

WYNIKI ANKIET EWALUACYJNYCH

W 2010r. Fundacja „Pomorski Dom Nadziei” zorganizowała i przeprowadziła po raz pierwszy, skierowaną do młodzieży akademickiej, Kampanię informacyjno- edukacyjną o tematyce HIV/AIDS „Bezpieczne Gruchanie”, Projekt był współfinansowany przez Urząd Miejski w Gdańsku oraz Fundację i został zrealizowany w następujących uczelniach:

- 1. Wyższa Szkoła Wychowania Fizycznego,*
- 2. Uniwersytet Gdański,*
- 3. Politechnika Gdańska.*

Udzielono 300 porad i konsultacji, a ankiety wypełniło 158 osób

- 100% respondentów stwierdziło, że kampanie tego typu są przydatne;
- 99% respondentów kampania się podobała (1% nie udzielił odpowiedzi);
- 97% respondentów podobały się materiały dostępne w kampanii (2% się nie podobały, 1% nie udzielił odpowiedzi);
- 95% respondentów uważało, że kampania zwiększa świadomość z zakresie HIV/AIDS (4% odpowiedziało „nie”; 1% nie udzieliło odpowiedzi);
- 95% respondentów uważało, że kampania niweluje stereotypy i mity związane z HIV/AIDS, (5% odpowiedziało „nie”);
- 94% respondentów uważało, że kampania popularyzuje tematykę HIV/AIDS, (6% odpowiedziało „nie”);
- 93% respondentów uważało, że kampania podwyższa wiedzę o sposobach zakażenia się HIV, (7% odpowiedziało „nie”);
- 93% respondentów uważało, że kampania podwyższa wiedzę o bezpiecznych zachowaniach seksualnych (7% odpowiedziało „nie”);
- 88% respondentów twierdziło, że kampania rozwija zainteresowanie tematyką HIV/AIDS, (12% odpowiedziało „nie”);
- 81% respondentów dzięki kampanii dowiedziało się, gdzie w Gdańsku mieści się Punkt Konsultacyjno – Diagnostyczny (18% się nie dowiedziało, 1% nie udzielił odpowiedzi);
- 70% respondentów dzięki kampanii zyskało nowe przekonania lub opinie na temat HIV/AIDS, (26% nie zyskało w/w; 4% nie udzieliło odpowiedzi).

Nie znalazła się zatem ani jedna osoba, której „BEZPIECZNE GRUCHANIE” by się nie podobało, czy uznałaby, że tego typu projekty są nieprzydatne. Za najciekawsze elementy kampanii respondenci i respondentki uznali przede wszystkim (149 (94%) opinii):

- wiadomości o HIV/AIDS (32%),
- quiz wiedzy z rozmową z edukatorką (22%),
- nagrody w postaci koszulek (13%),
- gadżety (11%),
- ulotki (11%),
- formę/sposób podejścia do tematu (6%),
- nazwę (5%),
- materiały (5%),
- miłe/-go / przyjazne/-go realizatorki/-a (5%),
- ankiety (5%).

Uwagami odnośnie „BEZPIECZNEGO GRUCHANIA” podzieliło się 30 (19%) ankietowanych. Były to przede wszystkim pozytywne odczucia i opinie dotyczące kampanii, jej formy, realizatorek/-a, logo i hasła, a także podziękowania, np. „super, że jesteście”, „trzymajcie tak dalej”, „miłe doświadczenie”, „bardzo mi się podoba”, „dobry pomysł”.