

Finansowanie mediów publicznych

Przedruk i rozpowszechnianie
tej publikacji **w całości** dozwolone
wyłącznie za zgodą CBOS.
Wykorzystanie **fragmentów**
oraz danych empirycznych
wymaga podania źródła

Znak jakości przyznany CBOS przez Organizację Firm Badania Opinii i Rynku 14 stycznia 2016 roku



Fundacja Centrum Badania Opinii Społecznej
ul. Świętojerska 5/7, 00-236 Warszawa
e-mail: sekretariat@cbos.pl; info@cbos.pl
<http://www.cbos.pl>
(48 22) 629 35 69

- ▶ Za finansowaniem mediów publicznych z budżetu państwa opowiada się sześciu na dziesięciu Polaków (60%), natomiast z abonamentu lub innej opłaty wnoszonej bezpośrednio przez obywateli – niemal jedna trzecia (30%).

- ▶ Pozyskiwanie przez media finansowane ze środków publicznych pieniędzy z emisji reklam akceptuje dwie trzecie Polaków (67%), co czwarty badany (24%) uważa, że nie powinny mieć one takiej możliwości.

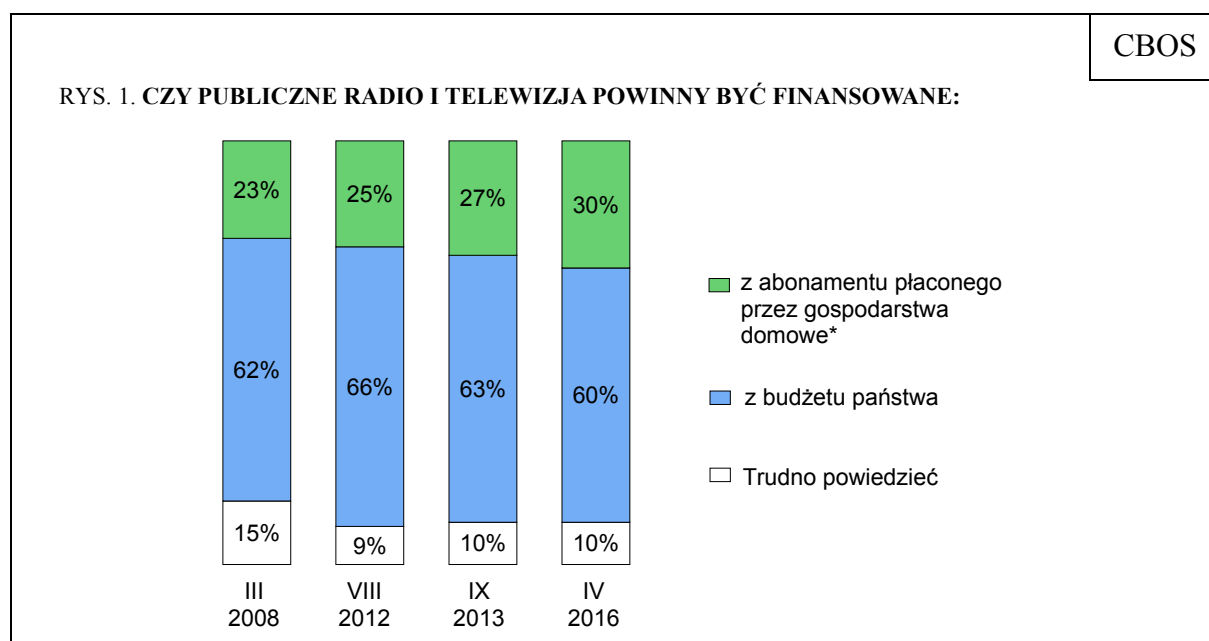
- ▶ Zastąpienie dotychczasowego abonamentu radiowo-telewizyjnego nową opłatą audiowizualną popiera ponad jedna trzecia Polaków (35%), natomiast sześciu na dziesięciu (60%) jest temu przeciwnych.

- ▶ Wprowadzenie na miejsce abonamentu opłaty audiowizualnej jest postrzegane jako korzystne dla budżetu państwa (68%) oraz nadawców publicznych (57%). Na ogół sceptycznie odbierany jest wpływ tego rozwiązania w wymiarze ogólnospołecznym i indywidualnym: za niekorzystne dla ogółu Polaków uważa je połowa ankietowanych (50%), a dla swojego gospodarstwa domowego – ponad dwie piąte (44%). W obu przypadkach o korzyściach mówi tylko co piąty badany (po 20%). Niespełna jedna trzecia (29%) przewiduje, że nie wpłynie to na sytuację ich gospodarstwa domowego.

Pomysł zastąpienia abonamentu radiowo-telewizyjnego nową opłatą audiowizualną, do której wnoszenia byłyby zobowiązane gospodarstwa domowe niezależnie od tego, czy posiadają odbiorniki radiowe lub telewizyjne, pojawił się już kilka lat temu, w okresie rządów Platformy Obywatelskiej (pytaliśmy o to w 2013 roku). Obecnie¹ zbliżone rozwiązanie postuluje również Prawo i Sprawiedliwość. Sprawdziliśmy, jak oceniają je Polacy. Interesowało nas również to, jaki jest pożądany model finansowania mediów publicznych oraz czy powinny one mieć możliwość pozyskiwania dodatkowych środków z emisji reklam.

OBECNE SPOSOBY FINANSOWANIA MEDIÓW PUBLICZNYCH

Pożądany model finansowania mediów publicznych od lat w zasadzie się nie zmienia. Za ich finansowaniem z budżetu państwa opowiada się sześciu na dziesięciu Polaków (60%), natomiast z abonamentu płaconego bezpośrednio przez obywateli – niemal jedna trzecia (30%).

