

An aerial photograph of a cobblestone plaza. The ground is paved with small, light-colored stones. Several groups of people are scattered across the plaza, some standing in small clusters and others walking. Long, dark shadows are cast across the ground, indicating a low sun position. A prominent shadow of a person in a bright yellow coat is visible in the lower-left quadrant. The overall scene is bright and clear.

**KANTAR PUBLIC** =

## Spontaniczna znajomość organizacji dobroczynnych

Styczeń 2017

K.002/17



## Informacje o badaniu

Jak co roku okres przedświąteczny, a także początek roku obfituje w różnego rodzaju akcje charytatywne, czy to Świąteczna Zbiórka Żywności, Szlachetna Paczka, czy Wielka Orkiestra Świątecznej Pomocy.

Na początku grudnia 2016 roku – podobnie jak w latach poprzednich – Polacy zostali zapytani o to, jakie organizacje dobroczynne znają, a także o to, jaki jest ich stosunek do pomagania innym ludziom i czy zgadzają się lub też nie, z różnymi stwierdzeniami dotyczącymi pomagania. Poniższy raport prezentuje otrzymane wyniki oraz ich porównanie z wynikami z lat poprzednich.



Termin badania: 2 – 7 grudzień 2016



Próba: ogólnopolska, reprezentatywna próba 1051 mieszkańców Polski, w wieku 15 i więcej lat

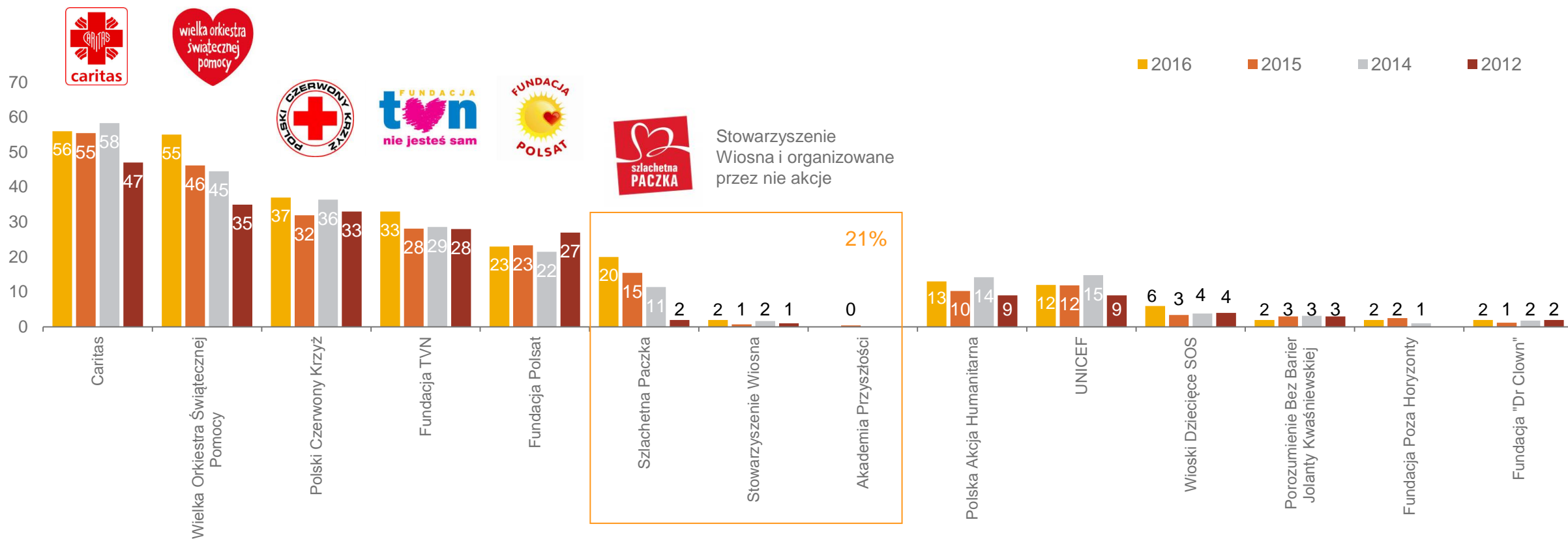


Technika: wywiady bezpośrednio wspomagane komputerowo (CAPI)

*“Cytowanie, publiczne odtwarzanie, kopiowanie oraz wykorzystywanie w innej formie danych, informacji i opracowań zawartych w tej publikacji jest dozwolone pod warunkiem podania źródła: Kantar Public (dawniej Zespół Badań Społecznych TNS Polska).”*

# Porównanie wyników spontanicznej znajomości organizacji – listopad 2012, grudzień 2014, grudzień 2015, a grudzień 2016

Jakie organizacje dobroczynne, czyli organizacje, które pomagają ludziom i zmieniają świat na lepszy, zna Pan(i) przynajmniej z nazwy?



