



Świat chorych na SM – podsumowanie kampanii społecznej 'SM – walcz o siebie!' (2013)

RAPORT Z BADANIA ILOŚCIOWEGO

Spis treści

	<i>Slajd</i>
Cele badania, metodologia i osoby badane	3
Charakterystyka próby	4
Jak czytać raport?	5
Znajomość i ocena kampanii 'SM – walcz o siebie!'	6
Postrzeganie osób chorych na Stwardnienie Rozsiane	19

Cele badania, metodologia, osoby badane



GŁÓWNY CEL BADANIA

Podsumowanie kampanii społecznej 'SM – walcz o siebie!' z 2013 roku



METODOLOGIA

Badanie zrealizowano przy wykorzystaniu metodologii CAWI (*Computer Assisted Website Interview*), w ramach internetowego panelu badawczego ARIADNA w październiku 2013 roku



OSOBY BADANE

Badanie zostało przeprowadzone na reprezentatywnej pod względem podstawowych zmiennych demograficznych próbie Polaków (N=1018) w wieku 18+

Struktura próby

		N	%
OGÓŁEM		1018	100%
Płeć	Kobieta	524	51,5%
	Mężczyzna	494	48,5%
Wiek	18-24 lata	146	14,3%
	25-34 lata	209	20,5%
	35-44 lata	164	16,1%
	45-54 lata	193	19,0%
	55 lat lub więcej	306	30,1%
Miejsce zamieszkania	Wieś	373	36,6%
	Małe miasto (do 20 tys. mieszkańców)	127	12,5%
	Średnie miasto (od 20 do 99 tys. mieszkańców)	202	19,8%
	Duże miasto (od 100 do 500 tys. mieszkańców)	185	18,2%
	Aglomeracja (powyżej 500 tys. mieszkańców)	131	12,9%
Wykształcenie	Podstawowe	26	2,6%
	Zawodowe	97	9,5%
	Średnie	490	48,1%
	Wyższe	405	39,8%

Jak czytać raport?

Niniejszy raport zawiera wyniki badania kampanii dotyczącej osób chorych na Stwardnienie Rozsiane, przeprowadzonej w 2013 roku pod hasłem 'W naszym życiu jest wiele ważniejszych rzeczy niż Stwardnienie Rozsiane. Odpowiednio podjęta terapia to szansa na normalne życie. SM – walcz o siebie!'.

W raporcie zostały zaprezentowane przede wszystkim wyniki pre- i pot-testu kampanii zrealizowanej w kwietniu 2013 roku, co ilustruje bezpośredni wpływ drugiej edycji kampanii na postawy Polaków dotyczące Stwardnienia Rozsianego.

W kilku miejscach wyniki badania zrealizowanego w 2013 roku są prezentowane w kontekście pomiarów z 2012 roku towarzyszących poprzedniej edycji kampanii pod hasłem 'SM – walcz o siebie! Stwardnienie Rozsiane to nie wyrok. Trzeba walczyć o siebie', w celu zrozumienia jak postrzeganie zagadnień związanych z SM zmieniały poszczególne kampanie.

Wyniki poszczególnych fal oznaczono kolorami:

POST-TEST (2013)

PRE-TEST (2013)

PRE-TEST (2012)

POST-TEST (2012)



Różnice między pomiarami istotne statystycznie są oznaczane czerwoną strzałką.

Wszystkie oznaczone w raporcie istotności są na poziomie $p < 0,05$, co oznacza, że z 95% prawdopodobieństwem możemy powiedzieć, że opisywane różnice nie wynikają z błędu pomiaru, tylko z rzeczywiście zaobserwowanych różnic.

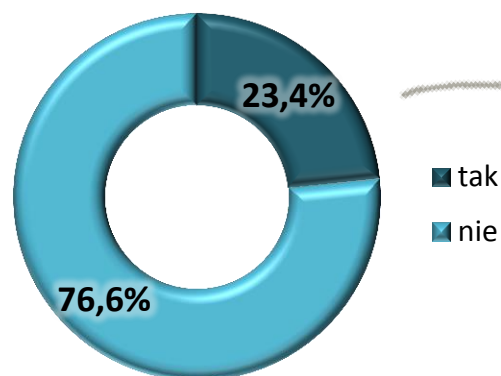


Znajomość i ocena kampanii
'SM – walcz o siebie!'

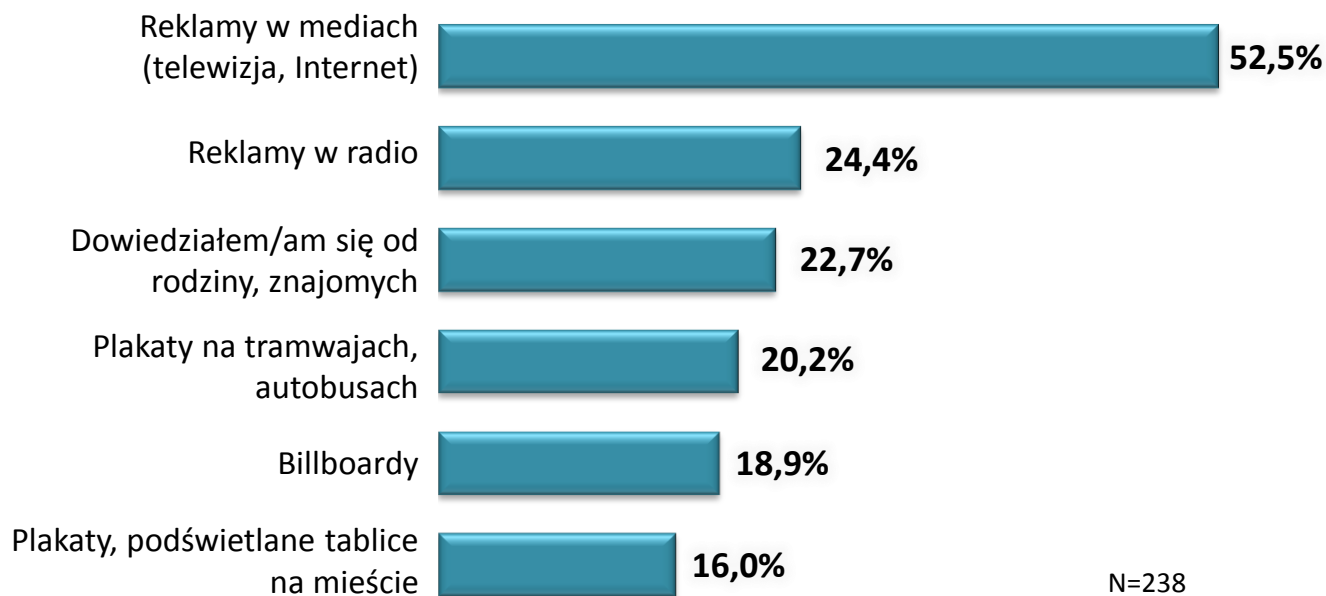
Zauważenie kampanii (2013)

Respondentów w pierwszej kolejności pytano o **spontaniczną znajomość kampanii** (na podstawie pytania, czy słyszeli o kampanii pod hasłem 'W naszym życiu...') – następnie osoby, które ją widziały, zapytano o to, w jaki sposób się z nią zetknęły.