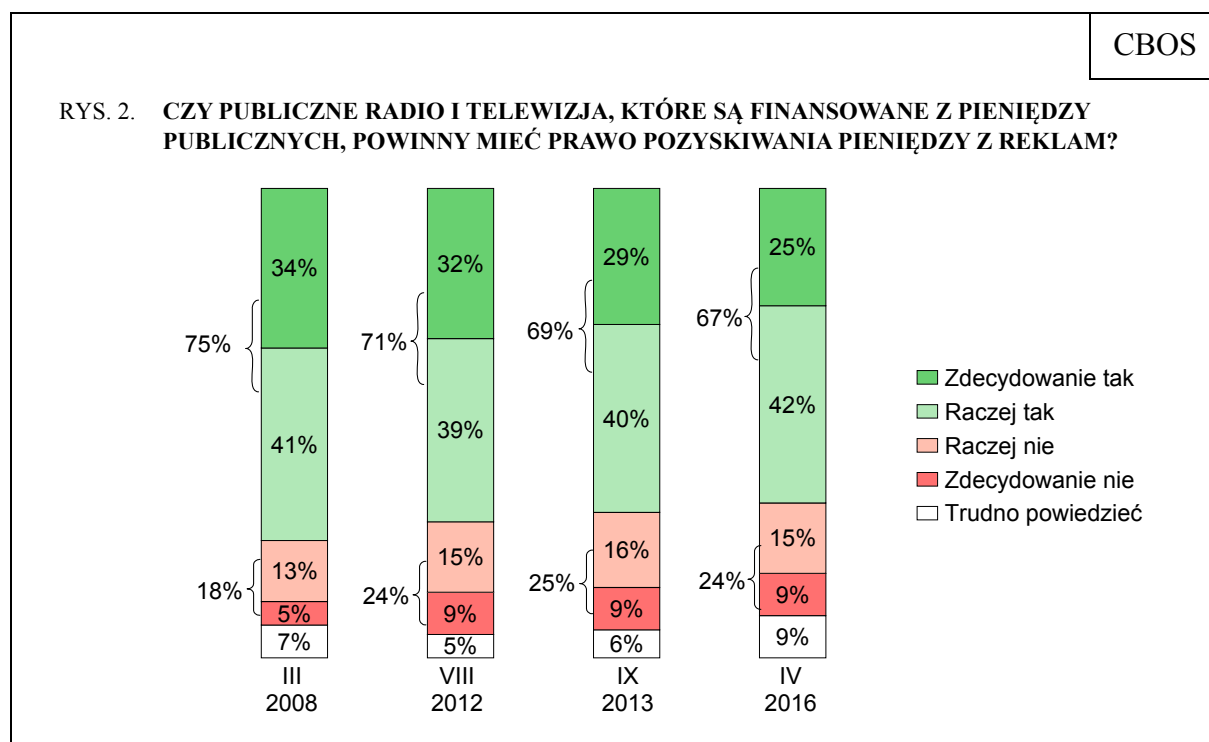


* W latach 2008–2013 odpowiedź miała brzmienie „z abonamentu płaconego przez posiadaczy odbiorników radiowych i telewizyjnych”

¹ Badanie „Aktualne problemy i wydarzenia” (311) przeprowadzono metodą wywiadów bezpośrednich (face-to-face) wspomaganą komputerowo (CAPI) w dniach 31 marca – 7 kwietnia 2016 roku na liczącej 1104 osoby reprezentatywnej próbie losowej dorosłych mieszkańców Polski.

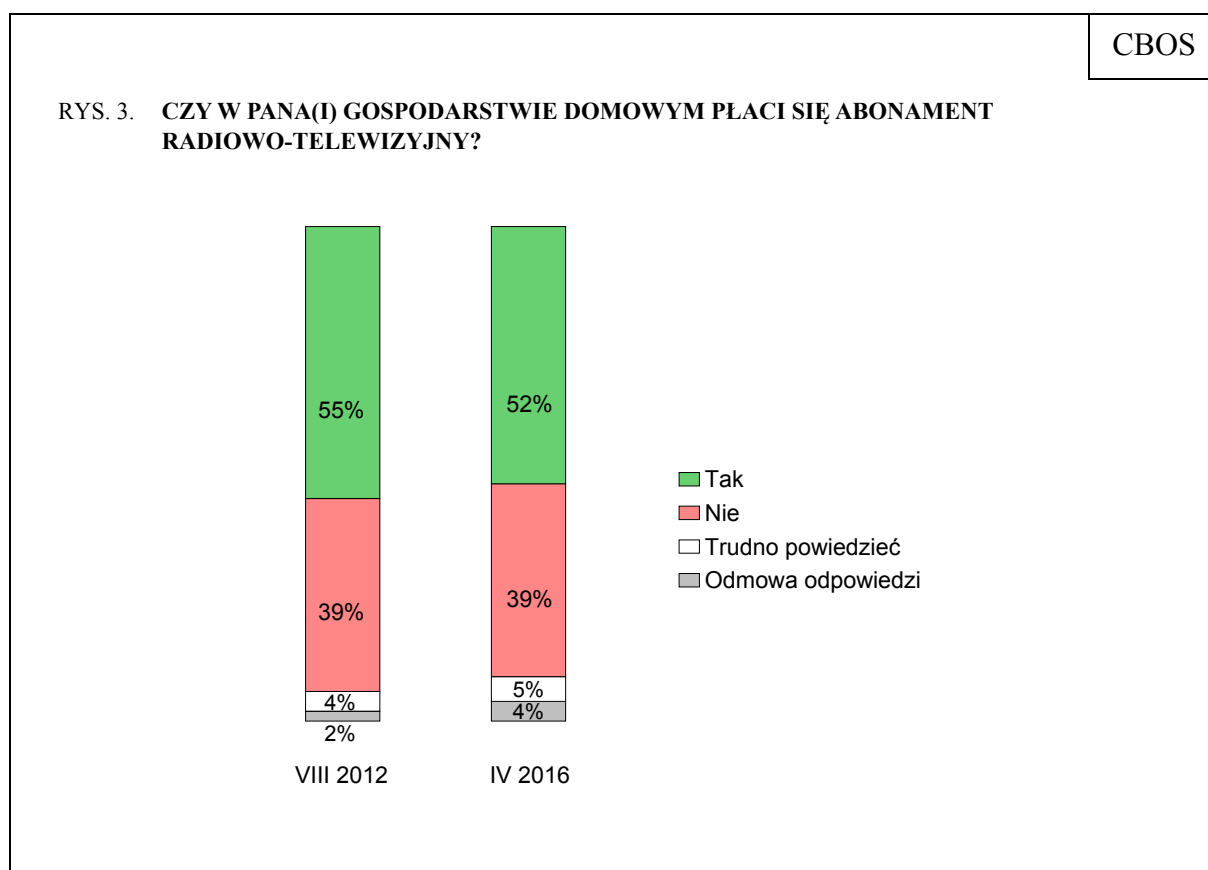
Stosunek do sposobu finansowania mediów publicznych jest w niewielkim stopniu zróżnicowany w zależności od sytuacji społeczno-demograficznej badanych. Nieco wyższe niż przeciętne, choć nie przeważające poparcie dla modelu opartego na opłacie abonamentowej rejestrujemy wśród respondentów z gospodarstw domowych o najwyższych dochodach *per capita*, zadowolonych ze swojej sytuacji materialnej, mieszkańców największych aglomeracji, a także najmłodszych (18–24 lata) i najstarszych badanych (65 lat i więcej).

