

11,1500



## OSRODEK BADANIA OPINII PUBLICZNEJ

### OPINIA SPOŁECZNA O WPŁYWIE TELEWIZJI PUBLICZNEJ I POLSATU NA ZACHOWANIA I OBYCZAJE

- Zdecydowana większość badanych (87%) uznała, iż telewizja w większym lub mniejszym stopniu wpływa na ludzi. Jej wpływ neguje tylko co dziesiąty respondent (10%).
- Najwięcej osób uważa, że telewizja ma zarówno dodatni jak i ujemny wpływ na ludzi. Nieco częściej badani odnoszą ten pogląd do telewizji publicznej (55%) niż do telewizji Polsat (48%).
- Trzy piąte badanych (61%) podziela pogląd, że telewizja ma największy wpływ na obyczaje i zachowania młodzieży.
- Ponad dwie piąte badanych (43%) uważa, że telewizja niekorzystnie wpływa na młodych ludzi. O tym, że telewizja ma najlepszy (spośród innych instytucji) wpływ na młodzież - mówi jedna dziesiąta Polaków (10%).
- Oddziaływania pozytywne telewizji w odniesieniu do wartości moralnych i obyczajowych widzowie częściej przypisywali TVP S.A. niż Polsatowi.
- Najwięcej badanych wskazując na pozytywny wpływ telewizji publicznej wymieniło przymioty obywatelskie jako te wartości, które - dzięki TVP S.A. - najkorzystniej wpływają na ludzi.
- Natomiast Polsat, którego wpływ na kształtowanie pozytywnych obyczajów i norm etycznych jest rzadziej dostrzegany przez widzów niż wpływ TVP-S.A., relatywnie korzystniej niż na inne, wpływa na zachowania i postawy obyczajowo-moralne ważne w indywidualnym życiu osobistym i w kontaktach międzyludzkich jednostki.

**Warszawa, kwiecień 1998**

OBOP Sp. z o.o., ul. Dereniowa 11, 02-776 Warszawa, tel. (0-22) 644 99 73, 648 20 44-46, fax 644 99

47, obop@obop.com.pl, www.obop.com.pl

Cytowanie, publiczne odtwarzanie, kopiowanie oraz wykorzystywanie w innej formie danych, informacji i opracowań zamieszczonych w tej publikacji jest dozwolone pod warunkiem podania źródła i uzyskania zgody zleceńodawcy - Biura Programowego TVP S.A.

Oddziaływanie telewizji na poglądy, obyczaje i postawy moralne ludzi jest problemem szczególnie ważnym w dzisiejszych czasach, gdy większość naszego społeczeństwa spędza gros wolnego czasu przed telewizorami. Warto zatem ustalić, czy w opinii Polaków telewizja wpływa pozytywnie czy negatywnie na moralność i zachowania. Czy widzowie postrzegają oddziaływanie telewizji w ogóle, czy też może każda stacja telewizyjna, ich zdaniem, kształtuje odmienne zachowania. Na te i podobne pytania przynosi odpowiedź kwietniowy sondaż<sup>1</sup> przeprowadzony przez OBOP na zlecenie Biura Programowego TVP S.A.

### OPINIE O OGÓLNYM WPŁYWIE TELEWIZJI

Powszechny jest pogląd (87% badanych), że telewizja w ogóle (jako środek przekazu) wpływa na ludzi. Jej wpływ neguje tylko co dziesiąty (10%) respondent.

Tab. 1

Czy i w jakim stopniu telewizja ma wpływ na ludzi, na ich zachowania i sposób myślenia?	
bardzo duży	26%
duży wpływ	40%
raczej duży wpływ	21%
raczej mały wpływ	6%
mały wpływ	3%
bardzo mały lub żaden	1%
trudno powiedzieć	3%

Pogląd, że telewizja ma wpływ na ludzi powiązany jest z wykształceniem badanych - im jest ono wyższe tym częściej wyrażana jest taka opinia.

<sup>1</sup> Sondaż zrealizowano między 4 a 7 kwietnia 1998 roku na reprezentatywnej losowej próbie mieszkańców Polski powyżej 15 roku życia. Uzyskano 1013 wywiadów. Maksymalny błąd statystyczny dla takiej wielkości próby wynosi +/- 3%, przy wiarygodności oszacowania równej 95%.

## OCENA WPŁYWU TELEWIZJI PUBLICZNEJ I POLSATU

Ważne było ustalenie, czy w opinii Polaków stacje o zasięgu ogólnokrajowym i jednocześnie o dużej oglądalności, a więc TVP-S.A. oraz Polsat oddziałują tak samo, czy też inaczej na ludzi.

Najwięcej osób uważa, że telewizja ma wpływ dodatni na równi z ujemnym. Przy tym nieco częściej opinia ta jest przypisywana telewizji publicznej (55%) niż Polsatowi (48%). Jednocześnie telewizja publiczna postrzegana jest jako stacja, która lepiej niż Polsat oddziałuje na widzów (wyłącznie wpływ dodatni respondenci częściej przypisują telewizji publicznej niż Polsatowi różnicą 11 punktów procentowych). Natomiast przekonanie o wpływie wyłącznie ujemnym częściej wiąże się z Polsatem niż z telewizją publiczną (różnica 12 p. p.).

**Tab. 2**

Ocena wpływu telewizji publicznej i Polsatu		
	TVP - S.A. <sup>2</sup>	POLSAT <sup>3</sup>
ma przede wszystkim wpływ dodatni	27%	16%
ma wpływ dodatni na równi z ujemnym	55%	48%
ma przede wszystkim wpływ ujemny	8%	20%
sądzę, że nie ma żadnego wpływu	6%	5%
trudno powiedzieć	4%	11%

### **Pogląd o zarówno dodatnim jak i ujemnym wpływie:**

- **telewizji publicznej** zależny jest w istotny sposób od wykształcenia badanych - najrzadziej dzielają go osoby z wykształceniem podstawowym (47%), a w miarę rosnącego poziomu wykształcenia jest on wyrażany coraz częściej (73% osób z wykształceniem wyższym) oraz badani w wieku 20 - 39 lat (62%);

<sup>2</sup> Respondenci odpowiadali na tak sformułowane pytanie: „A telewizja publiczna (czyli Telewizja Polska S.A.) - czy sądzi Pan(i), że ma na ludzi jakiś wpływ i czy jest to wpływ ujemny czy dodatni?”

<sup>3</sup> Respondenci odpowiadali na tak sformułowane pytanie: „A czy telewizja Polsat - jak Pan(i) uważa - ma na ludzi jakiś wpływ i czy jest to wpływ ujemny czy dodatni?”

- **Polsatu** częściej niż inni dzielą osoby w wieku 20 - 39 lat (57%) oraz badani o poglądach centrolewicowych (63%) lub centroprawicowych (55%). Poza tym wyrażany jest tym częściej, im respondenci są mniej zaangażowani w praktyki religijne (od 42% wśród regularnie praktykujących do 57% - wśród niewierzących).

**Wpływy wyłącznie dodatnie telewizji publicznej oraz Polsatu** tym częściej dostrzegają widzowie im niższy jest ich poziom wykształcenia.

### OPINIE O WPŁYWIE TELEWIZJI NA MŁODZIEŻ

Na system wartości młodzieży, a co się z tym wiąże - jej zachowania i obyczaje - oddziałują różne instytucje. Które z nich w kształtowaniu młodego pokolenia odgrywają największą rolę - czy te, których wpływ, w opinii Polaków, jest najbardziej pożądany, czy też inne. Jakie miejsce wśród nich zajmuje telewizja. To zagadnienia, które również były przedmiotem omawianego tu sondażu.