Czy zetknął/nęła się Pan/i z kampanią dotyczącą osób chorych na Stwardnienie Rozsiane pod hasłem 'W naszym życiu jest wiele ważniejszych rzeczy niż Stwardnienie Rozsiane. Odpowiednio podjęta terapia to szansa na normalne życie. SM – walcz o siebie!'



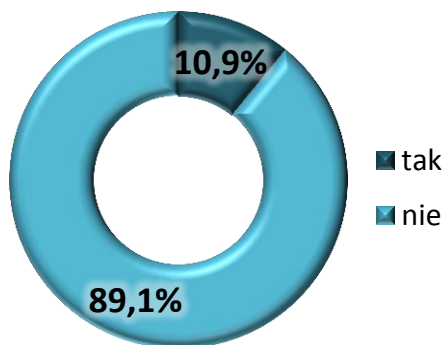
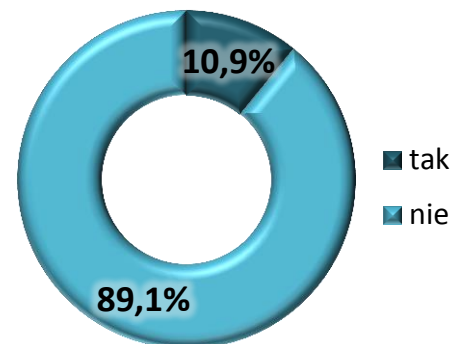
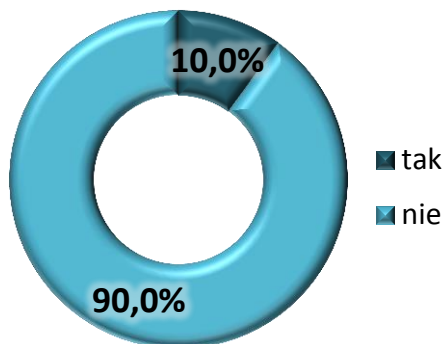
Gdzie, w jaki sposób zetknął/ęła się Pan/i z kampanią dotyczącą osób chorych na Stwardnienie Rozsiane? Proszę zaznaczyć wszystkie formy tej kampanii, z którymi się Pan/i zetknął/ęła.



Zauważenie kampanii plakatowej (2013)

Badanych pytano także o to, czy zetknęli się z **poszczególnymi formami kampanii**, pokazując każdemu z nich w sposób losowy trzy plakaty, a następnie spot z kampanii.

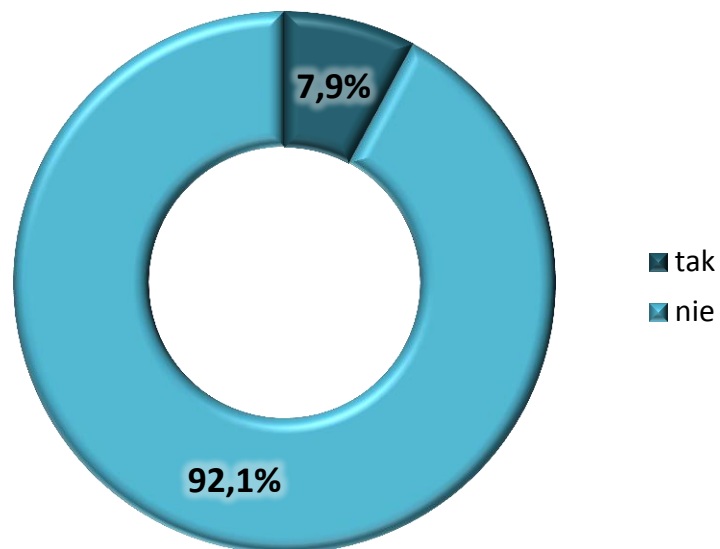
Czy spotkał/a się Pan/i z poniższym plakatem?



Łącznie 18% osób spotkało się z którymś z powyższych plakatów (niektóre osoby widziały dwa plakaty dotyczące kampanii) – **nieco częściej byli to mężczyźni** (20% w porównaniu z 16% kobiet).

Zauważenie kampanii filmowej (2013)

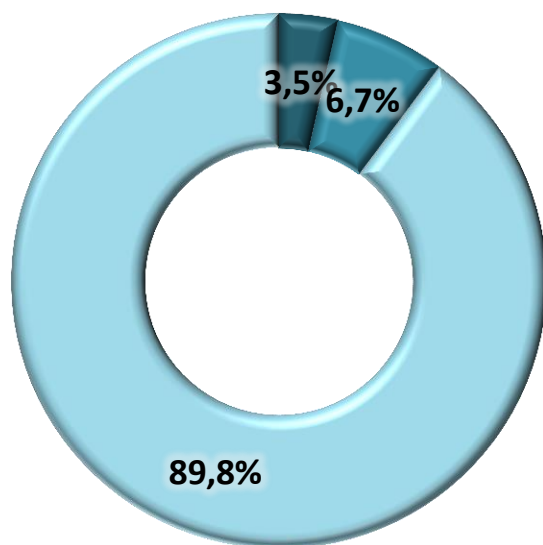
Czy spotkał/a się Pan/i z poniższym filmem/ spotem?



Ze spotem reklamowym zetknęło się 7,9% osób. Łącznie, z plakatami lub ze spotem poświęconym kampanii spotkał się co 5-ty badany (21,2%).

Postrzegani odbiorcy kampanii

Do kogo, Pana/i zdaniem, skierowana jest ta kampania?



■ do ludzi chorych na Stwardnienie Rozsiane

■ do ludzi zdrowych

■ do wszystkich (zarówno ludzi chorych na Stwardnienie Rozsiane, jak i ludzi zdrowych)

Tegoroczna kampania jest postrzegana jako **skierowana do wszystkich**, zarówno osób chorych na SM, jak i zdrowych – ich otoczenia. Przekonanie to pojawia się **nieco częściej wśród kobiet** (93% w porównaniu z 87% mężczyzn), **mieszkańców miast** (90-94% w porównaniu z 86% mieszkańców wsi) oraz **osób z wykształceniem wyższym** (92%) i **średnim** (89%; w porównaniu do 81% z wykształceniem podstawowym).

Postrzeganie działań na rzecz chorych na SM

Proszę zastanowić się chwilę i powiedzieć, na ile zgadza się Pan/i z każdym z poniższych stwierdzeń.

Uważam, że Państwo, rząd, a w szczególności Ministerstwo Zdrowia i Narodowy Fundusz Zdrowia, powinny bardziej wspierać osoby chore na Stwardnienie Rozsiane



średnia:

3,57

Cieszę się, że ktoś poruszył problem osób chorujących na Stwardnienie Rozsiane



3,52

Powinno być organizowanych więcej kampanii dotyczących osób chorych na Stwardnienie Rozsiane



3,48

■ zdecydowanie zgadzam się

■ raczej zgadzam się

■ raczej nie zgadzam się

■ zdecydowanie nie zgadzam się

Ocena kampanii

Na poniższe pytania odpowiadali wszyscy badani, niezależnie od tego, czy zetknęli się z kampanią przed badaniem, czy oglądali plakaty i spot reklamy dopiero w trakcie badania.

Proszę zastanowić się chwilę i powiedzieć, na ile zgadza się Pan/i z każdym z poniższych stwierdzeń.