Stabilny na przestrzeni ostatnich czterech lat jest również stosunek do pozyskiwania przez media publiczne pieniędzy z emisji reklam, które przy niewystarczających wpływach z abonamentu stanowią obecnie istotne źródło ich finansowania (w ostatnich latach główna część przychodów TVP pochodziła z reklam, a w przypadku Polskiego Radia – około 18,5%–25%²). Obecnie aprobuje je dwie trzecie Polaków (67%), natomiast przeciwny współfinansowaniu publicznego radia i telewizji z reklam jest co czwarty badany (24%). Na tle innych nieco bardziej krytyczni wobec pozyskiwania przez publicznych nadawców środków z emisji reklam są najstarsi i najmłodsi ankietowani, osoby mające wykształcenie podstawowe lub gimnazjalne oraz mieszkańcy wsi.



² Dane ze *Sprawozdania Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji z działalności w 2015 roku*, http://www.krrit.gov.pl/Data/Files/_public/Portals/0/komunikaty/spr-info-krrit-2015/sprawozdanie--krrit-z-dzialalnosci-w-2015-r..pdf

Z danych Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji³ wynika, że w 2015 roku spośród 13,5 mln gospodarstw domowych mniej więcej połowa miała zarejestrowane odbiorniki, z czego ponad 47% zwolnione było z opłat abonamentowych. Wśród pozostałych abonament opłaciła do końca ubiegłego roku niespełna jedna trzecia (30%), co stanowi około 16% mających zarejestrowane odbiorniki, czyli 8% ogółu gospodarstw domowych w Polsce. W naszym sondażu płacenie abonamentu przez swoje gospodarstwo domowe deklaruje ponad połowa dorosłych (52%). Pozostali albo wskazują, że go nie płacą, albo nie udzielają jednoznacznej odpowiedzi na to pytanie („trudno powiedzieć” / odmowa odpowiedzi – łącznie 9%). Mimo że nasze wyniki nie są porównywalne z danymi obiektywnymi – przede wszystkim dlatego, że dysponujemy próbą osób, a nie gospodarstw domowych – ich orientacyjne zestawienie jasno wskazuje, że deklaracje znacznie zawyżają rzeczywistą skalę płacenia abonamentu RTV. Respondenci, mając świadomość istnienia takiego obowiązku, niechętnie przyznają się do łamania przepisów.



³ Ibidem

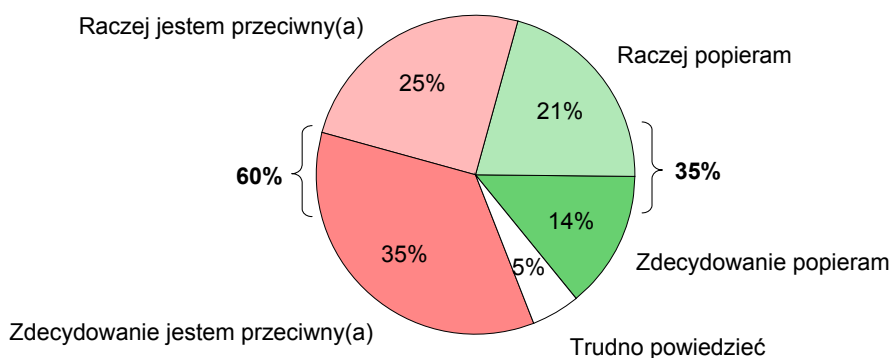
NOWA OPŁATA AUDIOWIZUALNA

Dotychczasowy abonament radiowo-telewizyjny, którego większość Polaków posiadających odbiorniki nie płaci, ma od przyszłego roku zastąpić nowa opłata audiowizualna. Jej wnoszenie byłoby obowiązkowe dla wszystkich gospodarstw domowych (z wyjątkiem osób z niej zwolnionych, np. seniorów), niezależnie od tego, czy posiadają radio lub telewizor. Kwota miałaby być doliczana do rachunku za energię elektryczną, co ułatwiłoby jej ściąganie. Z deklaracji wynika, że zastąpienie obecnego abonamentu radiowo-telewizyjnego opłatą audiowizualną popiera ponad jedna trzecia Polaków (35%), natomiast sześciu na dziesięciu (60%) jest temu przeciwnych.

