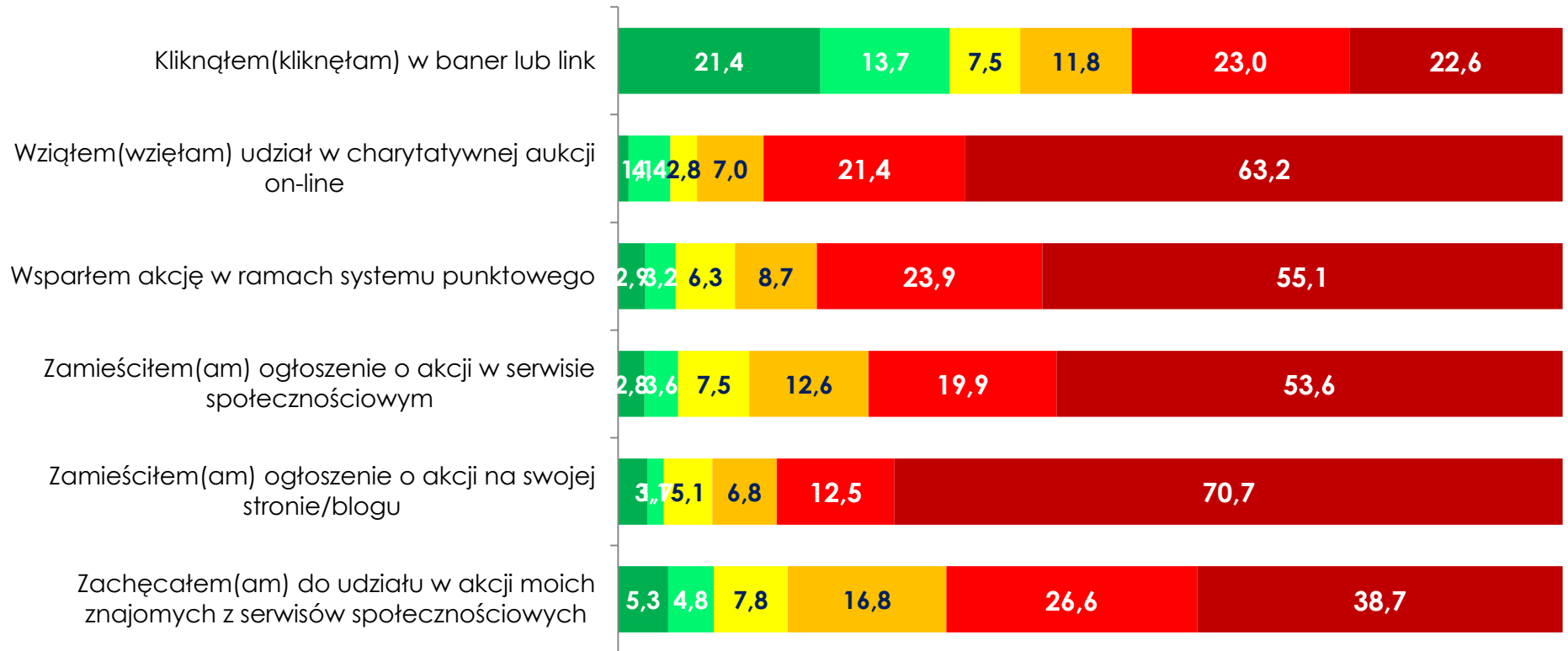
■ 1 ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ odmowa odpowiedzi

**N = 1000**

Wyniki w %

# Pomaganie w Internecie

Jak często w ciągu ostatnich 3 miesięcy pomógł(pomogła) Pan(i) za pośrednictwem Internetu w następujący sposób:

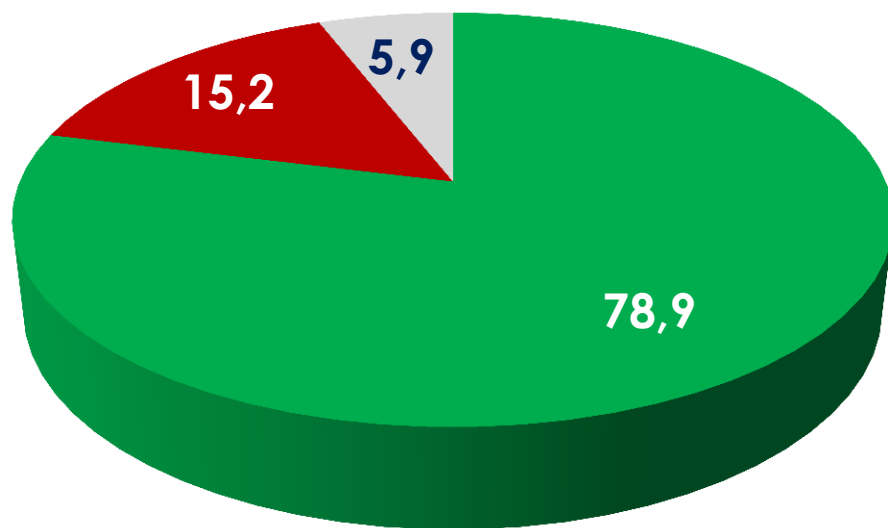


**N = 789**  
 Osoby, które w ciągu ostatnich 12 miesięcy wsparły osobę lub organizację

- Codziennie lub prawie codziennie
- Kilka razy w tygodniu
- Raz w tygodniu
- Kilka razy w miesiącu ale rzadziej niż raz w tygodniu
- Raz w miesiącu lub rzadziej
- W ogóle nie pomógł(am) w ten sposób

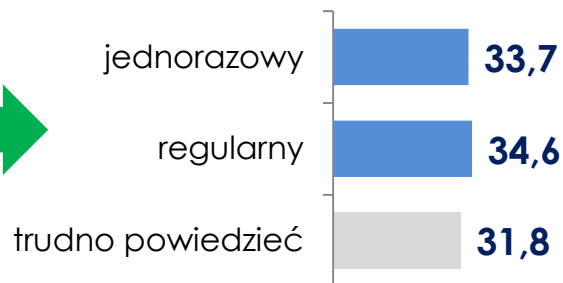
## Zachowania związane z pomaganiem - ogółem

Czy w ciągu ostatnich 12 miesięcy wsparł(a) Pan(i) jakąś akcję, organizację pożytku publicznego lub osobę indywidualną w dowolnej formie (np. pomoc finansowa, osobista aktywność)

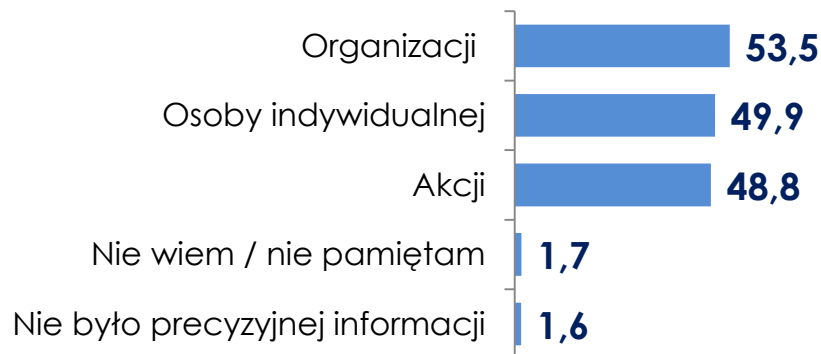


■ Tak ■ Nie ■ Nie pamiętam

Czy wsparcie, jakiego Pan(i) udzielił(a) w ciągu ostatnich 12 miesięcy miało charakter :



