

KAMPANIA „MOŻESZ TO ZMIENIĆ”

Raport badawczy



Warszawa, maj 2015

SPIS TREŚCI

	Slajdy
Metodologia badania	<u>3</u>
Szczegółowe wyniki badania	<u>4</u>
Kontakt	<u>12</u>

METODOLOGIA BADANIA

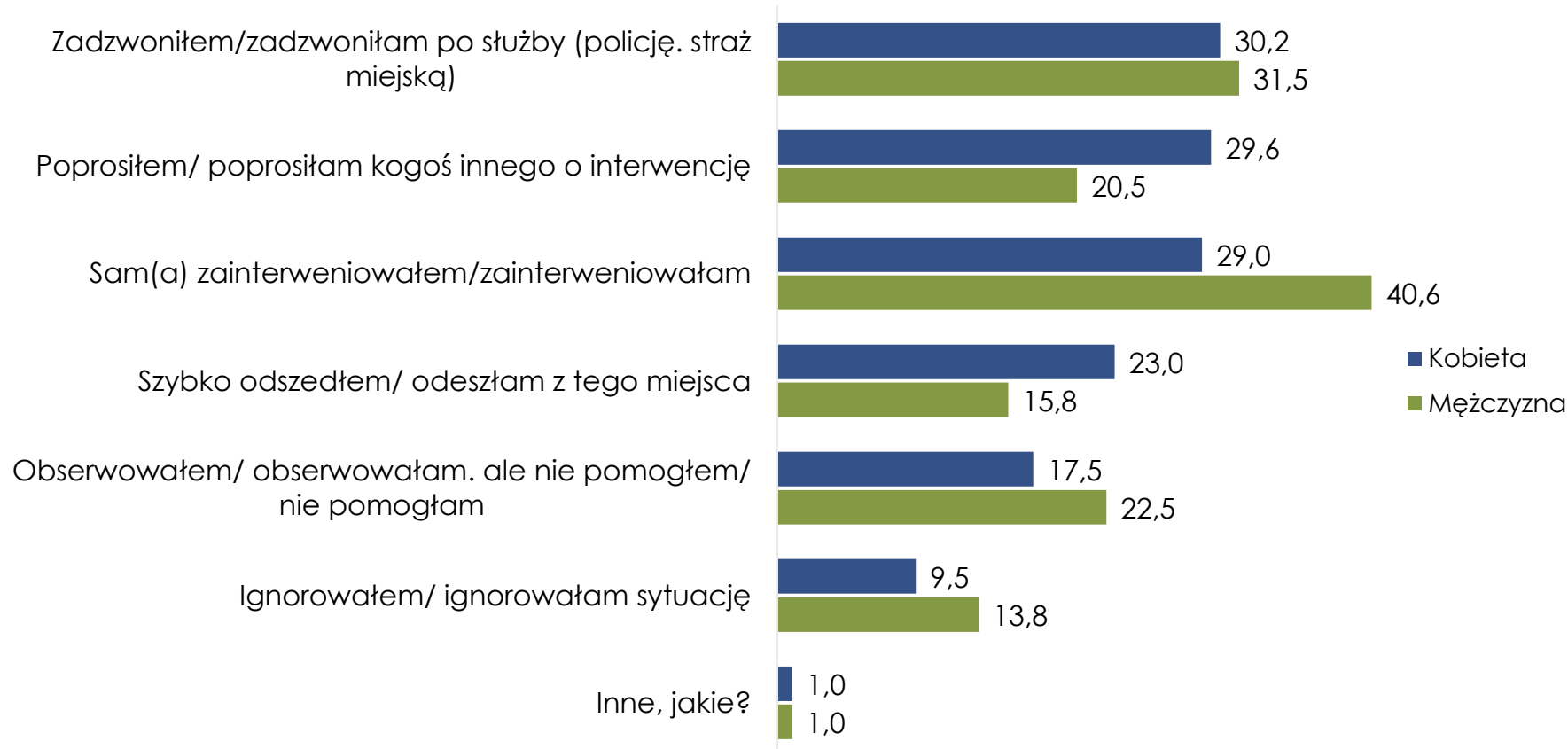
- ❖ Badanie zostało zrealizowane w dniach **4-15 maja 2015 r.** metodą indywidualnych wywiadów kwestionariuszowych online (CAWI) na próbie **1012 respondentów** – użytkowników ogólnopolskiego panelu **SW Panel**. W badaniu wzięły udział osoby w wieku 16+, z czego 80% stanowili mieszkańcy miejscowości pow. 20 tys. Oprócz danych deklaracyjnych, 272 osoby zostały przebadane za pomocą metodologii EmoTrack – pomiaru emocji reklamy opartego na mimice, przy zastosowaniu kamery internetowej
- ❖ Kwestionariusz badawczy został przygotowany przez agencję **SW RESEARCH**.

