

CENTRUM BADANIA OPINII SPOŁECZNEJ

SEKRETARIAT
OŚRODEK INFORMACJI

629 - 35 - 69, 628 - 37 - 04
693 - 46 - 92, 625 - 76 - 23

UL. ŻURAWIA 4A, SKR. PT.24
00 - 503 W A R S Z A W A
TELEFAX 629 - 40 - 89

INTERNET

<http://www.cbos.pl>

E-mail: sekretariat@cbos.pl

BS/155/2003

CZY POLACY INTERESUJĄ SIĘ PLOTKAMI Z ŻYCIA SŁAWNYCH LUDZI?

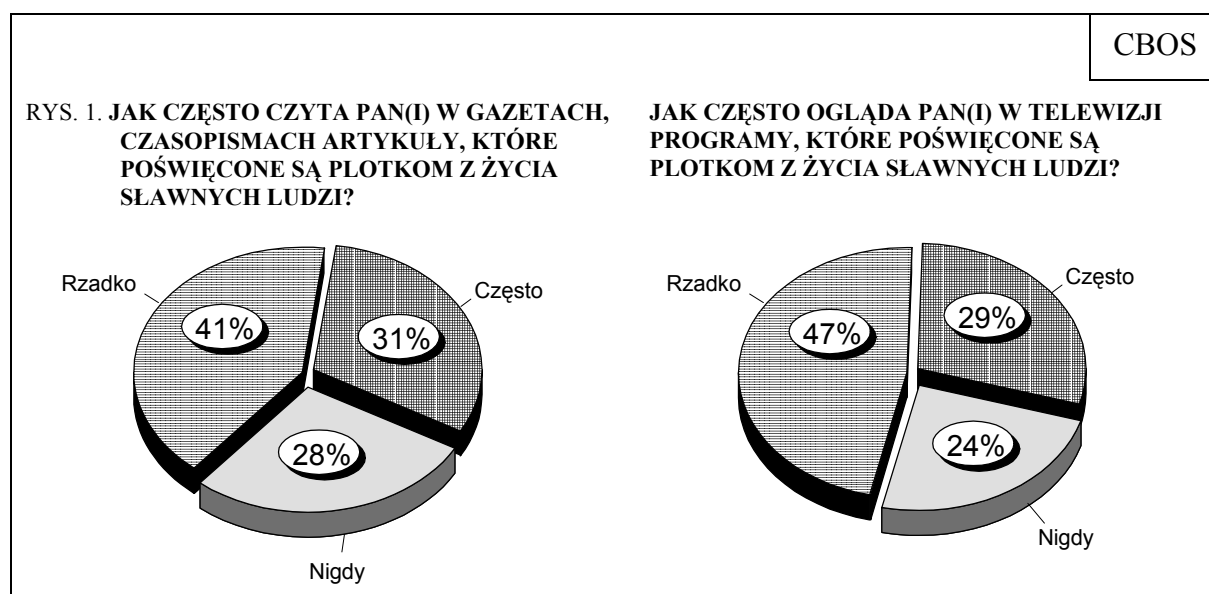
KOMUNIKAT Z BADAŃ

WARSZAWA, PAŹDZIERNIK 2003

PRZEDRUK MATERIAŁÓW CBOS W CAŁOŚCI LUB W CZĘŚCI ORAZ WYKORZYSTANIE DANYCH EMPIRYCZNYCH
JEST DOZWOLONE WYŁĄCZNIE Z PODANIEM ŹRÓDŁA

Bohaterowie ilustrowanych pism, sławni, bogaci i piękni zawsze wzbudzali i wzbudzają duże zainteresowanie nie tylko dziennikarzy, fotoreporterów, ale także zwykłych czytelników. Niemal w każdym kolorowym magazynie pojawiają się doniesienia o kolejnych luksusowych posiadłościach, najnowszych modelach samochodów, ekstrawaganckich zachowaniach lub strojach gwiazd i gwiazdek. Sądząc po ilości i dostępności tego typu tytułów na rynku prasowym, zapotrzebowanie na tego rodzaju informacje jest znaczne. Przeciętny obserwator życia społecznego, znudzony brudną i konfliktogenną polityką, woli uwierzyć we wspaniały świat wielkich możliwości, w którym nie brak niczego, i choć na chwilę zapomnieć o swoim codziennym życiu.