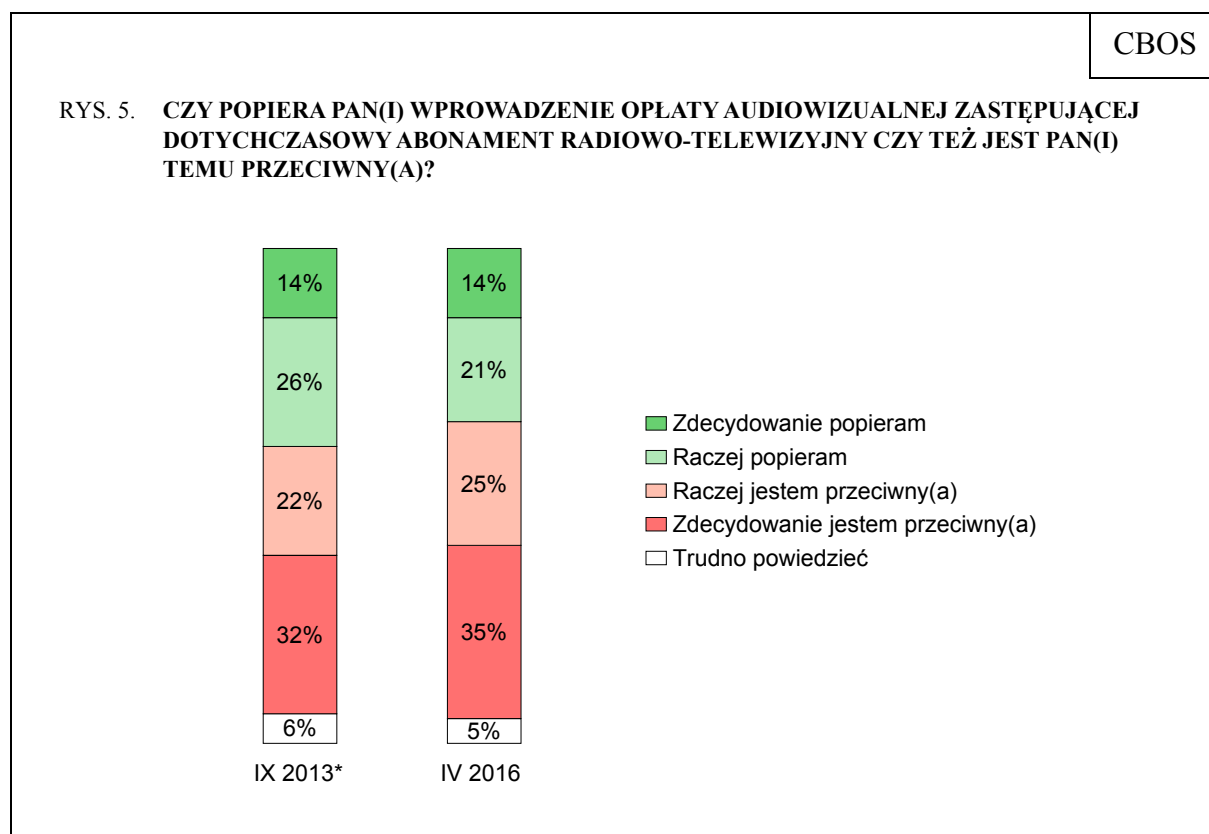
CBOS

RYS. 4. PLANOWANE JEST WPROWADZENIE NOWEJ OPŁATY AUDIOWIZUALNEJ, KTÓRA MA ZASTĄPIĆ OBECNY ABONAMENT RADIOWO-TELEWIZYJNY. NOWĄ OPŁATĄ BĘDĄ OBJĘCI WSZYSCY, NIEZALEŻNIE OD TEGO, CZY POSIADAJĄ ODBIORNIKI RADIOWE LUB TELEWIZYJNE. Z ZAPOWIEDZI WYNIKA, ŻE NOWA OPŁATA BĘDZIE WYNOŚIĆ 15 ZŁOTYCH MIESIĘCZNIE NA GOSPODARSTWO DOMOWE. KWOTA TA MA BYĆ DOLICZANA DO RACHUNKÓW ZA PRĄD.

CZY POPIERA PAN(I) WPROWADZENIE TAKIEJ OPŁATY AUDIOWIZUALNEJ ZASTĘPUJĄCEJ DOTYCHCZASOWY ABONAMENT RADIOWO-TELEWIZYJNY CZY TEŻ JEST PAN(I) TEMU PRZECIWNY(A)?



Poparcie dla wprowadzenia w miejsce abonamentu radiowo-telewizyjnego płaconego przez posiadaczy odbiorników nowej opłaty audiowizualnej, którą płaciłyby gospodarstwa domowe niezależnie od tego, czy posiadają radio lub telewizor, jest obecnie mniejsze niż niespełna trzy lata temu, kiedy po raz pierwszy pytaliśmy o stosunek do tej zmiany.



* Rozwiązanie prezentowane respondentom w 2013 roku różniło się od obecnego wysokością zapowiadanej opłaty – było to wówczas 10–12 złotych – oraz nie zawierało informacji o tym, że kwota ma być doliczana do rachunku za energię elektryczną.

Wprowadzenie nowej opłaty audiowizualnej zamiast dotychczasowego abonamentu częściej niż inni popierają ankietowani w wieku od 45 do 64 lat, dobrze sytuowani, uzyskujący dochody *per capita* na poziomie 2000 złotych lub wyższe, osoby uczestniczące w praktykach religijnych kilkakrotnie w tygodniu i identyfikujący się z prawicą, a także zwolennicy PiS i PO. Z kolei pod względem sprzeciwu wobec tego rozwiązania wyróżniają się młodszy respondenci (do 34 lat), badani znajdujący się w złej sytuacji materialnej, a ponadto ci, którzy w ewentualnych wyborach parlamentarnych zagłosowaliby na ruch Kukiz'15, oraz niezamierzający głosować.

Tabela 1

Elektoraty partyjne określone na podstawie deklaracji głosowania w ewentualnych wyborach parlamentarnych	Czy popiera Pan(i) wprowadzenie opłaty audiowizualnej zastępującej dotychczasowy abonament radiowo-telewizyjny czy też jest Pan(i) temu przeciwny(a)?		
	Popieram	Jestem przeciwny(a)	Trudno powiedzieć
	w procentach		
PiS	44	51	5
PO	41	53	7
Nowoczesna	37	60	2
Kukiz'15	24	69	7
Niezdecydowani, czy wziąć udział w wyborach	38	55	8
Niezamierzający głosować	25	73	3

Na ogół przeciwni nowej opłacie audiowizualnej są badani, którzy opowiadają się za finansowaniem mediów publicznych z budżetu państwa (68% wobec 29% ją popierających). Natomiast wśród optujących za ich finansowaniem bezpośrednio przez obywateli, minimalnie przeważa aprobata tego rozwiązania (49% wobec 46% niepopierających go).