Czy wsparcie, jakiego Pan(i) udzielił(a) w ciągu ostatnich 12 miesięcy dotyczyło:



Wyniki w %  
N=1000

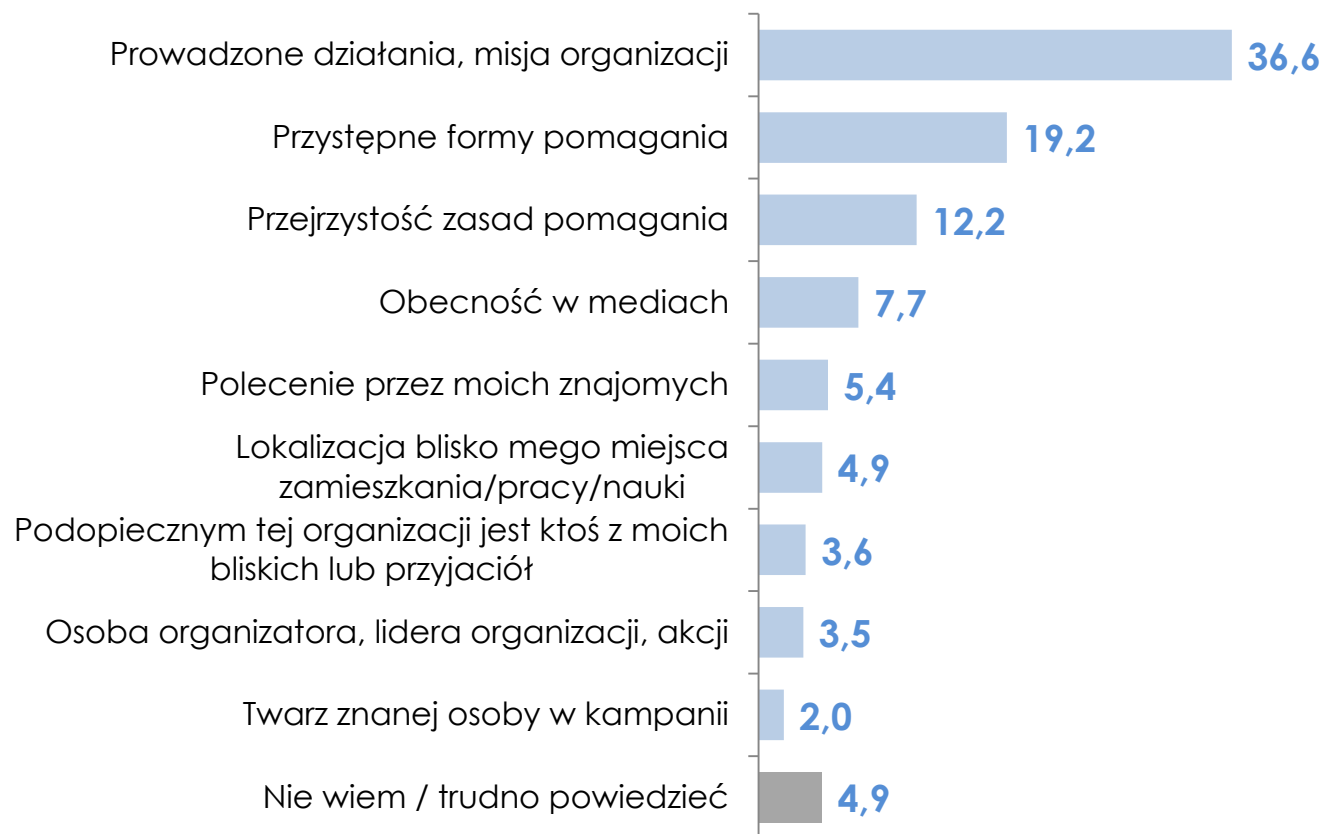


STUDENTSWATCH.PL

SPOŁECZNOŚCIOWY SERWIS BADAWCZY

## Motywacje wsparcia organizacji

Co zdecydowało w pierwszej kolejności o wsparciu konkretnej organizacji?

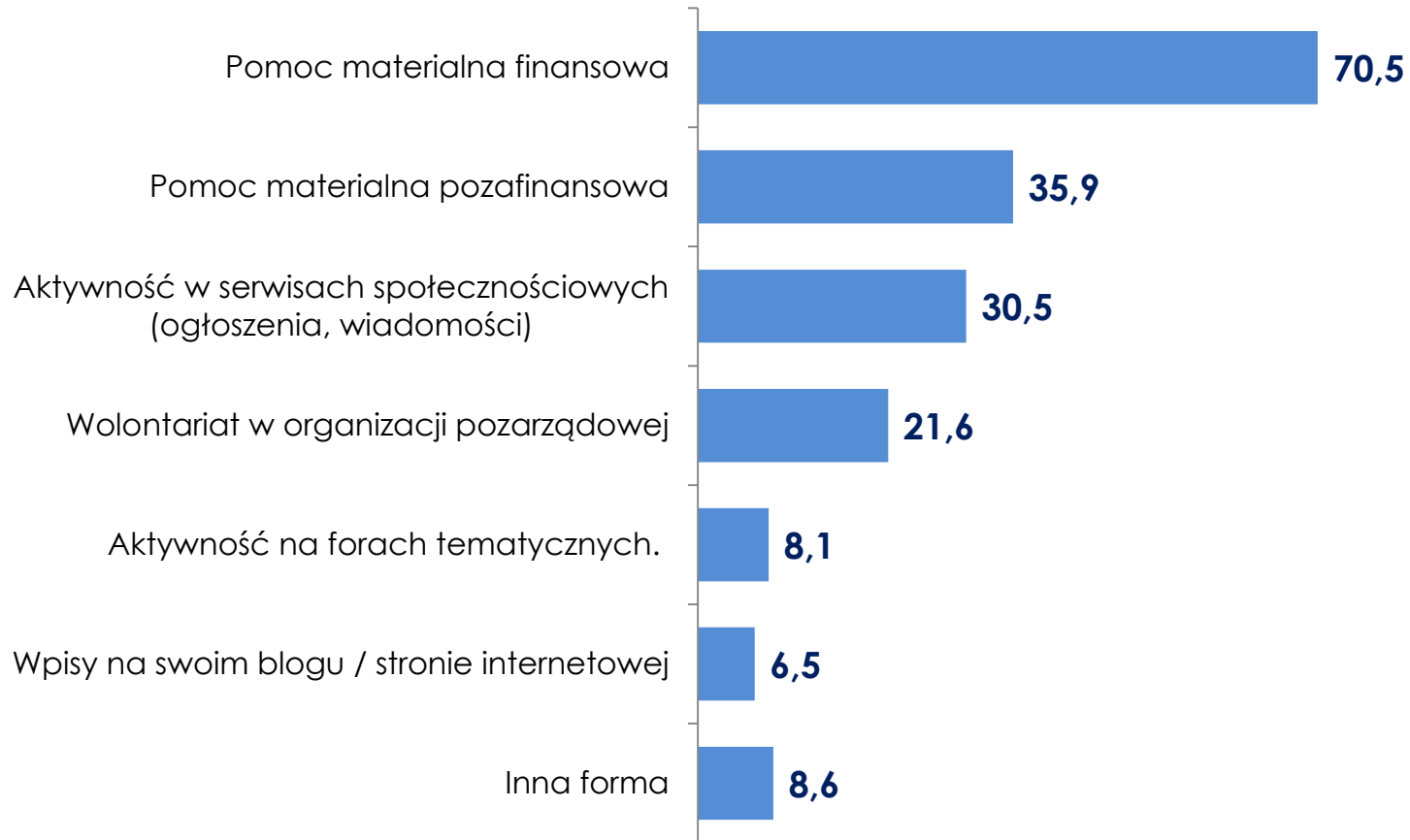


**N = 422** – osoby, które zdecydowały się wesprzeć organizację

Wyniki w %

## Najczęstsze formy wsparcia

Jakie to były formy wsparcia?



