



# ŚWIAT CHORYCH NA SM

## RAPORT Z BADANIA ILOŚCIOWEGO



**maison**  
dom • badawczy

dla

**TELESCOPE**

Warszawa, 16/11/2012



Niniejsze raport stanowi podsumowanie kampanii społecznej „SM. Walcz o siebie”.

Raport przedstawia wyniki pre- i post-testu kampanii.



**METODOLOGIA**

**Badanie ilościowe** , przeprowadzone metodą CAWI (Computer Assisted Website Interview), na reprezentatywnej grupie 1000 Polaków



## Charakterystyka próby – badanie ilościowe na reprezentatywnej grupie Polaków

		N	%
Płeć	Kobiety	517	51,7%
	Mężczyźni	483	48,3%
Wiek	15-24 lata	199	19,9%
	25-34 lata	187	18,7%
	35-44 lata	159	15,9%
	45-54 lata	194	19,4%
	55 lat i więcej	261	26,1%
Miejsce zamieszkania	Wieś	359	35,9%
	Miasto do 50 tys. mieszkańców	238	23,8%
	Miasto 50-99 tys. mieszkańców	94	9,4%
	Miasto 100 – 199 tys. mieszkańców	81	8,1%
	Miasto 200 – 499 tys. mieszkańców	100	10,0%
	Miasto powyżej 500 tys. mieszkańców	128	12,8%

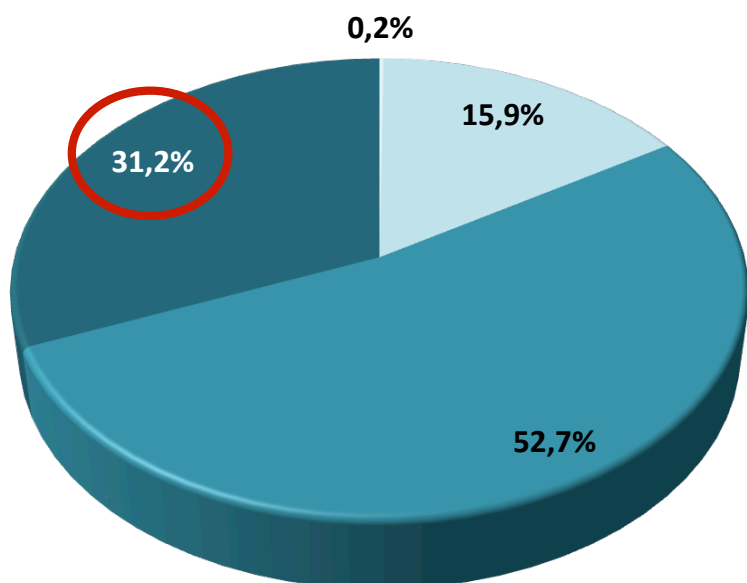
Struktura odzwierciedla profil respondentów w badaniu pre- i post-testowym. W obu falach badania udział brały inne osoby.

# Ilu Polaków wie o SM?

pre-test (N=1005)  
post-test (N=1005)

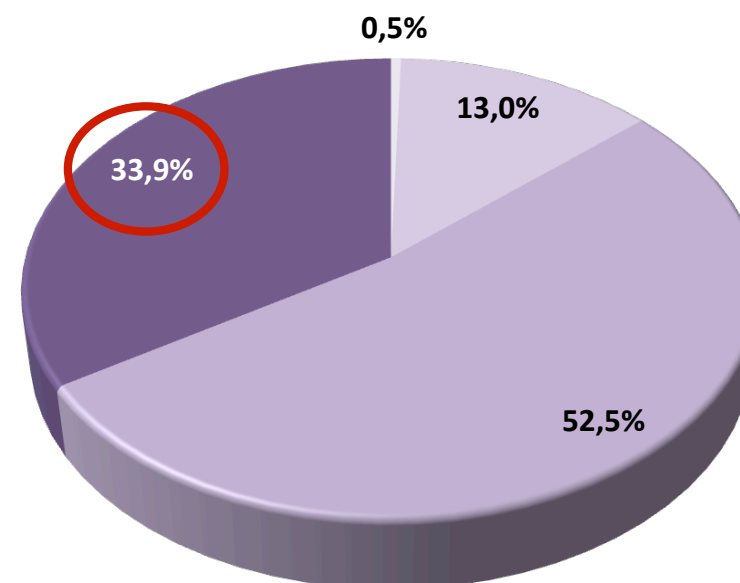
Czy słyshał/a Pan/i o chorobie Stwardnienie Rozsiane (SM)? Ile Pan/i o niej wie?

Pre-test



- ❑ Nigdy nie słyshałem(am) o takiej chorobie
- ❑ Słyshałem(am) od takiej choroby, ale nie wiem na czym ona polega
- Słyshałem(am) od takiej choroby i mniej więcej wiem, na czym ona polega
- Słyshałem(am) od takiej choroby i wiem, na czym ona polega

Post-test



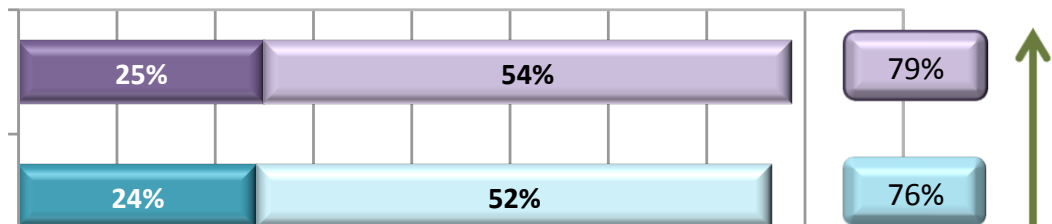
- ❑ Nigdy nie słyshałem(am) o takiej chorobie
- ❑ Słyshałem(am) od takiej choroby, ale nie wiem na czym ona polega
- Słyshałem(am) od takiej choroby i mniej więcej wiem, na czym ona polega
- Słyshałem(am) od takiej choroby i wiem, na czym ona polega

# Fakty i mity o SM – jakie są przekonania Polaków na temat SM? (1/2)

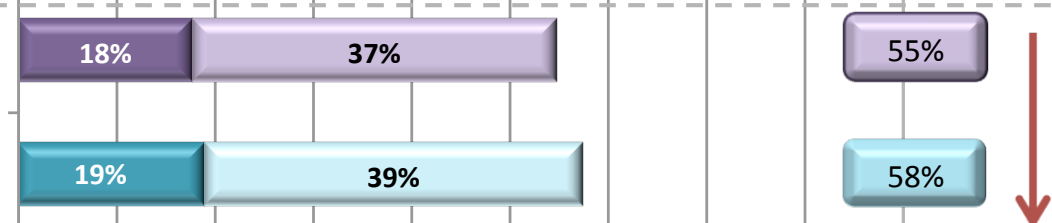
post-test (N=1005)  
 pre-test (N=1005)

Proszę przeczytać poniższe stwierdzenia dotyczące Stwardnienia Rozsianego. Proszę powiedzieć, na ile zgadza się Pan/i z tymi stwierdzeniami. Jeśli nawet nie wie Pan/i nic o tej chorobie, proszę zaznaczyć, jak się Panu/i wydaje.

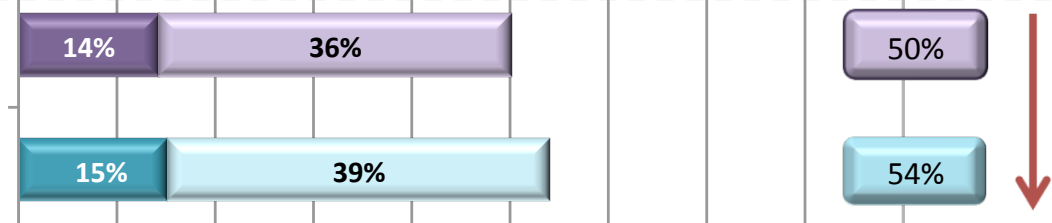
Stwardnienie Rozsiane można skutecznie leczyć za pomocą nowoczesnych leków – łagodzić objawy choroby i hamować rozwój



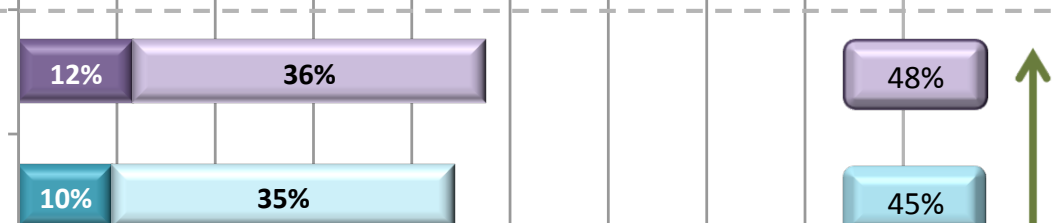
Stwardnienie Rozsiane jest chorobą śmiertelną