Opinie o tym, czyje oddziaływania na młodzież są najbardziej społecznie pożądane i akceptowane ilustrują odpowiedzi na pytanie, kto powinien mieć największy wpływ na wychowanie młodego pokolenia. Niemal powszechny (87%) jest pogląd, że głównie rodzina powinna wpływać na młodzież. Zaledwie nieliczni uznają za słuszne, aby największy wpływ na wychowanie młodzieży miała szkoła i nauczyciele (9%). Pozostałe instytucje nie otrzymały wskazań.

**Tab. 3**

<b>A kto Pana(i) zdaniem, powinien mieć największy wpływ na wychowanie młodzieży?</b>	
rodzina	87%
szkoła, nauczyciele	9%
Kościół, księża	2%
rówieśnicy, znajomi np. ze szkoły lub miejsca zamieszkania	1%
telewizja	1%
radio	-
kolorowe tygodniki dla nastolatków, prasa	-
filmy wideo	-

Im respondenci są bardziej wykształceni, tym częściej twierdzą, że w procesie wychowania najbardziej pożądane jest oddziaływanie rodziny.

Warto zatem zaprezentować, jakie instytucje, zdaniem badanych, wywierają faktyczny wpływ na młode pokolenie. Najwięcej osób - bo trzy piąte (61%) - wskazało na telewizję, jako instytucję w największym stopniu oddziaływującą na młodzież. Niewiele mniej (ponad połowa - 55%) uznała, że młodzi podlegają wpływom rówieśników, znajomych ze szkoły lub miejsca zamieszkania. Tylko nieco więcej niż dwie piąte (44%) osób uważa, że w rzeczywistości rodzina najbardziej kształtuje młodego człowieka. Natomiast około jednej trzeciej respondentów stwierdziło, że filmy wideo (37%) oraz kolorowe pisma dla nastolatków (31%) odgrywają tu rolę. Stosunkowo niewielki wpływ przypisali respondenci instytucjom, których celem z założenia jest wychowywanie młodego pokolenia i kształtowanie systemu wartości - a więc szkole i nauczycielom (27%) oraz Kościołowi i księżom (14%).

**Tab. 4**

**Kto w największym stopniu, Pana (i) zdaniem, wpływa obecnie na obyczaje i zachowania młodzieży?**

*(procenty nie sumują się do 100, bo respondenci mogli udzielić więcej niż jednej odpowiedzi)*

telewizja	61%
rówieśnicy, znajomi np. ze szkoły lub miejsca zamieszkania	55%
rodzina	44%
filmy wideo	37%
kolorowe tygodniki dla nastolatków, prasa	31%
szkoła, nauczyciele	27%
Kościół, księża	14%
radio	6%
inna odpowiedź	1%
trudno powiedzieć	1%

**Opinie, o tym, kto w największym stopniu obecnie wpływa na obyczaje i zachowania młodzieży najczęściej zależą od wykształcenia i miejsca zamieszkania badanych:**

- Im respondenci są lepiej wykształceni, tym częściej dostrzegają wpływ mediów (telewizji, filmów wideo, prasy) i grupy rówieśniczej (rówieśnicy, znajomi ze szkoły i z miejsca zamieszkania), natomiast osoby gorzej wykształcone uważają, że na młodzież oddziałują instytucje tradycyjnie postrzegane jako wychowujące: rodzina, szkoła i Kościół.
- W im mniejszej miejscowości mieszkają badani, tym częściej sądzą, iż na zachowanie młodzieży największy wpływ ma szkoła, nauczyciele oraz Kościół i księża, zaś w im większej miejscowości żyją - tym częściej twierdzą, że młode pokolenie kształtują głównie rówieśnicy i mass media (filmy wideo i kolorowe czasopisma).

**Podsumowując** można stwierdzić, że rodzina, której wpływ na młodzież jest, zdaniem Polaków, najbardziej pożądanym zajmuje w hierarchii instytucji faktycznie oddziałujących - dopiero trzecie miejsce, po telewizji i środowisku rówieśniczym.

### **Instytucje pozytywnie wpływające na zachowania młodzieży**

Zdaniem większości (ponad dwóch trzecich badanych - 69%) najlepszy wpływ na obyczaje i zachowania młodzieży ma rodzina. Na drugim miejscu - wskazana przez więcej niż dwie piąte badanych (45%) - znalazła się szkoła i nauczyciele, zaś na trzecim (34% wskazań) - kolejna instytucja wychowująca - Kościół i księża. Natomiast rówieśnicy i telewizja, które zdaniem badanych obecnie najbardziej wpływają na młodzież, znalazły się dopiero na czwartej i na piątej pozycji wśród instytucji oddziałujących korzystnie. Tylko około jedna dziesiąta badanych uznała, że wpływają one pozytywnie na młode pokolenie (13% przyznało pozytywny wpływ rówieśnikom, zaś 10% - telewizji).

Tab. 5

<b>A kto, Pana(i) zdaniem, ma najlepszy wpływ na obyczaje i zachowanie młodzieży?</b>	
<i>(procenty nie sumują się do 100, bo respondenci mogli udzielić więcej niż jednej odpowiedzi)</i>	
	<i>dane w proc</i>
rodzina	69
szkoła, nauczyciele	45
Kościół, księża	34
rówieśnicy, znajomi np. ze szkoły lub miejsca zamieszkania	13
telewizja	10
kolorowe tygodniki dla nastolatków, prasa	4
radio	3
filmy wideo	2
trudno powiedzieć	2

### **Instytucje negatywnie wpływające na zachowania młodzieży**

Zdecydowana większość - trzy piąte (60%) - Polaków jest zdania, iż najgorszy wpływ na obyczaje i zachowania młodzieży mają filmy wideo. Ponad dwie piąte respondentów wskazuje na rówieśników i znajomych, i tyle samo na telewizję (po 43%), jako na instytucje mające negatywny wpływ na nastolatków. Niekorzystnie wypadły także kolorowe pisma dla młodzieży. Prawie jedna czwarta badanych (23%) sądzi, że młodzi ludzie zachowują się w sposób trudny do zaakceptowania właśnie pod wpływem tego typu lektury.

Tab. 6

<b>A kto, Pana(i) zdaniem, ma najgorszy wpływ na obyczaje i zachowanie młodzieży?</b>	
<i>(procenty nie sumują się do 100, bo respondenci mogli udzielić więcej niż jednej odpowiedzi)</i>	
	<i>dane w proc</i>
filmy wideo	60
rówieśnicy, znajomi np. ze szkoły lub miejsca zamieszkania	43
telewizja	43
kolorowe tygodniki dla nastolatków, prasa	23
radio	3
Kościół, księża	2
rodzina	1
szkoła, nauczyciele	1
trudno powiedzieć	2

#### **Najistotniejsze uwarunkowania społeczno - demograficzne:**

- **Oglądanie filmów na wideo** źle wpływa na młodzież głównie zdaniem mieszkańców dużych i średnich miast. Poza tym, im wyższy jest poziom wykształcenia Polaków, tym częściej twierdzą, że najgorszy wpływ na obyczaje młodych mają filmy wideo.
- **O tym, że najgorszy wpływ na obyczaje nastolatków ma telewizja**, częściej niż inni przekonane są osoby z wyższym wykształceniem;
- **Postrzeganie kolorowych pism** jako źródła niekorzystnego wpływu wzrasta wraz z wykształceniem badanych. Częściej niż inni ten pogląd podzielają najmłodszy respondenci, czyli ci, do których te pisma są adresowane.