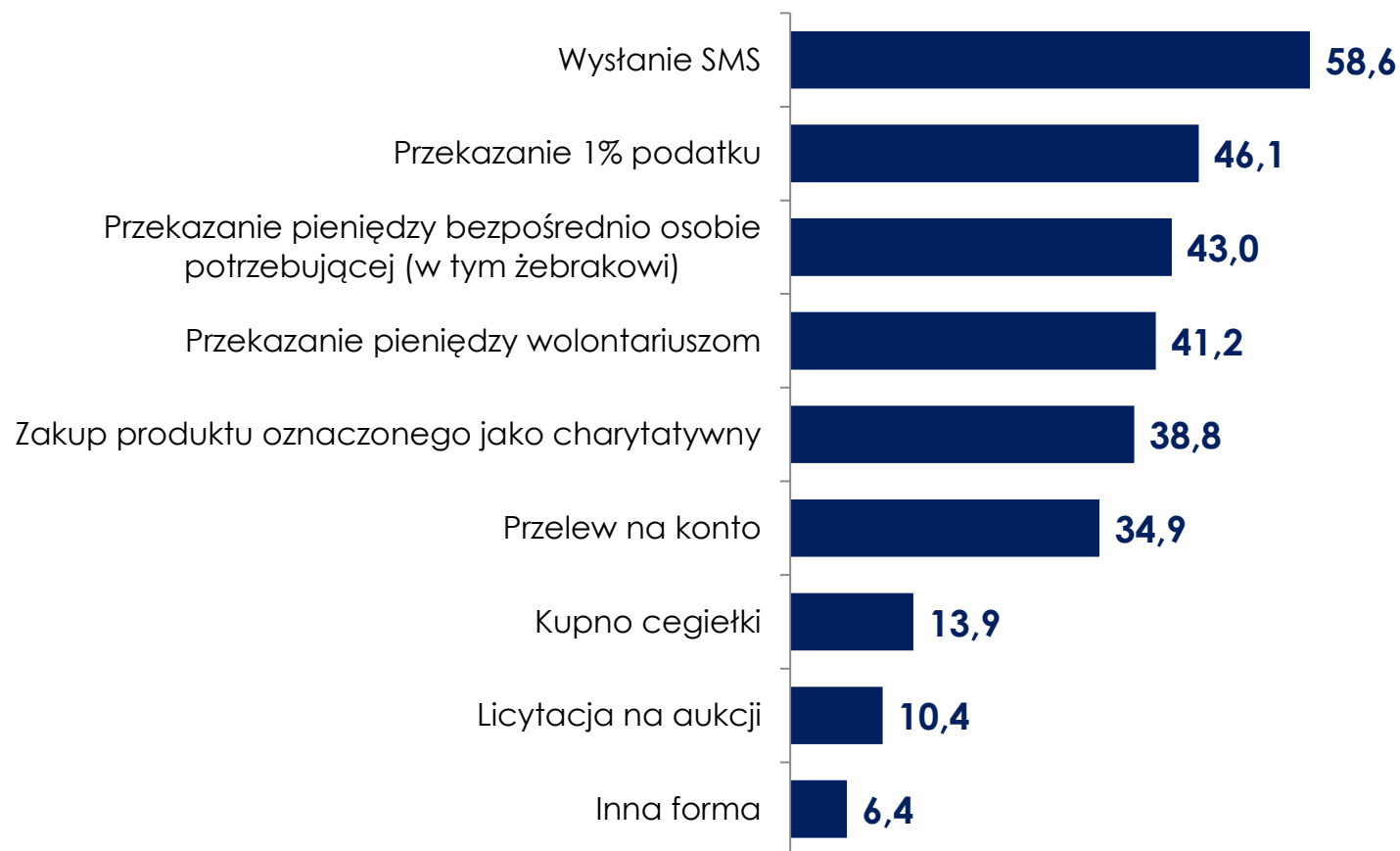
**N = 789** – osoby, w ciągu ostatnich 12 miesięcy wsparte osobę lub organizację

Wyniki w %

Suma odsetków nie sumuje się do 100%, gdyż respondenci mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź

## Najczęstsze formy wsparcia finansowego

Jakie to były formy pomocy finansowej?



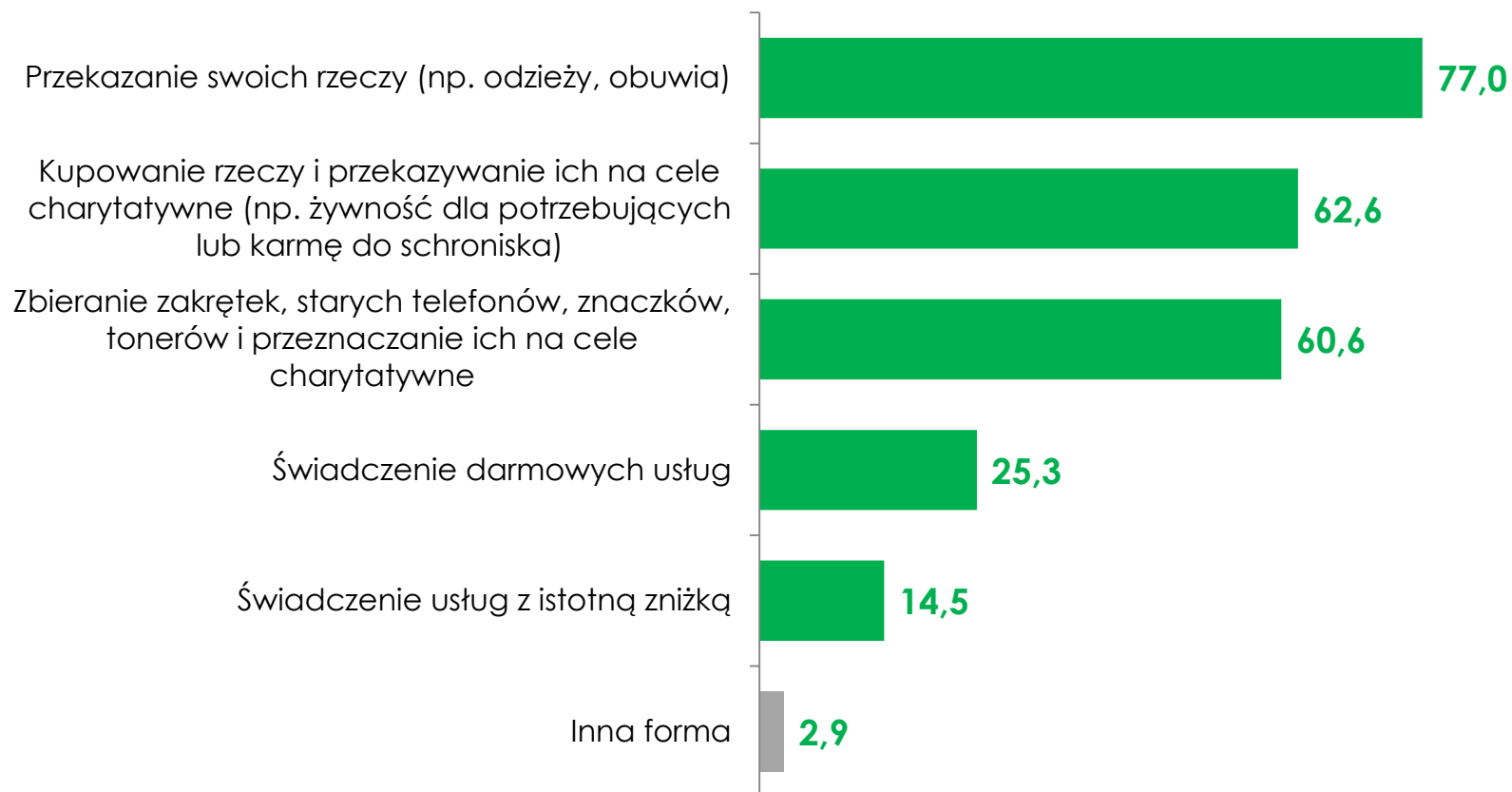
**N = 556** – osoby, które wsparły osobę lub organizację w formie finansowej