Nie ma lekarstwa na Stwardnienie Rozsiane





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



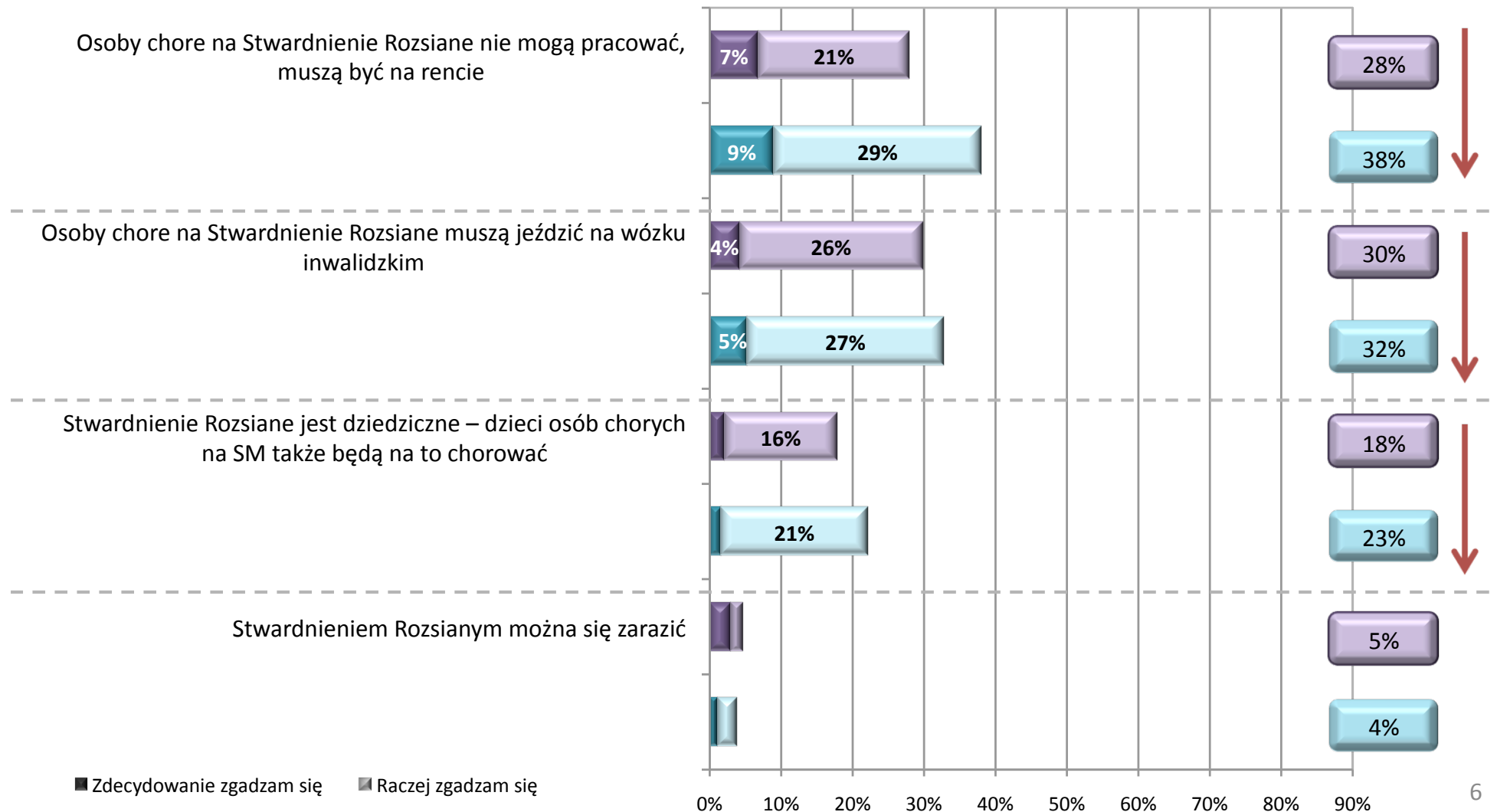
Zdecydowanie zgadzam się   
  Raczej zgadzam się

0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90%

# Fakty i mity o SM – jakie są przekonania Polaków na temat SM? (2/2)

 post-test (N=1005)  
 pre-test (N=1005)

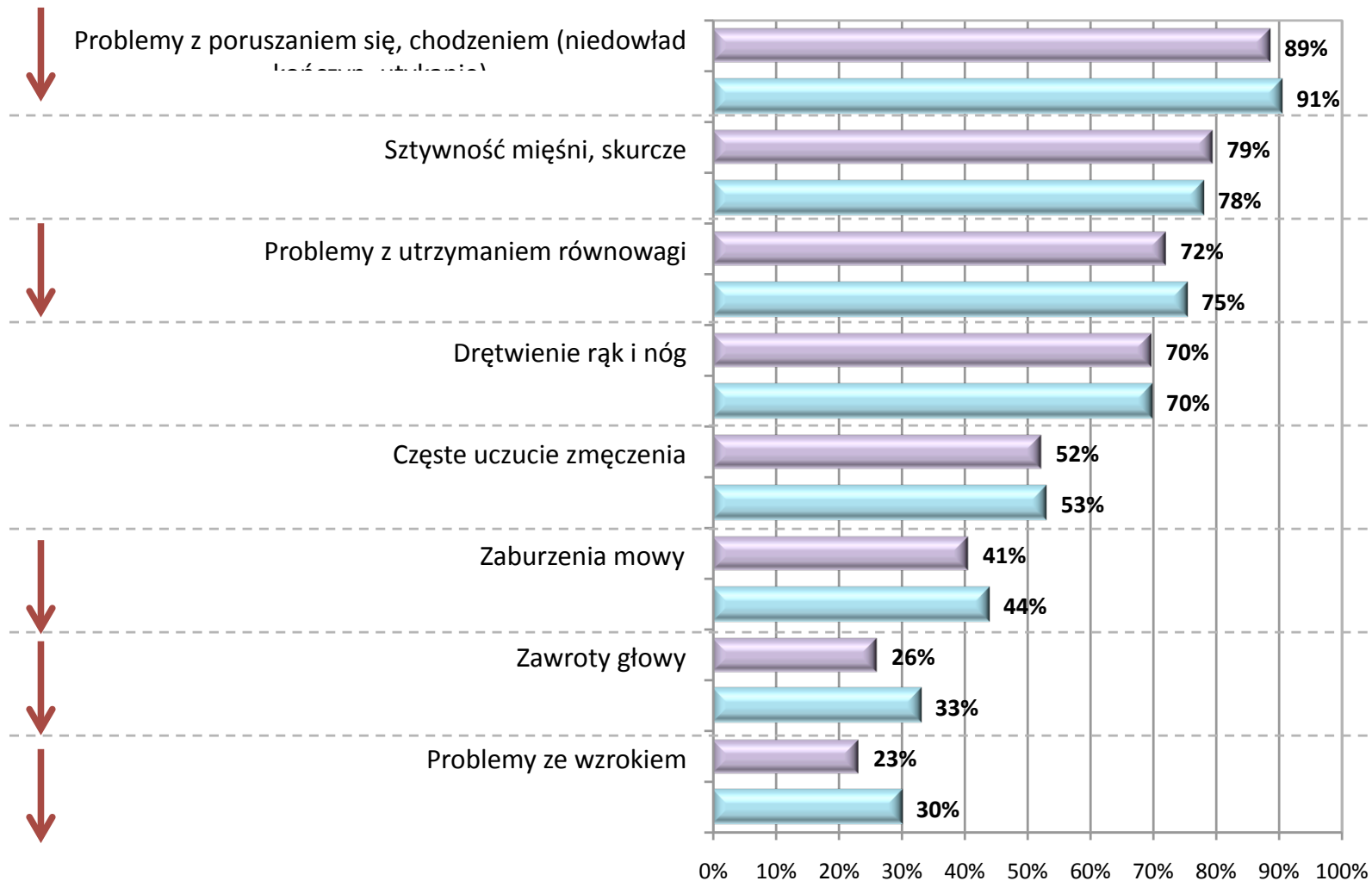
Proszę przeczytać poniższe stwierdzenia dotyczące Stwardnienia Rozsianego. Proszę powiedzieć, na ile zgadza się Pan/i z tymi stwierdzeniami. Jeśli nawet nie wie Pan/i nic o tej chorobie, proszę zaznaczyć, jak się Panu/i wydaje.



