**Warszawa, 15 grudnia 2015 r.**

**„Chcę kupić psa pod choinkę” – deklarują Polacy w social media.   
Eksperci ostrzegają: to bardzo zły pomysł!**

**Blisko 50 tysięcy wpisów zachęcających do adopcji bezdomnych psów ukazało się w listopadzie i na początku grudnia w mediach społecznościowych - wynika z badania serwisu KarmiePsiaki.pl i Instytutu Monitorowania Mediów.** To w 2015 roku liczba rekordowa. Eksperci przestrzegają jednak, że decyzję o przygarnięciu lub zakupie zwierzęcia należy dokładnie przemyśleć - zwłaszcza przed świętami Bożego Narodzenia. Tymczasem nie brakuje osób, które w mediach społecznościowych deklarują chęć zakupu psa „pod choinkę”. **„Przed nadchodzącymi świętami warto przypomnieć i pamiętać: żadne żywe stworzenie nie jest prezentem”** – apelują przedstawiciele schronisk.

**Facebook pod psem**

IMM monitorował wpisy i komentarze, w których pojawiały się zwroty „pies do adopcji”, „szczeniak szuka domu”, „psiak szuka właściciela” i 50 innych najczęściej używanych słów związanych z zagadnieniem psich adopcji. **Zamieszczone w serwisach społecznościowych ogłoszenia o czworonogach czekających na dom objęły zasięgiem 25 mln osób.** To głównie zasługa aktywności schronisk na Facebooku, w tym stron „[Schronisko Na Paluchu](https://www.facebook.com/SchroniskonaPaluchuAdopcje)”, „[Schronisko w Korabiewicach - oficjalna strona](https://www.facebook.com/Schronisko.w.Korabiewicach/?fref=ts)”, „[Psitulmnie](https://www.facebook.com/psitulmnie/?fref=ts)” czy „[Schronisko dla Zwierząt - Tomaszów Mazowiecki](https://www.facebook.com/SchroniskoTomaszowMaz/?fref=ts)”. Im więcej osób dzieli się zamieszczanymi tam ogłoszeniami, tym większą szansę mają psy na znalezienie nowych domów.



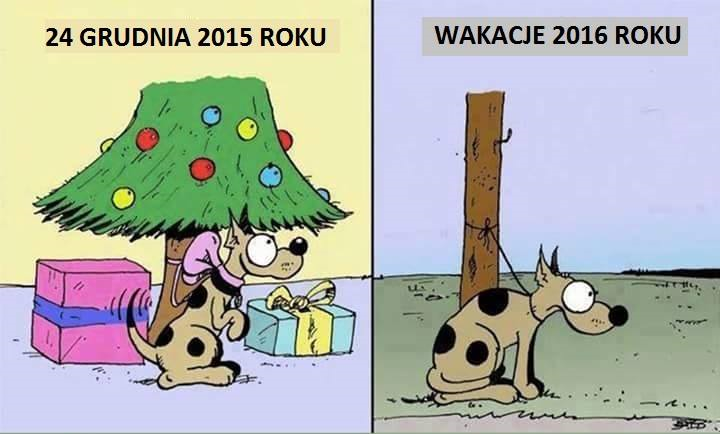
**Mega promocja na mikroblogach**

**Poza Facebookiem, adopcję psów najczęściej promowano na Instagramie i Twitterze**. Do najbardziej aktywnych kont na mikroblogu nalezą m.in. [Psiortal](https://twitter.com/psiortal), [Fundacja\_Viva](https://twitter.com/fundacja_viva) i [milosnicy](https://twitter.com/milosnicy), a Instagram chętnie wykorzystywały m.in. [pro.psy](https://www.instagram.com/pro.psy/) i [schronisko](https://www.instagram.com/schronisko/). Na uwagę zasługują także działania osób prywatnych, które promują adopcję zwierząt psów. Chodzi np. o [gangamara](https://www.instagram.com/gangamara/), czyli instagramową „stronę o Amarze i jego przyjaciołach oraz jego przygodach i dokonaniach”. Amar to adoptowany ze schroniska „psi senior”, który znalazł nowy, kochający dom. Dziś, dokumentując życie Amara, jego opiekunowie promują także adopcje innych psów.