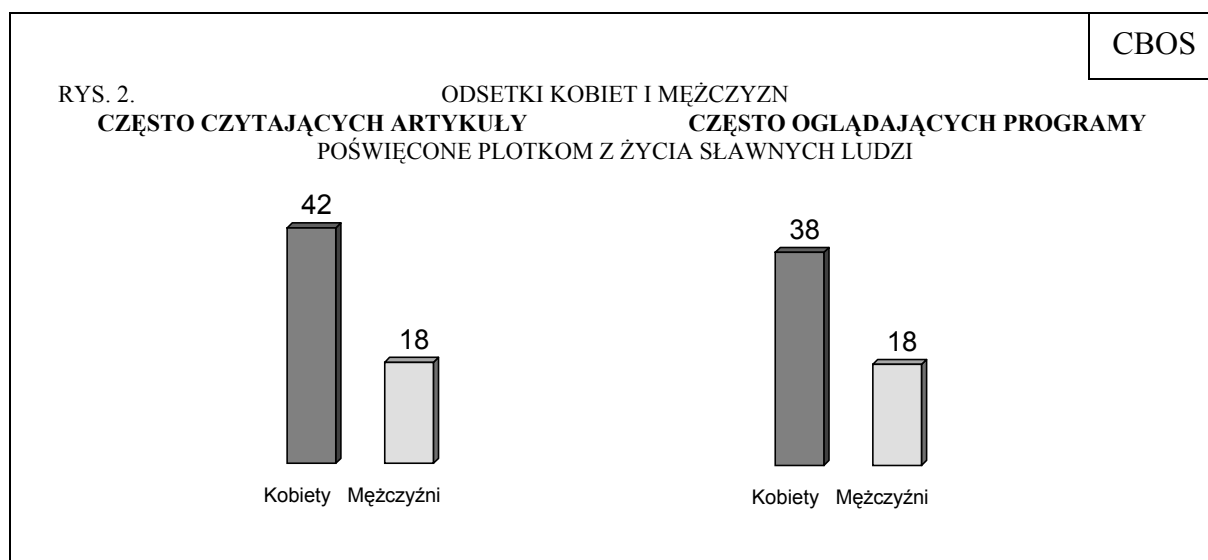
Chcieliśmy się dowiedzieć, czy Polacy wykazują zainteresowanie życiem sławnych ludzi, czy czytają artykuły prasowe i oglądają programy telewizyjne poświęcone tej tematyce¹.



¹ Badanie „Aktualne problemy i wydarzenia” (159) przeprowadzono w dniach 1-4 sierpnia 2003 roku na liczącej 880 osób reprezentatywnej próbie losowo-adresowej dorosłych mieszkańców Polski.

Zdecydowana większość Polaków mniej lub bardziej interesuje się wiadomościami, plotkami z życia sławnych ludzi: 72% deklaruje, że czyta artykuły, a 76% - że ogląda programy poświęcone tej tematyce, w tym prawie jedna trzecia przyznaje, iż często śledzi tego rodzaju publikacje w prasie i w telewizji (31% i 29%). Natomiast mniej więcej jedna czwarta społeczeństwa twierdzi, że nie czyni tego w ogóle (odpowiednio: 28% i 24%).

Artykuły poświęcone plotkom z życia sławnych ludzi często czyta ponad dwa razy więcej kobiet niż mężczyzn (42% wobec 18%), dwukrotnie większy też odsetek pań niż panów (38% wobec 18%) często ogląda w telewizji programy o tej tematyce.



Dane te pokazują, że kobiety znajdują takie informacje zarówno w telewizji (podane w najróżniejszej formie), jak i w prasie. Nic w tym dziwnego zważywszy, że rynek prasowy jest wprost przeciążony tego rodzaju tytułami. Przykładowo: ponad dwie piąte kobiet (43%) czyta/czytuje „Vivę”, a połowa (50%) - „Claudię”, w których między innymi pojawiają się najnowsze doniesienia z życia „wyższych sfer”.