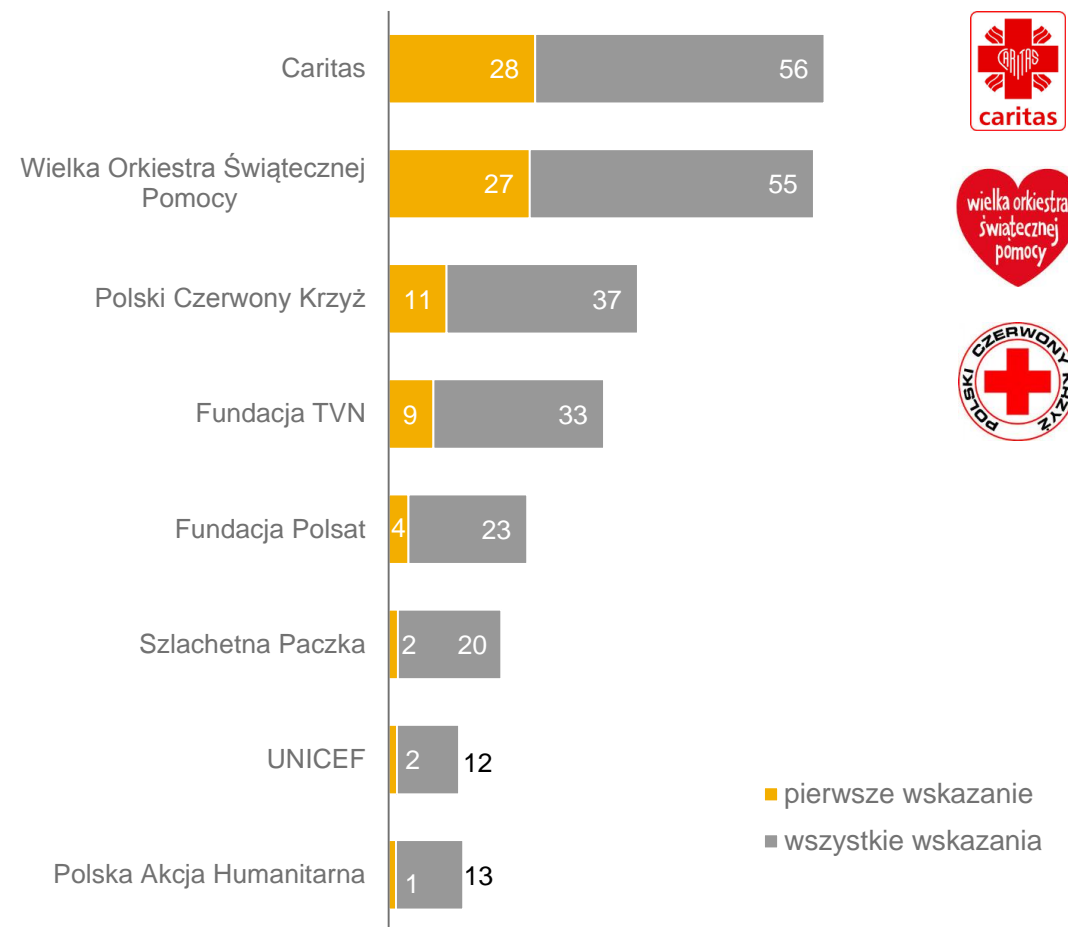
# Spontaniczna znajomość organizacji dobroczynnych wśród Polaków

14% Polaków poproszonych o podanie „z głowy” nazw organizacji dobroczynnych nie potrafi wskazać żadnej.

Najlepiej znaną organizacją w Polsce jest niezmiennie od kilku lat Caritas. Spontanicznie w pierwszej kolejności wspomina o tej organizacji 28% badanych, a ogółem zna i potrafi wymienić spontanicznie jej nazwę ponad połowa Polaków – 56%. W grudniu 2016 roku Wielka Orkiestra Świątecznej Pomocy uzyskała niemal taki sam rezultat co Caritas i obydwie organizacje ex aequo prowadzą w rankingu. Spontaniczna znajomość WOŚP stopniowo rośnie od 2012 roku, a w ostatnim pomiarze w porównaniu do grudnia 2015 odnotowano wzrost o 9 punktów procentowych.