****

**Pies na prezent?**

Z monitoringu wzmianek w social media wynika, że dyskusje o adopcji bądź zakupie psa nasiliły się w okresie przedświątecznym. **Więcej osób niż zwykle deklaruje również, że chce stać się właścicielem czworonoga - właśnie „z okazji” Bożego Narodzenia.** „Zobaczyłam te wszystkie ubranka, obroże i zabawki świąteczne , kombinezony dla piesków - chce szczeniaczka” - czytamy na Twitterze. „ma może ktoś na sprzedaż szczeniaki shih tzu? Potrzebny na 24 grudnia pod choinkę :)” - pisze użytkownik Facebooka.



(Źródło: facebook.com/biegnaszesclap)

**Słowa takie jak „święta”, „Boże Narodzenie”, „prezent” czy „pod choinkę”, padały w kontekście rozmów o zakupie bądź adopcji psa blisko 600 razy.** Główne źródło deklaracji, próśb i pytań o możliwość zakupu lub adopcji psa „na święta” to Facebook i Twitter.

Tymczasem, jak zauważają specjaliści, niezwykle często takie decyzje kończą się dla zwierzęcia tragicznie. Psy są porzucane, zostawiane na ulicy, przywiązywane do drzew, podrzucane do schronisk, czy nawet wyrzucane z pędzących samochodów.

Alina Rzeszutek i Magdalena Szyndowska ze schroniska **Psistulmnie** w Zabrzu w rozmowie z IMM i serwisem KarmiePsiaki.pl apelują o rozsądek**. „Przed nadchodzącymi świętami warto przypomnieć i pamiętać: żadne żywe stworzenie nie jest prezentem”** - podkreślają. Ich rada? „Zastanów się czy rodzina właściwie pokocha ten „żywy prezent”. Ta Wigilia z „żywym prezentem" a następna? „Żywy prezent" to obowiązek na kilkanaście lat. „Żywy prezent” też odczuwa ból, cierpienie, tęsknotę” – przypominają przedstawicielki schroniska. Do apelu dołączają Julia Berg i Ola Reszelska, wolontariuszki w schroniskach i inicjatorki akcji ProPsy. „**Przyjęcie do domu żywej istoty to nie kupienie nowej zabawki, nowego pluszaka czy innej rzeczy. To poważny, bardzo odpowiedzialny krok, który musi być przemyślany pod każdym kątem” -**  podkreślają.

Nie kupujmy „żywych prezentów” także wtedy, gdy nie jesteśmy pewni, jak obdarowana osoba zareaguje na taką niespodziankę. O tym, że zakup psa „na gwiazdkę” nie jest dobrym pomysłem, codziennie przypomina facebookowa strona „Pies pod choinkę? Tylko pluszowy”, prowadzona przez **Fundację Pomocy Labradorom „Prima”**. Podobne komunikaty często publikują także inne fundacje, schroniska, serwisy i blogi, w tym m.in. [OTOZ Animals](https://www.facebook.com/otoz.animals), [„Człowiek i Pies](https://www.facebook.com/czlowiekipies/?fref=ts)”, [„Psiolubni”](https://www.facebook.com/Psiolubni-662501550548023/?fref=ts), [„Psilajf”](https://www.facebook.com/psilajf/?fref=ts) czy „[Daj serce, adoptuj](https://www.facebook.com/adopcjezsercem/?fref=ts)”.