średnia:

W tej kampanii fajne jest to, że pokazuje radosną stronę życia mimo choroby, a nie smutne i trudne chwile związane z chorowaniem



3,57

Hasło tej kampanii przemawia do mnie



3,34

Gdy oglądam ten film/ widzę tę kampanię, to czuję się poruszony/a przedstawianym problemem



3,22

Denerwuje mnie ten film/ ta kampania – nie mam ochoty go oglądać/ na nią patrzeć



1,56

■ zdecydowanie zgadzam się

■ raczej nie zgadzam się

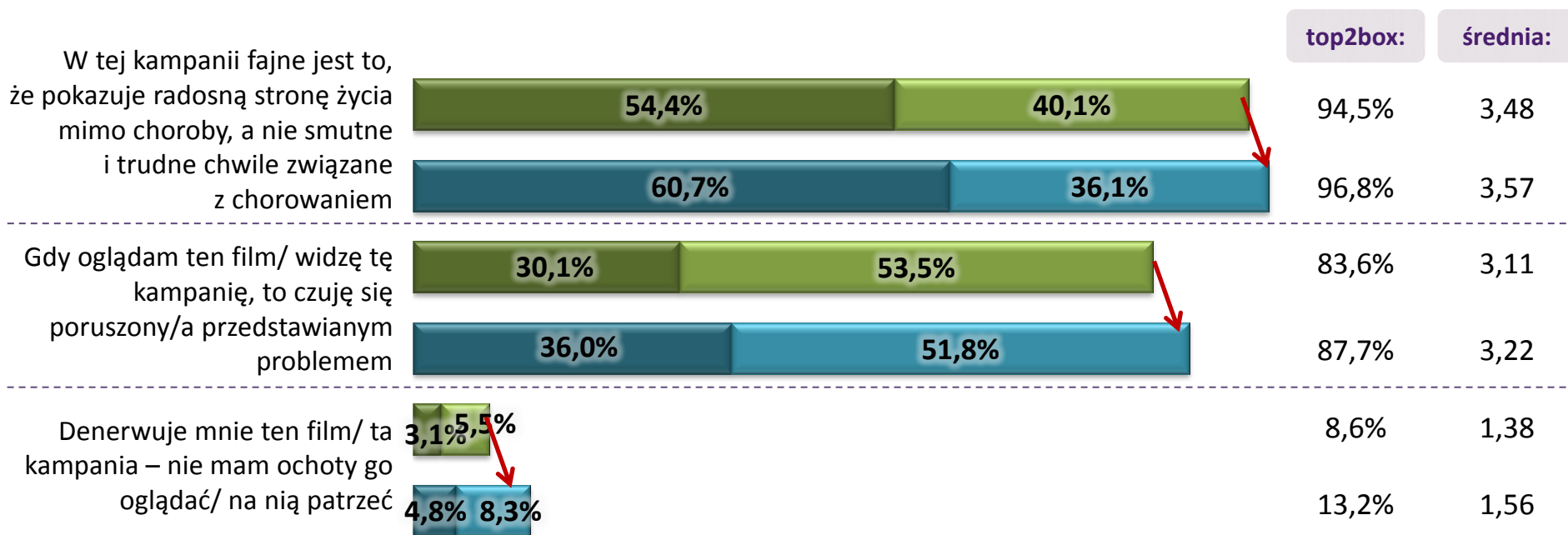
■ raczej zgadzam się

■ zdecydowanie nie zgadzam się

Ocena kampanii – porównanie 2012 i 2013

Poniżej zestawiono oceny tegorocznej kampanii z wynikami badania przeprowadzonego po kampanii w 2012 roku, w celu zilustrowania, jak tegoroczna kampania jest postrzegana na tle akcji ubiegłorocznej.

Proszę zastanowić się chwilę i powiedzieć, na ile zgadza się Pan/i z każdym z poniższych stwierdzeń.



istotność na poziomie $p < 0,05$

POST-TEST (2012)

N=1005

POST-TEST (2013)

N=1018



decydujaco zgadzam się



raczej zgadzam się

Tegoroczna kampania została odebrana dosyć podobnie do poprzedniej edycji kampanii, choć w jeszcze większym stopniu zwrócono uwagę na jej mocną stronę, jaką jest koncentracja na pozytywnych stronach życia osób chorych. Jest to bez wątpienia kampania poruszająca.

Odbiór przekazu kampanii

Na poniższe pytania odpowiadali wszyscy badani, niezależnie od tego, czy zetknęli się z kampanią przed badaniem, czy oglądali plakaty i spot reklamy dopiero w trakcie badania.

Proszę zastanowić się chwilę i powiedzieć, na ile zgadza się Pan/i z każdym z poniższych stwierdzeń.

średnia:

Podoba mi się to, że kampania pokazuje młodych, aktywnych ludzi i dzięki temu przełamuje stereotyp osoby chorej na Stwardnienie Rozsiane



3,54

Ta kampania uświadomiła mi, że Stwardnienie Rozsiane nie jest wyrokiem i że można żyć aktywnie mimo choroby



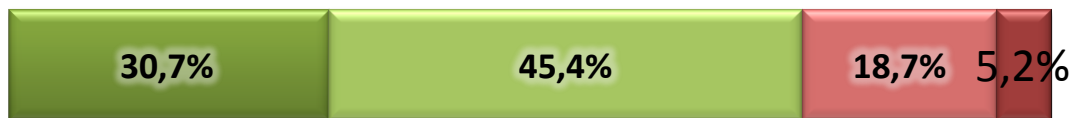
3,44

Ta kampania uświadomiła mi, jak ważne jest leczenie osób chorych na SM i wsparcie ich w walce z chorobą



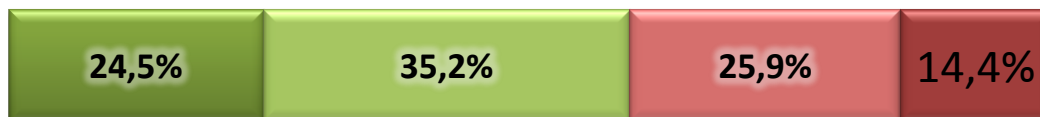
3,42

Ta kampania sprawia, że moja wiedza o Stwardnieniu Rozsianym jest większa niż przedtem