Wyniki w %

Suma odsetków nie sumuje się do 100%, gdyż respondenci mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź

## Najczęstsze formy wsparcia pozafinansowego

Jakie to były formy pomocy pozafinansowej?



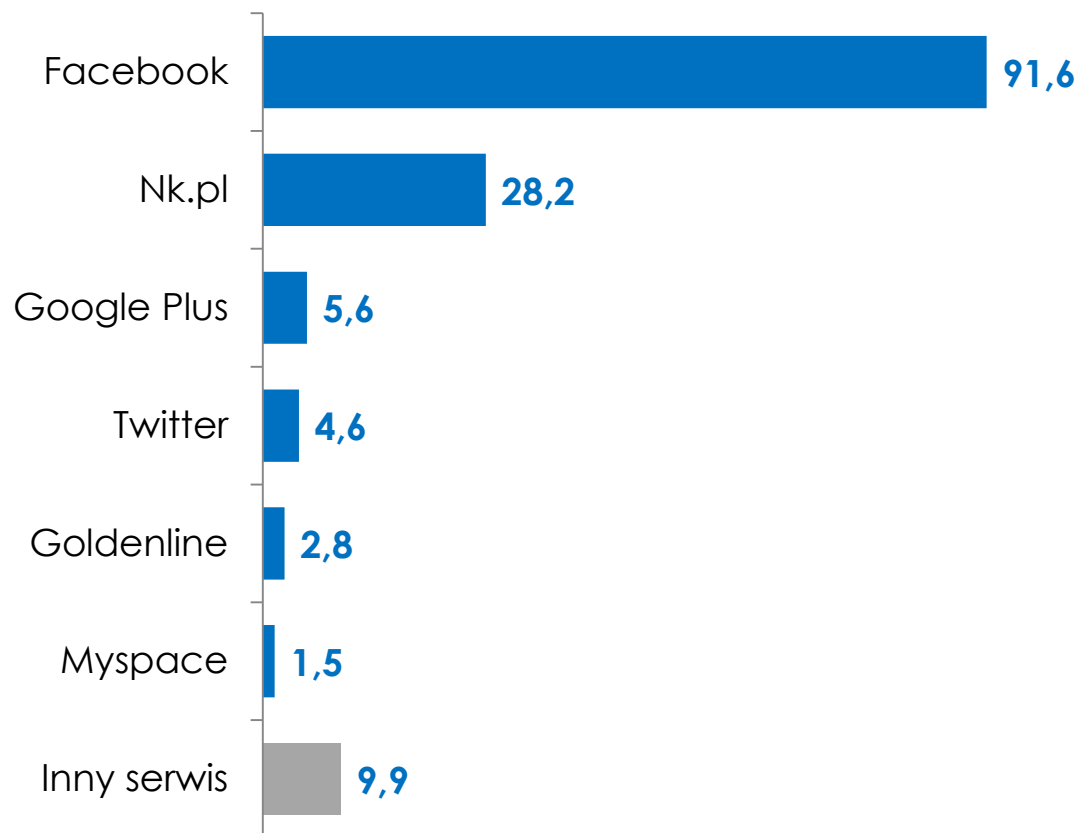
**N = 283** – osoby, które wsparły osobę lub organizację w sposób pozafinansowy

Wyniki w %

Suma odsetków nie sumuje się do 100%, gdyż respondenci mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź

## Najczęstsze formy wsparcia w mediach społecznościowych

Proszę wymienić serwisy społecznościowe, na których wsparł(a) Pan/i organizację pożytku publicznego lub osobę indywidualną poprzez swoją aktywność