Wprawdzie proponowana opłata audiowizualna cieszy się większą aprobatą wśród osób deklarujących, że ich gospodarstwa domowe płacą abonament RTV, niż wśród niepłacących (lub nieudzielających informacji na ten temat), niemniej jednak nawet wśród nich więcej jest jej przeciwników niż zwolenników.

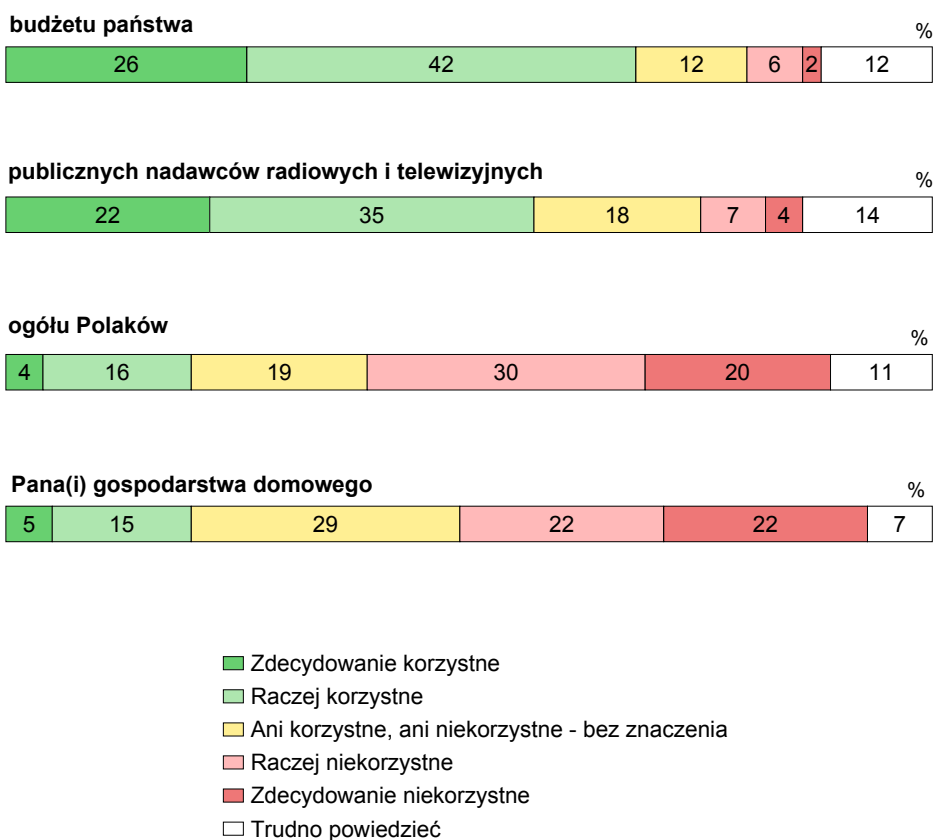
Tabela 2

Czy w Pana(i) gospodarstwie domowym płaci się abonament radiowo-telewizyjny?	Czy popiera Pan(i) wprowadzenie opłaty audiowizualnej zastępującej dotychczasowy abonament radiowo-telewizyjny czy też jest Pan(i) temu przeciwny(a)?		
	Popieram	Jestem przeciwny(a)	Trudno powiedzieć
	w procentach		
Tak	41	54	5
Nie	29	66	5
Trudno powiedzieć	24	64	12
Odmowa odpowiedzi	17	74	9