3,02

Zaskoczeniem było dla mnie to, że choroba dotyka tak młode osoby



2,70

■ zdecydowanie zgadzam się

■ raczej zgadzam się

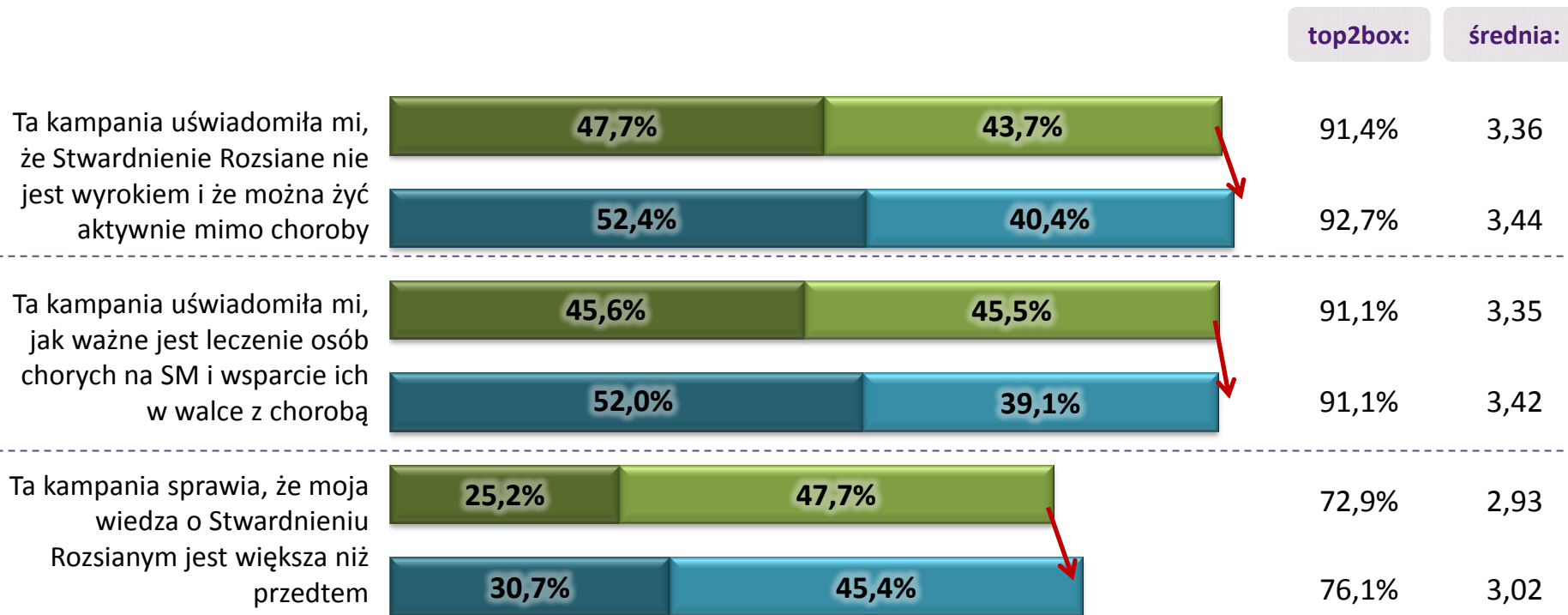
■ raczej nie zgadzam się

■ zdecydowanie nie zgadzam się

Odbiór przekazu kampanii – porównanie 2012 i 2013

Poniżej zestawiono oceny tegorocznej kampanii z wynikami badania przeprowadzonego po kampanii w 2012 roku, w celu zilustrowania, jak tegoroczna kampania jest postrzegana na tle akcji ubiegłorocznej.

Proszę zastanowić się chwilę i powiedzieć, na ile zgadza się Pan/i z każdym z poniższych stwierdzeń.



POST-TEST (2012)

N=1005



decydowanie zgadzam się

POST-TEST (2013)

N=1018



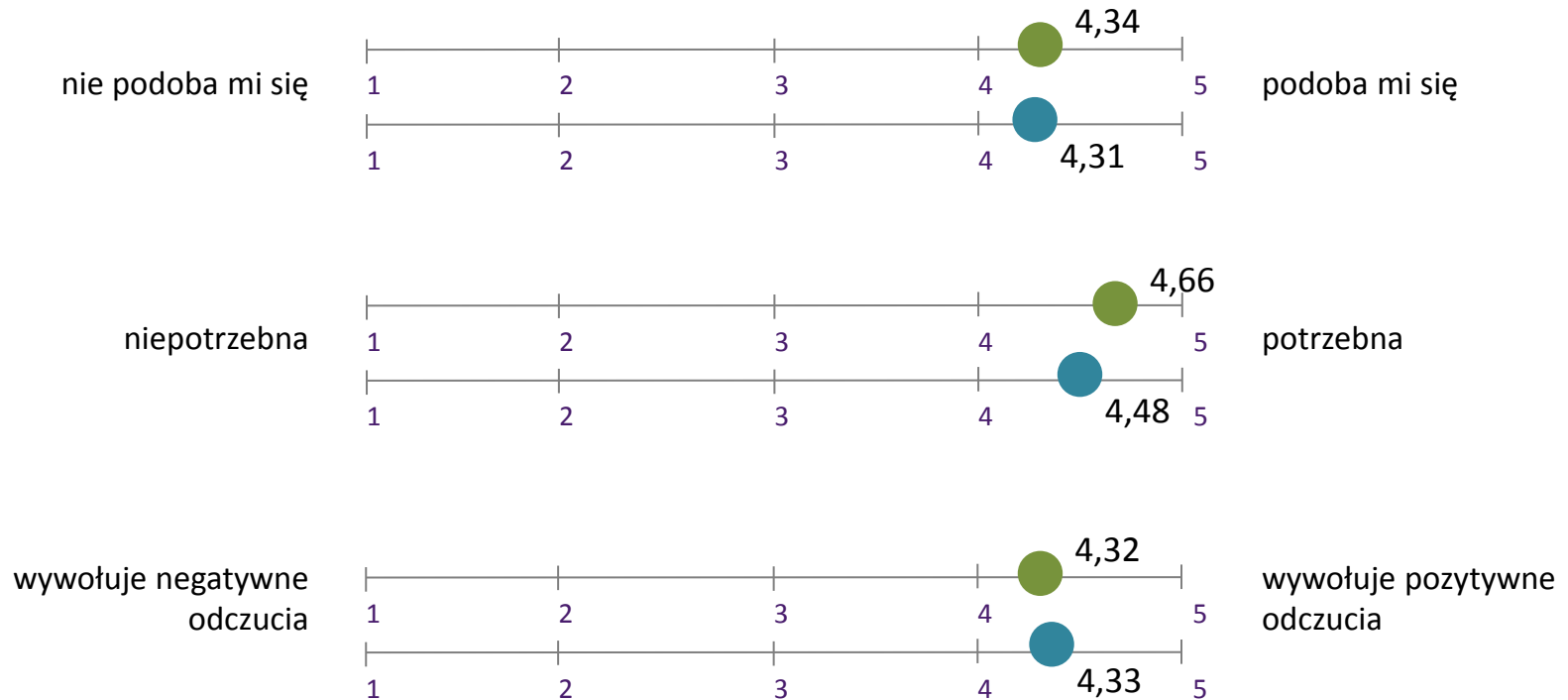
raczej zgadzam się



istotność na poziomie $p < 0,05$

Ocena kampanii (wymiary) – porównanie 2012 i 2013

Proszę powiedzieć, co sądzi Pan/i o kampanii, której częścią są obejrzone przez Pana/ią plakaty i film?

