**Barometr Dobroczynności: Polacy dużo rozmawiają w Internecie o organizacjach dobroczynnych, jednak liczba osób przekazujących odsetek podatku na te cele spadła**

**Polskim internautom fundacje i zbiórki kojarzą się głównie z działaniami na rzecz dzieci i młodzieży, ale największą popularność zyskują informacje o pomocy dla zwierząt, jak wynika z najnowszych danych Fundacji Dr Clown. Natomiast słowo „dobroczynność” często kojarzy się z religią i, jako jedyny z tych tematów, częściej jest omawiany na portalach internetowych, niż na Facebooku. W pierwszym kwartale roku dużo mówi się o możliwości odliczenia odsetka podatku na rzecz organizacji pożytku publicznego - w zeszłym roku, dzięki zmianom w przepisach, przekazana w ten sposób kwota osiągnęła rekordowe 1,53 mld zł, ale z tej możliwości skorzystało o 3 mln mniej podatników niż rok wcześniej.**

W Polsce z Internetu korzysta już [88 proc. populacji](https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report), dziennie spędzamy w nim średnio sześć godzin i siedemnaście minut. Czerpiemy z niego informacje i dyskutujemy na każdy temat - również filantropii oraz działalności organizacji pożytku publicznego.

W ciągu ostatnich dwunastu miesięcy słowo **„fundacja”** w polskim Internecie zostało wymienione niemal **3,2 mln razy**, jak wynika z analizy wypowiedzi internautów przeprowadzonej przez Fundację **Dr Clown**, która **od 25 lat wyznacza standardy w terapii śmiechem i sposobach budzenia radości** u dzieci, seniorów oraz osób z niepełnosprawnościami w szpitalach i wyspecjalizowanych placówkach. Najczęściej fundacje wymieniane są **w kontekście działań na rzecz dzieci i młodzieży, wspierania sportu i edukacji, a także działań państwa**. Jednak wśród najpopularniejszych wypowiedzi dominują te publikowane przez fundacje opiekujące się zwierzętami, np. na temat psów i kotów potrzebujących domu. „Zwierzęta” lub „zwierzeta” należą również do najczęściej pojawiających się hasztagów.

W kontekście dobroczynności wiele też mówi się o różnego rodzaju **zrzutkach i zbiórkach** - w ciągu minionych dwunastu miesięcy internauci wspominali o nich niemal **836 tys. razy**. Tutaj najpopularniejsze są informacje o zbiórkach na **leczenie i rehabilitację**, głównie dzieci, oraz na rzecz **bezdomnych zwierząt**.

W porównaniu stosunkowo niewiele wzmianek w takim samym okresie odnotowały wyrażenia **„dobroczynność”, „działalność dobroczynna” i „działalność charytatywna”** - łącznie **28,5 tys.** wypowiedzi. W tym kontekście pojawia się wątek pobudek religijnych, a wśród najpopularniejszych hasztagów znalazły się m.in. „wielkipost” oraz „intencjamodlitewna”. Są to też jedyne z omawianych haseł, które najczęściej pojawiają się na portalach internetowych - w przypadku fundacji oraz zbiórek i zrzutek zdecydowana większość wypowiedzi pochodzi z Facebooka. Natomiast hasło „fundacja” jako jedyne z powyższych częściej pojawia się w wypowiedziach kobiet, od których pochodzi niemal 58 proc. wzmianek.

O ile o dobroczynności polscy internauci rozmawiają z mniej więcej równym natężeniem od rana do wieczora, to liczba rozmów na pozostałe tematy gwałtownie wzrasta po godzinie 19. W grudniu gwałtownie przybywa wypowiedzi dotyczących dobroczynności oraz zrzutek i zbiórek, podczas gdy temat fundacji cieszy się równą popularnością przez cały rok.

**Odpisanie 1,5% podatku - prosty sposób na pomoc i… poprawę humoru**

Między styczniem a kwietniem gwałtownie wzrasta liczba wypowiedzi na temat możliwości odpisania odsetka podatku dochodowego na rzecz organizacji pożytku publicznego. Od 2023 r. można odpisać 1,5 proc., wcześniej był to 1 proc.

*Z dostępnych badań wynika, że niektóre osoby nie odpisują części podatku dochodowego na organizacje pożytku publicznego, ponieważ ta kwestia ich nie interesuje, albo nie wiedzą, jak to zrobić.* [Jak podaje Ministerstwo Finansów](https://www.gov.pl/web/finanse/rekordowe-15-miliarda-zlotych-dla-organizacji-pozytku-publicznego)*,* ***liczba podatników i podatniczek, którzy w 2023 r. skorzystali z tej możliwości, była o ponad 3 mln mniejsza, niż rok wcześniej****, chociaż sama przekazana kwota, dzięki zmianom w przepisach, była rekordowa. Tymczasem jest to naprawdę prosty i łatwo dostępny sposób na spełnienie dobrego uczynku - co, jak udowodniono, daje satysfakcję, poprawia samopoczucie psychiczne i podnosi samoocenę. W Fundacji Dr Clown doskonale wiemy, jak* ***duże znaczenie dla zdrowia, również fizycznego, ma dobry humor*** *- od 25 lat wspieramy procesy leczenia poprzez wykorzystanie dobroczynnych właściwości uśmiechu. Warto więc zainteresować się tą formą pomagania, nie tylko z myślą o dobru innych, ale też o swoim* - mówi **Agata Bednarek, Prezeska Zarządu Fundacji Dr Clown**.

Przy okazji rozliczenia PIT-u w ubiegłym roku 12,7 mln podatników i podatniczek przekazało w ten sposób w sumie **1,53 mld zł** - o 416 mln zł więcej, niż rok wcześniej.

„Barometr Dobroczynności” to nowy cykl przygotowywany przez Fundację Dr Clown, poświęcony kondycji polskich organizacji dobroczynnych oraz stosunkowi Polek i Polaków do działań charytatywnych, który będzie kontynuowany w kolejnych miesiącach.

Analizę wypowiedzi internautów przeprowadzono za pomocą narzędzia SentiOne za okres od 1 stycznia 2023 r. do 23 lutego 2024 r.