

C
205 IF (VX(NY)) 270, 275, 270
275 DO 280 I=1, NVAR
 IF (I=ISIGN) 284, 280, 284
284 IF (I=NY) 285, 280, 285
285 IF (VX(I)) 288, 289, 288
289 NN2 (I) = NN2 (I) + 1
 GO TO 280
288 NJ2 (I) = NJ2 (I) + 1
280 CONTINUE

SEGM 970
SEGM 980
SEGM 990
SEGM1000
SEGM1010
SEGM1020
SEGM1030
SEGM1040
SEGM1050
SEGM1060

IMAS-report

IMAS International Wrocław

Zachowanie kobiet – mniej czy bardziej agresywne?

Wrocław, listopad 2006

Sprawdziliśmy jak Polacy postrzegają zmiany w zachowaniu kobiet pod względem agresywności, czym wyraża się agresywne zachowanie kobiet, czy język kobiet używany obecnie jest mniej czy bardziej wulgarny w porównaniu z językiem używanym 15 lat temu oraz jaki jest stosunek Polaków do wulgaryzmów w języku kobiet.

Agresywność kobiet rośnie.

Ponad połowa (61%) Polaków uważa, że kobiety obecnie zachowują się bardziej agresywnie niż 15 lat temu. Jedynie co dwudziesty (5%) uważa, że obecnie kobiety zachowują się mniej agresywnie. Pozostali (34%) uważają, że tak samo lub nie mają zdania.

Generalnie, odsetek zauważających wzrost agresji kobiet rośnie wraz z wielkością miejscowości zamieszkania respondenta. Zauważa go połowa (54%) mieszkańców wsi, dwie trzecie (63%) mieszkańców miast do 200 tys. mieszkańców oraz siedmiu na dziesięciu (69%) mieszkańców miast o populacji powyżej 200 tys.

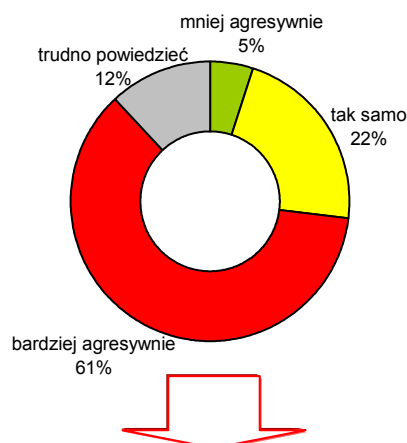
Zmiany w zachowaniu kobiet są podobnie oceniane przez kobiety jak i mężczyzn.

Agresja kobiet przejawia się głównie przez język, wygląd i ubiór.

Zdaniem Polaków, którzy uważają, że obecnie kobiety zachowują się bardziej agresywnie - agresywne zachowanie kobiet wyraża się najbardziej poprzez używany język (75%), wygląd, ubiór lub fryzurę (59%), oraz poprzez dążenie do władzy (46%). W mniejszym stopniu kobiety okazują agresję poprzez agresywny stosunek do innych ludzi, stosowanie przemocy, wybierane zawody (30% – 40%). Około jedna piąta respondentów uważa, że kobiety przejawiają agresję sposobem poruszania się i zainteresowaniami (odpowiednio 21% i 19%).

PYTANIE 1 - PORÓWNUJĄC ZACHOWANIE Kobiet OBECNIE I 15 LAT TEMU, CZY SĄDZI PAN(I), ŻE Kobiety ZACHOWUJĄ SIĘ OBECNIE?

Podstawa: wszyscy, n=1001



jeśli "bardziej agresywnie", n=610: W czym wyraża się obecnie agresja kobiet?



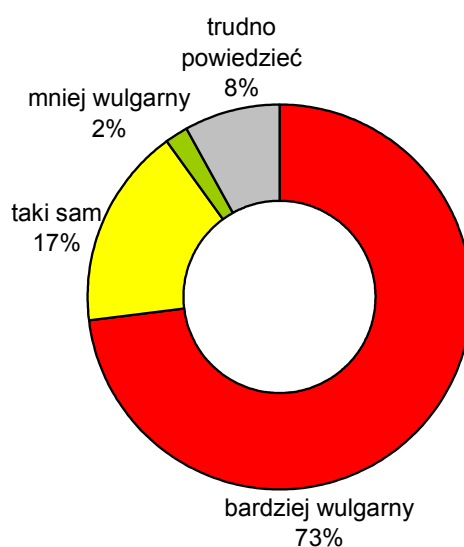
Rośnie wulgarność języka kobiet.