W trzeciej kolejności Polacy najczęściej mówią o Polskim Czerwonym Krzyżu (37%) oraz Fundacji TVN (33%). Jednej czwartej z nas dobrze znana jest również Fundacja Polsat (23%) oraz Stowarzyszenie Wiosna i organizowane przez nie akcje (21%) w tym przede wszystkim Szlachetna Paczka, którą w grudniu 2016 roku wymieniło aż 20% Polaków – o 5 punktów procentowych więcej niż w roku poprzednim.

Pozostałe organizacje dobroczynne są wymieniane dużo rzadziej i zajmują w ten sposób dalsze pozycje w rankingu.



# Przeczytam Panu(i) kilka stwierdzeń. Proszę powiedzieć, na ile zgadza się Pan(i) lub nie zgadza z każdym z nich



\*Różnica odsetka odpowiedzi „zgadzam się” i „nie zgadzam się”. Jego dodatnia wartość oznacza, że więcej osób zgadza się z danym stwierdzeniem niż nie zgadza się.

## Czy jesteśmy skłonni do pomocy?

Polacy mają częściej skłonności do deklarowania opinii o wydzwisku altruistycznym niż egoistycznym.

Niemal dziewięciu na dziesięciu Polaków (85%) sądzi, że dzieci powinny być nauczane o znaczeniu pomagania innym ludziom. Zdecydowana większość z nas deklaruje, że stara się oferować pomoc, jeśli w swoim otoczeniu dostrzega kogoś potrzebującego wsparcia (74%), a także byłaby skłonna dołożyć kilka groszy osobie stojącej obok w kolejce do kasy, której zabrakłoby ich do zapłacenia rachunku (65%). Co więcej, dla siedmiu na dziesięciu Polaków (68%) pomaganie innym jest jedną z największych radości w życiu, a połowa Polaków (53%) nie zgadza się z opinią, że pomaganie ludziom robi więcej szkody niż pożytku, ponieważ uczą się oni polegać na innych, a nie na sobie. Zdecydowana większość (73%) nie postrzega również pomagania jako straty czasu.

Jeśli chodzi o pomoc osobom w podeszłym wieku, to tyle samo badanych poczuwa się do tego obowiązku, co nie poczuwa, za wyjątkiem sytuacji, gdy osoby te byłyby członkami ich rodziny (37% wobec 39%). Co ciekawe, wiek nie różnicuje w tym względzie postaw

respondentów, natomiast znaczenie mają dwa inne czynniki – płeć i wykształcenie. Więcej empatii dla osób starszych przejawiają kobiety, jak również osoby z wykształceniem wyższym.

O tym, że pomaganie innym jest jedną z największych radości w życiu częściej przekonane są kobiety niż mężczyźni (72% wobec 64%). To one częściej też deklarują, że starają się oferować pomoc osobom w swoim otoczeniu, jeśli dostrzegają, że potrzebują one wsparcia (78% wobec 69%).

## Komentarz eksperta



Joanna Skrzyńska  
Kantar Public

„Liderzy organizacji pozarządowych w społecznej świadomości od lat pozostają niezmienni – Caritas, WOŚP i PCK. W górę systematycznie pnie się Szlachetna Paczka, dla której spontaniczna znajomość od roku 2012 do 2016 wzrosła aż dziesięciokrotnie (z 2% do 20%). Tak spektakularnego wzrostu nie odnotowała żadna inna organizacja. Tuż po finale Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy, gdy Caritas wyraził swoje poparcie dla tej akcji, przyjrzyjmy się tym dwóm najbardziej rozpoznawalnym organizacjom dobroczynnym. Wśród ogółu Polaków obydwie w równym stopniu wymieniane są jako pierwsze przychodzące do głowy (odpowiednio 28% i 27%). Co jednak ciekawe, to różnice wśród osób w różnym wieku. Jeśli chodzi o Caritas, to im respondent starszy, tym większa jest szansa, że wspomni o tej organizacji dobroczynnej na pierwszym miejscu. W przypadku WOŚP zależność jest odwrotna. Jako pierwszą Orkiestrę wymienia niemal połowa (47%) nastolatków, ale już raptem co piąty (19%) sześćdziesięciolatek lub osoba starsza. Choć więc Wielka Orkiestra Świątecznej Pomocy ma swoje lata i w ostatni weekend zagrała po raz 25-ty, to po ćwierć wieku Jurek Owsiak nadal świetnie komunikuje się z młodymi.”

Zapraszamy do kontaktu: Urszula Krassowska – Account Director, Kantar Public, e: [urszula.krassowska@kantarpublic.com](mailto:urszula.krassowska@kantarpublic.com); t: +48 22 598 97 11