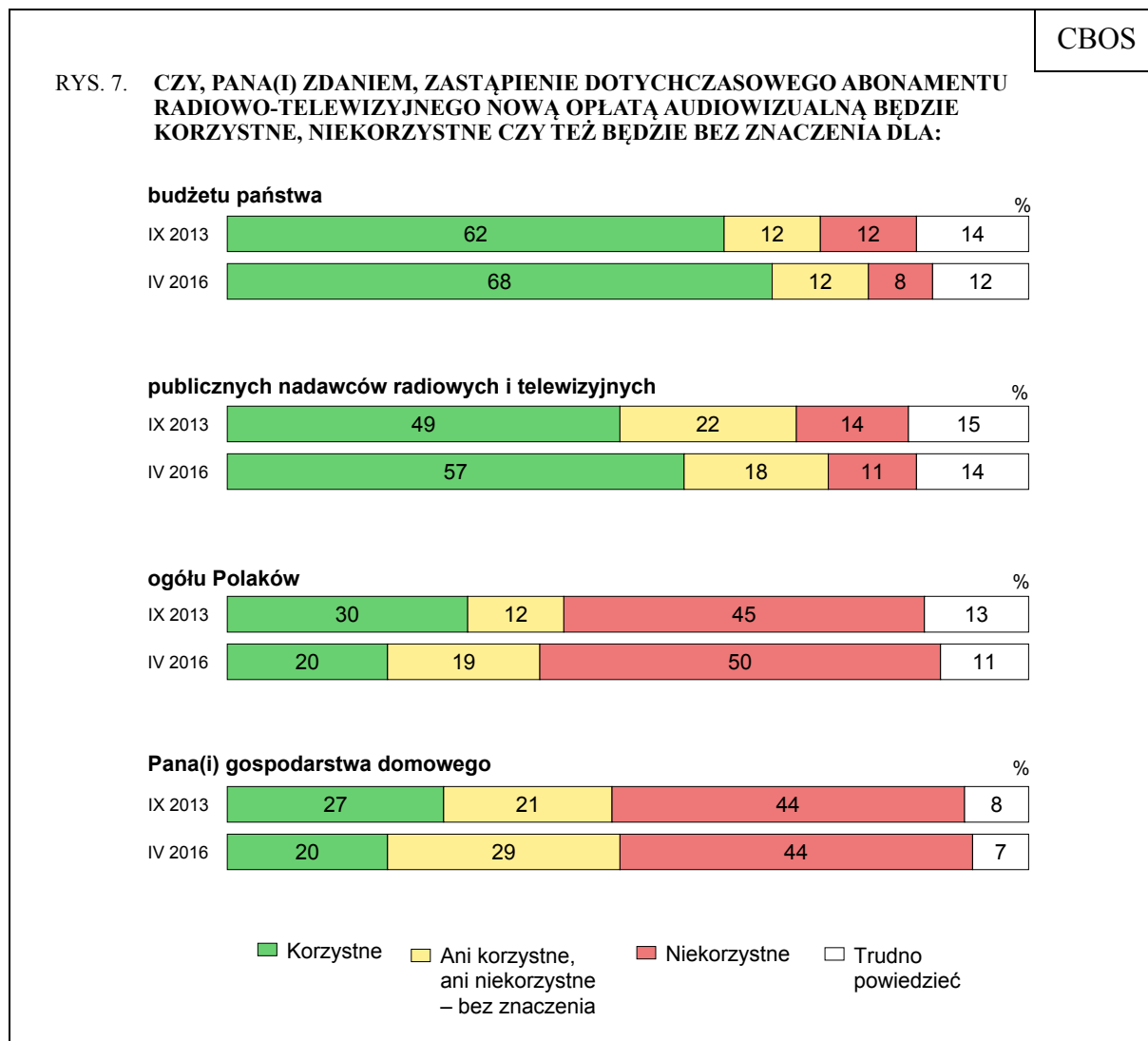
Zastąpienie dotychczasowego abonamentu dla posiadaczy odbiorników opłatą audiowizualną, którą objęte byłyby wszystkie gospodarstwa wyposażone w licznik energii elektrycznej, postrzegane jest przez badanych jako korzystne dla budżetu państwa (68%) oraz telewizyjnych i radiowych nadawców publicznych (57%). Stosunkowo nieliczni twierdzą, że budżet państwa oraz publiczne radio i telewizja na tym nie skorzystają (odpowiednio 8% i 11%). Na ogół sceptycznie odbierany jest wpływ tego rozwiązania w wymiarze ogólnospołecznym i indywidualnym. Za niekorzystne dla ogółu Polaków uważa je połowa ankietowanych (50%), a dla swojego gospodarstwa domowego – ponad dwie piąte (44%). W obu przypadkach o korzyściach mówi tylko co piąty badany (po 20%). Niespełna jedna trzecia (29%) przewiduje, że nie wpłynie to na sytuację ich gospodarstwa domowego.

CBOS

RYS. 6. CZY, PANA(I) ZDANIEM, ZASTĄPIENIE DOTYCHCZASOWEGO ABONAMENTU RADIOWO-TELEWIZYJNEGO NOWĄ OPŁATĄ AUDIOWIZUALNĄ BĘDZIE KORZYSTNE, NIEKORZYSTNE CZY TEŻ BĘDZIE BEZ ZNACZENIA DLA:



Wpływ zastąpienia dotychczasowego abonamentu RTV nową opłatą audiowizualną jest obecnie częściej niż niespełna trzy lata temu postrzegany jako korzystny dla mediów publicznych i budżetu państwa, rzadziej natomiast jako dobry dla obywateli.



Ocena skutków zastąpienia obecnego abonamentu radiowo-telewizyjnego nową opłatą audiowizualną jest – w wymiarze indywidualnym – w znacznym stopniu związana z sytuacją materialną, w jakiej znajdują się badani: im jest ona gorsza, tym częstsze wskazania, że rozwiązanie to będzie niekorzystne. Bardziej krytycznie odbierają je również badani deklarujący, że w ich gospodarstwie domowym nie płaci się abonamentu RTV, a także ci, którzy odmawiają udzielenia takiej informacji.

Tabela 3

Czy w Pana(i) gospodarstwie domowym płaci się abonament radiowo-telewizyjny?	Czy, Pana(i) zdaniem, zastąpienie dotychczasowego abonamentu radiowo-telewizyjnego nową opłatą audiowizualną będzie korzystne, niekorzystne czy też będzie bez znaczenia dla Pana(i) gospodarstwa domowego?			
	Korzystne	Bez znaczenia	Niekorzystne	Trudno powiedzieć
	w procentach			
Tak	27	34	34	6
Nie	13	23	58	7
Trudno powiedzieć	9	43	35	14
Odmowa odpowiedzi	13	21	59	8



Większość Polaków opowiada się za finansowaniem mediów publicznych z budżetu państwa, nie zaś z abonamentu lub innej opłaty wnoszonej bezpośrednio przez obywateli. Na ogół aprobowana jest funkcjonująca obecnie praktyka pozyskiwania przez publiczne radio i telewizję pieniędzy z emisji reklam. Pomysł wprowadzenia – zamiast dotychczasowego abonamentu – nowej opłaty audiowizualnej, którą zobowiązane byłyby płacić gospodarstwa domowe niezależnie od tego, czy posiadają radio lub telewizor, częściej spotyka się ze sprzeciwem niż aprobatą. W opinii przeważającej części badanych byłoby to wprowadzenie korzystne dla nadawców publicznych, ale raczej niekorzystne dla ogółu obywateli i gospodarstw domowych w Polsce.