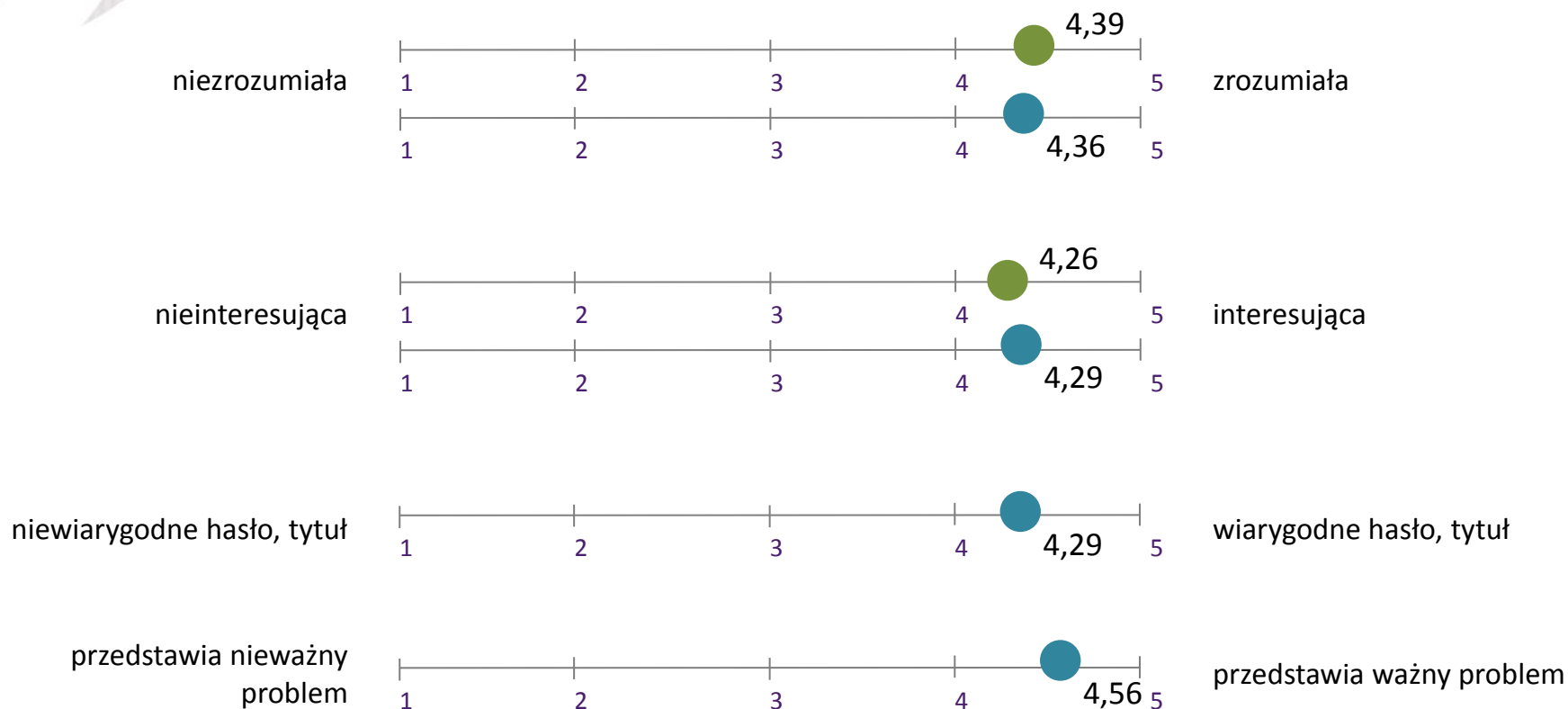


POST-TEST (2012) N=1005

POST-TEST (2013) N=1018

Ocena kampanii – porównanie ocen kampanii z 2012 i 2013 roku

Proszę powiedzieć, co sądzi Pan/i o kampanii, której częścią są obejrzone przez Pana/ią plakaty i film?



POST-TEST (2012) N=1005

POST-TEST (2013) N=1018

Dwa ostatnie pytania nie były zadawane osobom w badaniu z kwietnia 2013 roku.

Znajomość kampanii ‘SM – walcz o siebie!’ i jej ocena – podsumowanie

- Co 4-ty Polak zetknął się z kampanią ‘SM – walcz o siebie!’ – najwięcej osób widziało/ słyszało reklamę w podstawowych mediach (telewizja, radio, Internet, plakaty); co ciekawe, ponad 20% osób, które słyszały o kampanii dowiedziało się o niej od rodziny, znajomych – pokazuje to, że była to kampania budząca dyskusje, o której się rozmawiało.
- Kampania z 2013 roku oceniana jest podobnie do tej z roku 2012 – obie kampanie są postrzegane jako potrzebne i interesujące i przedstawiające ważny problem. Niemal 90% osób uważa, że kampania jest skierowana do wszystkich – zarówno osób chorych na Stwardnienie Rozsiane, jak i osób zdrowych. Dodatkowo, w porównaniu z kampanią z 2012 roku, tegoroczna akcja jest jeszcze częściej odbierana jako pokazująca radosną stronę życia (mimo choroby) oraz poruszająca.
- Kampania ta, w jeszcze większym stopniu niż kampania z 2012 roku, uświadomiła odbiorcom, że Stwardnienie Rozsiane nie jest wyrokiem i wzmocniła przekonanie, że leczenie osób chorych na SM i wsparcie ich w walce z chorobą jest bardzo ważne.
- Jeden z efektów kampanii to zwiększenie akceptacji dla decyzji osób chorych na SM o posiadaniu dzieci – osoby, które widziały tegoroczną kampanię, częściej niż osoby, które jej nie widziały, akceptują taki wybór osób chorujących na Stwardnienie Rozsiane.
- Tegoroczna kampania została odebrana jako i budząca silniejsze emocje od kampanii zeszłorocznej. Widać to zarówno po tym, że tegoroczna kampania bardziej porusza, a nawet niektórych nieco bardziej denerwuje. Trzeba jednak zwrócić uwagę, że tym co najbardziej zwraca uwagę w tej kampanii jest jej zdecydowanie pozytywny odbiór wynikający z tego, że kampania koncentruje się na pozytywnych aspektach życia.



Postrzeganie osób chorych na Stwardnienie Rozsiane

Świadomość choroby SM na tle innych chorób przewlekłych

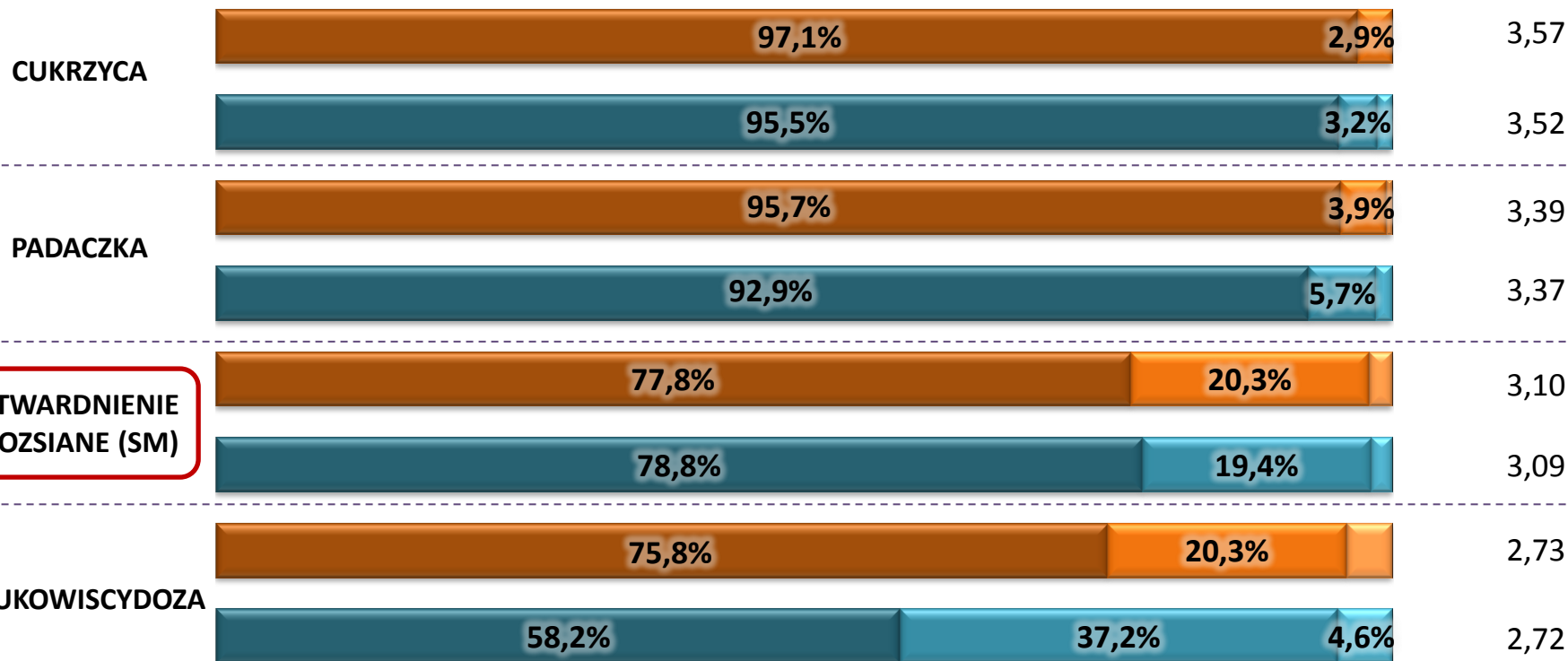
Wyniki tegorocznego badania przedstawiono z wynikami badania przeprowadzonego przed kampanią z 2012 roku, w celu zrozumienia, jak postrzeganie Stwardnienia Rozsianego zmieniały kolejne kampanie.

