Poznań, 19 grudnia 2018 roku

INFORMACJA PRASOWA

Problematyka zwierząt w polskich mediach

**Ponad połowa Polaków posiada w domu zwierzęta\*. Jednocześnie szacuje się, że około 142 tys. psów i kotów czeka na adopcję w schroniskach\*\*. Jaka jest zatem prawda o sytuacji zwierząt w naszym kraju? Czy w medialnym dyskursie znalazło się miejsce na kwestie dotyczące dobrostanu zwierząt, ich praw, edukacji w zakresie zapobiegania bezdomności i standardów opieki nad nimi?**

Odpowiedzi na te pytania możemy znaleźć w raporcie „Problematyka zwierząt w polskich mediach” opublikowanym przez agencję informacyjną PRESS-SERVICE Monitoring Mediów. Analiza dotyczy pięciu grup tematycznych: hodowli i utrzymania zwierząt, aspektów prawnych, porzuceń oraz adopcji zwierząt, bezdomności zwierząt i jej zapobiegania, a także masowych akcji prozwierzęcych. W każdej grupie przebadano medialność wybranych zagadnień, które są reprezentatywne dla omawianej problematyki.

Zagadnienia te w okresie od 15.10.2017 do 15.10.2018 wygenerowały łącznie ponad 846 tys. publikacji, z czego prawie 812 tys. doniesień ukazało się w serwisach społecznościowych. Media tradycyjne – co naturalne - podejmowały najczęściej przekrojowe tematy, a najbardziej medialnym zagadnieniem w prasie, Internecie i RTV okazała się fraza „prawa zwierząt” (8 129 publikacji).

Media społecznościowe z jednej strony epatują doniesieniami na temat cierpiących zwierząt, a z drugiej - roi się w nich od grup zrzeszających miłośników rasowych i nierasowych pupili. Przekaz z social media został zdominowany przez informacje na temat adopcji psów i kotów.

- *Wyraźnie widać, że przeciwieństwie do mediów tradycyjnych, media społecznościowe pełnią obecnie rolę swoistej „tablicy ogłoszeń” - komentuje Katarzyna Popławska, kierownik działu marketingu i PR w PRESS-SERVICE Monitoring Mediów. Suma informacji dotyczących adopcji zwierząt wyniosła blisko 382 tysiące, co daje średnią ponad 1 000 (!) takich wzmianek dziennie* – dodaje Popławska.

**Futra naturalne mogą nosić tylko zwierzęta**

Hodowla zwierząt futerkowych była jednym z trzech najczęściej podejmowanych zagadnień w mediach tradycyjnych (4 277 informacji). Łącznie w prasie, Internecie, RTV i w mediach społecznościowych ukazało się 52 314 publikacji zawierających omawianą frazę. Gdyby doniesienia te połączyć z informacjami dotyczącymi zakazu hodowli zwierząt futerkowych oraz ferm futrzarskich, to okazałoby się, że temat wygenerował w sumie we wszystkich mediach zwrot na poziomie blisko 99 tys. doniesień.

Kwestia hodowli zwierząt futerkowych pojawia się także w kontekście praw zwierząt. Ciekawym aspektem tego zagadnienia może być fakt, że najbardziej aktywnym źródłem internetowym poruszającym ten temat było źródło sportowe - Sport.tvn24.pl. Wszystko za sprawą Ashley Fruno, działaczki międzynarodowej organizacji PETA (Ludzie na rzecz Etycznego Traktowania Zwierząt), która protestowała przed olimpijskimi obiektami w Pjongczangu przeciwko noszeniu futer. Działanie Fruno odbiło się szerokim echem na całym świecie, w tym także w polskich mediach relacjonujących doniesienia z olimpijskich aren.

Najwięcej, bo prawie 138 tys. informacji spośród trzech zagadnień analizowanych w ramach grupy „Aspekty prawne” dotyczyło znęcania się nad zwierzętami, a blisko 102 tys. praw zwierząt. W obu przypadkach dominowały wpisy i komentarze w social media - odpowiednio 96% i 92% przekazu. Co ciekawe, problematyka kar za znęcanie się nad zwierzętami pojawiła się tylko w 9 161 publikacjach (łącznie media tradycyjne i social media).