(źródło: <https://www.facebook.com/Pies-pod-choink%C4%99-Tylko-pluszowy-263506603697155>)

Do promocji odpowiednich postaw dołączają też dziennikarze. Jak wynika z monitoringu internetu, ostrzegawcze artykuły na temat kupowania psów „pod choinkę” ukazały się m.in. w portalach **PolskieRadio.pl** („Pies to zły prezent pod choinkę”, **NaTemat.pl** („Każdy przynajmniej raz w życiu powinien odwiedzić schronisko dla zwierząt”) czy w portalu **Onet.pl** („Przestrzegają przed kupowaniem psa pod choinkę”). **Największa siła mediów społecznościowych to jednak wolontariusze i osoby prywatne, które dobrowolnie dzielą się treściami związanymi z adopcją psów.**

**Propsy dla kundelków**

Aktywne na Instagramie **ProPsy** to także projekt wolontariuszek. Julia Berg i Ola Reszelska od lat pomagają psom w wielu schroniskach. W pewnym momencie zdecydowały, że pomóc można także przez internet.



Jak podkreślają autorski ProPsów**, wizyty w schroniskach są często niezwykle emocjonalne i trudne.** „Na początku naszą reakcją był szok, smutek, przerażenie, jak wiele zwierząt jest porzucanych, jak wiele z nich cierpi” – przypominają sobie Julia i Ola. „Pierwsze wizyty kończyły się płaczem, ciężko było nam poradzić sobie z natłokiem wszystkich emocji, które towarzyszyły nam podczas takich odwiedzin - setki oczu patrzących zza krat i proszących o chwile zainteresowania, chwilę uwagi, najmniejszy dotyk” – podkreślają.

**„Warto spojrzeć na tego najmniej chcianego, najmniej atrakcyjnego psa, który siedzi sam za kratkami w schronisku i już nawet nie prosi.** Nie prosi, bo nie ma nadziei po tak wielu latach, że komukolwiek się jeszcze spodoba, że kiedykolwiek coś jeszcze się zmieni” - przypominają autorki ProPsów, które same adoptowały ze schronisk łącznie 6 czworonogów i zapewniają, że była to jedna z najlepszych decyzji w ich życiu.

**Multimedia w służbie adopcji**

**Dziś ProPsy wykorzystują media społecznościowe - głównie Instagrama i Facebooka - do tego, by dzielić się fotografiami przedstawiającymi psy ze schronisk. Chodzi głównie o te nierasowe, odratowane z przeróżnych tragicznych sytuacji** - przed uśpieniem, po tragicznym pobiciu, z wadą serca, stare i schorowane. ProPsy przedstawiają je podczas pozytywnych i radosnych chwil, bo pod dobrą opieką psy mają szansę na szczęśliwe życie. Dzieląc się ich pięknem uświadamiają, **że niekoniecznie trzeba kupić psa za 2000 zł, aby zyskać prawdziwego przyjaciela.** „Takiego, który nie zapomni nam tego, do końca swoich dni, codziennie będzie dziękował nam jeszcze mocniej” - zapewniają Julia i Ola.



(Źródło: adoptuj.waw.pl)

ProPsy koncentrują się głównie na kundelkach - psach, które często stawiane są poza szeregiem, wyrzucane, uważane za brzydkie, niewarte uwagi. „Chciałyśmy odczarować nieco modę na buldożki, yorki i inne równie wspaniałe pieski (które oczywiście też kochamy) i pokazać, że tak samo fajnie można wyglądać ze starym, grubiutkim, bezzębnym kundlem” - zaznaczają Julia i Ola. **Zdaniem wolontariuszek, social media są bardzo pomocne w realizowaniu takich postulatów.** „Im więcej osób obserwuje nas lub lubi nasze zdjęcia, tym szersze grono odbiorców - tym więcej uświadomionych ludzi, którzy sami zdecydują się na adopcję, bądź po prostu zrozumieją, że zwierzęta należy traktować w odpowiedni sposób” - podkreślają dziewczyny z ProPsów.

