

Polacy krytycznie o homopropagandzie koncernów

27 czerwca 2019

Prawie połowa ankietowanych Polaków sprzeciwia się działaniom podejmowanym głównie przez zagraniczne koncerny, które w ostatnich tygodniach przyłączyły się do propagandowej maszyny na rzecz przyznania kolejnych praw mniejszościom seksualnym. Dodatkowo zdecydowana większość konsumentów opowiada się za neutralnością światopoglądową przedsiębiorstw.

Badania na temat zaangażowania ideologicznego na rzecz środowisk LGBT+ przeprowadziła agencja marketingowa Wavemaker, nawiązując tym samym do zmasowanej akcji poparcia dla „Parad Równości” odbywających się w czerwcu w całej Polsce. Z ankiety przeprowadzonej przez nią na próbie tysiąca internautów wynika, że taka forma działalności zwłaszcza zagranicznych koncernów nie jest akceptowana przez Polaków.

Blisko 45 proc. respondentów źle oceniło aktywność firm na polu wsparcia postulatów LGBT+, 26 proc. pozytywnie odebrało podobne działania, natomiast dla 29 proc. jest to kwestia obojętna. Jednocześnie aż 60 proc. konsumentów domaga się zachowania neutralności światopoglądowej przez przedsiębiorstwa, zaś za ich zaangażowaniem w kwestie społeczno-polityczne opowiada się zaledwie 12 proc. badanych.

Na podstawie: WirtualneMedia.pl

Źródło: [Autonom.pl](https://autonom.pl)