# Osoba z SM – czyli kto? (1/2)

post-test (N=1005)  
pre-test (N=1005)

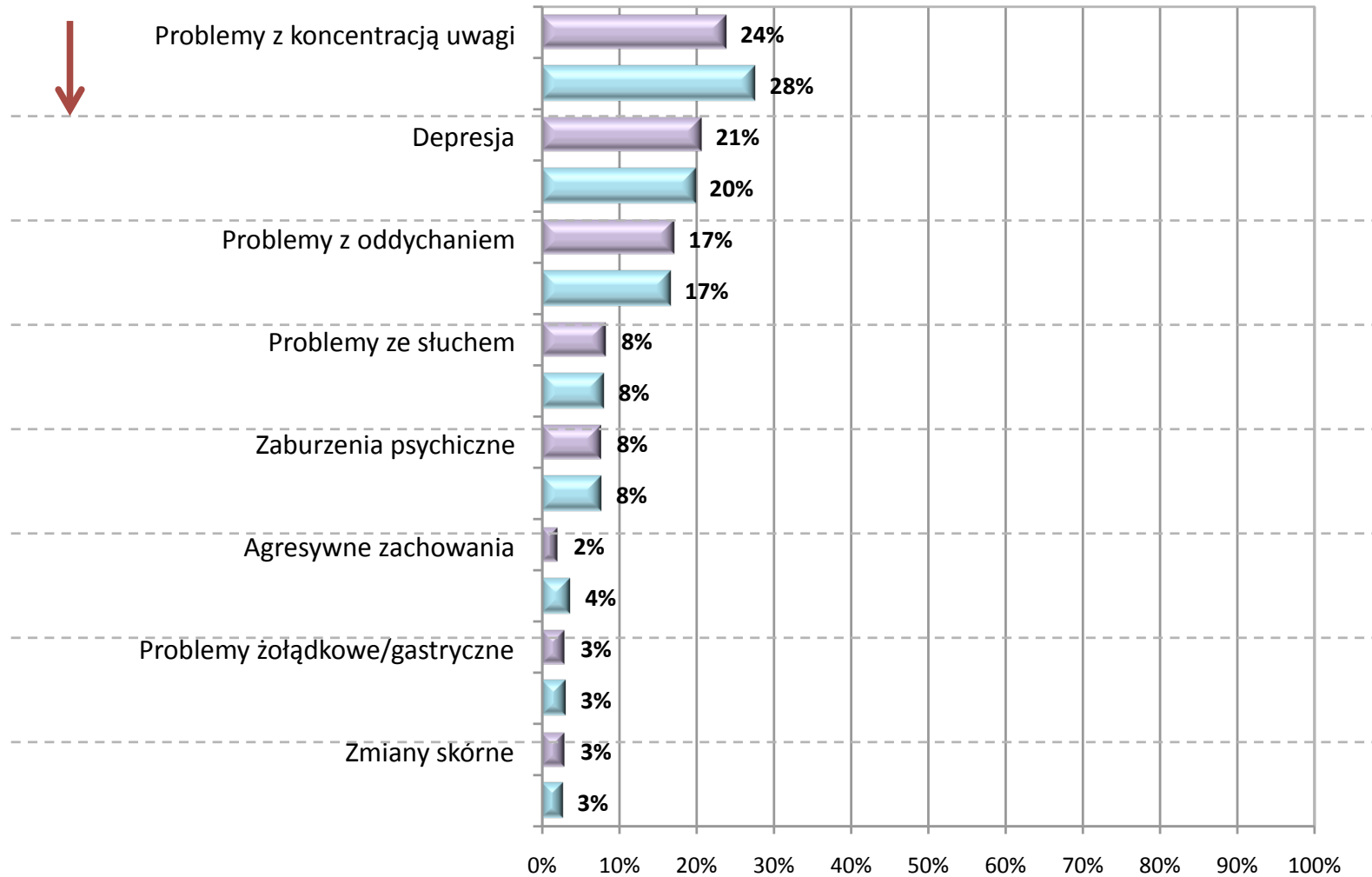
Jak się Panu/i wydaje, jakie są główne objawy Stwardnienia Rozsianego. Proszę z poniższej listy wybrać wszystkie objawy, które przypisałby Pan do tej choroby:



# Osoba z SM – czyli kto?

post-test (N=1005)  
pre-test (N=1005)

Jak się Panu/i wydaje, jakie są główne objawy Stwardnienia Rozsianego. Proszę z poniższej listy wybrać wszystkie objawy, które przypisałby Pan do tej choroby:



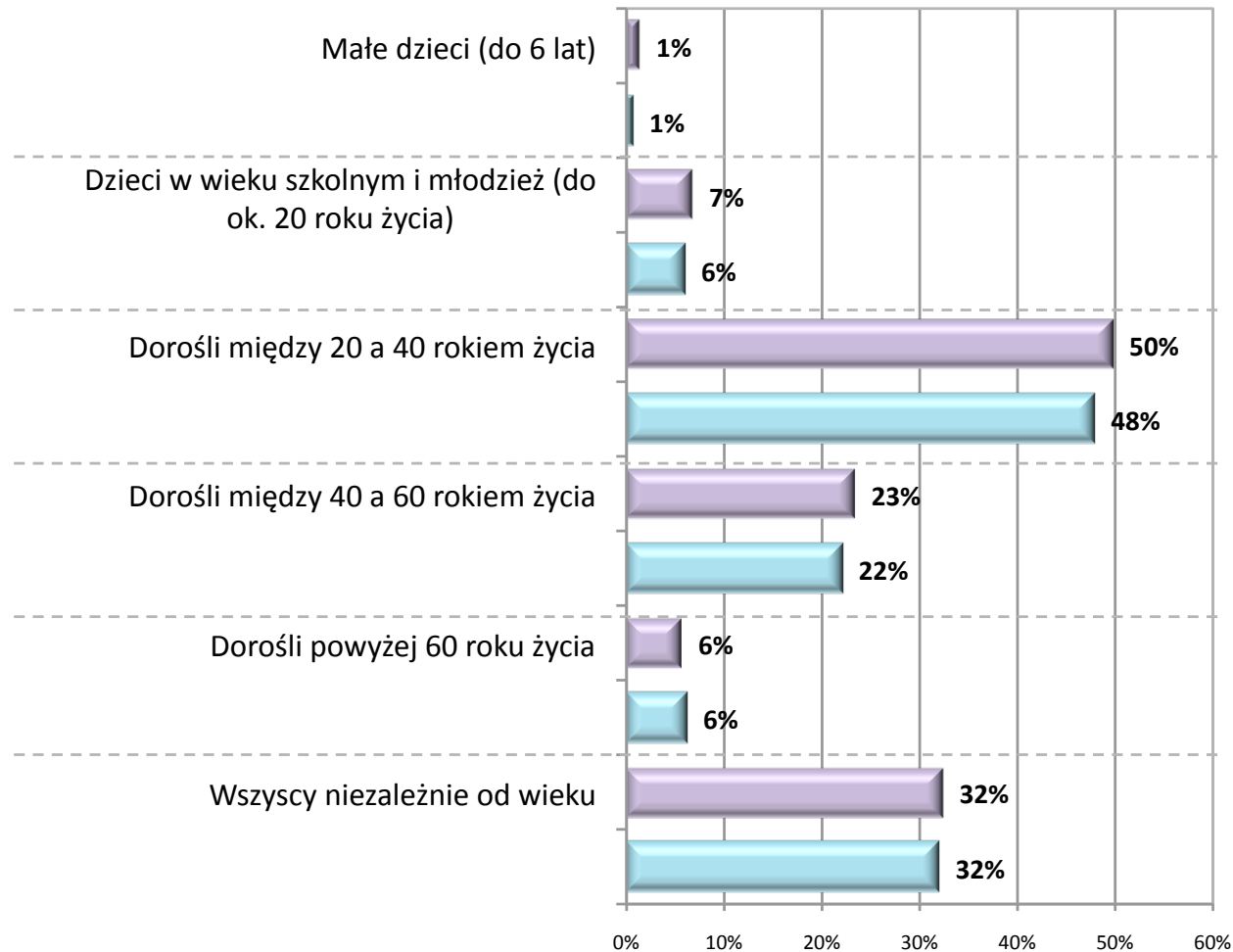




# Osoba z SM – czyli kto?

post-test (N=1005)  
pre-test (N=1005)

Jak się Panu/i wydaje, w jakim wieku ludzie zaczynają chorować na Stwardnienie Rozsiane? Proszę wybrać wszystkie przedziały, które według Pana/i są charakterystyczne dla tej choroby:



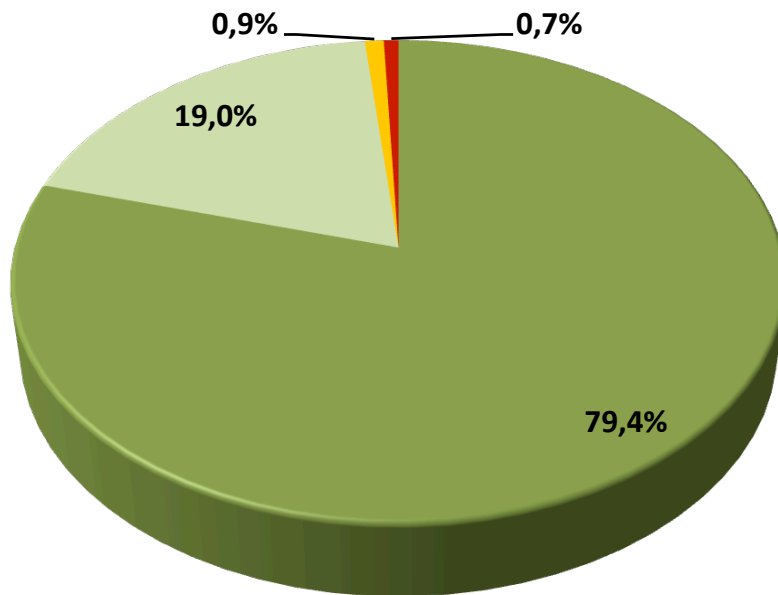


# Kampanie o SM – czy warto?

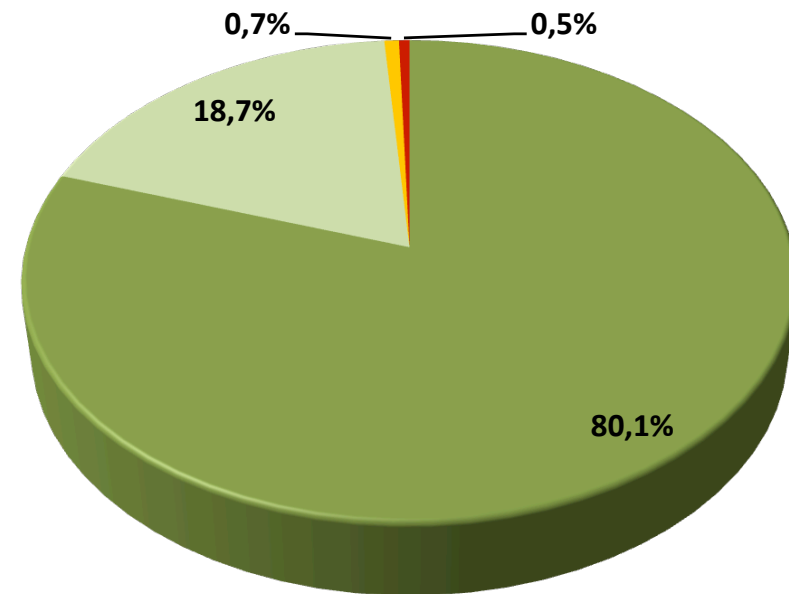
pre-test (N=1005)  
post-test (N=1005)

Co sądzi Pan/i o organizowaniu kampanii społecznych na temat Stwardnienia Rozsianego, których celem byłoby edukowanie społeczeństwa na temat tej choroby (jej objawów, sposób leczenia) oraz wspieranie samych chorych?

Pre-test



Post-test

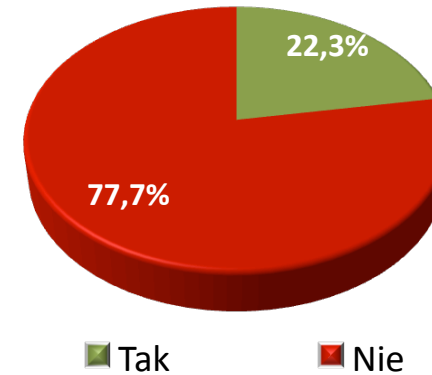


- Zdecydowanie powinny być organizowane
- Raczej powinny być organizowane
- Raczej nie powinny być organizowane
- Zdecydowanie nie powinny być organizowane

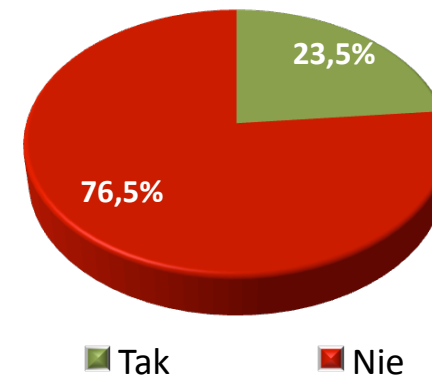
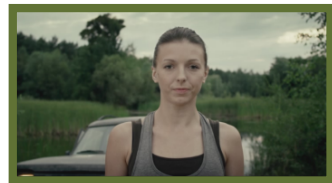
**Znajomość i ocena kampanii  
SM – walcz o siebie! Stwardnienie  
Rozsiane to nie wyrok. Trzeba  
walczyć o siebie**

# Znajomość kampanii

Czy zetknął/nęła się Pan/i kampanią dotyczącymi osób chorych na Stwardnienie Rozsiane pod hasłem „SM – walcz o siebie! Stwardnienie Rozsiane to nie wyrok. Trzeba walczyć o siebie.”?



Czy widział/a Pan/i kampanię dotyczącą osób chorych na Stwardnienie Rozsiane, której częścią ten film?

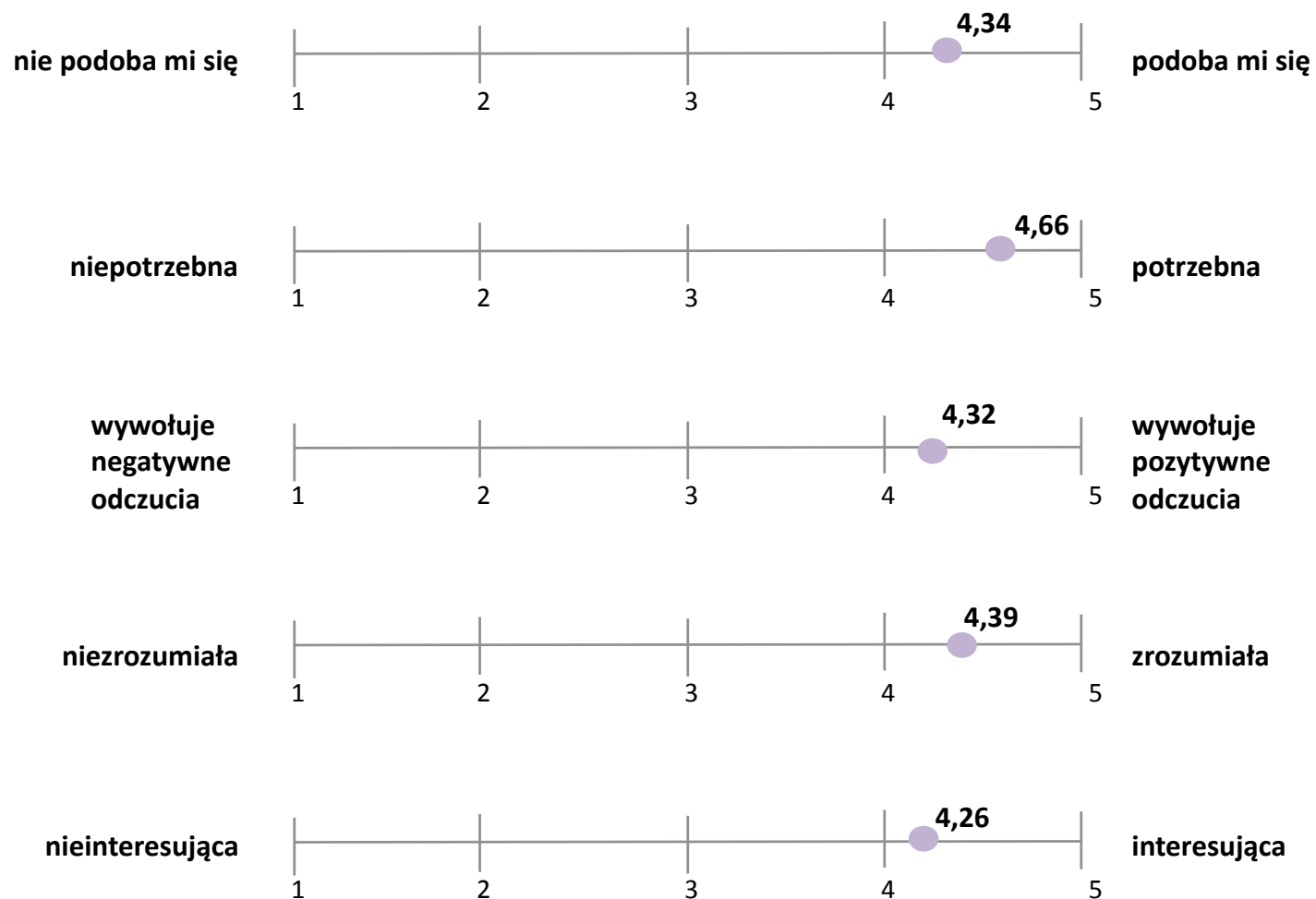


\*uwaga: każdy film był wyświetlany połowie badanych

# Ogólna ocena kampanii

Proszę powiedzieć, co sądzi Pan/i o kampanii, której częścią jest ten film.