Szczegółowe wyniki badania



REAKCJE NA PRZEMOC W MIEJSCU PUBLICZNYM

Jak zareagowałeś/ zareagowałaś na sytuację przemocy w miejscu publicznym? Pomyśl o ostatnim takim zdarzeniu, którego byłeś/ byłaś świadkiem.



Możliwość wyboru wielu odpowiedzi

Pytanie skierowane do osób, które były świadkami przemocy

Dane w %

POWODY NIEREAGOWANIA NA SYTUACJE PRZEMOCY

Jak uważasz, dlaczego inni nie reagują w takich sytuacjach?



Możliwość wyboru wielu odpowiedzi

Pytanie skierowane do osób, które uważają, że inni nie reagują na sytuacje przemocy

Dane w %

PRZEMOC W MIEJSCU PUBLICZNYM

Z jaką formą przemocy w miejscu publicznym się spotkałeś/spotkałaś?



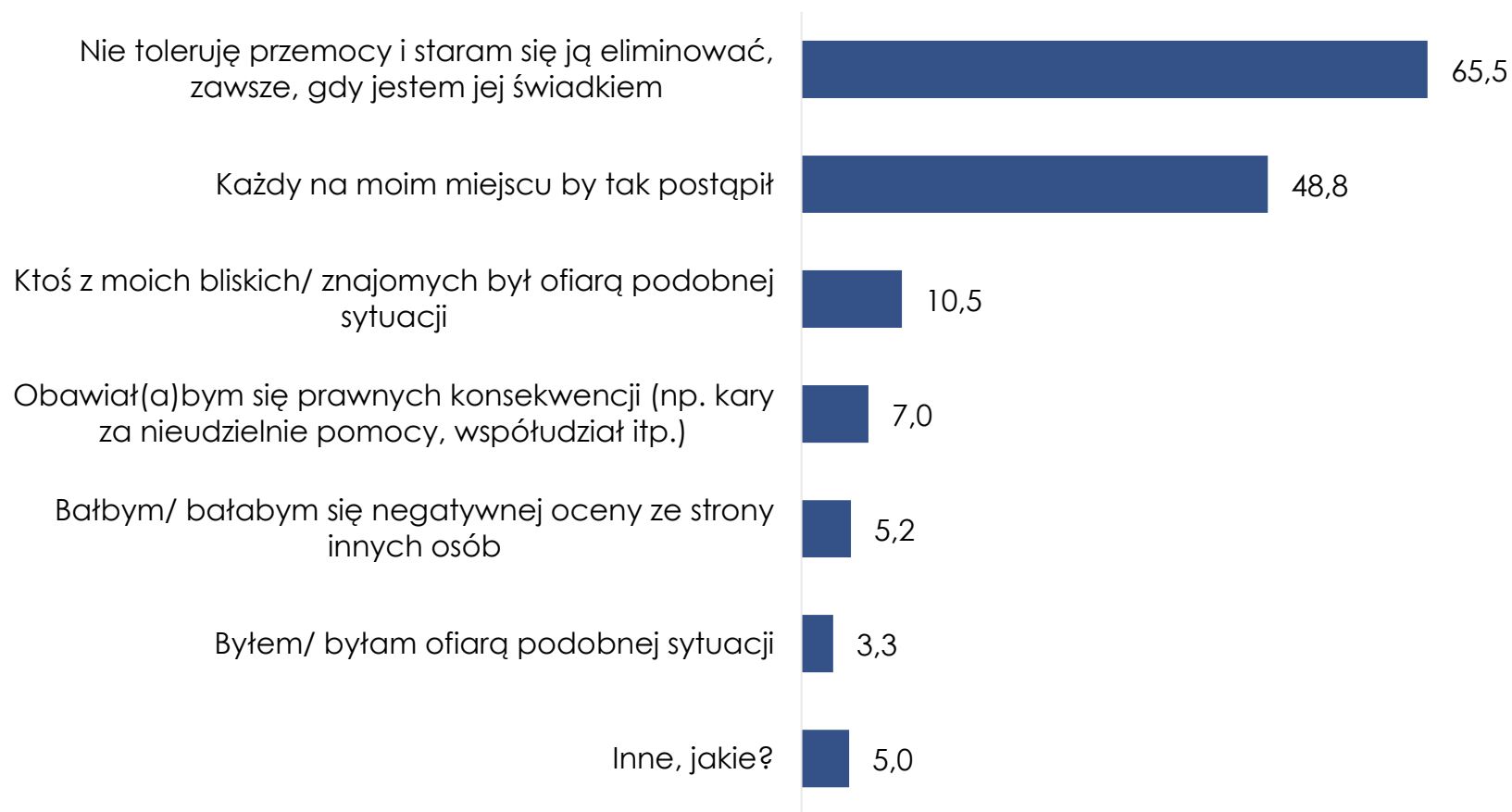
Możliwość wyboru wielu odpowiedzi

Pytanie skierowane do osób, które były świadkami przemocy

Dane w %

UDZIELENIE POMOCY W PRZYPADKU BYCIA ŚWIADKIEM PRZEMOCY

Co, przede wszystkim, skłoniłoby Cię do udzielenia pomocy?