**Podsumowanie:** Telewizja najczęściej postrzegana jest jako instytucja, która na młodzież ma największy wpływ. Jednak aż ponad dwie piąte badanych uważa ten wpływ za niekorzystny, zaś tylko jedna dziesiąta respondentów - za korzystny. Natomiast rodzina, która zdaniem przeważającej większości (87%), powinna mieć największy wpływ na wychowanie młodego pokolenia - w rzeczywistości oddziałuje na młodzież w mniejszym stopniu (44%).



## **SPOŁECZNE SKUTKI ODDZIAŁYWANIA TELEWIZJI PUBLICZNEJ I POLSATU**

Na jakie konkretne zachowania i postawy obyczajowe, moralne i społeczne oddziałuje telewizja. Które programy - telewizji publicznej czy Polsatu mają większy wpływ na kształtowanie postaw ludzi oraz na czym ten wpływ polega. Opinie badanych w tych kwestiach uzyskaliśmy pytając respondentów:

**„Na czym, według Pana(i), polega wpływ telewizji publicznej na ludzi?”**

**„Na czym, według Pana(i), polega wpływ Polsatu na ludzi?”.**

Badanym przedstawiono zestaw przeciwstawnych twierdzeń odnoszących się do wartości moralnych i obyczajowych z prośbą, aby ocenili na siedmiostopniowej skali, czy w ich przekonaniu telewizja publiczna i Polsat wpływają w większym stopniu pozytywnie czy negatywnie. Wyniki prezentujemy w tabeli 7, na następnej stronie<sup>4</sup>:

---

<sup>4</sup> Szczegółowy rozkład odpowiedzi prezentujemy w aneksie.

Tab. 7

## WPLYW TELEWIZJI PUBLICZNEJ I POLSATU NA LUDZI

Opinie pozytywne	wpływ pozytywny		Opinie negatywne	wpływ negatywny		średnia ocena wpływu	
	TVP	Polsat		TVP	Polsat	TVP	Polsat
wzbudza poszanowanie dla tradycji narodowej	58%	32%	zniechęca do tradycji narodowej	14%	21%	4,62	3,63
uczy szacunku dla każdego człowieka	57%	39%	uczy pogardy, braku szacunku dla ludzi	13%	20%	4,64	3,84
zachęca do rzetelnej, uczciwej pracy lub nauki	54%	42%	wpływa na brak poszanowania pracy lub nauki	17%	16%	4,51	3,94
skłania do stosowania się do obowiązujących przepisów	50%	28%	zachęca do omijania przepisów	16%	25%	4,24	3,47
wyrabia dobry gust, pokazując co jest modne, np. w ubraniu, w urządzeniu domu	47%	37%	rozdrażnia, pokazując kosztowne ubiory, luksusowe domy i wnętrza	25%	29%	4,14	3,60
dobre wpływa na życie rodzinne	46%	34%	źle wpływa na życie rodzinne	23%	27%	4,25	3,76
pokazując szlachetne, wartościowe postacie, uczy jak godnie i moralnie żyć	42%	24%	pokazując niewłaściwe postacie skłania do niegodnego, niemoralnego życia	20%	38%	4,18	3,24
zachęca do działalności społecznej lub politycznej	42%	30%	zniechęca do działalności społecznej lub politycznej	18%	15%	4,14	3,64
łagodzi obyczaje	39%	21%	wpływa na zwiększenie brutalności w życiu codziennym	31%	47%	3,86	2,93
przyciąga do wiary	38%	15%	zraża do spraw wiary i religii	17%	28%	4,06	3,17
pokazuje, że o człowieku nie świadczą jego pieniądze	34%	27%	wzbudza podziw i szacunek dla ludzi bogatych	26%	34%	3,82	3,37
wpływa na przestrzeganie prawa	33%	21%	wpływa na wzrost przestępczości	41%	47%	3,69	3,07

(Średnie ocen wpływu - obliczono przypisując najwyższe wartości - 7 - odpowiedziom, że wpływ jest najbardziej pozytywny, zaś wartości najniższe - 1 - odpowiedziom stwierdzającym najbardziej negatywny wpływ).

### **Na czym polega pozytywny wpływ TVP-S.A. i Polsatu**

**W odniesieniu do telewizji publicznej najwięcej badanych wskazało przymioty obywatelskie jako te wartości, które najkorzystniej wpływają na ludzi.** Najczęściej wymieniano tu: patriotyzm rozumiany jako szacunek dla tradycji narodowej; poszanowanie człowieka; rzetelny stosunek do pracy i nauki oraz przestrzeganie obowiązujących przepisów. Stwierdzenia o korzystnym wpływie TVP-S.A. w tych kwestiach, zgłoszone w poszczególnych przypadkach przez połowę lub więcej osób, przewyższają trzy- lub czterokrotnie opinie o wpływie negatywnym. Negatywnego wpływu telewizji publicznej w każdym z tych aspektów dopatrzyła się nie więcej niż jedna siódma badanych.

**Natomiast „Polsat”, w przeświadczeniu od jednej trzeciej do dwóch piątych osób, najlepiej wpływa na zachowania i postawy obyczajowo - moralne ważne w indywidualnym życiu osobistym i kontaktach międzyludzkich jednostki:** zachęca również do rzetelności w pracy lub nauce i uczy szacunku do innych, pokazując wzory modnego ubierania lub urządzenia wnętrz wyrabia dobry gust oraz korzystnie wpływa na stosunki w rodzinie. Negatywne oddziaływanie „Polsatu” w tych kwestiach postrzega od jednej szóstej do ponad jednej czwartej badanych.

### **Na czym polega negatywny wpływ TVP-S.A. i Polsatu**

**Opinie o tym, na jakie zachowania obyczajowe i moralne telewizja publiczna i „Polsat” wpływają najbardziej niekorzystnie - są zbliżone.** Najczęściej oceniano negatywnie oddziaływanie obu nadawców na poglądy i zachowania związane z zasadami współżycia społecznego oraz kształtowaniem sylwetki moralnej człowieka. Znalazły się tu przekonania, że treści przekazywane przez obie telewizje przyczyniają się do wzrostu przestępczości i brutalizacji życia. Poza tym, nieco rzadziej wskazywane, opinie, że wzory osobowe prezentowane w programach skłaniają do życia niezgodnego z normami moralnymi bądź uczą wartościowania ludzi według stopnia ich zamożności, wzbudzając nadmierny podziw

dla pieniądza. Jednak szczególną uwagę należy tu zwrócić na to, że znacznie częściej widzowie postrzegają w poszczególnych aspektach niekorzystne oddziaływanie „Polsatu” niż TVP-S.A. Przy tym w odniesieniu do telewizji publicznej tylko w jednym przypadku - dotyczącym przestrzegania prawa i wzrostu przestępczości - więcej badanych dopatruje się negatywnego niż pozytywnego wpływu. Natomiast oceniając oddziaływanie „Polsatu” widzowie aż w pięciu aspektach stwierdzają, że stacja ta częściej wpływa negatywnie niż korzystnie na ludzi.

**Tab. 8**

Wartości pozytywne, które najczęściej - zdaniem respondentów - wzmacnia			
TELEWIZJA PUBLICZNA		POLSAT	
poszanowanie dla tradycji	58%	zachęcanie do rzetelnej, uczciwej pracy lub nauki	42%
uczenie szacunku dla każdego człowieka	57%	uczenie szacunku dla każdego człowieka	39%
zachęcanie do rzetelnej, uczciwej pracy lub nauki	54%	wyrabianie dobrego gustu przez pokazywanie co jest modne, np. w ubraniu, w urządzeniu domu itp.	37%
skłanianie do stosowania się do różnych obowiązujących przepisów	50%	dobrze wpływają na życie rodzinne	34%

**Tab. 9**

Wartości negatywne, które najczęściej wzmacnia:			
TELEWIZJA PUBLICZNA		POLSAT	
wpływa na wzrost przestępczości	41%	wpływa na wzrost przestępczości	47%
wpływa na zwiększenie brutalności w życiu codziennym	31%	wpływa na zwiększenie brutalności w życiu codziennym	47%
		poprzez pokazywanie niewłaściwych postaci skłania do niegodnego, niemoralnego życia	38%
		podziw i szacunek dla ludzi bogatych	34%

### **Która stacja telewizyjna ma większy wpływ na kształtowanie wartości pozytywnych, a która negatywnych?**

Ogólnie biorąc - treści i przekazy telewizji publicznej znacznie częściej niż Polsatu postrzegane są jako wpływające korzystnie na odbiorców, rzadziej zaś - jako niekorzystnie.

