

29 decembrie 2021

Studiu ING Bank România: Una din trei persoane a fost agresată pe rețelele sociale

- 3 48% dintre tinerii din România postează online despre hobby-urile și interesele proprii;
- 3 33% spun că au fost agresată online și 58% spun că au primit comentarii negative la postările lor
- 3 21% din respondenți spun că nu postează sub propria identitate de teama comentariilor negative;
- 3 ING lansează campania #unfollowhate și îi încurajează pe români să își vadă de drumul și pasiunea lor, fără să se lase influențați de comentarii negative, atât de prezente în social media.

Una din trei persoane a fost agresată pe rețelele de socializare, iar cauzele hărțuirii online pentru 29% dintre victime au fost postările despre hobby-urile și interesele proprii, relevă un studiu Unlock Research*, realizat pentru ING Bank România. Cercetarea arată că românii le place să posteze despre hobby-urile și interesele proprii (48%), dar criticile și comentariile negative îi fac pe un sfert din ei să ezite când postează pe rețelele sociale.

Majoritatea celor intervievați (84%) consideră că este mai probabil să primească reacții negative online și 58% spun că au primit reacții negative la postările din social media. Din aceste motive, unul din cinci (21%) a declarat că nu postează sub propria identitate, iar 36% au spus că prietenii lor își ascund identitatea atunci când se exprimă pe aceste rețele.

“Din păcate, comentariile negative sunt o problemă gravă pe rețelele sociale. O problemă care îi împiedică pe oameni să vorbească despre pasiunile lor și să fie cu adevărat ei înșiși în mediul online. ING îi încurajează să își urmeze pasiunile, iar pentru că suntem la final de an și e perioada în care ne uităm la 2022 cu speranță și încredere, rezoluția ING pentru 2022 este #unfollowhate. Campania pe care o lansăm își propune să transmită un mesaj puternic și clar: fii tu, lumea are nevoie de tine și de talentul tău. Noi, cei de la ING, te susținem.”, spune **Silvia Mihăilescu, Director Marketing, Comunicare și CSR ING Bank România.**

Pe măsură ce oamenii petrec din ce în ce mai mult timp pe rețelele sociale, hărțuirea cibernetică devine deja un eveniment comun în viața de zi cu zi. 43% dintre intervievați spun că li se întâmplă frecvent cunoscuților lor să primească comentarii negative online.

Cercetarea a arătat că 86% dintre respondenți recunosc agresiunea online pe care o văd pe rețelele sociale și definesc comentariile ca fiind cu ură, insulte, glumițe jignitoare sau critici. 69% consideră că acestea reprezintă o problemă în zilele noastre în societate.

Ca să-i încurajeze pe români să nu se lase influențați de comentariile negative, ING Bank a lansat campania #unfollowhate. <https://www.youtube.com/watch?v=kAqo-4Txn1g>

Banca invită toți oamenii activi de pe rețelele sociale să le ignore și să continue să meargă pe drumul lor. Pe lângă un video ca o poveste care poate fi despre oricine, campania aduce în față comentarii reale pe care diverși artiști le-au primit, dar pe care le-au ignorat ca să poată ajunge unde sunt azi.



29 decembrie 2021

ING

ING Bank România este parte a ING Group, instituție financiară internațională globală, care oferă servicii bancare unui număr de peste 38,4 de milioane de clienți individuali, companii sau instituții din peste 40 de țări.

Înființată în 1994, ING Bank România este a patra bancă în top 10 bănci locale, conform activelor, și singura bancă cu creștere organică, fără achiziții de portofolii de clienți sau alte bănci. ING Bank România este o bancă universală cu peste 1,6 milioane de clienți din trei segmente de business: persoane fizice (retail), companii IMM-uri și Mid-Corporate și Wholesale Banking.

Misiunea ING este aceea de a-i susține pe oameni să fie cu un pas înainte, în viață și în afaceri.