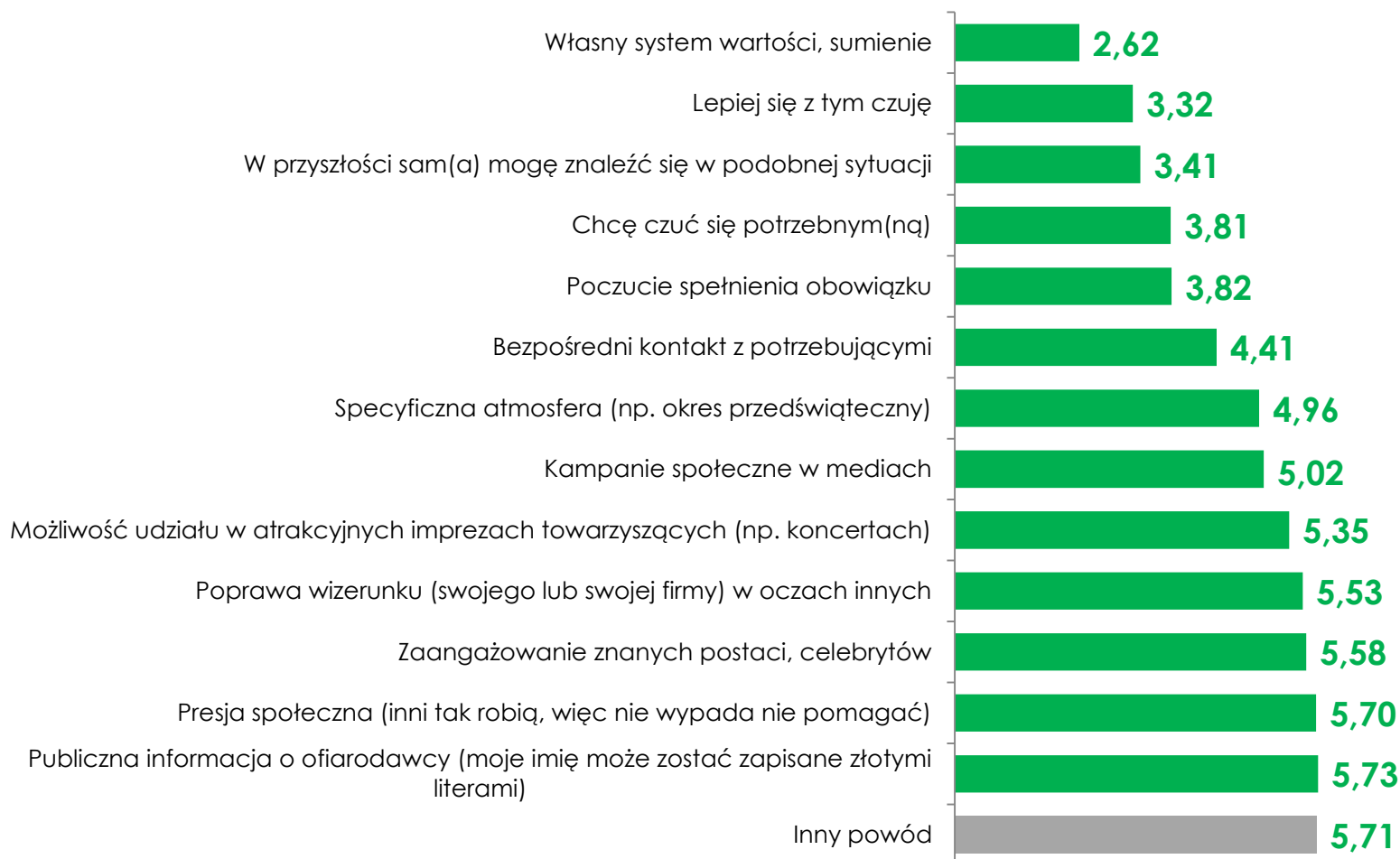
**N = 241** – osoby, wsparły osobę lub organizację w mediach społecznościowych

Wyniki w %

Suma odsetków nie sumuje się do 100%, gdyż respondenci mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź

## Główne motywacje do pomagania – ranking czynników

Proszę powiedzieć, co skłania Pana (Panią) do pomagania innym



**N = 789** – osoby, w ciągu ostatnich 12 miesięcy wsparły osobę lub organizację

Średnia ranga na skali 1-6

Im wyższy poziom rangi, tym wyższy poziom ważności danego elementu dla respondenta

## Główne motywacje do pomagania

Proszę powiedzieć, co **skłania innych do pomagania** innym



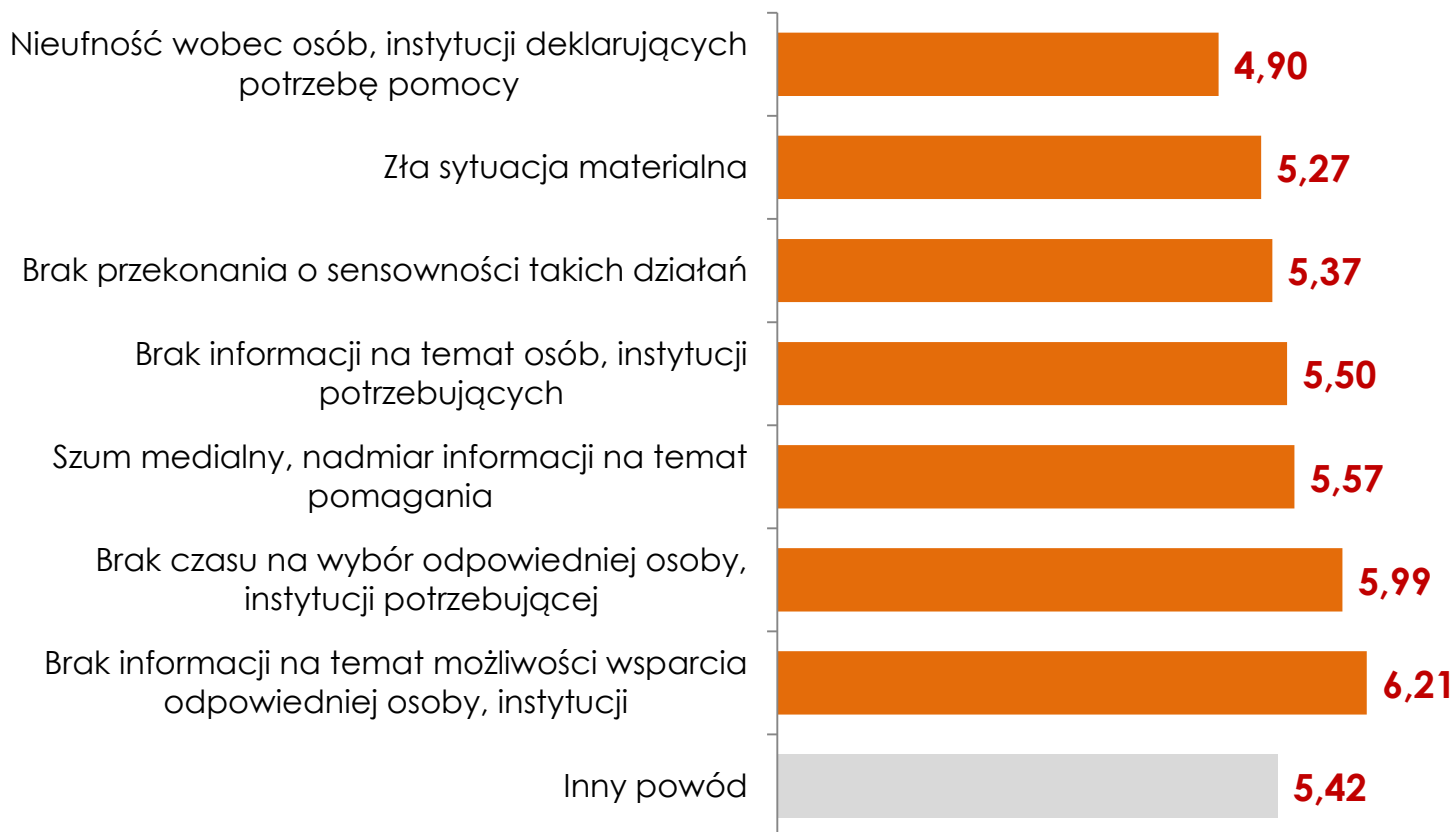
**N = 1000**

**Wyniki w %**

Suma odsetków nie sumuje się do 100%, gdyż respondenci mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź

## Główne bariery pomagania – ranking barier

Co **zniechęca Pana(nią)** do pomagania innym? Proszę uszeregować poniższe czynniki od najważniejszego do najmniej ważnego:

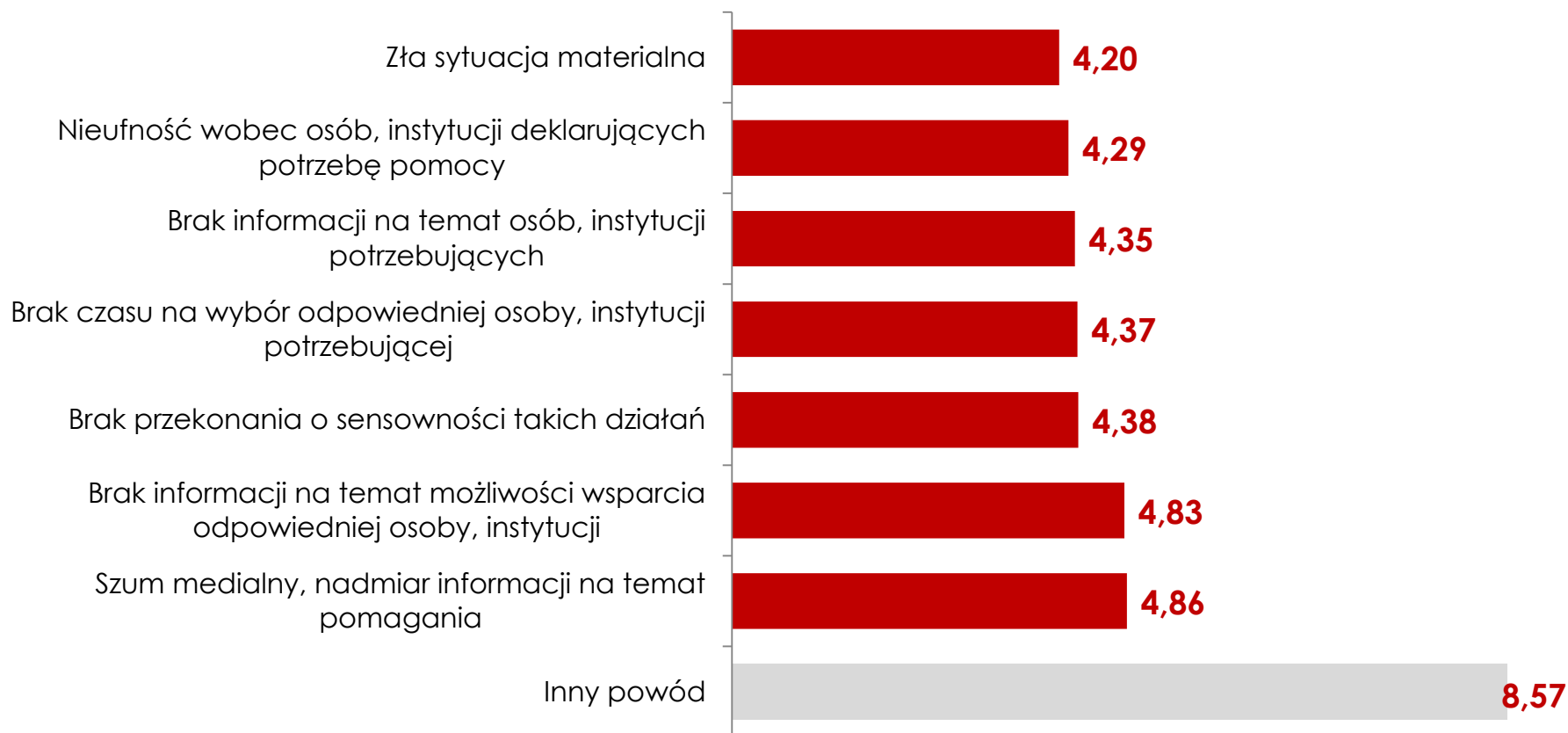


Średnia ranga na skali 1-9

Im wyższy poziom rangi, tym wyższy poziom ważności danego elementu dla respondenta

## Główne bariery pomagania – ranking barier

Co Pana(i) zdaniem **zniechęca innych** do pomagania? Proszę uszeregować poniższe czynniki od najważniejszego do najmniej ważnego:



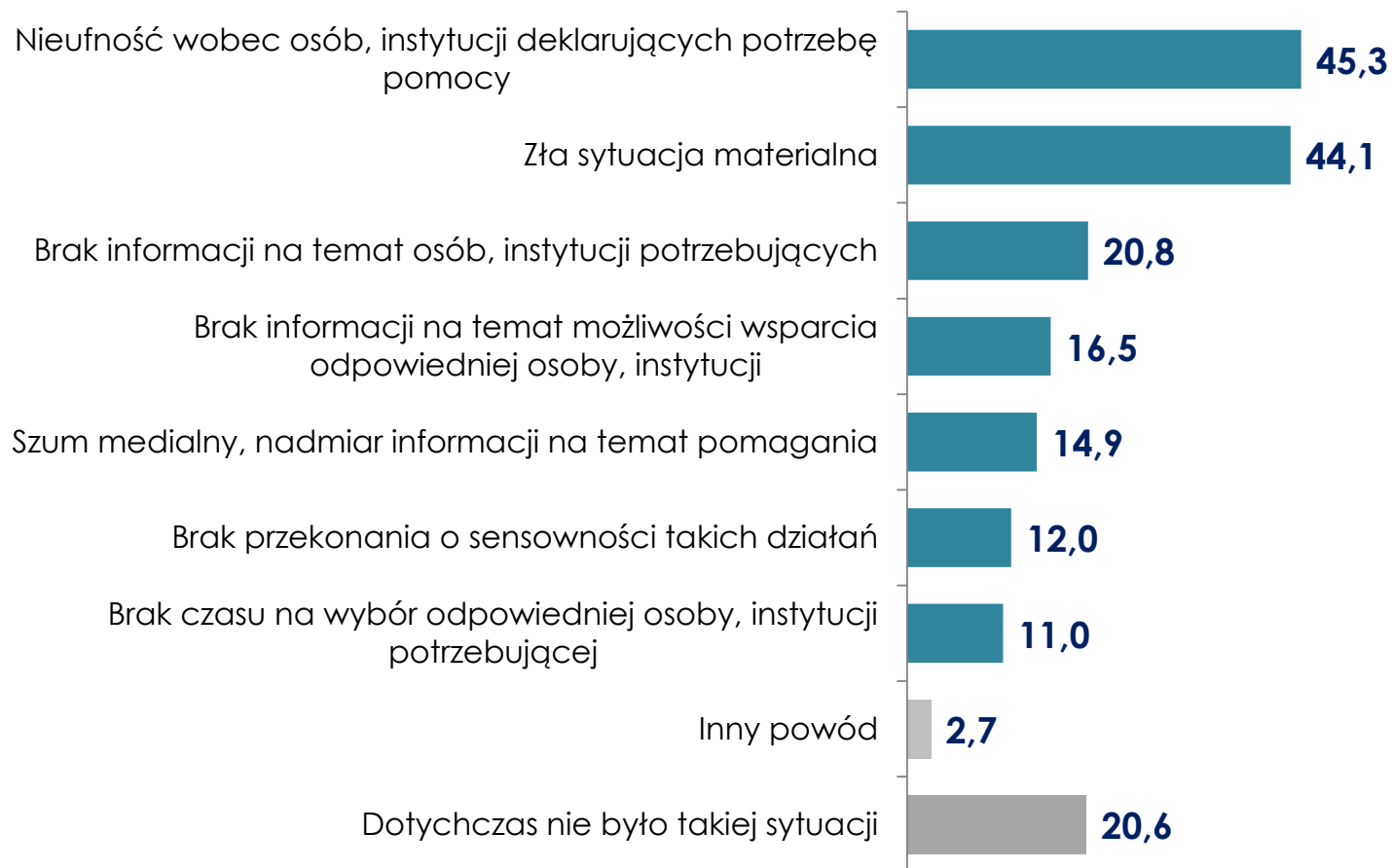
**N = 789** – osoby, w ciągu ostatnich 12 miesięcy wsparły osobę lub organizację

Srednia ranga na skali 1-9

Im wyższy poziom rangi, tym wyższy poziom ważności danego elementu dla respondenta

## Główne demotywatory pomagania

Co kiedykolwiek zniechęciło Pana(ią) do pomagania innym?