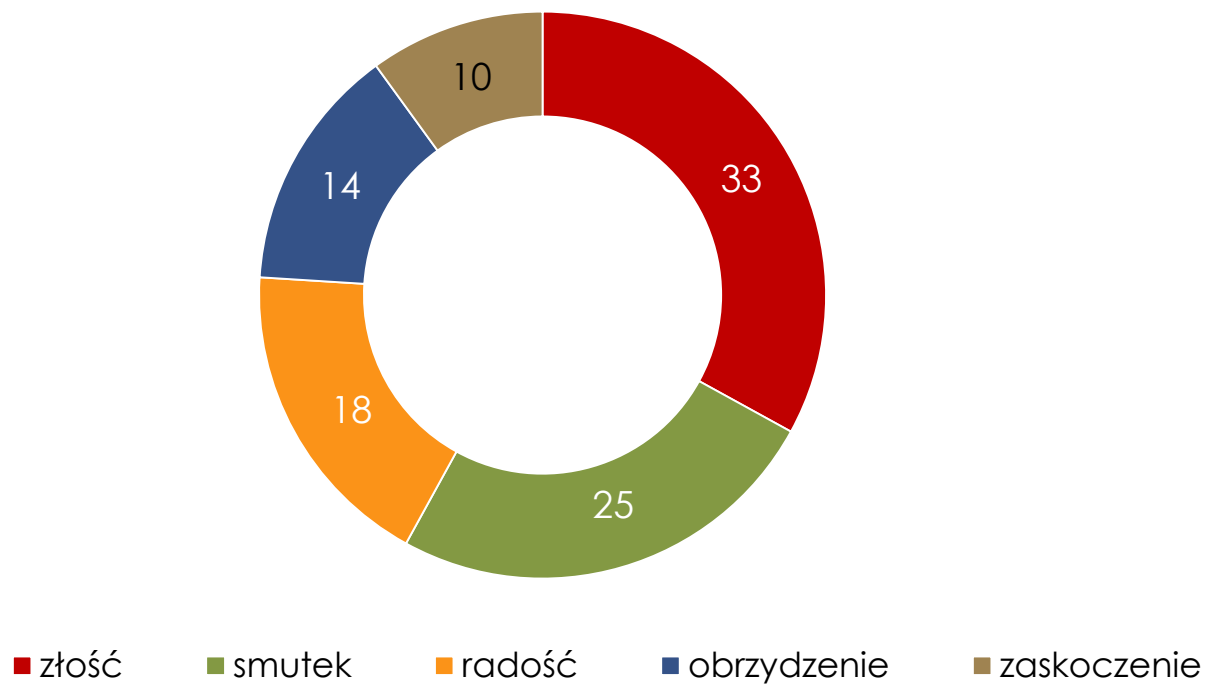
Możliwość wyboru wielu odpowiedzi

Pytanie skierowane do osób, które wybrały spot, w którym bohater udziela pomocy