Opracował
Michał FELIKSIĄK

Tabela 1

		Czy publiczne radio i telewizja powinny być finansowane:			Liczba osób
		z abonamentu (lub innej opłaty) płaconego przez gospodarstwa domowe	z budżetu państwa	Trudno powiedzieć	
		%	%	%	
Ogółem		30	60	10	1100
Płeć	Mężczyźni	31	60	9	523
	Kobiety	29	61	11	577
Wiek	18–24 lata	37	56	7	115
	25–34	32	57	10	208
	35–44	24	69	7	198
	45–54	27	62	11	162
	55–64	27	63	10	195
	65 lat i więcej	35	53	11	222
Miejsce zamieszkania	Wieś	28	60	12	443
	Miasto do 19 999	26	66	8	143
	20 000 – 99 999	30	62	7	217
	100 000 – 499 999	33	58	9	175
	500 000 i więcej mieszk.	40	51	9	122
Wykształcenie	Podstawowe / gimnazjalne	30	60	10	223
	Zasadnicze zawodowe	26	64	10	270
	Średnie	31	60	9	333
	Wyższe	33	56	11	274
Grupa społeczna i zawodowa	Kadra kier., spec. z wyższym wyksz.	34	53	13	122
	Średni personel, technicy	30	57	14	49
	Pracownicy adm.-biurowi	29	57	14	68
	Pracownicy usług	28	65	7	82
	Robotnicy wykwalifikowani	20	71	9	143
	Robotnicy niewykwalifik.	29	65	6	45
	Rolnicy	29	58	13	40
	Pracujący na własny rach.	37	58	5	56
	Bezrobotni	36	60	4	48
	Emeryci	34	56	10	242
	Renciści	21	62	17	76
	Uczniowie i studenci	34	61	5	71
	Gospodynie domowe i inni	29	62	9	57
Pracuje w:	inst. państw., publicznej	29	62	9	150
	spółce właścicieli prywatnych i państwa	29	67	4	117
	sekt. pryw. poza rolnict.	29	59	12	304
	prywatnym gosp. rolnym	33	56	11	39
Dochody na jedną osobę	Do 649 zł	24	65	12	135
	Od 650 zł do 999 zł	28	65	7	159
	Od 1000 zł do 1399 zł	26	62	12	185
	Od 1400 zł do 1999 zł	32	59	9	152
	2000 zł i więcej	41	51	8	183
Ocena własnych war. mater.	Złe	18	71	11	81
	Średnie	26	62	12	417
	Dobre	35	57	8	602
Udział w prakt. religijnych	Kilka razy w tygodniu	49	38	13	41
	Raz w tygodniu	29	62	10	500
	1–2 razy w miesiącu	27	62	11	168
	Kilka razy w roku	30	59	10	257
	W ogóle nie uczestniczy	32	63	5	126
Poglądy polityczne	Lewica	28	67	6	171
	Centrum	34	58	8	281
	Prawica	33	57	10	341
	Trudno powiedzieć	24	62	14	307

Tabela 2

		Czy publiczne radio i telewizja, które są finansowane z pieniędzy publicznych, powinny mieć prawo pozyskiwania pieniędzy z reklam?			Liczba osób
		Tak	Nie	Trudno powiedzieć	
		%	%	%	
Ogółem		67	24	9	1102
Płeć	Mężczyźni	67	28	6	524
	Kobiety	68	21	10	578
Wiek	18–24 lata	64	29	7	115
	25–34	75	19	6	208
	35–44	75	19	5	199
	45–54	67	26	7	162
	55–64	65	26	9	195
	65 lat i więcej	57	29	14	222
Miejsce zamieszkania	Wieś	62	28	10	443
	Miasto do 19 999	73	19	8	144
	20 000 – 99 999	70	23	7	217
	100 000 – 499 999	71	21	8	175
	500 000 i więcej mieszk.	72	25	3	123
Wykształcenie	Podstawowe / gimnazjalne	52	32	16	223
	Zasadnicze zawodowe	68	23	9	270
	Średnie	73	21	6	333
	Wyższe	73	23	4	276
Grupa społeczna i zawodowa	Kadra kier., spec. z wyższym wyksz.	76	19	5	122
	Średni personel, technicy	74	24	2	49
	Pracownicy adm.-biurowi	69	28	4	68
	Pracownicy usług	80	16	4	82
	Robotnicy wykwalifikowani	65	25	10	143
	Robotnicy niewykwalifik.	57	30	12	45
	Rolnicy	62	30	8	40
	Pracujący na własny rach.	80	20		58
	Bezrobotni	66	28	6	48
	Emeryci	61	26	13	242
	Renciści	63	25	12	76
	Uczniowie i studenci	62	31	7	71
	Gospodynie domowe i inni	72	20	9	57
Pracuje w:	inst. państw., publicznej	68	30	3	150
	spółce właścicieli prywatnych i państwa	75	18	7	117
	sekt. pryw. poza rolnict.	72	21	7	306
	prywatnym gosp. rolnym	61	28	11	39
Dochody na jedną osobę	Do 649 zł	68	22	10	135
	Od 650 zł do 999 zł	68	22	10	159
	Od 1000 zł do 1399 zł	68	24	8	185
	Od 1400 zł do 1999 zł	70	25	5	152
	2000 zł i więcej	72	25	3	183
Ocena własnych war. mater.	Złe	69	25	6	81
	Średnie	64	24	13	417
	Dobre	70	25	5	604
Udział w prakt. religijnych	Kilka razy w tygodniu	75	18	7	41
	Raz w tygodniu	67	24	9	500
	1–2 razy w miesiącu	61	27	11	170
	Kilka razy w roku	70	23	7	257
	W ogóle nie uczestniczy	69	28	3	126
Poglądy polityczne	Lewica	72	24	4	171
	Centrum	70	24	7	281
	Prawica	67	28	5	343
	Trudno powiedzieć	64	21	16	307