Proszę udzielić odpowiedzi na skali 1-5



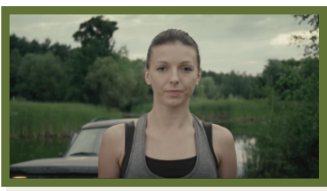


# Ocena kampanii w zależności od oglądanego spotu

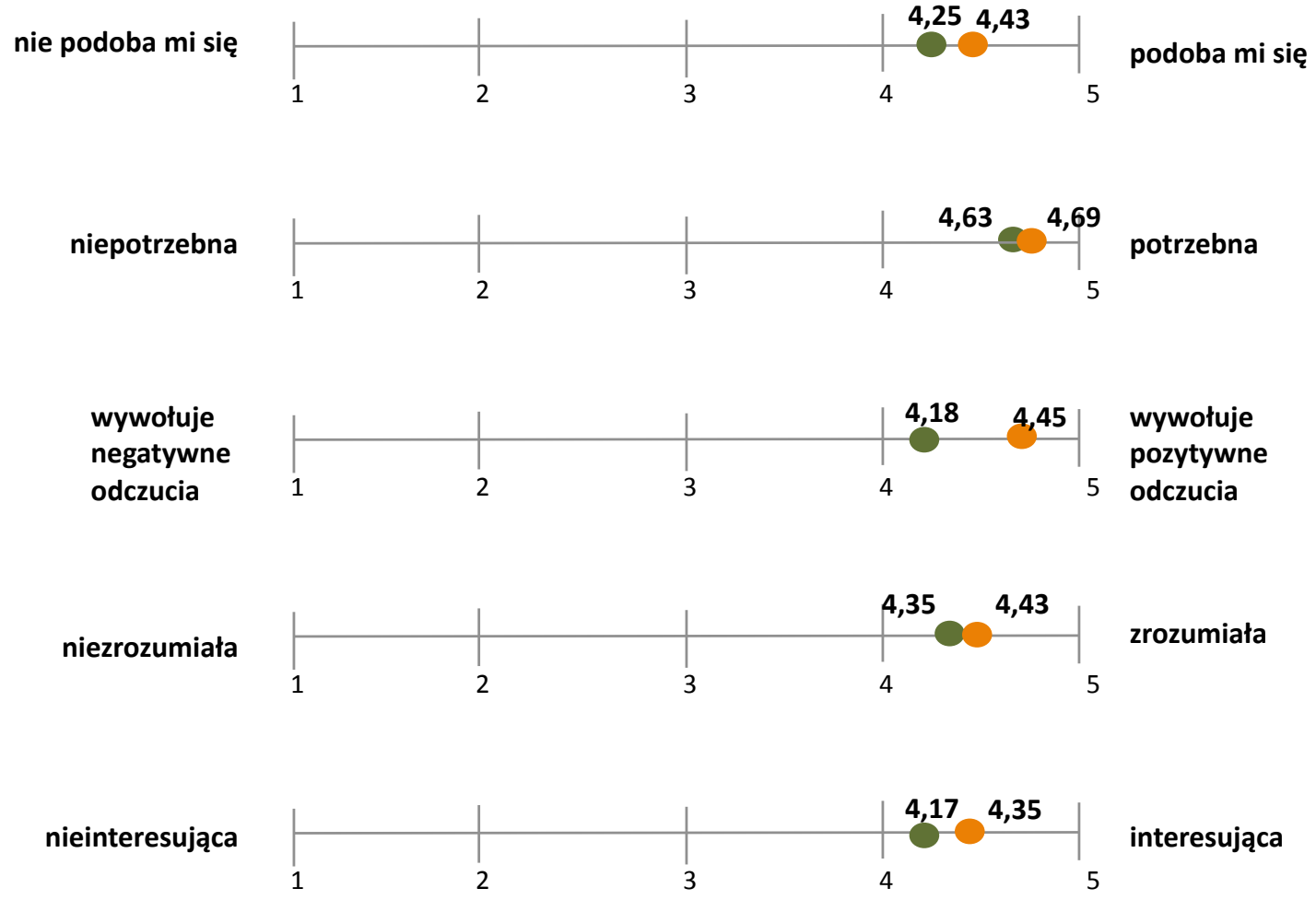
Proszę powiedzieć, co sądzi Pan/i o kampanii, której częścią jest ten film.  
Proszę udzielić odpowiedzi na skali 1-5



● średnia ocena spotu „Pilot” na danym wymiarze  
N=503



● średnia ocena spotu „Off road” na danym wymiarze  
N=502



# Ocena ogólna (1/2)

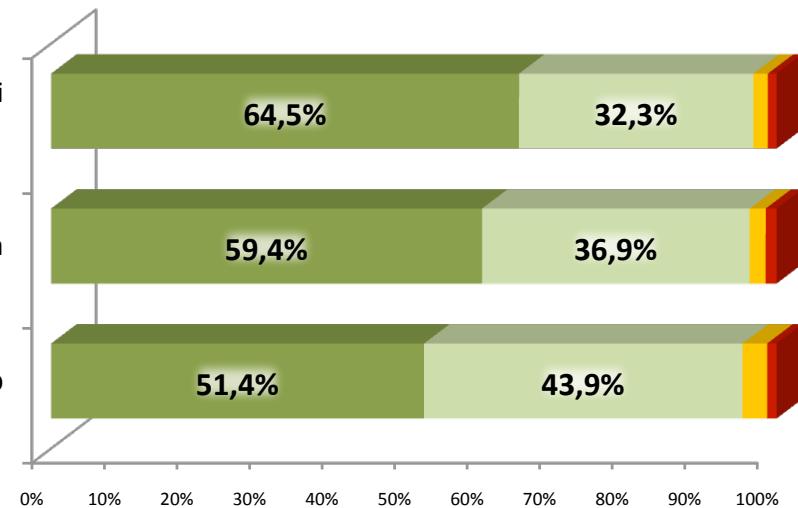
Proszę zastanowić się chwilę i powiedzieć, na ile zgadza się Pan/i z poniższymi stwierdzeniami.

## Działania na rzecz chorych na SM

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

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

Powinno być organizowanych więcej kampanii dotyczących osób chorych na Stwardnienie Rozsiane



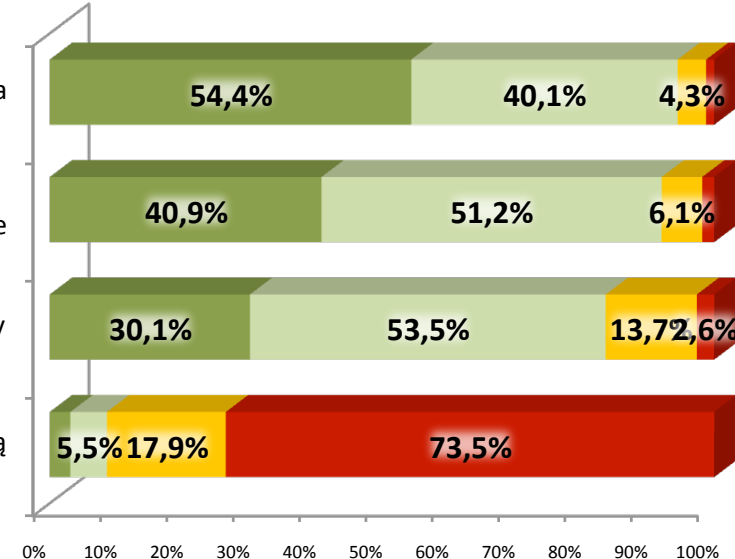
## Ocena kampanii

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

Hasło tej kampanii przemawia do mnie

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

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



■ zdecydowanie zgadzam się   ■ raczej zgadzam się   ■ raczej nie zgadzam się   ■ zdecydowanie nie zgadzam się

## Ocena ogólna (2/2)

Proszę zastanowić się chwilę i powiedzieć, na ile zgadza się Pan/i z poniższymi stwierdzeniami.

