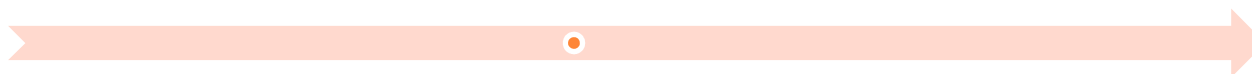


GWIAZDY I PLOTKI

badanie użytkowników internetu - wyciąg z raportu

Wprowadzenie



Wprowadzenie

Treści informacyjne są wypierane przez rozrywkowe. Trend ten jest widoczny we wszystkich mediach, ze szczególnym uwzględnieniem internetu. W ciągu ostatnich dwóch lat powstało kilka znaczących internetowych serwisów plotkarskich. Nie zachwiało to rosnącym rynkiem tytułów prasowych o gwiazdach i plotkach. Również w telewizji pojawiają się nowe show i seriale z udziałem gwiazd. Agencje reklamowe chętnie wykorzystują wizerunek *celebrities* w kampaniach reklamowych.

Firma Polskie Badania Internetu (PBI) zbadała stopień zainteresowania internautów życiem gwiazd oraz konsumpcję mediów o tematyce *people*. Raport „Gwiazdy i plotki” prezentuje informacje na temat popularności tytułów prasowych, jak i samych gwiazd, rodzaju poszukiwanych informacji o *celebrities*, oceny udziału znanych osób w reklamach i akcjach charytatywnych.

Internet stanowi najpopularniejsze źródło informacji na temat *celebrities*. Deklaruje tak ponad 85% zbadanych internautów. Rzadziej wymieniana jest telewizja (45% wskazań) oraz kolorowe czasopisma, na które wskazuje 37% respondentów. Oglądanie multimedialnych treści to najchętniej wykonywana czynność podczas odwiedzin serwisów o gwiazdach. Galerie zdjęć odwiedza 67% badanych użytkowników, 34% - ogląda filmy.

Zdjęcia uznano za najważniejszą użyteczność serwisów WWW i może to być jeden z powodów popularności prasy, która zamieszcza dobrej jakości zdjęcia.

Wprowadzenie

Od momentu pojawienia się w styczniu 2006 prekursora serwisów plotkarskich – Pudelka, powstało dwanaście kolejnych. Na debiut drugiego w historii serwisu internauci czekali dziewięć miesięcy – we wrześniu 2006 roku powstał Plotek. W samym 2007 roku liczba takich portali wzrosła o kolejnych dziewięć adresów www, rok później pojawiły się dwie nowe witryny.

Niemalże co czwarty badany (23%) interesuje się życiem gwiazd codziennie. Grupę tę tworzą głównie osoby w wieku 15-24 lat, z wykształceniem średnim lub wyższym, mieszkający na wsi lub w miastach powyżej 500 tysięcy mieszkańców. Prawie połowa (49%) wszystkich badanych śledzi informacje na temat znanych osób co najmniej raz w tygodniu.

Głównymi powodami zainteresowania życiem gwiazd są przede wszystkim ciekawość i chęć rozrywki. Choć respondenci uznali, że o statusie gwiazdy decydują osiągnięcia na polu zawodowym, to tylko co trzeci badany śledzi tego rodzaju informacje. Ankietowanych najbardziej interesują plotki i ciekawostki oraz afery i skandale z życia gwiazd.

W przypadku zainteresowania **pełną wersją raportu** prosimy o kontakt z PBI:
tel.: (48 22) 630 72 68, fax: (48 22) 630 72 67, e-mail: biuro@pbi.org.pl

Zapraszamy do lektury.

Badanie „Gwiazdy i plotki”



Cel badania

Cele badania:

- poznanie stopnia zainteresowania internautów tematyką gwiazd i plotek,
- określenie kim są ulubione gwiazdy i jak są postrzegane,
- wytypowanie najbardziej lubianych witryn, czasopism i programów TV o gwiazdach,
- udzielenie odpowiedzi na pytanie, w jakich przedsięwzięciach wypada uczestniczyć gwiazdom.