Niezależnie jakiego kryterium obyczajowo - moralnego to dotyczyło, zawsze więcej widzów przypisywało TVP S.A. niż Polsatowi oddziaływanie pozytywne, a tym samym telewizja publiczna uzyskała w poszczególnych aspektach wyższe średnie ocen korzystnego wpływu na ludzi.

Pozytywny wpływ TVP SA na różne postawy i zachowania dostrzega od jednej trzeciej do trzech piątych badanych, podczas gdy korzystne oddziaływanie Polsatu w tych kwestiach zauważa mniej, bo od jednej piątej do ponad dwóch piątych osób.

**Największe różnice między stacjami, świadczące, że Polacy częściej postrzegają korzystny wpływ telewizji publicznej niż Polsatu dotyczą następujących kwestii:**

- wzbudzania poszanowania dla tradycji narodowej (różnica 26 p. p.)
- przyciągania do wiary (różnica 23 p. p.)
- skłaniania do stosowania się do różnych obowiązujących przepisów (różnica 22 p. p.)
- uczenia szacunku dla każdego człowieka (różnica 18 p. p.)
- uczenia jak godnie i moralnie żyć poprzez pokazywanie szlachetnych, wartościowych postaci, (różnica 18 p. p.)
- łagodzenia obyczajów (różnica 18 p. p.)

Negatywny wpływ na postawy i zachowania ludzi telewizzowie w większym stopniu wiążą z Polsatem niż z telewizją publiczną.

**Telewizzowie przypisują silniejszy negatywny wpływ Polsatowi niż TVP S.A. w następujących aspektach:**

- poprzez pokazywanie niewłaściwych postaci - skłanianie do niegodnego, niemoralnego życia (różnica 18 p. p.)
- wpływanie na zwiększenie brutalności w życiu codziennym (różnica 16 p. p.)
- zrażanie do spraw wiary i religii (różnica 11 p. p.).

**Podsumowując:** Większość Polaków jest przekonana, iż telewizja wpływa na ludzi zarówno pozytywnie, jak i negatywnie. Przypisywanie pozytywnego bądź negatywnego wpływu telewizji na wartości i obyczaje zależy od tego, o którym programie telewizzowie się wypowiadają. Respondenci częściej przypisują pozytywny wpływ TVP S.A. niż Polsatowi. Różnica między telewizją publiczną a Polsatem przejawia się nie tylko w częstości przypisywania poszczególnym stacjom pozytywnego wpływu, ale także w charakterze wartości pozytywnych i negatywnych, jakie - zdaniem respondentów - kreowane są przez poszczególne stacje. Zdaniem badanych telewizja publiczna w sposób pozytywny przekazuje wartości mające znaczenie dla funkcjonowania jednostki w państwie, a więc przypisuje znaczenie tradycji narodowej, szacunkowi dla przepisów, zachęca do uczciwej i rzetelnej pracy, uczy szacunku dla drugiego człowieka. Natomiast Polsat, choć we wszystkich aspektach jego pozytywne oddziaływanie jest w odczuciu Polaków słabsze niż telewizji publicznej, relatywnie korzystniej niż na inne, wpływa na postawy ważne w indywidualnym życiu osobistym jednostki oraz w dobrym jej przystosowaniu życiowym. Oprócz nakłaniania do rzetelności w pracy i w nauce, szacunku do innych, są tu takie wartości, które pozwalają jednostce lepiej funkcjonować w grupie, czy też dostosować się do potrzeb życia rodzinnego.

Natomiast niezależnie, o której stacji telewizyjnej wypowiadali się widzowie, nie wyrażali akceptacji dla tych treści i przekazów, które - ich zdaniem - wpływają na przestępczość i brutalizację życia.

## ANEKS 1

Na czym, według Pana(i), polega wpływ telewizji publicznej (czyli Telewizji Polskiej S.A.) na ludzi? <sup>5</sup>

wzbudza poszanowanie dla tradycji narodowej	1 12%	2 24%	3 22%	4 21%	5 5%	6 6%	7 3%	zniechęca do tradycji narodowej	brak zdania 7%
	58%				14%				
uczy szacunku dla każdego człowieka	1 16%	2 24%	3 17%	4 24%	5 7%	6 4%	7 2%	uczy pogardy, braku szacunku dla ludzi	brak zdania 6%
	57%				13%				
zachęca do rzetelnej, uczciwej pracy lub nauki	1 16%	2 22%	3 16%	4 23%	5 8%	6 6%	7 2%	wpływa na brak poszanowania pracy lub nauki	brak zdania 6%
	54%				17%				
skłania do stosowania się do różnych obowiązujących przepisów	1 8%	2 21%	3 21%	4 25%	5 7%	6 5%	7 4%	zachęca do omijania przepisów	brak zdania 9%
	50%				16%				
wyrabia dobry gust, pokazując co jest modne,	1 9%	2 21%	3 17%	4 22%	5 9%	6 7%	7 9%	rozdrażnia, pokazując kosztowne ubiory, itp.	brak zdania 6%
	47%				25%				
dobrze wpływa na życie rodzinne	1 12%	2 19%	3 15%	4 25%	5 11%	6 8%	7 4%	źle wpływa na życie rodzinne	brak zdania 6%
	46%				23%				
zachęca do działalności społecznej lub politycznej	1 10%	2 18%	3 14%	4 31%	5 8%	6 6%	7 4%	zniechęca do działalności społ lub politycznej	brak zdania 9%
	42%				18%				
pokazuje szlachetne, wartościowe postacie, uczy jak godnie żyć	1 7%	2 17%	3 18%	4 33%	5 10%	6 6%	7 4%	pokazując niewłaściwe postacie skłania do niegodnego życia	brak zdania 5%
	42%				20%				
łagodzi obyczaje	1 6%	2 15%	3 18%	4 25%	5 11%	6 11%	7 9%	wpływa na zwiększenie brutalności	brak zdania 5%
	39%				31%				
przyciąga do wiary	1 7%	2 13%	3 18%	4 37%	5 7%	6 5%	7 5%	zraża do spraw wiary i religii	brak zdania 8%
	38%				17				
pokazuje, że o człowieku nie świadczą jego pieniądze	1 9%	2 13%	3 12%	4 29%	5 11	6 10%	7 5%	wzbudza podziw i szacunek dla ludzi bogatych	brak zdania 10%
	34%				26%				
wpływa na przestrzeganie prawa	1 9%	2 14%	3 10%	4 21%	5 17%	6 15%	7 9%	wpływa na wzrost przestępczości	brak zdania 5%
	33%				41%				

<sup>5</sup> Odsetki w rubrykach od 1 do 3 oznaczają wpływ pozytywny, w rubrykach od 5 do 7 - wpływ negatywny; w rubryce 4 - wpływ pozytywny i negatywny na równi.