### Efekty kampanii

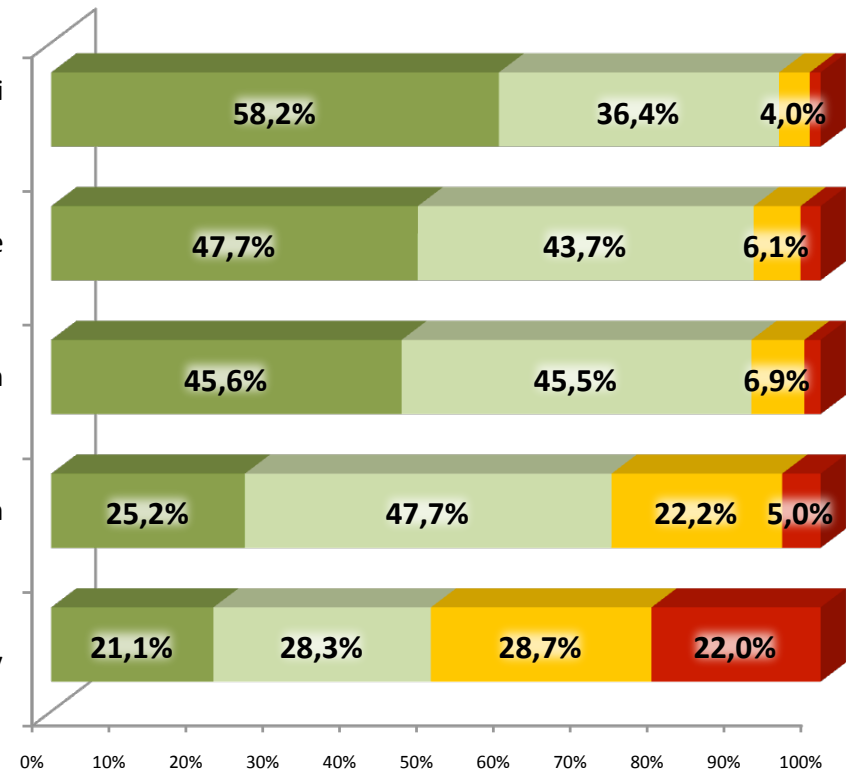
Podoba mi się to, że kampania pokazuje młodych, aktywnych ludzi i dzięki temu przełamuje stereotyp osoby chorej na Stwardnienie Rozsiane

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

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

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

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



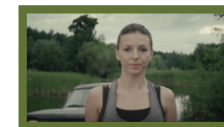
■ zdecydowanie zgadzam się ■ raczej zgadzam się ■ raczej nie zgadzam się ■ zdecydowanie nie zgadzam się



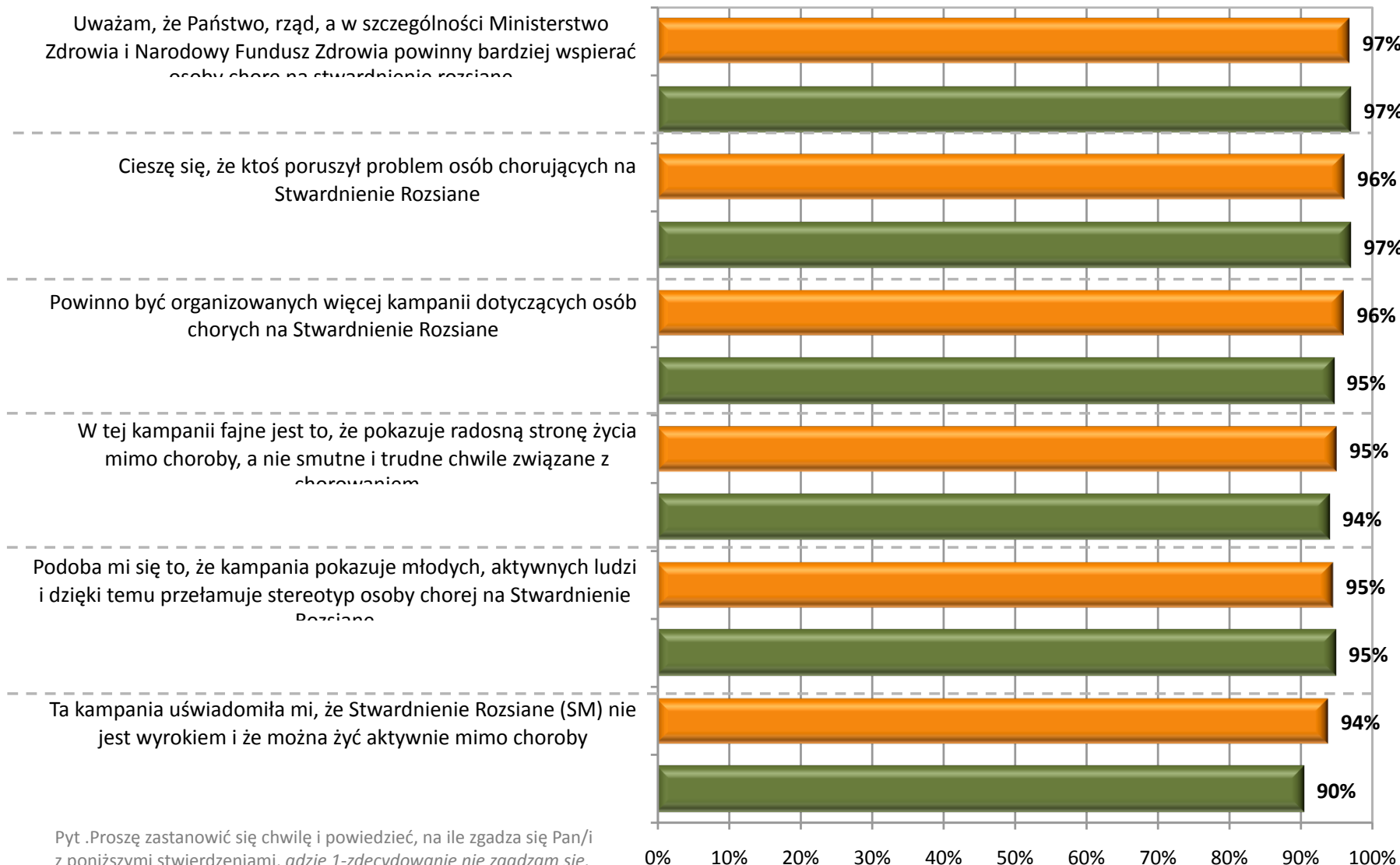
# Ocena kampanii – porównanie spotów (1/2)



N=503



N=502



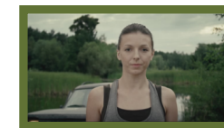
Pyt. Proszę zastanowić się chwilę i powiedzieć, na ile zgadza się Pan/i z poniższymi stwierdzeniami, gdzie 1-zdecydowanie nie zgadzam się, a 4-zdecydowanie zgadzam się; (wykres przedstawia zsumowane 3 (raczej się zgadzam)+4(zgadzam się)



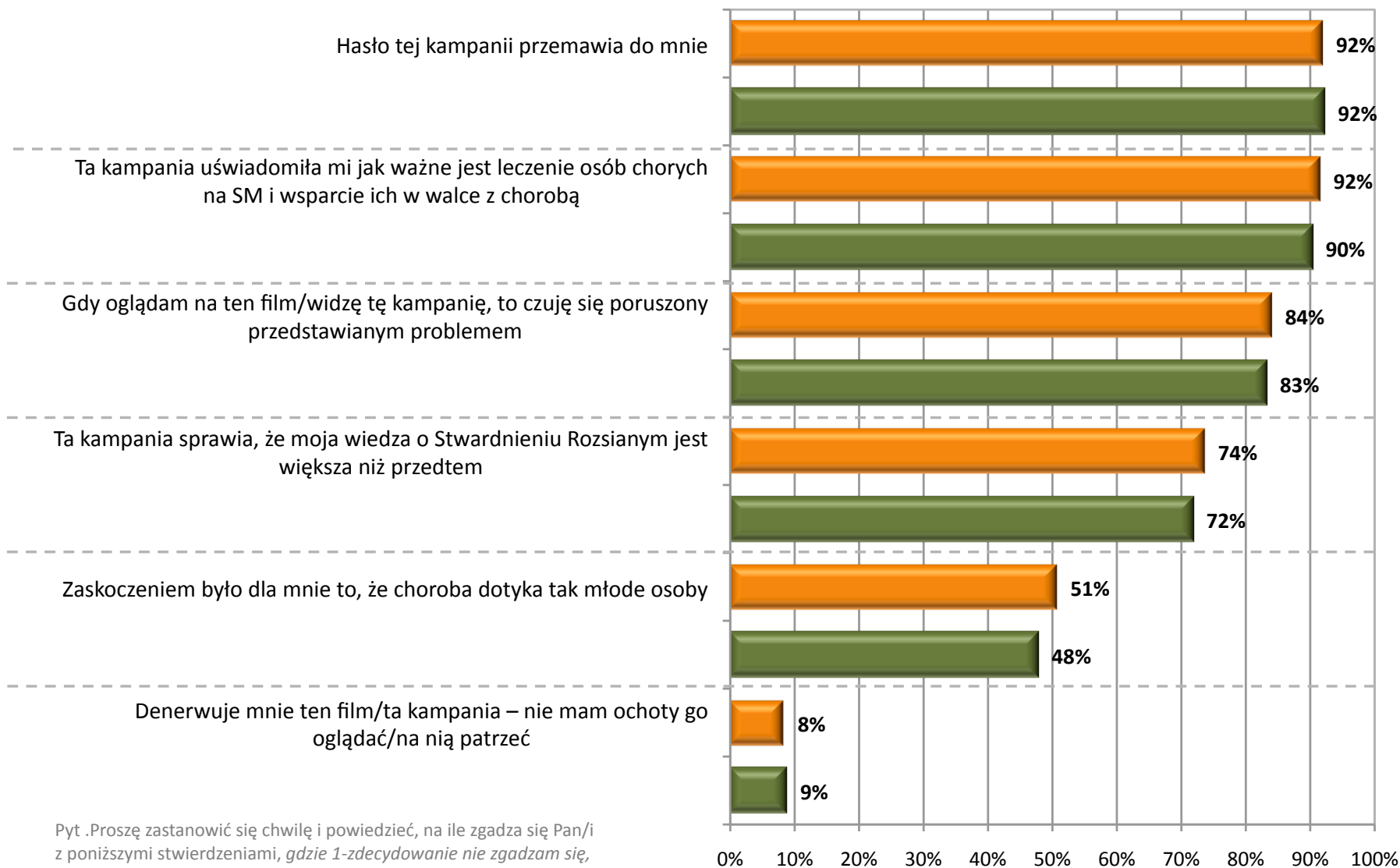
# Ocena kampanii – porównanie spotów (2/2)



N=503



N=502



Pyt. Proszę zastanowić się chwilę i powiedzieć, na ile zgadza się Pan/i z poniższymi stwierdzeniami, gdzie 1-zdecydowanie nie zgadzam się, a 4-zdecydowanie zgadzam się; (wykres przedstawia zsumowane 3 (raczej się zgadzam)+4(zgadzam się)

# Ocena kampanii na podstawie spotu „Pilot”(1/2)

N=503

Proszę zastanowić się chwilę i powiedzieć, na ile zgadza się Pan/i z poniższymi stwierdzeniami.