- *Ta swoista dysproporcja i niewielki udział problematyki kar za przestępstwa przeciwko zwierzętom względem tematu znęcania nad zwierzętami i praw zwierząt, wynika, w mojej ocenie, z dwóch przyczyn – komentuje Karolina Kuszlewicz, rzecznik praw zwierząt. Po pierwsze, wciąż duża część zarejestrowanych spraw przez policję jest umarzana albo kończy się odmową wszczęcia postępowania. Z raportu z monitoringu sądów, prokuratur i policji, wykonanego przez Fundację Czarna Owca Pana Kota wynikało, że tylko niecałe 20% zarejestrowanych przez organy ścigania spraw zostało w ogóle skierowanych do sądów. Dotyczył on danych z lat 2012 – 2014. Dziś Ministerstwo Sprawiedliwości na swojej stronie wskazuje, że od kwietnia do sierpnia zanotowało wzrost liczby kierowanych aktów oskarżenia o 20%, ale problem umorzeń niewątpliwie nadal istnieje i powoduje, że wiele spraw nie dochodzi do etapu sądowego. Jeśli zaś akt oskarżenia nie zostanie wniesiony, to sąd nie ma szans sprawy rozpatrzeć i wymierzyć kary w przypadku skazania sprawcy. Innymi słowy – zdecydowanie więcej jest tematów dotyczących doniesień o znęcaniu nad zwierzętami niż ostatecznego finału tych spraw w sądzie. Druga przyczyna to w mojej ocenie długość postępowań karnych. Od czasu dokonania okrutnego czynu względem zwierzęcia do skazania sprawcy mija wiele miesięcy, czasem nawet kilka lat. Temat zatem przestaje być bieżący, społeczeństwo nie pamięta już sprawy, chyba, że była ona wyjątkowo brutalna i moim zdaniem tylko te skazania są przez media podejmowane. Dodatkowo trzeba wskazać, że nie wszystkie postępowania kończą się skazaniem, następują także uniewinnienia albo warunkowe umorzenie postępowań – dodaje Kuszlewicz*.

**Oddam zwierzę w dobre ręce**

Najbardziej medialnym zagadnieniem w pięciu analizowanych grupach tematycznych okazała się adopcja psów/kotów/zwierząt, która wygenerowała 184 772 wpisy i komentarze w social media i 2300 informacji w mediach tradycyjnych. Rozkład publikacji w czasie wyraźnie pokazuje nasilenie doniesień w listopadzie 2017, maju i lipcu 2018. Zbliżona tendencja utrzymuje się w przypadku fraz „oddam psa/kota” i „szukam domu dla psa, kota” – piki przypadają tu na listopad 2017 oraz maj i sierpień 2018, co w obu przypadkach może odpowiadać naturalnym cyklom rozmnażania tych zwierząt i radykalnemu wzrostowi liczby kociąt i szczeniąt poszukujących domów.

Tak duża liczba informacji może budzić zdziwienie w zestawieniu z proporcjonalnie niewielką liczbą materiałów dotyczących tak ważnych zagadnień, jak: kastracja i sterylizacja zwierząt bezdomnych oraz domowych, znakowanie zwierząt, czy zapobieganie bezdomności zwierząt.

Zdecydowana większość informacji na temat bezdomności zwierząt i jej zapobiegania pochodząca z mediów tradycyjnych miała zasięg regionalny - 77%. W social media najwięcej informacji dotyczyło znakowania psów i kotów – 13 091 wzmianek. Kastracja i sterylizacja zwierząt domowych – uznawana za metodę najskuteczniejszego ograniczania liczby zwierząt bezdomnych\*\*\* - pojawiła się tylko w 3 354 wpisach i komentarzach.

Najaktywniejszym źródłem informującym o zagadnieniach z grupy „Bezdomność zwierząt i jej zapobieganie” okazał się portal Samorząd.pap.pl.