Skala 1-4

średnia:

Poniżej znajduje się lista różnych chorób.

Proszę ją przeczytać i przy każdej zaznaczyć, czy słyszał/a Pan/i o niej i ile Pan/i o niej wie.



PRE-TEST (2013)

N=1022



Słyszałem/am o takiej chorobie i wiem lub mniej więcej wiem, na czym ona polega



Słyszałem/am o takiej chorobie, ale nie wiem, na czym ona polega



Nigdy nie słyszałem/am o takiej chorobie

POST-TEST (2013)

N=1018

Akceptacja osób chorych na SM jako pracowników

Czu uważa Pan/i, że osoby, u których zdiagnozowano Stwardnienie Rozsiane (SM) powinny decydować się na rozwijanie własnej kariery zawodowej i samorealizację zawodową?

średnia:

N=1022

PRE-TEST (2013)



3,28

POST-TEST (2013)



3,34

N=1018

■ zdecydowanie powinny ■ raczej powinny ■ raczej nie powinny ■ zdecydowanie nie powinny

Czu uważa Pan/i, że osoby, u których zdiagnozowano Stwardnienie Rozsiane (SM) i które dzięki kompleksowej opiece lekarskiej są w dobrej formie psychicznej i fizycznej, powinny decydować się na rozwijanie własnej kariery zawodowej i samorealizację zawodową?

średnia:

N=1022

PRE-TEST (2013)



3,45

POST-TEST (2013)



3,46

N=1018

■ zdecydowanie powinny ■ raczej powinny ■ raczej nie powinny ■ zdecydowanie nie powinny

Akceptacja osób chorych na SM jako pracowników na tle innych chorób przewlekłych

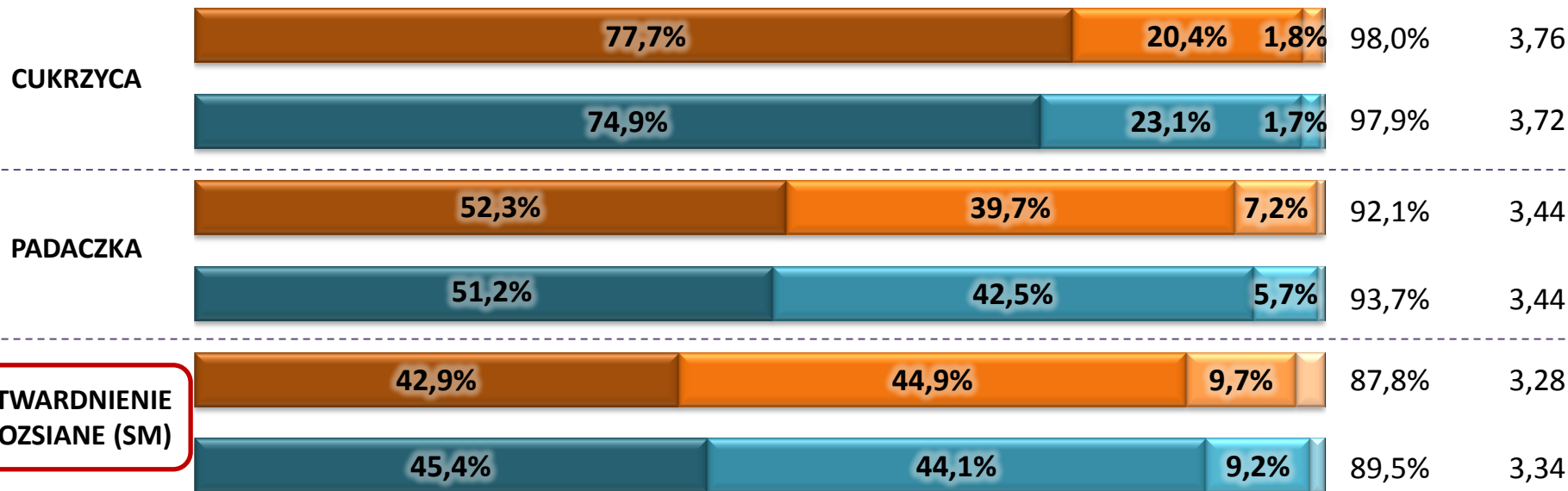
Wyniki tegorocznego badania przedstawiono z wynikami badania przeprowadzonego przed kampanią z 2012 roku, w celu zrozumienia, jak postrzeganie Stwardnienia Rozsianego zmieniały kolejne kampanie.

Skala 1-4

Czu uważa Pan/i, że osoby, u których zdiagnozowano daną chorobę powinny decydować się na rozwijanie własnej kariery zawodowej i samorealizację zawodową?

top2box:

średnia:



PRE-TEST (2013) N=1022

POST-TEST (2013) N=1018

- zdecydowanie powinny
- raczej powinny
- raczej nie powinny
- zdecydowanie nie powinny

Akceptacja stałych związków i małżeństw osób chorych na SM

Czu uważa Pan/i, że osoby, u których zdiagnozowano Stwardnienie Rozsiane (SM) powinny decydować się na małżeństwo (stały związek z jedną osobą)?

średnia:

N=1022

PRE-TEST (2013)



3,11

POST-TEST (2013)



3,11

N=1018

■ zdecydowanie powinny ■ raczej powinny ■ raczej nie powinny ■ zdecydowanie nie powinny

Czu uważa Pan/i, że osoby, u których zdiagnozowano Stwardnienie Rozsiane (SM) i które **dzięki kompleksowej opiece lekarskiej są w dobrej formie psychicznej i fizycznej**, powinny decydować się na małżeństwo (stały związek z jedną osobą)?