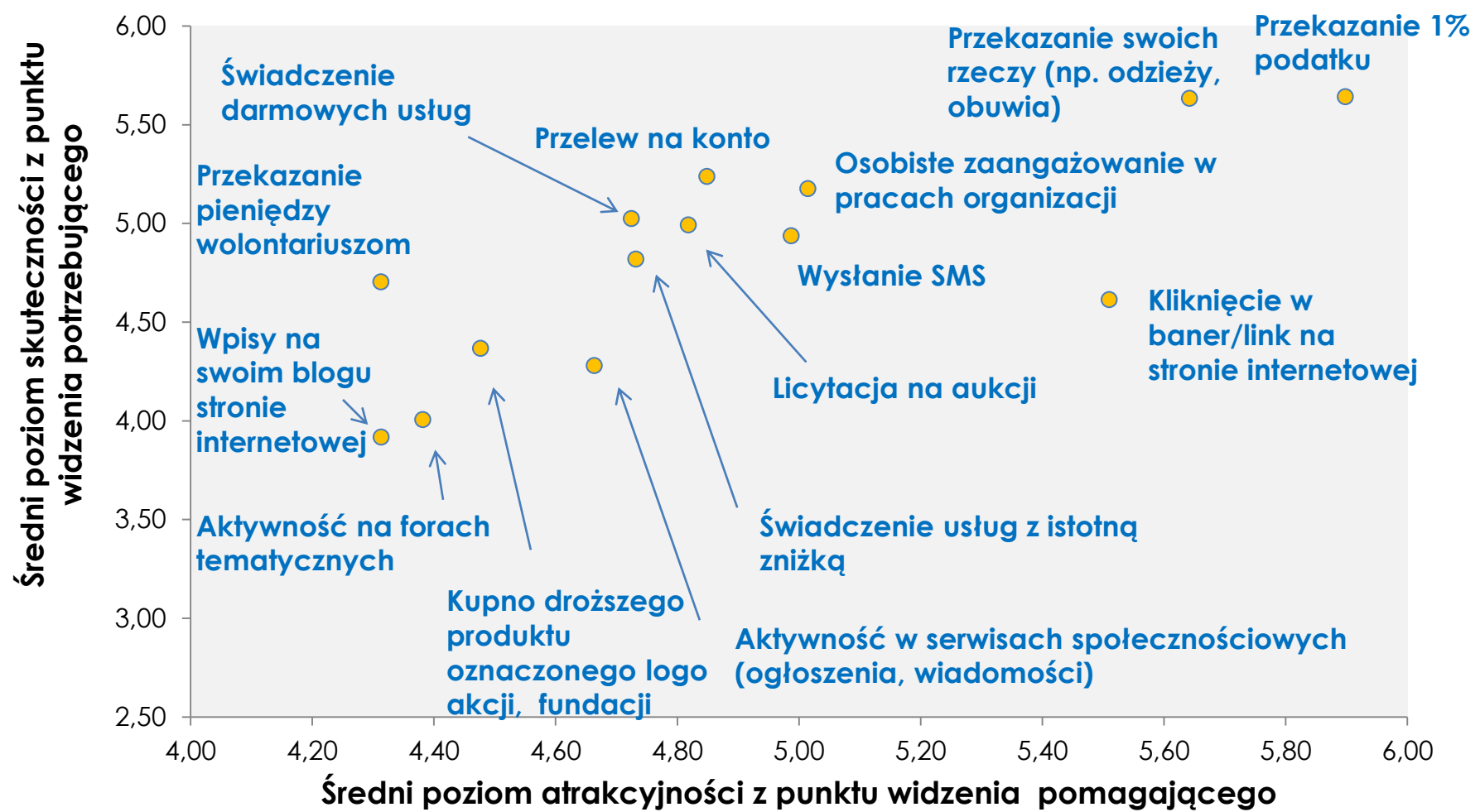


**N = 789** – osoby, w ciągu ostatnich 12 miesięcy wsparły osobę lub organizację

Wyniki w %

Suma odsetków nie sumuje się do 100%, gdyż respondenci mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź

# Atrakcyjność a skuteczność różnych form pomocy



N = 1000

Średnie na skali 1-7

## Twarze i anty-twarze pomagania

Spośród znanych Panu(i) osób obecnych w mediach (celebrytów, dziennikarzy, polityków, itp.), proszę wymienić jedną osobę, która Pana(i) zdaniem:

Zbyt często angażuje się publicznie w akcje charytatywne	Jest wzorem publicznego pomagania i powinna to dalej robić	Powinna angażować się publicznie w akcje charytatywne, ale tego jeszcze nie robił(a) lub robi to w sposób niewystarczający
Jerzy Owsiak	Jerzy Owsiak	Donald Tusk
Anna Dymna	Anna Dymna	Bronisław Komorowski
Małgorzata Kożuchowska	Bożena Walter	Jarosław Kaczyński

Wyniki w %

W każdej kolumnie pokazano nazwiska pierwszych trzech najczęściej wymienianych osób w danej kategorii

N = 1000

## Źródła wsparcia w trudnych sytuacjach

Do kogo zgłosił(a)by się Pan(i) w pierwszej kolejności w przypadku zaistnienia potrzeby otrzymania przez Pana(nią) pomocy.