Dane w %

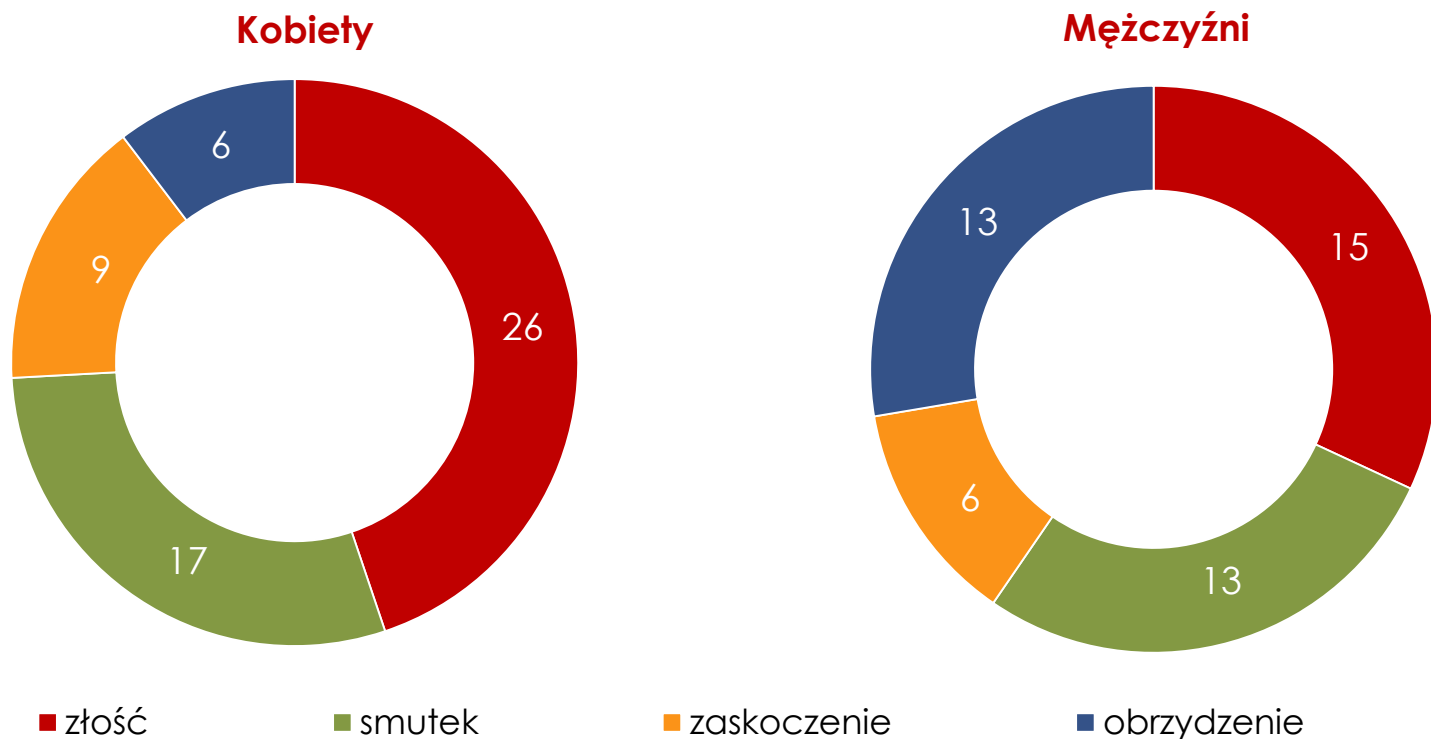
EMOCJE PODCZAS OGLĄDANIA SPOTU

Dominujące emocje podczas oglądania spotu.