## ANEKS 2

A na czym, według Pana(i), polega wpływ telewizji Polsat na ludzi? <sup>6</sup>

zachęca do rzetelnej, uczciwej pracy lub nauki	1	2	3	4	5	6	7	wpływa na brak poszanowania pracy lub nauki	brak zdania 14%
	11%	15%	16%	28%	9%	5%	2		
			42%					16%	
uczy szacunku dla każdego człowieka	1	2	3	4	5	6	7	uczy pogardy, braku szacunku dla ludzi	brak zdania 14%
	8%	16%	15%	27%	11%	6%	3%		
			39%					20%	
wyrabia dobry gust, pokazując co jest modne,	1	2	3	4	5	6	7	rozdrażnia, pokazując kosztowne ubiory, itp.	brak zdania 10%
	7%	15%	15%	24%	8%	10%	11%		
			37%					29%	
dobrze wpływa na życie rodzinne	1	2	3	4	5	6	7	źle wpływa na życie rodzinne	brak zdania 11%
	8%	13%	13%	28%	14%	9%	4%		
			34%					27%	
wzbudza poszanowanie dla tradycji narodowej	1	2	3	4	5	6	7	zniechęca do tradycji narodowej	brak zdania 13%
	5%	11%	16%	34%	9%	8%	4%		
			32%					21%	
zachęca do działalności społecznej lub politycznej	1	2	3	4	5	6	7	zniechęca do działalności społecznej lub politycznej	brak zdania 16%
	6%	11%	13%	39%	8%	5%	2%		
			30%					15%	
skłania do stosowania się do różnych obowiązujących przepisów	1	2	3	4	5	6	7	zachęca do omijania przepisów	brak zdania 14%
	4%	10%	14%	33%	12%	8%	5%		
			28%					25%	
pokazuje, że o człowieku nie świadczą jego pieniądze	1	2	3	4	5	6	7	wzbudza podziw i szacunek dla ludzi bogatych	brak zdania 13%
	6%	10%	11%	26%	13%	14%	7%		
			27%					34%	
pokazuje szlachetne, wartościowe postacie, uczy jak godnie i moralnie żyć	1	2	3	4	5	6	7	pokazując niewłaściwe postacie skłania do niegodnego, niemoralnego życia	brak zdania 11%
	3%	7%	14%	27%	16%	12%	10%		
			24					38	
łagodzi obyczaje	1	2	3	4	5	6	7	wpływa na zwiększenie brutalności	brak zdania 11%
	4%	7%	10%	21%	13%	19%	15%		
			21%					47%	
wpływa na przestrzeganie prawa	1	2	3	4	5	6	7	wpływa na wzrost przestępczości	brak zdania 11%
	5%	7%	9%	21%	16%	20%	11%		
			21%					47%	
przyciąga do wiary	1	2	3	4	5	6	7	zraża do spraw wiary i religii	brak zdania 15%
	2%	4%	9%	42%	14%	8%	6%		
			15%					28%	

<sup>6</sup> Odsetki w rubrykach od 1 do 3 oznaczają wpływ pozytywny, w rubrykach od 5 do 7 - wpływ negatywny; w rubryce 4 - wpływ pozytywny i negatywny na równi.



CZY I W JAKIM STOPNIU TELEWIZJA MA WPŁYW NA LUDZI, NA ICH ZACHOWANIA I NA SPOSÓB MYŚLENIA?

1. bardzo duży
2. duży wpływ
3. raczej duży wpływ
4. raczej mały wpływ
5. mały wpływ
6. bardzo mały lub żaden
7. trudno powiedzieć

	ODPOWIEDZI W %							LICZBA OSÓB
	1	2	3	4	5	6	7	
OGÓŁEM.....	26	40	21	6	3	1	2	1013
PLEĆ								
mężczyźni.....	26	43	19	5	4	1	1	486
kobiety.....	26	38	23	6	2	2	3	528
WIEK								
do 19.....	28	43	19	7	2	1	0	109
20-29.....	31	39	18	5	4	1	1	185
30-39.....	22	45	27	2	3	0	1	184
40-49.....	29	38	23	5	4	1	0	206
50-59.....	19	34	23	12	4	3	5	122
60 i więcej.....	23	42	18	6	3	2	6	208
MIEJSCE ZAMIESZKANIA								
wieś.....	23	41	22	5	4	2	3	373
miasto do 100 tys.....	28	39	22	5	4	1	1	323
miasto 101-500 tys.....	26	41	18	8	3	1	3	193
miasto pow.500 tys.....	26	41	22	8	1	0	1	123
WYKSZTAŁCENIE								
podstawowe.....	21	41	20	9	5	2	4	306
zasadnicze zawodowe.....	22	40	24	7	4	2	1	286
średnie i pomaturalne.....	31	40	21	3	2	0	2	330
wyższe z niepełnym.....	36	42	16	3	1	1	0	90
GRUPA SPOŁ.-ZAWODOWA								
kierownicy, specjaliści..	43	37	11	8	0	2	0	54
prywatni przedsiębiorcy..	31	32	31	0	2	2	3	47
rolnicy.....	28	37	21	9	5	0	0	50
robotnicy.....	20	43	24	6	5	2	0	194
pracownicy szeregowi.....	32	44	18	4	1	0	1	118
gospodynie domowe.....	28	30	29	8	5	0	0	46
emeryci i renciści.....	20	40	21	8	4	2	5	287
uczniowie i studenci.....	37	40	17	5	1	1	0	120
bezrobotni.....	21	47	20	3	5	0	3	87
inni.....	0	42	41	10	7	0	0	12
SYTUACJA MATERIALNA								
dobra.....	32	44	17	3	2	1	0	169
średnia.....	26	38	23	7	4	1	1	584
zła.....	21	43	20	6	3	2	5	260
STOSUNEK DO RELIGII								
wierz. i reg. prakt.....	28	40	19	6	3	2	3	556
wierz. i niereg. prakt....	22	39	25	6	5	1	2	301
wierz. lecz niepraktyk....	21	44	25	5	2	1	1	106
niewierzący.....	24	49	14	10	3	0	0	24
POGLĄDY POLITYCZNE								
lewicowe.....	22	40	22	8	4	1	3	219
centrolewicowe.....	22	51	21	2	2	2	1	141
centroprawicowe.....	27	34	29	5	1	2	1	127
prawicowe.....	33	42	17	5	3	0	1	229
trudno powiedzieć.....	24	37	21	7	5	2	4	296

A TELEWIZJA PUBLICZNA (CZYLI TELEWIZJA POLSKA SA) - CZY SĄDZI PAN(I), ŻE MA NA LUDZI JAKIŚ WPŁYW I CZY JEST TO WPŁYW UJEMNY CZY DODATNI?