Artykuły prasowe i programy telewizyjne poświęcone plotkom z życia sławnych ludzi często są przedmiotem zainteresowania głównie najgorzej sytuowanych respondentów (odpowiednio: 38% i 34%) oraz przedstawicieli najmłodszego pokolenia (odpowiednio: 38% i 36%).

Ponad dwie piąte przedstawicieli najstarszego pokolenia (45%) oraz niemal tyle samo respondentów z wykształceniem podstawowym (43%) przyznaje, że nigdy nie czyta artykułów z tego zakresu, ale są to osoby, które w ogóle mało czytają. Dość powiedzieć, że omawiana tematyka prezentowana na szklanym ekranie w najróżniejszej formie często przyciąga 27% respondentów najstarszych (mających 65 lat i więcej) i 24% najslabiej wykształconych.

Interesujące, że badani o najniższych dochodach (do 299 zł na osobę w rodzinie) oraz najmłodsi (od 18 do 24 lat) zdają się być najwierniejszymi czytelnikami magazynów i widzami programów poświęconych plotkom z życia sławnych ludzi (średni odsetek wynosi odpowiednio: 36% i 37%). Ci pierwsi najwyraźniej rekompensują sobie w ten sposób własną nierzadko trudną codzienność, a drudzy wyznaczają sobie cele do osiągnięcia.



Ogólnie można powiedzieć, że Polacy wykazują umiarkowane zainteresowanie programami czy artykułami poświęconymi plotkom z życia sławnych ludzi. Większą popularnością cieszą się publikacje o zdrowiu i sporcie². Nie zmienia to jednak faktu, że przedstawiciele pewnych kategorii społeczno-demograficznych wykazują nader wysoki poziom zaciekawienia omawianymi treściami. W grupie tej są m.in. ludzie młodzi, uczniowie i studenci, od których można byłoby oczekiwać, że swoje zainteresowania skierują w stronę wiedzy naukowej lub innych poważniejszych tematów.

Opracowała
Kamila BIAŁY

² Por. komunikat CBOS „Dbałość o własną sylwetkę”, październik 2003. Czytelność artykułów i oglądalność programów o tematyce zdrowotnej i sportowej analizujemy tam bardziej szczegółowo.

A N E K S

Tabela 1. Jak często czyta Pan(i) w gazetach, czasopismach artykuły, które poświęcone są plotkom, wiadomościom z życia sławnych ludzi? (%)

	Często	Rzadko	Nigdy	Trudno powiedzieć	Liczba osób
Ogółem	31	41	28	0	880
Płeć					
Mężczyźni	18	43	38	0	420
Kobiety	42	40	18	0	460
Wiek					
18-24 lat	38	48	15	0	136
25-34	38	44	18	0	161
35-44	32	44	23	1	140
45-54	24	46	30	0	192
55-64	31	31	38	0	112
65 lat i więcej	22	33	45	0	139
Miejsce zamieszkania					
Wieś	28	42	30	0	322
Miasto do 20 tys.	27	45	27	1	115
20-100 tys.	34	34	32	0	165
101-500 tys.	37	42	21	0	168
501 tys. i więcej mieszk.	28	47	24	0	111
Wykształcenie					
Podstawowe	18	38	43	1	235
Zasadnicze zawodowe	32	37	31	0	226
Średnie	38	45	17	0	333
Wyższe	32	48	20	0	86
Grupa społ.-zaw. pracujący					
Kadra kier., inteligencja	29	54	16	0	65
Prac. umysł. niż. szczebla	32	50	18	0	103
Pracownicy fiz.- umysł.	30	48	22	0	68
Robotnicy wykwalifikowani	27	44	29	0	74
Robotnicy niewykwalifik.	12	59	29	0	32
Rolnicy	26	27	47	0	51
Pracujący na własny rach.	47	29	24	0	26
Bierni zawodowo					
Renciści	34	28	37	1	101
Emeryci	24	32	43	0	158
Uczniowie i studenci	39	52	8	0	65
Bezrobotni	32	47	20	2	93
Gospodynie domowe i inni	42	37	22	0	45
Pracuje w:					
inst. państw., publicznej	24	57	19	0	140
spółce właścicieli					
prywatnych i państwa	24	45	31	0	70
sekt. pryw. poza rolnict.	35	43	22	0	164
prywatnym gośp. rolnym	25	27	48	0	52
Dochody na jedną osobę					
Do 299 zł	38	36	26	0	83
300-399	22	49	29	0	70
400-599	30	38	32	0	159
600-800	30	50	20	0	131
Powyżej 800 zł	35	36	29	0	142
Ocena własnych war. mater.					
Złe	30	38	31	1	296
Średnie	31	41	29	0	410
Dobre	31	48	20	0	174
Udział w prakt. religijnych					
Kilka razy w tygodniu	27	40	32	0	55
Raz w tygodniu	32	41	26	0	441
1-2 razy w miesiącu	31	40	29	0	139
Kilka razy w roku	31	40	29	0	151
W ogóle nie uczestniczy	24	48	28	1	93
Poglądy polityczne					
Lewica	35	37	28	0	190
Centrum	30	49	21	0	273
Prawica	27	39	34	0	179
Trudno powiedzieć	30	37	32	1	236