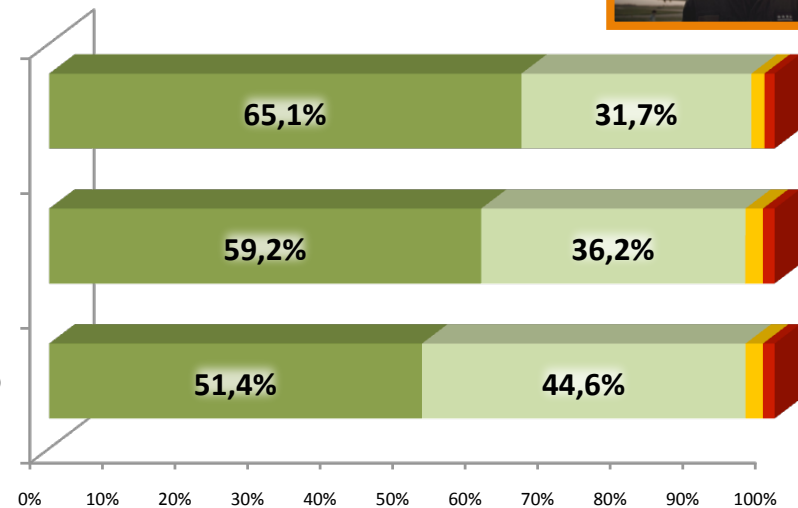


Działania na rzecz chorych na SM

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

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

Powinno być organizowanych więcej kampanii dotyczących osób chorych na Stwardnienie Rozsiane



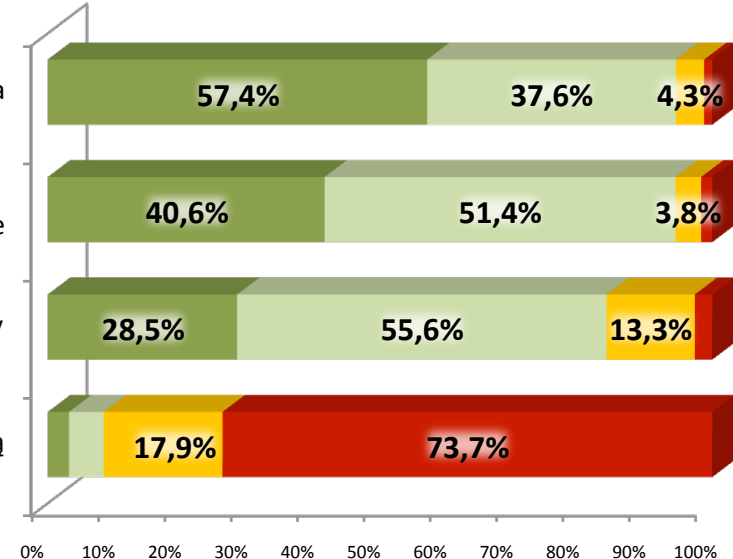
Ocena kampanii

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

Hasło tej kampanii przemawia do mnie

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

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



■ zdecydowanie zgadzam się   ■ raczej zgadzam się   ■ raczej nie zgadzam się   ■ zdecydowanie nie zgadzam się

# Ocena kampanii na podstawie spotu „Pilot” (2/2)

N=503

Proszę zastanowić się chwilę i powiedzieć, na ile zgadza się Pan/i z poniższymi stwierdzeniami.



Efekty kampanii

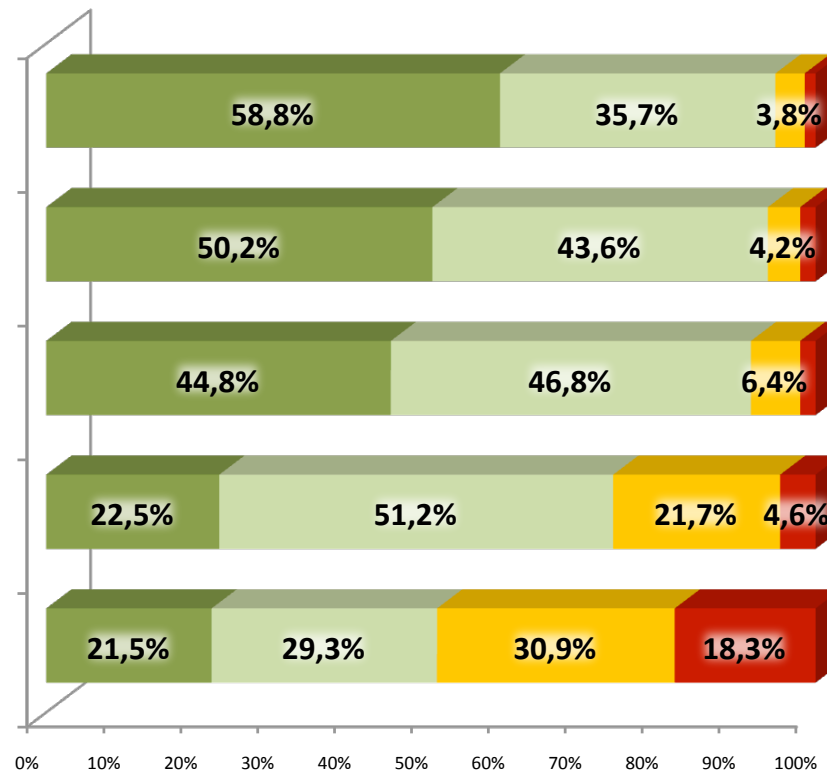
Podoba mi się to, że kampania pokazuje młodych, aktywnych ludzi i dzięki temu przełamuje stereotyp osoby chorej na Stwardnienie Rozsiane

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

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

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

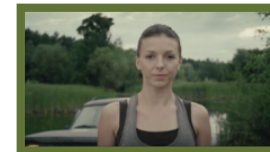
Zaskoczeniem było dla mnie to, że choroba dotyka tak młode osoby



■ zdecydowanie zgadzam się ■ raczej zgadzam się ■ raczej nie zgadzam się ■ zdecydowanie nie zgadzam się

# Ocena kampanii na podstawie spotu „Off road”(1/2)

Proszę zastanowić się chwilę i powiedzieć, na ile zgadza się Pan/i z poniższymi stwierdzeniami.



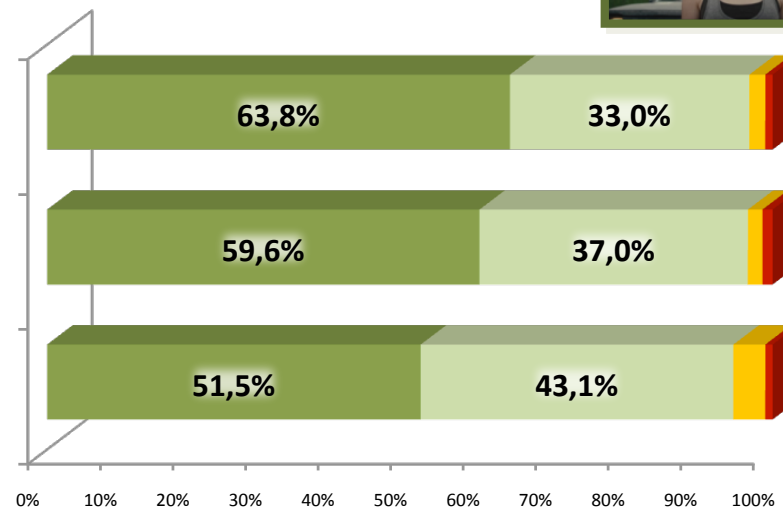
N=502

Działania na rzecz chorych na SM

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

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

Powinno być organizowanych więcej kampanii dotyczących osób chorych na Stwardnienie Rozsiane