1. ma przede wszystkim wpływ dodatni
2. ma wpływ dodatni na równi z ujemnym
3. ma przede wszystkim wpływ ujemny
4. sądzę, że nie ma żadnego wpływu
5. trudno powiedzieć

	ODPOWIEDZI W %					LICZBA OSÓB
	1	2	3	4	5	
OGÓŁEM.....	27	55	8	6	5	1013
PŁEĆ						
mężczyźni.....	31	51	9	6	3	486
kobiety.....	23	58	7	6	6	528
WIEK						
do 19.....	36	53	5	4	2	109
20-29.....	22	64	7	5	2	185
30-39.....	23	61	5	7	4	184
40-49.....	25	55	9	8	3	206
50-59.....	28	51	8	8	5	122
60 i więcej.....	31	43	13	4	9	208
MIEJSCE ZAMIESZKANIA						
wieś.....	23	59	8	6	5	373
miasto do 100 tys.....	28	54	8	4	6	323
miasto 101-500 tys.....	28	53	7	9	4	193
miasto pow.500 tys.....	34	49	10	4	3	123
WYKSZTAŁCENIE						
podstawowe.....	31	47	8	5	8	306
zasadnicze zawodowe.....	26	53	10	8	3	286
średnie i pomaturalne....	26	58	7	5	4	330
wyższe z niepełnym.....	19	73	4	3	1	90
GRUPA SPOŁ.-ZAWODOWA						
kierownicy, specjaliści..	9	82	6	2	2	54
prywatni przedsiębiorcy..	18	63	3	9	7	47
rolnicy.....	31	49	11	6	3	50
robotnicy.....	24	58	9	7	2	194
pracownicy szeregowi.....	21	64	6	7	3	118
gospodynie domowe.....	26	51	11	6	6	46
emeryci i renciści.....	30	46	10	6	8	287
uczniowie i studenci.....	36	53	8	2	2	120
bezrobotni.....	32	51	4	5	7	87
inni.....	36	38	7	19	0	12
SYTUACJA MATERIALNA						
dobra.....	30	55	10	3	3	169
średnia.....	26	57	7	5	5	584
zła.....	27	49	9	9	6	260
STOSUNEK DO RELIGII						
wierz. i reg. prakt.....	29	51	9	5	6	556
wierz. i nier. prakt....	24	59	7	7	3	301
wierz. lecz niepraktyk...	23	64	5	6	2	106
niewierzący.....	40	37	13	10	0	24
POGLĄDY POLITYCZNE						
lewicowe.....	28	53	7	8	3	219
centrolewicowe.....	25	62	6	5	2	141
centroprawicowe.....	30	53	11	4	2	127
prawicowe.....	31	53	11	4	1	229
trudno powiedzieć.....	21	55	7	6	10	296

A TELEWIZJA POLSAT - JAK PANI UWAŻA - MA NA LUDZI JAKIŚ WPŁYW  
I CZY JEST TO WPŁYW UJEMNY CZY DODATNI?

1. ma przede wszystkim wpływ dodatni
2. ma wpływ dodatni na równi z ujemnym
3. ma przede wszystkim wpływ ujemny
4. sądzę, że nie ma żadnego wpływu
5. trudno powiedzieć

	ODPOWIEDZI W %					LICZBA OSÓB
	1	2	3	4	5	
OGÓŁEM.....	16	48	20	5	11	1006
PŁEĆ						
mężczyźni.....	19	49	20	5	7	482
kobiety.....	12	46	21	6	15	524
WIEK						
do 19.....	20	46	22	6	5	109
20-29.....	17	53	18	7	5	185
30-39.....	11	61	12	5	11	182
40-49.....	17	48	19	6	10	204
50-59.....	13	42	28	5	11	120
60 i więcej.....	16	33	25	3	22	206
MIEJSCE ZAMIESZKANIA						
wieś.....	13	48	22	5	12	370
miasto do 100 tys.....	18	48	19	5	10	321
miasto 101-500 tys.....	17	45	21	8	9	192
miasto pow.500 tys.....	17	50	15	4	15	123
WYKSZTAŁCENIE						
podstawowe.....	19	39	22	5	15	302
zasadnicze zawodowe.....	18	52	16	7	7	284
średnie i pomaturalne....	14	49	20	5	11	329
wyższe z niepełnym.....	3	54	27	5	12	90
GRUPA SPOŁ.-ZAWODOWA						
kierownicy, specjaliści..	7	46	24	8	14	54
prywatni przedsiębiorcy..	14	60	9	2	14	47
rolnicy.....	15	41	33	4	6	50
robotnicy.....	15	57	17	5	6	191
pracownicy szeregowi....	8	58	16	6	12	117
gospodynie domowe.....	26	35	25	5	9	45
emeryci i renciści.....	16	38	24	4	18	284
uczniowie i studenci....	19	44	26	6	5	120
bezrobotni.....	24	54	8	8	7	87
inni.....	18	36	0	19	27	12
SYTUACJA MATERIALNA						
dobra.....	15	48	23	6	8	168
średnia.....	16	48	19	4	12	579
zła.....	14	45	22	7	11	259
STOSUNEK DO RELIGII						
wierz. i reg. prakt.....	16	42	24	4	15	552
wierz.i niereg. prakt....	17	54	14	8	7	300
wierz. lecz niepraktyk...	15	55	20	7	3	105
niewierzący.....	11	57	18	10	3	24
POGLĄDY POLITYCZNE						
lewicowe.....	20	44	22	8	7	217
centrolewicowe.....	7	63	21	2	7	140
centroprawicowe.....	9	55	22	7	8	126
prawicowe.....	22	41	22	4	10	228
trudno powiedzieć.....	14	45	16	6	19	294

JEDNI LUDZIE MAJĄ STAŁE ZASADY MORALNE, DO KTÓRYCH STOSUJĄ SIĘ  
BEZ WZGLĘDU NA SKUTKI. INNI KIERUJĄ SIĘ GŁÓWNIEM TYM, ABY OSIAGNĄĆ ZAMIERZONY  
CEL. CO PAN(I) O TYM SĄDZI?

1. należy zawsze postępować zgodnie ze swymi zasadami, bez względu na to, co z tego wynikni.
2. jeśli wierność zasadom miałaby przynieść złe skutki, warto przemyśleć swe zasady i dostosować je do sytuacji.
3. w ogóle nie warto mieć sztywnych zasad, tylko postępować tak, aby były pomyślne wyniki.
4. trudno powiedzieć

	ODPOWIEDZI W %				LICZBA A OSÓB
	1	2	3	4	
OGÓLEM.....	29	48	19	4	1013
PŁEĆ					
mężczyźni.....	27	48	21	4	486
kobiety.....	30	48	17	5	528
WIEK					
do 19.....	18	63	17	3	109
20-29.....	25	51	21	3	185
30-39.....	27	55	14	4	184
40-49.....	27	52	18	3	206
50-59.....	32	43	22	4	122
60 i więcej.....	41	32	19	9	208
MIEJSCE ZAMIESZKANIA					
wieś.....	25	48	22	4	373
miasto do 100 tys.....	30	47	19	4	323
miasto 101-500 tys.....	29	50	17	3	193
miasto pow.500 tys.....	35	48	10	8	123
WYKSZTAŁCENIE					
podstawowe.....	25	41	26	7	306
zasadnicze zawodowe.....	25	46	25	4	286
średnie i pomaturalne.....	33	54	11	3	330
wyższe z niepełnym.....	40	56	3	1	90
GRUPA SPOŁ.-ZAWODOWA					
kierownicy, specjaliści..	35	60	1	4	54
prywatni przedsiębiorcy..	32	57	9	2	47
rolnicy.....	27	46	26	2	50
robotnicy.....	22	47	25	6	194
pracownicy szeregowi.....	28	63	8	1	118
gospodynie domowe.....	37	34	25	3	46
emeryci i renciści.....	37	35	21	6	287
uczniowie i studenci.....	19	63	15	3	120
bezrobotni.....	20	48	26	6	87
inni.....	50	50	0	0	12
SYTUACJA MATERIALNA					
dobra.....	33	52	12	3	169
średnia.....	27	51	17	4	584
zła.....	30	38	26	6	260
STOSUNEK DO RELIGII					
wierz. i reg. prakt.....	32	45	18	4	556
wierz.i niereg. prakt.....	25	51	20	4	301
wierz. lecz niepraktyk....	22	53	22	3	106
niewierzący.....	32	51	8	10	24
POGLĄDY POLITYCZNE					
lewicowe.....	24	48	23	5	219
centrolewicowe.....	29	56	14	2	141
centroprawicowe.....	33	55	11	2	127
prawicowe.....	31	48	17	4	229
trudno powiedzieć.....	30	42	22	7	296

KTO W NAJWIĘKSZYM STOPNIU, PANA(I) ZDANIEM WPŁYWA OBECNIE NA  
 OBYCZAJE I ZACHOWANIA MŁODZIEŻY?