Tabela 2. Jak często ogląda Pan(i) w telewizji programy, które poświęcone są plotkom, wiadomościom z życia sławnych ludzi?

	Często	Rzadko	Nigdy	Trudno powiedzieć	Liczba osób
Ogółem	29	47	24	0	880
Płeć					
Mężczyźni	18	50	32	0	420
Kobiety	38	44	17	1	460
Wiek					
18-24 lat	36	45	19	0	136
25-34	33	48	18	2	161
35-44	25	55	21	0	140
45-54	19	50	30	1	192
55-64	35	41	23	1	112
65 lat i więcej	27	41	32	0	139
Miejsce zamieszkania					
Wieś	28	46	26	0	322
Miasto do 20 tys.	30	48	22	0	115
20-100 tys.	31	40	29	0	165
101-500 tys.	28	48	22	2	168
501 tys. i więcej mieszk.	26	57	17	0	111
Wykształcenie					
Podstawowe	24	46	29	1	235
Zasadnicze zawodowe	30	46	24	0	226
Średnie	31	48	20	1	333
Wyższe	25	49	25	1	86
Grupa społ.-zaw. pracujący					
Kadra kier., inteligencja	22	51	24	3	65
Prac.umysł.niż.szczebła	21	57	21	1	103
Pracownicy fiz.- umysł.	36	41	23	0	68
Robotnicy wykwalifikowani	21	57	22	0	74
Robotnicy niewykwalifik.	18	65	17	0	32
Rolnicy	17	43	40	1	51
Pracujący na własny rach.	51	30	19	0	26
Bierni zawodowo					
Renciści	40	37	23	0	101
Emeryci	25	42	33	0	158
Uczniowie i studenci	31	53	15	0	65
Bezrobotni	31	47	21	1	93
Gospodynie domowe i inni	40	43	18	0	45
Pracuje w:					
inst. państw., publicznej	23	55	21	1	140
spółce właścicieli					
prywatnych i państwa	26	48	24	1	70
sekt. pryw. poza rolnict.	29	49	22	1	164
prywatnym gosp. rolnym	16	43	40	1	52
Dochody na jedną osobę					
Do 299 zł	34	39	26	0	83
300-399	19	58	23	0	70
400-599	26	51	23	0	159
600-800	28	53	19	0	131
Powyżej 800 zł	29	46	25	0	142
Ocena własnych war. mater.					
Złe	30	42	27	1	296
Średnie	28	49	23	0	410
Dobre	29	50	21	1	174
Udział w prakt. religijnych					
Kilka razy w tygodniu	29	44	27	0	55
Raz w tygodniu	31	46	23	1	441
1-2 razy w miesiącu	23	55	22	0	139
Kilka razy w roku	30	45	24	1	151
W ogóle nie uczestniczy	26	43	30	1	93
Poglądy polityczne					
Lewica	34	38	27	0	190
Centrum	27	53	20	0	273
Prawica	26	44	30	1	179
Trudno powiedzieć	28	48	23	1	236