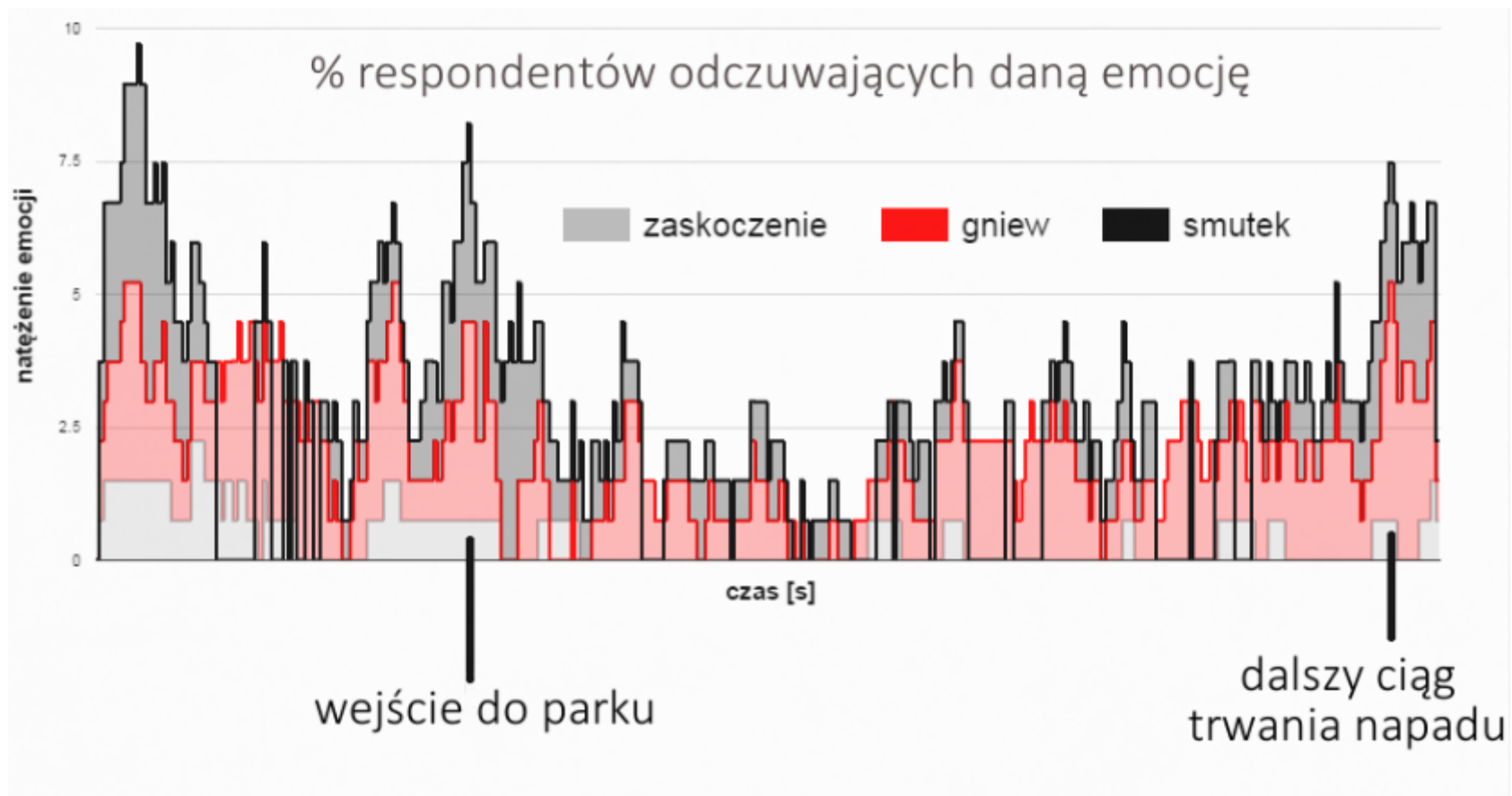


EMOCJE PODCZAS OGLĄDANIA SPOTU W PODZIALE NA PŁEĆ

Dominujące emocje podczas oglądania spotu.



NATĘŻENIE EMOCJI PODCZAS EMISJI SPOTU



Kontakt

Piotr Zimolzak

p.zimolzak@swresearch.pl

+48 535 987 335