1. prasa. 2. radio 3. rodzina 4. rówieśnicy, znajomi np. ze szkoły lub  
 miejscu zamieszkania. 5. szkoła, nauczyciele. 6. Kościół, księża.  
 7. telewizja. 8. filmy wideo. 9. inna odpowiedź. 10. trudno powiedzieć

	p54										LICZBA OSÓB
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
OGÓLEM.....	31	6	44	55	27	14	61	37	1	1	1013
PŁEĆ											
mężczyźni.....	30	8	43	56	26	14	62	36	1	1	486
kobiety.....	31	4	45	55	28	14	59	37	0	1	528
WIEK											
do 19.....	31	5	42	67	30	8	63	30	0	1	109
20-29.....	35	8	32	59	21	7	64	49	1	1	185
30-39.....	32	4	46	62	24	11	70	35	0	0	184
40-49.....	32	5	46	60	30	12	56	37	0	1	206
50-59.....	35	7	45	35	28	23	59	40	0	1	122
60 i więcej.....	22	5	51	47	29	25	53	28	2	2	208
MIEJSCE ZAMIESZKANIA											
wieś.....	27	8	48	50	31	15	59	36	1	0	373
miasto do 100 tys.....	31	4	41	56	28	14	63	36	0	2	323
miasto 101-500 tys.....	32	7	45	57	26	14	56	37	1	1	193
miasto pow.500 tys.....	40	1	38	65	15	12	67	39	0	1	123
WYKSZTAŁCENIE											
podstawowe.....	22	7	50	45	36	24	54	32	1	2	306
zasadnicze zawodowe.....	34	6	47	57	28	11	54	34	0	0	286
średnie i paturalne.....	32	5	39	61	20	10	68	42	0	1	330
wyższe z niepełnym.....	48	3	33	65	18	4	73	46	1	0	90
GRUPA SPOŁ.-ZAWODOWA											
kierownicy, specjaliści..	56	4	38	54	19	2	77	37	2	0	54
prywatni przedsiębiorcy..	27	5	44	67	17	5	72	36	2	2	47
rolnicy.....	31	1	48	47	27	21	64	37	0	0	50
robotnicy.....	32	6	41	56	26	12	60	40	0	1	194
pracownicy szeregowi.....	36	6	38	64	24	9	68	41	0	0	118
gospodynie domowe.....	26	9	54	46	36	27	60	33	0	0	46
emeryci i renciści.....	25	6	51	44	29	23	52	34	1	1	287
uczniowie i studenci.....	34	5	35	73	25	7	60	35	0	1	120
bezrobotni.....	21	9	45	58	31	8	70	38	0	1	87
inni.....	41	0	47	68	51	9	28	42	0	0	12
SYTUACJA MATERIALNA											
dobra.....	34	6	36	68	23	11	66	38	0	0	169
średnia.....	31	5	44	53	29	14	59	37	1	1	584
zła.....	29	6	49	52	25	18	60	35	1	1	260
STOSUNEK DO RELIGII											
wierz. i reg. prakt.....	31	6	47	52	29	18	59	34	0	1	556
wierz.i niereg. prakt....	33	6	39	57	26	10	61	41	0	1	301
wierz. lecz niepraktyk...	28	4	40	69	18	9	64	40	1	1	106
niewierzący.....	23	0	40	56	34	15	80	40	0	0	24
POGLĄDY POLITYCZNE											
lewicowe.....	30	5	43	52	34	18	58	36	0	1	219
centrolewicowe.....	33	4	44	64	24	13	63	40	0	1	141
centroprawicowe.....	37	4	43	60	19	8	69	40	0	0	127
prawicowe.....	31	10	43	54	25	12	64	39	0	1	229
trudno powiedzieć.....	27	5	46	52	28	17	56	33	2	1	296

A KTO, PANA(I) ZDANIEM, POWINIEN MIEĆ NAJWIĘKSZY WPŁYW NA  
WYCHOWANIE MŁODZIEŻY?

1. prasa. 2. radio 3. rodzina 4. rówieśnicy, znajomi np. ze szkoły lub  
miejsca zamieszkania. 5. szkoła, nauczyciele. 6. Kościół, księża.  
7. telewizja. 8. filmy wideo. 9. inna odpowiedź. 10. trudno powiedzieć

	ODPOWIEDZI W %								LICZBA OSÓB
	2	3	4	5	6	7	8	10	
OGÓŁEM.....	0	87	1	9	2	1	0	0	1013
PŁEĆ									
mężczyźni.....	0	84	2	10	3	1	0	0	485
kobiety.....	0	90	0	8	1	1	0	0	528
WIEK									
do 19.....	0	86	4	7	2	1	0	0	109
20-29.....	0	88	1	8	3	0	0	0	185
30-39.....	0	90	1	6	2	1	0	0	184
40-49.....	0	88	0	10	0	1	0	0	206
50-59.....	0	86	0	8	4	1	0	1	122
60 i więcej.....	1	83	0	12	3	1	0	0	207
MIEJSCE ZAMIESZKANIA									
wieś.....	0	85	0	10	3	1	0	0	372
miasto do 100 tys.....	0	85	1	10	2	1	0	0	323
miasto 101-500 tys.....	1	91	1	6	2	0	0	0	193
miasto pow.500 tys.....	0	92	1	6	1	0	0	0	123
WYKSZTAŁCENIE									
podstawowe.....	0	82	2	12	4	0	0	0	305
zasadnicze zawodowe.....	1	84	1	11	2	1	0	0	286
średnie i pomaturalne.....	0	91	0	6	1	1	0	0	330
wyższe z niepełnym.....	0	95	0	1	2	1	0	1	90
GRUPA SPÓŁ.-ZAWODOWA									
kierownicy, specjaliści..	0	95	0	2	2	0	0	1	54
prywatni przedsiębiorcy..	0	90	2	8	0	0	0	0	47
rolnicy.....	0	85	0	9	6	0	0	0	50
robotnicy.....	0	84	1	12	1	2	0	0	194
pracownicy szeregowi.....	0	93	1	4	1	1	0	0	118
gospodynie domowe.....	0	91	0	7	2	0	0	0	46
emeryci i renciści.....	1	83	0	11	4	0	0	0	286
uczniowie i studenci.....	0	87	4	6	2	1	0	0	120
bezrobotni.....	0	89	0	8	2	1	0	1	87
inni.....	0	82	0	18	0	0	0	0	12
SYTUACJA MATERIALNA									
dobra.....	0	91	2	4	3	1	0	0	169
średnia.....	0	87	1	9	2	1	0	0	583
zła.....	0	85	0	11	2	0	0	1	260
STOSUNEK DO RELIGII									
wierz. i reg. prakt.....	0	86	1	8	3	1	0	0	555
wierz. i niereg. prakt....	0	90	0	8	2	0	0	0	301
wierz. lecz niepraktyk....	0	80	4	14	1	1	0	0	106
niewierzący.....	0	86	0	14	0	0	0	0	24
POGLĄDY POLITYCZNE									
lewicowe.....	0	85	0	12	2	1	0	0	219
centrolewicowe.....	0	88	1	10	1	1	0	0	141
centroprawicow.....	0	89	1	7	3	0	0	0	127
prawicowe.....	0	87	1	7	4	1	0	0	229
trudno powiedzieć.....	0	87	2	8	1	1	0	0	295

A KTO, PANA(I) ZDANIEM, MA NAJLEPSZY WPŁYW NA  
 OBYCZAJE I ZACHOWANIE MŁODZIEŻY?