średnia:

N=1022

PRE-TEST (2013)



3,32

POST-TEST (2013)



3,31

N=1018

■ zdecydowanie powinny ■ raczej powinny ■ raczej nie powinny ■ zdecydowanie nie powinny

Akceptacja stałych związków i małżeństw osób chorych na SM na tle innych chorób przewlekłych

Wyniki tegorocznego badania przedstawiono z wynikami badania przeprowadzonego przed kampanią z 2012 roku, w celu zrozumienia, jak postrzeganie Stwardnienia Rozsianego zmieniały kolejne kampanie.

Skala 1-4

Czu uważa Pan/i, że osoby, u których zdiagnozowano daną chorobę powinny decydować się na małżeństwo (stały związek z jedną osobą)?

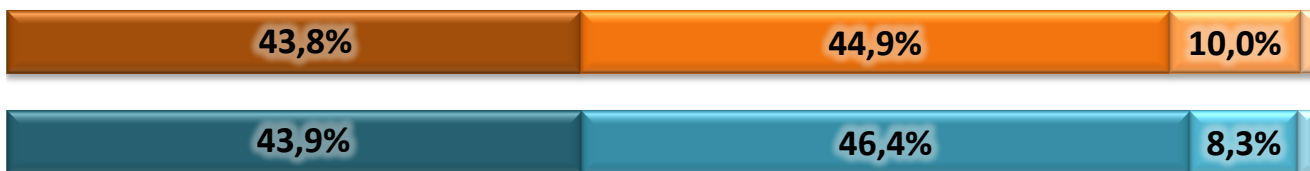
top2box:

średnia:

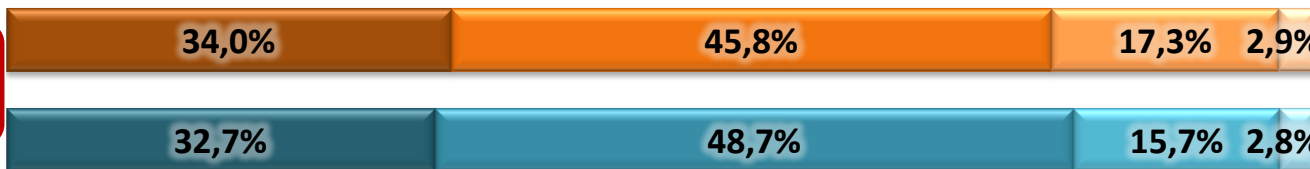
CUKRZYCA



PADACZKA



STWARDNIENIE ROZSIANE (SM)



PRE-TEST (2013) N=1022

POST-TEST (2013) N=1018

- zdecydowanie powinny
- raczej powinny
- raczej nie powinny
- zdecydowanie nie powinny

Akceptacja decyzji osób chorych na SM o posiadaniu dzieci

Czu uważa Pan/i, że osoby, u których zdiagnozowano Stwardnienie Rozsiane (SM) powinny decydować się na posiadanie dzieci?

średnia:

N=1022

PRE-TEST (2013)

18,9%

38,3%

35,3%

7,5%

2,68

POST-TEST (2013)

19,1%

39,1%

35,6%

6,3%

2,71

N=1018

■ zdecydowanie powinny ■ raczej powinny ■ raczej nie powinny ■ zdecydowanie nie powinny

Czu uważa Pan/i, że osoby, u których zdiagnozowano Stwardnienie Rozsiane (SM) i które **dzięki kompleksowej opiece lekarskiej są w dobrej formie psychicznej i fizycznej**, powinny decydować się na posiadanie dzieci?

średnia:

N=1022

PRE-TEST (2013)

29,5%

42,9%

23,6%

4,0%

2,98

POST-TEST (2013)

28,7%

42,5%

25,2%

3,5%

2,96

N=1018

■ zdecydowanie powinny ■ raczej powinny ■ raczej nie powinny ■ zdecydowanie nie powinny

Akceptacja decyzji osób chorych na SM o posiadaniu dzieci na tle innych chorób przewlekłych

Wyniki tegorocznego badania przedstawiono z wynikami badania przeprowadzonego przed kampanią z 2012 roku, w celu zrozumienia, jak postrzeganie Stwardnienia Rozsianego zmieniały kolejne kampanie.

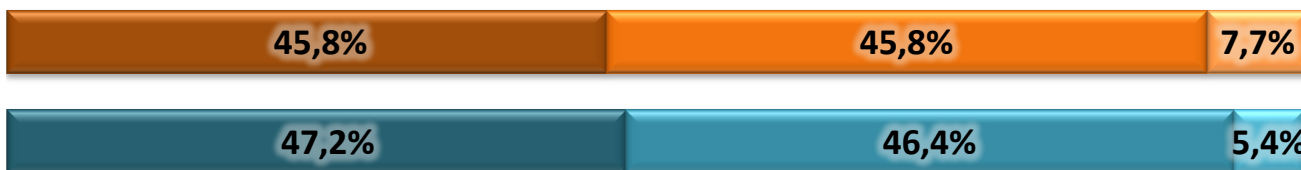
Skala 1-4

Czu uważa Pan/i, że osoby, u których zdiagnozowano daną chorobę powinny decydować się na posiadanie dzieci?

top2box:

średnia:

CUKRZYCA



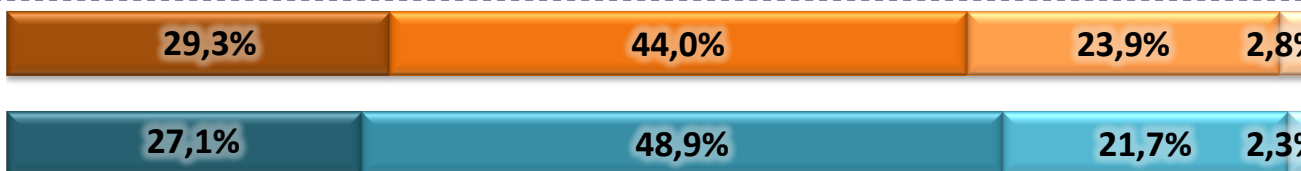
91,6%

3,37

93,6%

3,40

PADACZKA



73,3%

3,00

76,0%

3,01

STWARDNIENIE ROZSIANE (SM)



57,1%

2,68

58,2%

2,71

PRE-TEST (2013)

N=1022

POST-TEST (2013)

N=1018



zdecydowanie powinny

raczej powinny

raczej nie powinny

zdecydowanie nie powinny

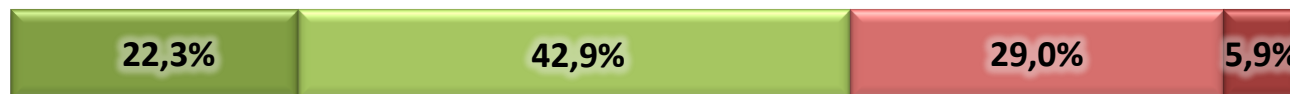
Akceptacja decyzji osób chorych na SM o posiadaniu dzieci – różnice między osobami, które widziały i nie widziały kampanii (2013)

Czy uważa Pan/i, że osoby, u których zdiagnozowano Stwardnienie Rozsiane (SM) powinny decydować się na posiadanie dzieci?

średnia:

N=238

OSOBY, KTÓRE WIDZIAŁY KAMPANIĘ



2,82

OSOBY, KTÓRE NIE WIDZIAŁY KAMPANII



2,68

N=780

■ zdecydowanie powinny ■ raczej powinny ■ raczej nie powinny ■ zdecydowanie nie powinny

Czy uważa Pan/i, że osoby, u których zdiagnozowano Stwardnienie Rozsiane (SM) i które dzięki kompleksowej opiece lekarskiej są w dobrej formie psychicznej i fizycznej, powinny decydować się na posiadanie dzieci?