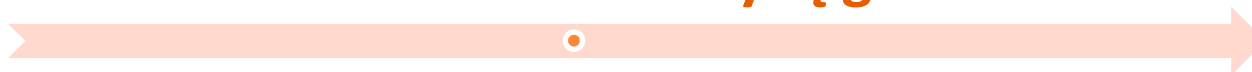
Ponadto, w części dotyczącej serwisów plotkarskich, sprawdzono:

- które z serwisów badani lubią odwiedzać,
- w jaki sposób korzystają z zamieszczanych tam treści.

Metodologia

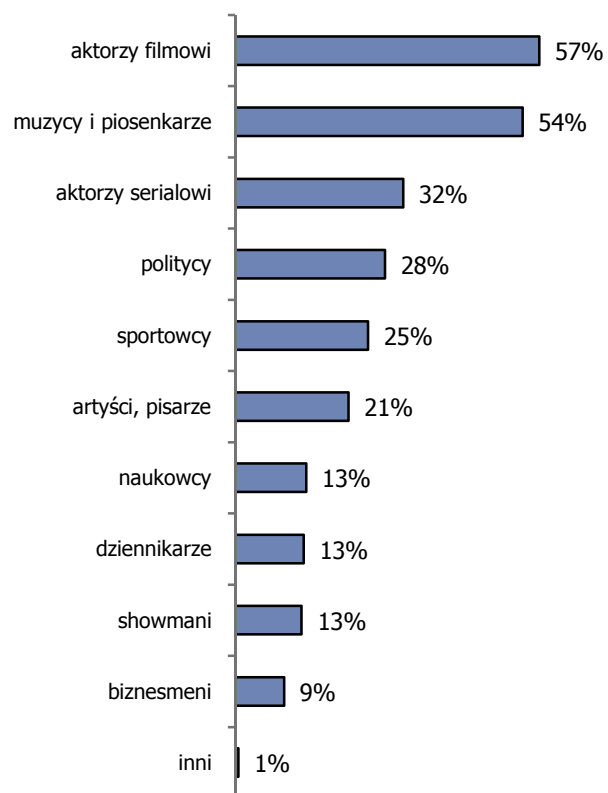
- ❑ Badanie przeprowadzono od 6 do 12 października 2008.
- ❑ Respondentów rekrutowano przez zaproszenia w formie toplayerów i billboardów. Po kliknięciu w kreację, internauta był kierowany na stronę www z ankietą.
- ❑ Emisję zaproszeń prowadzono na największych polskich portalach: Gazeta.pl, Interia, o2, Onet i Wirtualna Polska, które docierają łącznie do 90% polskich internautów (zasięg w skali miesiąca).
- ❑ Zrealizowano 946 pełnych wywiadów.

Zainteresowanie tematyką gwiazd



O kim internauci lubią się dowiadywać?

Życie których gwiazd interesuje Cię najbardziej?



☐ Największe zainteresowanie internautów wzbudzą aktorzy filmowi (57%) oraz muzycy i piosenkarze (54%), na których wskazuje ponad połowa badanych.

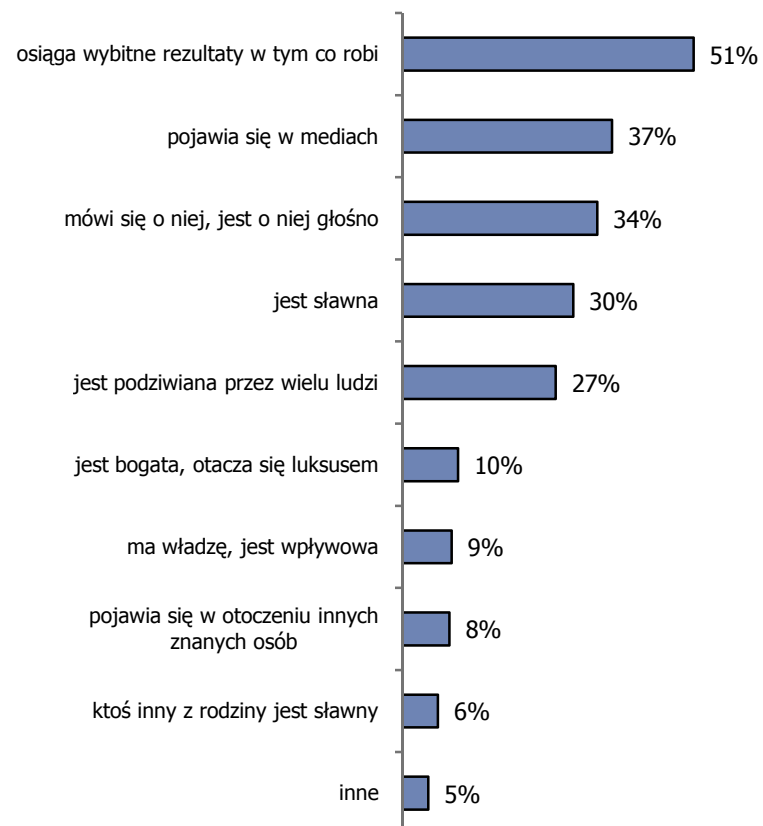
☐ Aktorzy serialowi - bohaterowie tabloidów i serwisów plotkarskich, wzbudzają zainteresowanie u co trzeciego badanego (32%).

