

## WYNIKI ANKIET EWALUACYJNYCH

*W 2011r. Fundacja „Pomorski Dom Nadziei” zorganizowała i przeprowadziła po raz drugi, skierowaną do młodzieży akademickiej, Kampanię informacyjno- edukacyjną o tematyce HIV/AIDS „Bezpieczne Gruchanie”, Projekt został zrealizowany w następujących uczelniach:*

1. *Gdańskim Uniwersytecie Medycznym;*
2. *Gdańskiej Wyższej Szkole Humanistycznej;*
3. *Wyższej Szkole Bankowej;*
4. *Wyższej Szkole Zarządzania.*

Rezultaty projektu zostały zmierzone przy pomocy ankiet ewaluacyjnych, do których wypełnienia realizator/-ki projektu zachęcali studentów/-tki korzystających z ulotek, materiałów promocyjnych, rozwiązujących quizy wiedzy o HIV/AIDS. Wyniki 205 ankiet potwierdzają, że kampania „BEZPIECZNE GRUCHANIE” osiągnęła zakładane rezultaty:

- **100% respondentów uważało, że kampania zwiększa świadomość z zakresie HIV/AIDS;**
- 98% respondentów podobały się materiały dostępne w kampanii (1% się nie podobały, 1% nie udzielił odpowiedzi);
- 98% respondentów stwierdziło, że kampanie tego typu są przydatne (2% odpowiedziało „nie”);
- 98% respondentów kampania się podobała (2% odpowiedziało „nie”);
- 96% respondentów uważało, że kampania podwyższa wiedzę o bezpiecznych zachowaniach seksualnych (3% odpowiedziało „nie”, 1% nie udzielił odpowiedzi);
- 95% respondentów uważało, że kampania podwyższa wiedzę o sposobach zakażenia HIV (4% odpowiedziało „nie”, 1% nie udzielił odpowiedzi);
- 95% respondentów uważało, że kampania popularyzuje tematykę HIV/AIDS (prawie 5% odpowiedziało „nie”, mniej niż 1% nie udzielił odpowiedzi);
- 95% respondentów stwierdziło, że kampania niweluje stereotypy i mity związane z HIV/AIDS (prawie 5% odpowiedziało „nie”, mniej niż 1% nie udzielił odpowiedzi);
- 87% respondentów dzięki kampanii dowiedziało się, gdzie w Gdańsku mieści się Punkt Konsultacyjno – Diagnostyczny (8% się nie dowiedziało, 5% nie udzieliło odpowiedzi);
- 85% respondentów uważało, że kampania rozwija zainteresowanie tematyką HIV/AIDS (12% odpowiedziało „nie”, 3% nie udzieliło odpowiedzi);

- 62% respondentów dzięki kampanii zyskało nowe przekonania lub opinie na temat HIV/AIDS  
(31% nie zyskało w/w; 7% nie udzieliło odpowiedzi).

Za najciekawsze elementy kampanii „BEZPIECZNE GRUCHANIE” respondenci i respondentki uznali przede wszystkim (172 opinie):

- wiadomości o HIV/AIDS (34%),
- gadżety (16%),
- ulotki / materiały edukacyjne (13%),
- nazwę / logo (12%),
- formę / sposób podejścia do tematu (10%),
- quiz wiedzy z rozmową z edukatorem (9%),
- nagrody w postaci koszulek (9%),
- łamanie stereotypów, mitów, tabu (6%),
- prezerwatywy (6%).

78 ankietowanych podało zmiany w ich opinii korzystne dla kampanii, a były to głównie:

- większy rozgłos / lepsza reklama (26%),
- większa częstotliwość (18%),
- większy zasięg / skala (13%).

Uwagami odnośnie „BEZPIECZNEGO GRUCHANIA” podzieliło się 27 ankietowanych. Były to przede wszystkim pozytywne odczucia i opinie, a także podziękowania i życzenia: np. „podoba mi się”, „zwiększyła się moja świadomość”, „świetna sprawa z tą akcją”, „takie akcje są potrzebne”, „uważam, że takich kampanii powinno być więcej w naszym kraju”, „gratuluje udanego pomysłu i życzę powodzenia w kontynuowaniu tego typu ciekawych kampanii”.