**W imieniu zwierząt**

Największy zwrot medialny spośród siedmiu analizowanych masowych akcji prozwierzęcych uzyskała kampania „Nie kupuj, adoptuj” – 119 050 publikacji we wszystkich mediach. Akcja znalazła się także w top 3 analizowanych zagadnień w social media z wynikiem blisko 119 tys. wpisów i komentarzy i wyprzedziła o ponad 100 tys. drugą w zestawieniu kampanię „Zerwijmy łańcuchy” (17 223 informacje we wszystkich mediach). Na miejscu trzecim, z wynikiem 6 322 publikacji uplasowała się akcja „Gdzie ta dobra zmiana dla zwierząt”, będąca reakcją społeczną na wykorzystywanie zwierząt do promocji programów partii politycznych i brak realnych działań poprawiający los czworonogów**.** „Zerwijmy łańcuchy” uzyskało natomiast najlepszy wynik w mediach tradycyjnych – 568 informacji.

Najwięcej publikacji w analizowanym okresie na temat kampanii „Nie kupuj, adoptuj” ukazało się w listopadzie 2017 oraz maju i wrześniu 2018.

- *Podstawowym argumentem przemawiającym za popularnością kampanii „Nie kupuj, adoptuj” jest szerokie grono odbiorców oraz jej promocja w różnych środowiskach. Zdecydowana większość Polaków „odcina” mentalnie psy i koty od reszty gatunków zwierząt – komentuje Michał Błażejewski z Fundacji Viva – Międzynarodowego Ruchu na Rzecz Zwierząt - Poznań. Informacja o cierpiącym psie dużo łatwiej znajduje czytelników niż historia bitej krowy. Ogólny odbiór kampanii „Nie kupuj, adoptuj” jest bardzo pozytywny i zdecydowanie łatwiejszy do prezentowania niż polityczny temat dobrej zmiany albo niezrozumiała społecznie kwestia chowu klatkowego zwierząt. Wynika to z powszechnego gatunkowizmu, braku edukacji empatycznej i elementarnej wiedzy biologicznej Polaków. Czynnikiem determinującym popularność tematu adopcji zwierząt jest także czas, od jakiego akcja ta funkcjonuje w mediach. Najmłodsze z badanych w raporcie kampanii mają zaledwie rok, czy dwa – dodaje Błażejewski. „Nie kupuj, adoptuj” jest obecna w naszym życiu przez okrągły rok. Kampania „Zwierzę to nie prezent”, dotycząca bardzo podobnej tematyki, podchodzi do problemu w bardzo konkretny sposób i dużo precyzyjniej określa moment i pretekst do publikacji*.

\*Kantar Public, raport „Zwierzęta w polskich domach”, maj 2017
\*\* RMF24.pl, informacja PAP, https://www.rmf24.pl/fakty/news-nik-alarmuje-rosnie-liczba-bezdomnych-psow-i-kotow,nId,2516571
\*\*\* Najwyższa Izba Kontroli, https://www.nik.gov.pl/aktualnosci/sejm-przychylil-sie-do-wniosku-nik.html

PRESS-SERVICE Monitoring Mediów wyraża zgodę na pełną lub częściową publikację materiałów pod warunkiem podania źródła (pełna nazwa firmy w brzmieniu: „PRESS-SERVICE Monitoring Mediów”, a w social media oznaczenia @PSMMonitoring). W przypadku wykorzystania grafik należy wskazać źródło (nazwę firmy lub logotyp) przy każdym wykresie.

Osoba do kontaktu:

Katarzyna Popławska
kierownik działu marketingu i PR
kom. 697 410 680
tel. 61 66 26 005 wew. 128
kpoplawska@psmm.pl

PRESS-SERVICE Monitoring Mediów
60-801 Poznań, ul. Marcelińska 14
[www.psmm.pl](http://www.psmm.pl)
[www.twitter.com/PSMMonitoring](http://www.twitter.com/PSMMonitoring)
[www.facebook.com/PSMMonitoring](http://www.facebook.com/PSMMonitoring)