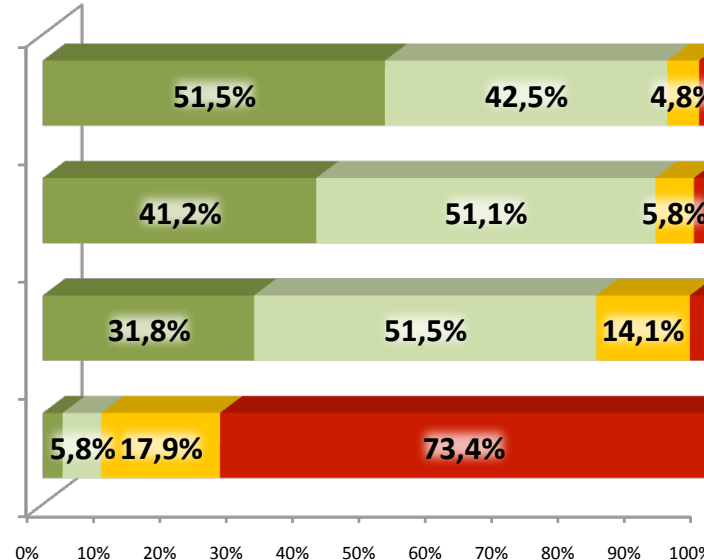
Ocena kampanii

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

Hasło tej kampanii przemawia do mnie

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

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



■ zdecydowanie zgadzam się   ■ raczej zgadzam się   ■ raczej nie zgadzam się   ■ zdecydowanie nie zgadzam się

# Ocena kampanii na podstawie spotu „Off road”(2/2)

Proszę zastanowić się chwilę i powiedzieć, na ile zgadza się Pan/i z poniższymi stwierdzeniami.



N=502

Efekty kampanii

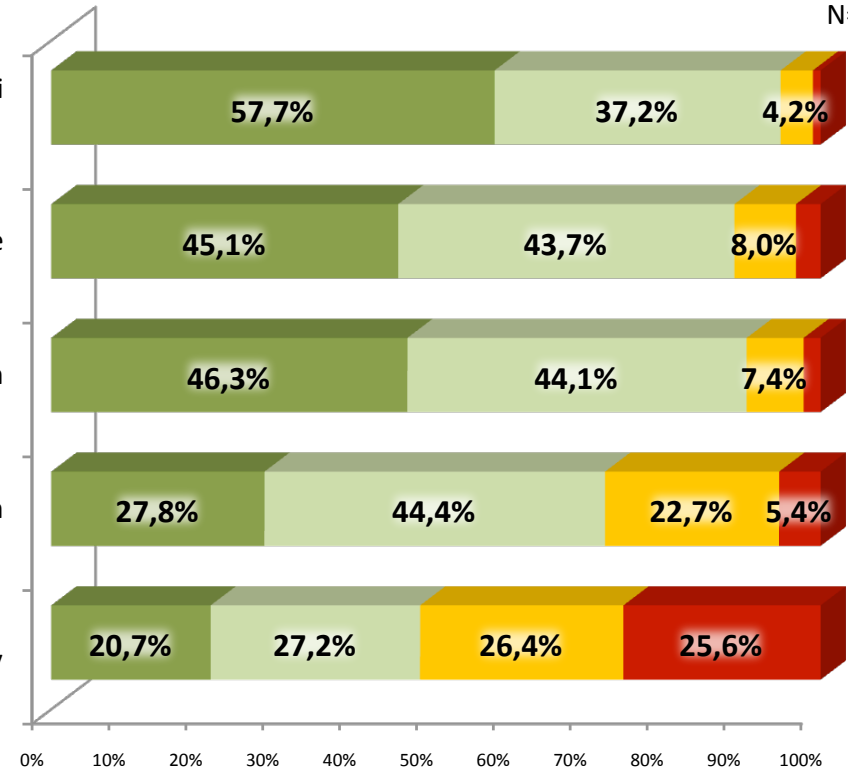
Podoba mi się to, że kampania pokazuje młodych, aktywnych ludzi i dzięki temu przełamuje stereotyp osoby chorej na Stwardnienie Rozsiane

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

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

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

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



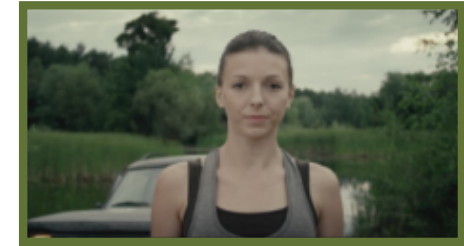
■ zdecydowanie zgadzam się ■ raczej zgadzam się ■ raczej nie zgadzam się ■ zdecydowanie nie zgadzam się



# Skuteczność kampanii



- ✓ **Świadomość choroby.** W wyniku kampanii nastąpił pewien wzrost świadomości istnienia choroby Stwardnienie Rozsiane – z 31% do 34% wzrósł odsetek osób, które słyszały o tej chorobie i deklarują, że wiedzą na czym ona polega.
- ✓ **Postrzeganie choroby.** Kampania sprawiła, że więcej Polaków ma świadomość, że SM można leczyć za pomocą nowoczesnych leków, a także iż osoby chore na Stwardnienie Rozsiane mogą pracować (a nie muszą być na rencie). W wyniku kampanii spadł także odsetek osób, które są przekonane o tym, że SM to choroba śmiertelna i że nie ma na nią lekarstwa. Dzięki kampanii osoby chore na SM w mniejszym stopniu niż przed kampanią są postrzegane jako „skazane” na wózek inwalidzki (a zatem mogą aktywnie uczestniczyć w życiu społecznym).
- ✓ **Cechy choroby.** Kampania sprawiła, że zmianie uległo postrzeganie głównych objawów SM – nieco rzadziej wskazywane są przez respondentów problemy związane z motoryką (poruszaniem się, utrzymywaniem równowagi), ale nieco częściej wskazują depresję.



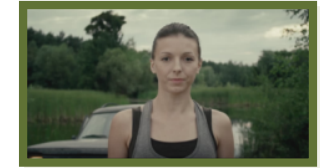
*„Bardzo dobrze, że jest taka kampania. Pokazuje jak wiele osób dotyka SM, otwiera społeczeństwo na nas i przede wszystkim nagłaśnia problem naszej choroby. Same plusy!!! Oby jak najwięcej i takich kampanii.”*

*„Mnie pomogła zburzyć stereotyp w mojej głowie. A to dla mnie cholernie dużo. Dziękuję, Wam wszystkim.”*

*„Ja dzięki kampanii może przyznam się do tej choroby kilku znajomym (a właściwie już się przyznałam 2 osobom, czego bym pewnie przed kampanią nie zrobiła) i wysłałam im linka do strony kampanii, żeby zobaczyli, że można z tym żyć.”*



# Ocena kampanii



- ✓ Kampania „SM – walcz o siebie!” została oceniona przez Polaków jako potrzeba, interesująca i wzbudzająca pozytywne emocje. Podoba się ona badanym i jest dla nich zrozumiała.
- ✓ Po obejrzeniu kampanii aż 95% Polaków uważa, że powinno być przeprowadzanych więcej kampanii dotyczących osób na SM. 97% pytanych jest zdania, że państwo powinno bardziej wspierać osoby chore na Stwardnienie Rozsiane.
- ✓ Polacy (podobnie jak osoby wypowiadające się na profilu kampanii na facebooku) bardzo pozytywnie oceniają fakt, że kampania pokazuje iż mimo choroby można żyć aktywnie, rozwijać swoje pasje. Także pokazanie młodych, aktywnych osób sprawia, że przełamany jest stereotyp chorego na SM.
- ✓ Kampania uświadamia także społeczeństwu jak ważne jest wspieranie osób chorych na SM i dążenie do dostępu do nowoczesnych leków i terapii.

*„Kampania prostuje obraz chorych na SM. Osobom nie znającym specyfiki choroby SM kojarzy się wyłącznie z wózkiem inwalidzkim, a przecież wielu chorych żyje aktywnie i nie widać po nich choroby. Poza tym cała akcja tchnie optymizmem i daje nadzieję. Wreszcie czujemy, że nie jesteśmy sami.”*

*„Kampanie jak najbardziej potrzebne !!! Dobrym tematem mogłoby być pokazanie przeszkód na jakie natrafiają chorzy na SM w codziennym życiu i jak ludzie zdrowi bez problemu mogą im ulżyć.”*

*„Takie kampanie są bardzo potrzebne. Pokazanie pracodawców, którzy nie boją się nas zatrudniać i to, że jesteśmy pełnowartościowymi pracownikami.”*





**maison**  
dom ☉ badawczy

**Dom Badawczy Maison**  
**ul. Podbięty 57**  
**02-732 Warszawa**

tel. 022 828-28-85 ; fax 022 621-26-67  
e-mail: [biuro@maison.pl](mailto:biuro@maison.pl)  
[www.maison.pl](http://www.maison.pl)