Tabela 3

		Planowane jest wprowadzenie nowej opłaty audiowizualnej, która ma zastąpić obecny abonament radiowo-telewizyjny. Nową opłatą będą objęci wszyscy, niezależnie od tego, czy posiadają odbiorniki radiowe i telewizyjne. Z zapowiedzi wynika, że nowa opłata będzie wynosić 15 złotych miesięcznie na gospodarstwo domowe. Kwota ta ma być doliczana do rachunków za prąd. Czy popiera Pan(i) wprowadzenie takiej opłaty audiowizualnej zastępującej dotychczasowy abonament radiowo-telewizyjny czy też jest Pan(i) temu przeciwny(a)?			Liczba osób
		Popieram	Jestem przeciwny	Trudno powiedzieć	
		%	%	%	
Ogółem		35	60	5	1103
Płeć	Mężczyźni	34	61	5	524
	Kobiety	35	60	5	578
Wiek	18–24 lata	26	72	2	115
	25–34	28	69	3	208
	35–44	32	62	6	199
	45–54	42	52	7	163
	55–64	42	51	7	195
	65 lat i więcej	36	59	6	222
Miejsce zamieszkania	Wieś	35	59	6	443
	Miasto do 19 999	31	64	5	144
	20 000 – 99 999	34	60	6	218
	100 000 – 499 999	40	57	3	175
	500 000 i więcej mieszk.	32	64	4	123
Wykształcenie	Podstawowe / gimnazjalne	30	62	8	223
	Zasadnicze zawodowe	36	60	5	270
	Średnie	34	63	3	333
	Wyższe	38	56	6	276
Grupa społeczna i zawodowa	Kadra kier., spec. z wyższym wyksz.	37	56	7	123
	Średni personel, technicy	31	69		49
	Pracownicy adm.-biurowi	44	52	4	68
	Pracownicy usług	30	67	2	82
	Robotnicy wykwalifikowani	32	61	7	143
	Robotnicy niewykwalifik.	41	56	3	45
	Rolnicy	41	47	12	40
	Pracujący na własny rach.	38	61	1	58
	Bezrobotni	41	53	6	48
	Emeryci	36	58	6	242
	Renciści	28	63	8	76
	Uczniowie i studenci	22	77	2	71
	Gospodynie domowe i inni	34	62	4	57
	Pracuje w:	inst. państw., publicznej	45	51	4
spółce właścicieli prywatnych i państwa		34	61	5	117
sekt. pryw. poza rolnict.		32	63	5	306
prywatnym gosp. rolnym		42	49	9	39
Dochody na jedną osobę	Do 649 zł	30	63	7	135
	Od 650 zł do 999 zł	34	61	4	159
	Od 1000 zł do 1399 zł	33	62	5	185
	Od 1400 zł do 1999 zł	39	57	4	152
	2000 zł i więcej	41	56	3	183
Ocena własnych war. mater.	Złe	24	73	4	81
	Średnie	28	64	8	417
	Dobre	40	56	4	605
Udział w prakt. religijnych	Kilka razy w tygodniu	45	45	10	41
	Raz w tygodniu	38	56	5	500
	1–2 razy w miesiącu	29	64	6	170
	Kilka razy w roku	33	63	4	257
	W ogóle nie uczestniczy	29	69	2	126
Poglądy polityczne	Lewica	34	62	4	171
	Centrum	33	63	4	281
	Prawica	41	55	4	343
	Trudno powiedzieć	29	63	8	307

Tabela 4

		Czy, Pana(i) zdaniem, zastąpienie dotychczasowego abonamentu radiowo-telewizyjnego nową opłatą audiowizualną będzie korzystne, niekorzystne czy też będzie bez znaczenia dla Pana(i) gospodarstwa domowego ?				Liczba osób
		Korzystne	Ani korzystne, ani niekorzystne – bez znaczenia	Niekorzystne	Trudno powiedzieć	
		%	%	%	%	
Ogółem		20	29	44	7	1102
Płeć	Mężczyźni	20	29	45	6	524
	Kobiety	20	29	44	7	578
Wiek	18–24 lata	13	32	47	8	115
	25–34	14	31	51	4	208
	35–44	21	31	44	4	199
	45–54	26	30	39	4	162
	55–64	25	31	38	7	195
	65 lat i więcej	18	22	48	13	222
Miejsce zamieszkania	Wieś	20	28	43	9	443
	Miasto do 19 999	19	25	53	3	144
	20 000 – 99 999	18	35	40	7	218
	100 000 – 499 999	23	28	44	5	175
	500 000 i więcej mieszk.	19	29	48	4	123
Wykształcenie	Podstawowe / gimnazjalne	19	23	43	15	224
	Zasadnicze zawodowe	24	25	46	5	269
	Średnie	18	28	49	6	333
	Wyższe	19	40	39	2	276
Grupa społeczna i zawodowa	Kadra kier., spec. z wyższym wyksz.	17	42	38	3	123
	Średni personel, technicy	18	23	55	3	49
	Pracownicy adm.-biurowi	26	35	38	1	68
	Pracownicy usług	20	26	49	5	82
	Robotnicy wykwalifikowani	20	32	41	6	143
	Robotnicy niewykwalifik.	27	18	50	5	44
	Rolnicy	19	24	54	4	40
	Pracujący na własny rach.	27	35	37	2	58
	Bezrobotni	24	34	39	4	48
	Emeryci	19	24	46	11	241
	Renciści	16	21	48	15	78
	Uczniowie i studenci	8	35	46	11	71
Pracuje w:	Gospodynie domowe i inni	25	28	43	4	57
	inst. państw., publicznej	25	34	37	4	149
	spółce właścicieli prywatnych i państwa	24	25	48	4	117
	sekt. pryw. poza rolnict.	18	35	43	4	306
	prywatnym gosp. rolnym	19	20	57	4	39
Dochody na jedną osobę	Do 649 zł	20	23	51	7	135
	Od 650 zł do 999 zł	20	27	47	6	159
	Od 1000 zł do 1399 zł	17	30	47	7	185
	Od 1400 zł do 1999 zł	28	24	41	7	154
	2000 zł i więcej	19	42	38	1	183
Ocena własnych war. mater.	Złe	12	14	73	1	81
	Średnie	17	27	47	9	418
	Dobre	23	33	38	6	603
Udział w prakt. religijnych	Kilka razy w tygodniu	33	22	33	12	42
	Raz w tygodniu	21	27	44	7	498
	1–2 razy w miesiącu	16	32	47	6	170
	Kilka razy w roku	21	30	44	5	257
	W ogóle nie uczestniczy	11	34	50	4	125
Poglądy polityczne	Lewica	15	28	56	2	171
	Centrum	19	32	44	5	280
	Prawica	26	29	41	4	343
	Trudno powiedzieć	16	28	41	15	308