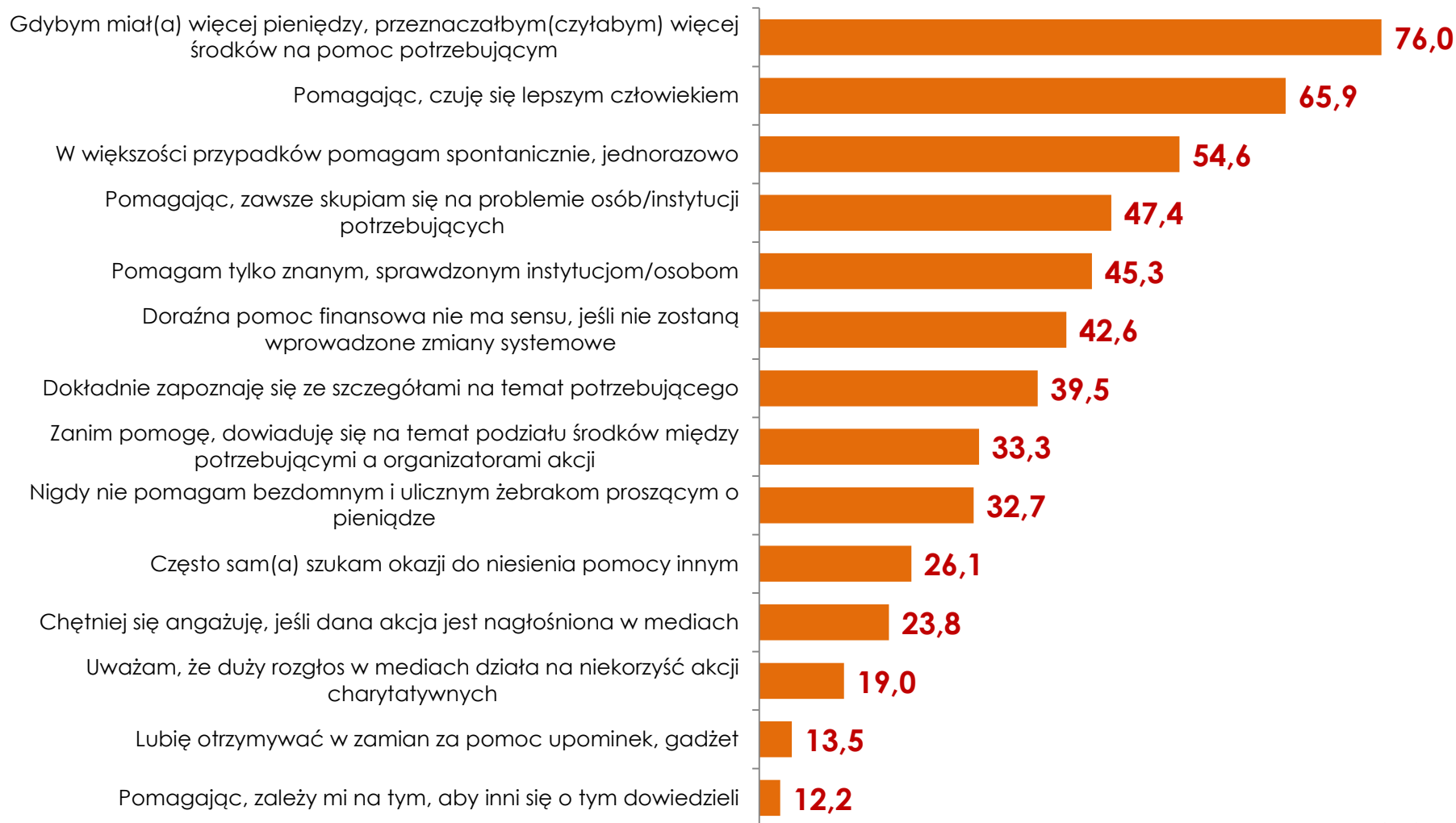


**N = 1000** – osoby, które popierają budowę elektrowni w Polsce

Średnie rangi na skali 1-8

## Style pomagania

Proszę ocenić, na ile zgadza się Pan(i) lub nie z poniższymi stwierdzeniami:

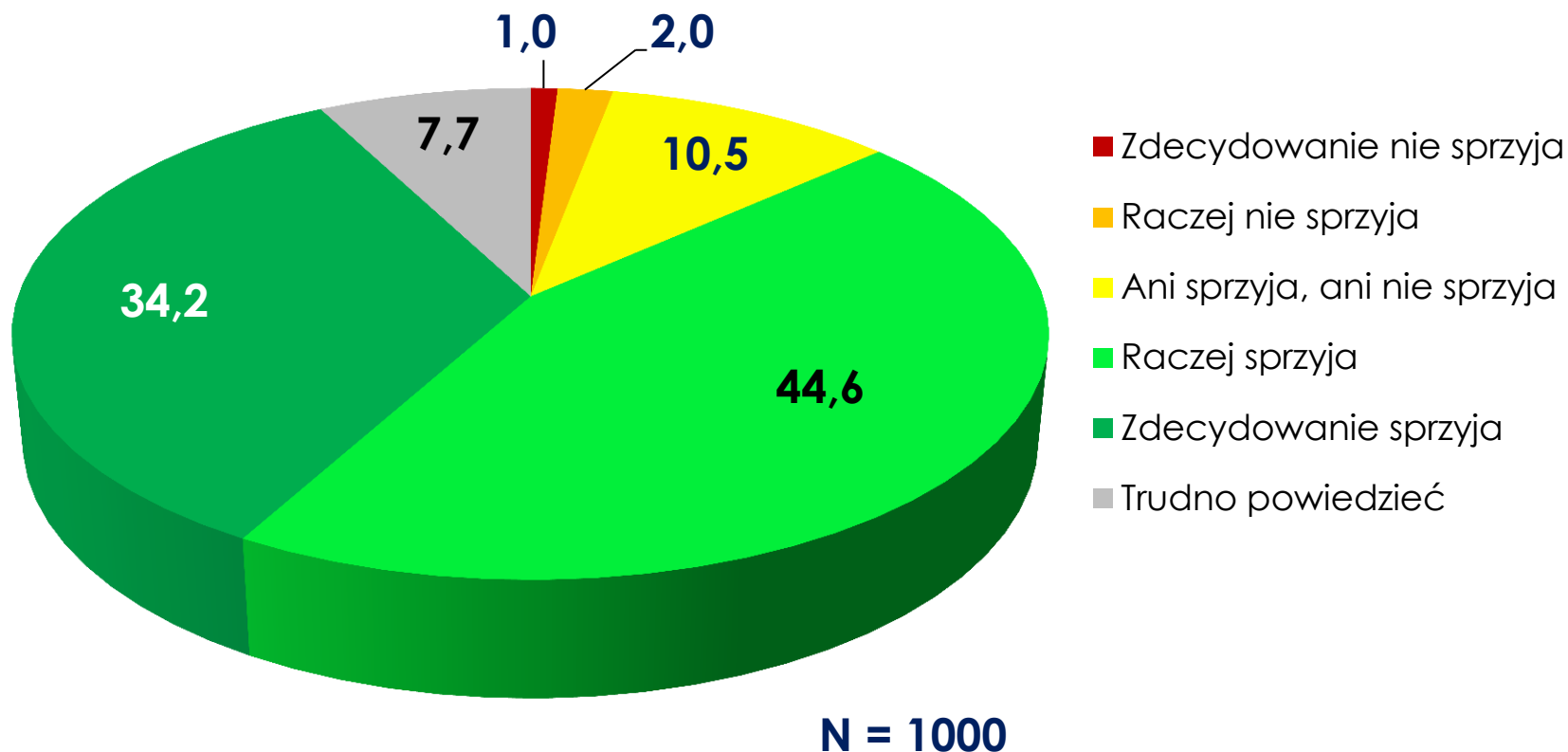


Wyniki w %

Przedstawiono sumy odsetków dla odpowiedzi: „zdecydowanie” i „raczej do mnie pasuje”

## Wpływ celebrytów na zachowania związane z pomaganiem

W jaki sposób zaangażowanie znanych osób (celebrytów, dziennikarzy, polityków) wpływa na niesienie pomocy przez inne osoby?



Wyniki w %



**Dziękujemy za uwagę!**

**Kontakt: StudentsWatch sp. z o.o.**

**[sw@studentswatch.pl](mailto:sw@studentswatch.pl)**

**533-987-335**

**511-088-084**

**[www.studentswatch.pl](http://www.studentswatch.pl)**

**Siepomaga.pl**

**[siepomaga@siepomaga.pl](mailto:siepomaga@siepomaga.pl)**

**61-639-33-47**

**[www.siepomaga.pl](http://www.siepomaga.pl)**