**Podzielić się szczęściem**

Zwierzę to nie rzecz, nie można jej zwrócić bez żadnych konsekwencji - takimi konsekwencjami zawsze będzie bowiem cierpienie zwierzęcia, mogące skończyć się dla niego nawet tragicznie.

**„Należy być tu bardzo ostrożnym. Jak wiadomo święta to czas, kiedy w szale zakupów i intensywnych przygotowań podejmujemy decyzje bardzo pochopnie.** Nie należy w żaden sposób decydować się na kupno bądź adopcję zwierzaka w sposób nieprzemyślany” - mówią założycielki ProPsów, i codziennie apelują o to na swoich socialmediowych profilach.

Internetowe działania schronisk i fundacji oraz inicjatyw takich jak KarmiePsiaki, ProPsy czy GangAmara pokazują bowiem, że dzięki mediom społecznościowym można bardzo skutecznie działać na rzecz czworonogów i szerzyć wiedzę na temat prawidłowej opieki nad zwierzętami. Czasami wystarczy tylko podzielić się fotografią i zachęcić innych do zaopiekowania się zwierzęciem. Może to być najlepsza decyzja w życiu nie tylko psa, ale i jego nowego właściciela.

**Autor badania: Łukasz Jadaś, ekspert ds. badań internetu i mediów społecznościowych**

**O badaniu:**

**Raport oparty na monitoringu internetu i mediów społecznościowych w aplikacji ami Instytutu Monitorowania Mediów pod kątem publikacji, w których padały słowa kluczowe** „pies do adopcji”, „szczeniak szuka domu”, „psiak szuka właściciela” i 50 innych najczęściej używanych słów związanych z zagadnieniem psich adopcji. Monitoring z dni 01.11.2015 – 10.12.2015 r.

Instytut Monitorowania Mediów wyraża zgodę na publikację raportu, wyników badań i dołączonych do nich materiałów graficznych pod warunkiem podania źródła („Instytut Monitorowania Mediów”) w artykule oraz oznaczenia źródła przy grafice.

**Zobacz inne raporty również na stronie:** <http://www.imm.com.pl/dla_mediow>

**Kontakt dla mediów:**

Instytut Monitorowania Mediów

Monika Tomsia, Specjalista ds. PR

[mtomsia@imm.com.pl](mailto:mtomsia@imm.com.pl)

tel.: +48 22 378 37 50 | fax: +48 22 356 21 01

[www.imm.com.pl](http://www.imm.com.pl)

Al. Jerozolimskie 53, 00-697 Warszawa

**O IMM:**

[Instytut Monitorowania Mediów](http://www.instytut.com.pl/) to innowacyjna organizacja o wiodącej pozycji rynkowej w branży monitoringu mediów. Od 2000 roku dostarcza kompleksowe usługi badania i analizy informacji pozyskiwanych z mediów społecznościowych, internetu oraz mediów tradycyjnych. Dostępny on-line moduł analityczny pozawala na bieżące śledzenie efektów działań komunikacyjnych w mediach, również w porównaniu z konkurencją. Dane prezentujące wizerunek firmy pozwalają skutecznie: zmierzyć efektywność dotychczas podjętych działań PR, zaplanować strategię komunikacyjną, czy chronić reputację firmy.

Zespół doświadczonych specjalistów IMM tworzy raporty wizerunkowe firm, marek i osób na podstawie materiałów zgromadzonych w mediach społecznościowych, internecie oraz prasie i RTV. Stałym monitoringiem objętych jest aktualnie ponad 500 tysięcy domen polskich zasobów internetu wraz z social media – z aktualizacją wyników w czasie rzeczywistym, co umożliwia najszybszy dostęp do publikowanych treści. Monitorujemy także 1000 tytułów prasowych oraz prawie 150 stacji RTV z szerokim wyborem mediów regionalnych i lokalnych.

IMM należy do elitarnej międzynarodowej organizacji FIBEP (Federation Internationale des Bureaux d'Extraits de Presse) zrzeszającej firmy monitorujące media z całego świata.