średnia:

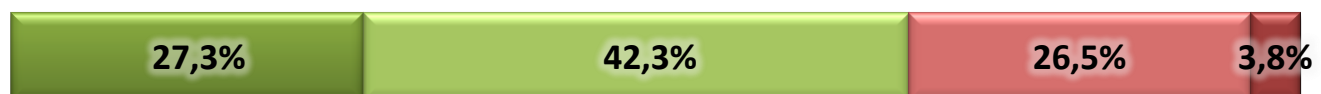
N=238

OSOBY, KTÓRE WIDZIAŁY KAMPANIĘ



3,07

OSOBY, KTÓRE NIE WIDZIAŁY KAMPANII



2,93

N=780

■ zdecydowanie powinny ■ raczej powinny ■ raczej nie powinny ■ zdecydowanie nie powinny

↑ istotność na poziomie $p < 0,05$

Fakty i mity o SM – przekonania Polaków na temat Stwardnienia Rozsianego

Wyniki tegorocznego badania przedstawiono z wynikami badania przeprowadzonego przed kampanią z 2012 roku, w celu zrozumienia, jak postrzeganie Stwardnienia Rozsianego zmieniały kolejne kampanie.

Proszę przeczytać poniższe stwierdzenia dotyczące Stwardnienia Rozsianego. Proszę powiedzieć, na ile zgadza się Pan/i z każdym z tych stwierdzeń. Nawet jeśli nie wie Pan/i nic o tej chorobie, proszę zaznaczyć tak, jak się Panu/i wydaje.

Skala 1-4

top2box:

średnia:

Stwardnienie Rozsiane można skutecznie leczyć za pomocą nowoczesnych leków – łagodzić objawy choroby i hamować rozwój

24,3%

52,3%

76,6%

2,97

29,5%

58,5%

88,0%

3,16

Osoba chora na Stwardnienie Rozsiane może normalnie funkcjonować – tak, że inni w jej otoczeniu nie widzą, że jest ona chora

9,6%

34,7%

44,3%

2,37

17,7%

51,8%

69,4%

2,84

PRE-TEST (2012)

N=1005

POST-TEST (2013)

N=1018



zdecydowanie się zgadzam

raczej się zgadzam



istotność na poziomie $p < 0,05$

Fakty i mity o SM – przekonania Polaków na temat Stwardnienia Rozsianego

Wyniki tegorocznego badania przedstawiono z wynikami badania przeprowadzonego przed kampanią z 2012 roku, w celu zrozumienia, jak postrzeganie Stwardnienia Rozsianego zmieniały kolejne kampanie.

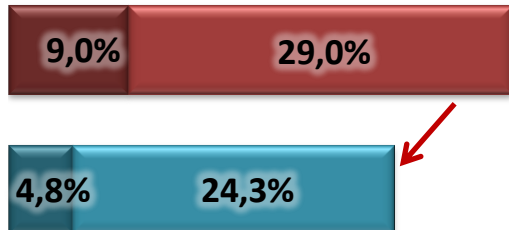
Proszę przeczytać poniższe stwierdzenia dotyczące Stwardnienia Rozsianego. Proszę powiedzieć, na ile zgadza się Pan/i z każdym z tych stwierdzeń. Nawet jeśli nie wie Pan/i nic o tej chorobie, proszę zaznaczyć tak, jak się Panu/i wydaje.

Skala 1-4

top2box:

średnia:

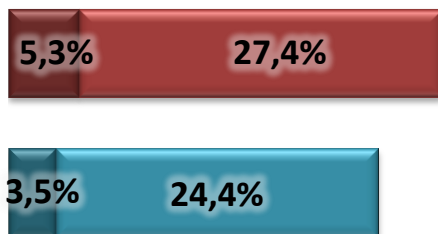
Osoby chore na Stwardnienie Rozsiane nie mogą pracować, muszą być na rencie



38,0% 2,32

29,1% 2,13

Osoby chore na Stwardnienie Rozsiane muszą jeździć na wózku inwalidzkim



32,7% 2,19

27,9% 2,15

PRE-TEST (2012) N=1005

POST-TEST (2013) N=1018

■ zdecydowanie się zgadzam
■ raczej się zgadzam

 istotność na poziomie $p < 0,05$

Postrzeganie choroby i osób chorych na Stwardnienie Rozsiane – podsumowanie

- Stwardnienie Rozsiane jest wciąż chorobą mniej znaną od cukrzycy i padaczki, czyli chorób, o których od dawna mówi się w mediach. Co 5-ta osoba ma wrażenie, że co prawda słyszała o tej chorobie, ale nie wiem na czym ona polega. Równocześnie trzeba zwrócić uwagę na to, że prawie 80% słyszało o tej chorobie i przynajmniej mniej więcej wie na czym ona polega.
- Jeśli chodzi o bezpośredni wpływ kampanii na akceptację osób chorych na Stwardnienie Rozsiane w różnych obszarach życia, to widać zmiany pod wpływem przeprowadzonej kampanii. Zdecydowanie największa jest akceptacja dla osób chorych na SM jako pracowników (88% Polaków uważa, że osoby chore na SM powinny decydować się na rozwijanie własnej kariery i realizację zawodową). Akceptacja ta nieco wzrosła po kampanii: z 42,9% do 45,4% odpowiedzi „zdecydowanie tak”) i wzrosła w większym stopniu niż akceptacja dla rozwijania kariery zawodowej przez osoby dotknięte innymi chorobami. Wynik ten świadczy o większym oswojeniu Polaków z chorobą pod wpływem kampanii. Z nieco mniejszą akceptacją spotyka się wchodzenie osób chorych na SM w stałe związki i ich decyzja na posiadanie dzieci (choć i tak decyzje takie popiera odpowiednio 81,4% i 58,1%). Jak wiemy z badań jakościowych towarzyszących poprzedniej kampanii, największe wątpliwości budzi obawa o potencjalne obciążanie swoją chorobą innych.
- Jeżeli jednak przyjrzymy się osobom, które zetknęły się z ostatnią edycją kampanii (w 2013 roku), w porównaniu z tymi, którzy jej nie widziały, to widać wyraźnie większą aprobatę dla posiadania dzieci u tych, którzy kampanię wcześniej widzieli. Interesujące, że wzrost ten jest wyraźnie większy przy założeniu, że osoby ze Stwardnieniem Rozsianym są w dobrej formie dzięki kompleksowej opiece lekarskiej. Wynik ten pokazuje wyraźny wpływ kampanii na akceptację osób z SM w codziennym życiu, ale też oczekiwanie zapewnienia kompleksowego leczenia dla osób chorych na Stwardnienie Rozsiane.
- Wyniki pokazują również wzrost wiedzy Polaków na temat Stwardnienia Rozsianego (w porównaniu z danymi z 2012 roku), co jest prawdopodobnie skumulowanym efektem dwóch przeprowadzonych kampanii: aż o 22% wzrosło przekonanie, że osoba chora na SM może normalnie funkcjonować, z kolei niemal 10% osób więcej niż w 2012 roku uważa, że rozwój choroby można hamować za pomocą nowoczesnych leków.



SMA
WALCZ O SIEBIE
SMA