1. prasa. 2. radio 3. rodzina 4. rówieśnicy, znajomi np. ze szkoły lub  
 miejscu zamieszkania. 5. szkoła, nauczyciele. 6. Kościół, księża.  
 7. telewizja. 8. filmy wideo. 9. inna odpowiedź. 10. trudno powiedzieć

	p56										LICZBA OSÓB
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
OGÓŁEM.....	4	3	69	13	45	34	10	2	0	2	1013
PŁEĆ											
mężczyźni.....	4	4	68	15	43	32	10	3	0	1	486
kobiety.....	4	3	71	12	48	36	9	2	0	2	528
WIEK											
do 19.....	7	5	67	17	44	29	15	3	0	1	109
20-29.....	3	6	66	18	43	27	10	3	1	2	185
30-39.....	6	1	75	13	52	35	10	2	0	0	184
40-49.....	4	2	70	12	45	34	9	3	0	2	206
50-59.....	4	3	72	11	50	35	14	2	0	1	122
60 i więcej.....	2	3	67	11	40	42	4	2	0	3	208
MIEJSCE ZAMIESZKANIA											
wieś.....	5	3	66	14	45	34	10	3	0	1	373
miasto do 100 tys.....	3	5	69	15	42	31	10	3	1	1	323
miasto 101-500 tys.....	6	2	72	11	53	38	10	2	0	2	193
miasto pow.500 tys.....	2	5	78	10	42	36	7	2	0	3	123
WYKSZTAŁCENIE											
podstawowe.....	3	4	68	12	45	38	9	2	0	2	306
zasadnicze zawodowe.....	4	2	66	13	47	36	10	2	0	1	286
średnie i pomaturalne....	5	4	72	16	45	29	11	3	1	1	330
wyższe z niepełnym.....	4	3	74	11	48	31	10	4	0	5	90
GRUPA SPOŁ.-ZAWODOWA											
kierownicy, specjaliści..	7	3	72	16	46	31	13	6	0	2	54
prywatni przedsiębiorcy..	5	0	83	9	34	28	7	2	0	2	47
rolnicy.....	5	2	57	9	51	37	11	0	0	0	50
robotnicy.....	4	3	64	19	44	31	10	5	0	1	194
pracownicy szeregowi.....	4	3	71	17	47	31	16	2	1	2	118
gospodynie domowe.....	6	4	77	13	49	50	13	0	0	0	46
emeryci i renciści.....	2	3	68	10	44	40	5	2	0	2	287
uczniowie i studenci.....	7	7	68	17	46	28	11	1	0	3	120
bezrobotni.....	6	4	76	5	55	31	12	3	0	1	87
inni.....	0	10	81	7	37	16	7	0	10	0	12
SYTUACJA MATERIALNA											
dobra.....	5	6	69	18	39	27	10	3	1	2	169
średnia.....	4	3	68	13	48	36	10	2	0	1	584
zła.....	3	3	72	11	45	34	8	2	0	2	260
STOSUNEK DO RELIGII											
wierz. i reg. prakt.....	5	3	67	13	46	42	8	2	0	1	556
wierz. i niereg. prakt....	4	5	71	15	46	28	10	2	0	2	301
wierz. lecz niepraktyk....	3	5	75	10	45	17	12	3	0	2	106
niewierzący.....	0	0	75	19	25	18	11	0	0	0	24
POGLĄDY POLITYCZNE											
lewicowe.....	3	3	68	13	48	30	13	5	1	1	219
centrolewicowe.....	5	4	69	18	52	28	10	2	0	1	141
centroprawicow.....	3	2	78	11	50	46	9	1	0	0	127
prawicowe.....	7	5	64	15	40	42	12	3	0	0	229
trudno powiedzieć.....	3	3	71	12	43	29	6	2	0	3	296

A KTO, PANA(I) ZDANIEM, MA NAJGORSZY WPŁYW NA OBYCZAJE I  
WYCHOWANIE MŁODZIEŻY?

1. prasa. 2. radio 3. rodzina 4. rówieśnicy, znajomi np. ze szkoły lub  
miejsca zamieszkania. 5. szkoła, nauczyciele. 6. Kościół, księża.  
7. telewizja. 8. filmy wideo. 9. inna odpowiedź. 10. trudno powiedzieć

	p57										LICZBA OSÓB
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
OGÓLEM.....	23	3	1	43	1	2	43	60	1	2	1013
PŁEĆ											
mężczyźni.....	22	4	1	45	1	2	41	57	1	2	486
kobiety.....	25	2	1	42	2	3	45	62	0	3	528
WIEK											
do 19.....	32	3	1	36	3	5	36	58	0	4	109
20-29.....	17	4	1	44	1	3	49	57	0	1	185
30-39.....	22	3	2	50	3	0	39	61	0	2	184
40-49.....	25	3	1	44	0	2	42	62	2	2	206
50-59.....	28	2	1	43	0	3	43	65	1	1	122
60 i więcej.....	22	2	2	39	1	2	44	57	0	4	208
MIEJSCE ZAMIESZKANIA											
wieś.....	21	3	2	41	0	2	45	58	1	1	373
miasto do 100 tys.....	25	3	1	44	2	2	40	55	0	3	323
miasto 101-500 tys.....	23	3	1	45	2	3	46	65	0	4	193
miasto pow.500 tys.....	27	2	1	45	3	2	39	71	2	2	123
WYKSZTAŁCENIE											
podstawowe.....	20	3	1	39	1	3	41	56	0	3	306
zasadnicze zawodowe.....	22	2	1	44	0	1	43	59	1	2	286
średnie i pomaturalne.....	24	4	1	49	2	3	41	62	1	2	330
wyższe z niepełnym.....	36	0	1	36	1	1	51	67	0	2	90
GRUPA SPOŁ.-ZAWODOWA											
kierownicy, specjaliści..	34	0	2	26	2	2	56	65	0	0	54
prywatni przedsiębiorcy..	15	0	2	59	1	0	49	47	2	3	47
rolnicy.....	14	2	3	42	0	0	43	53	0	2	50
robotnicy.....	21	4	1	42	0	2	40	57	2	1	194
pracownicy szeregowi.....	26	3	1	53	0	3	42	67	1	1	118
gospodynie domowe.....	31	0	0	44	0	0	44	62	0	6	46
emeryci i renciści.....	23	2	2	40	1	3	42	61	1	2	287
uczniowie i studenci.....	30	4	1	38	4	6	39	60	0	4	120
bezrobotni.....	17	6	0	48	3	1	48	54	0	3	87
inni.....	22	0	0	64	0	0	26	61	0	0	12
SYTUACJA MATERIALNA											
dobra.....	19	2	1	44	1	5	43	56	0	3	169
średnia.....	25	4	1	42	1	1	42	62	1	2	584
zła.....	22	2	1	46	2	3	44	56	1	3	260
STOSUNEK DO RELIGII											
wierz. i reg. prakt.....	26	4	2	41	1	1	47	58	0	3	556
wierz. i niereg. prakt....	23	2	1	45	2	2	39	62	1	2	301
wierz. lecz niepraktyk....	11	2	0	54	4	5	34	61	2	2	106
niewierzący.....	19	0	0	41	5	15	35	51	0	0	24
POGLĄDY POLITYCZNE											
lewicowe.....	25	3	1	48	0	3	44	58	1	0	219
centrolewicowe.....	21	4	1	46	2	5	43	67	0	0	141
centroprawicowe.....	28	2	1	44	3	2	41	66	0	2	127
prawicowe.....	26	3	1	44	0	1	44	60	0	2	229
trudno powiedzieć.....	19	3	1	37	2	1	42	55	1	5	296