Według trzech czwartych (73%) Polaków kobiety używają obecnie bardziej wulgarnego języka niż 15 lat temu. Znikomy odsetek (2%) uważa język za mniej wulgarny. Pozostali (25%) uważają, że język kobiet nie zmienił się pod względem wulgarności lub nie mają na ten temat zdania.

Odsetek osób, które zauważają rosnącą wulgarność języka kobiet rośnie wraz w wykształceniem respondenta. Wśród osób z wykształceniem podstawowym i zawodowym wynosi on 71%, z wykształceniem średnim i policealnym - 73%, z wykształceniem wyższym - 81%.

PYTANIE 3 - JĘZYK UŻYWANY PRZEZ KOBIETY OBECNIE W PORÓWNANIU Z JĘZYKIEM UŻYWANYM PRZEZ KOBIETY 15 LAT TEMU JEST?

Podstawa: wszyscy, n=1001



Polacy nie lubią wulgarnego języka kobiet.

Trzy czwarte (74%) respondentów bardzo nie lubi wulgaryzmów w języku kobiet. Tylko 14% wulgaryzmy nie przeszkadzają, 12% nie ma zdania na ten temat.

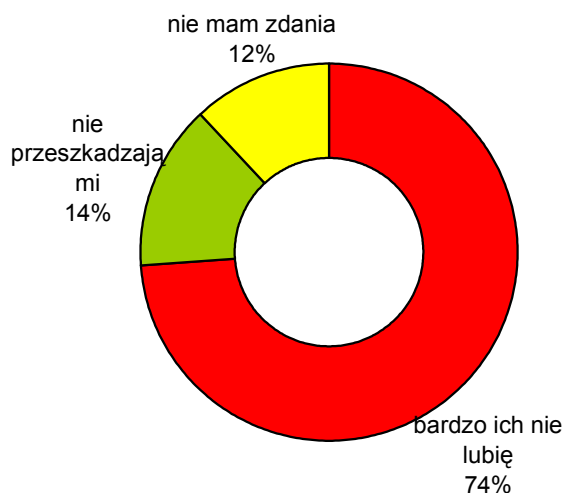
Negatywny stosunek do wulgaryzmów w języku kobiet nasila się wraz z wiekiem respondentów – deklaruje go 58% osób w wieku 15-24 lat, 77% osób w wieku 25-44 lata, 75% osób w wieku 45-49 lat oraz aż 83% osób w wieku 60 lat i więcej. Osoby młodsze są zatem bardziej skłonne tolerować ordynarny język kobiet.

Poziom wykształcenia również wpływa, choć nie tak mocno jak wiek, na ocenę wulgaryzmów kobiet. Nie lubi ich 71% respondentów z wykształceniem podstawowym i zawodowym, 75% respondentów z wykształceniem średnim i licencjatem oraz 84% respondentów z wykształceniem wyższym.

Ciekawe, że kobiety w nie mniejszym stopniu niż mężczyźni uważają, że poziom wulgarności ich języka rośnie, przy jednoczesnej negatywnej ocenie tego zjawiska.

PYTANIE 4 - JAKI JEST PANA(I) STOSUNEK DO WULGARYZMÓW W JĘZYKU Kobiet?

Podstawa: wszyscy, n=1001



Metodologia

Metoda

Badanie zostało zrealizowane metodą wywiadu kwestionariuszowego jako część ankiety wielotematycznej.

Próba

Przeprowadzono n=1001 wywiadów.

Badanie zrealizowano na reprezentatywnej ogólnopolskiej próbie osób w wieku 15+.

Badaną próbę respondentów dobrano w sposób kwotowy przy kontroli 5 zmiennych: płci, wieku, wykształcenia, wielkości miejsca zamieszkania i regionu/ województwa odzwierciedlając w próbie strukturę populacji Polaków w wieku 15 lat i wyżej.

Termin realizacji pracy w terenie: 10 – 19 października 2006

O IMAS International

Nasza firma działa na rynku polskim od 1994 roku, obecnie w pierwszej 15 firm badawczych w kraju. Prowadzimy badania rynkowe i opinii społecznej zarówno w Polsce jak też za granicą – w Europie, Azji, Ameryce. Afryce. Nasi klienci – producenci, sprzedawcy, instytuty badawcze, media, instytucje publiczne, organizacje pozarządowe - doceniają w nas profesjonalizm, skuteczność i dopasowywanie oferty do ich możliwości i potrzeb. Oferujemy pełen zakres metod i technik, prowadzimy badania face to face, CATI, CAPI, CAWI, zarówno jakościowe jak ilościowe. Więcej informacji można uzyskać na: www.imas.pl

IMAS International sp. z o.o. 11/2006