☐ Na czwartym miejscu znaleźli się politycy (28%), którymi ankietowani interesują się bardziej niż sportowcami.

☐ Najmniejszą uwagę internautów skupiają informacje na temat życia dziennikarzy, naukowców i showmanów (po 13%) oraz biznesmenów (9%).

Kim jest gwiazda?

Co Twoim zdaniem powoduje, że jakaś osoba jest gwiazdą?



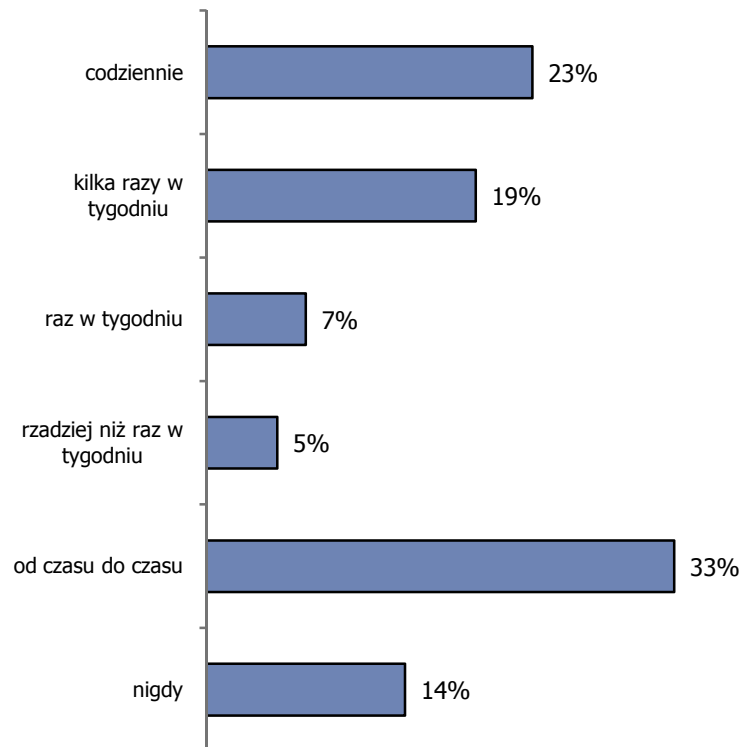
❑ „Wybitne rezultaty na polu zawodowym” to najważniejszy czynnik decydujący o uznaniu osoby za gwiazdę. Uważa tak połowa badanych (51%).

❑ Dla co trzeciego respondenta, o tym, czy dana osoba jest gwiazdą decyduje jej pojawianie się w mediach (37%) oraz to, że jest o niej głośno (34%).

❑ W najmniejszym stopniu o statusie gwiazdy decydują koneksje, a więc otaczanie się innymi znanymi osobami (8%) oraz posiadanie znanych osób wśród członków rodziny (6%)

Zainteresowanie gwiazdami

Jak często interesujesz się życiem gwiazd i plotkami o gwiazdach (np. czytanie artykułów w internecie lub prasie, oglądanie w TV)?

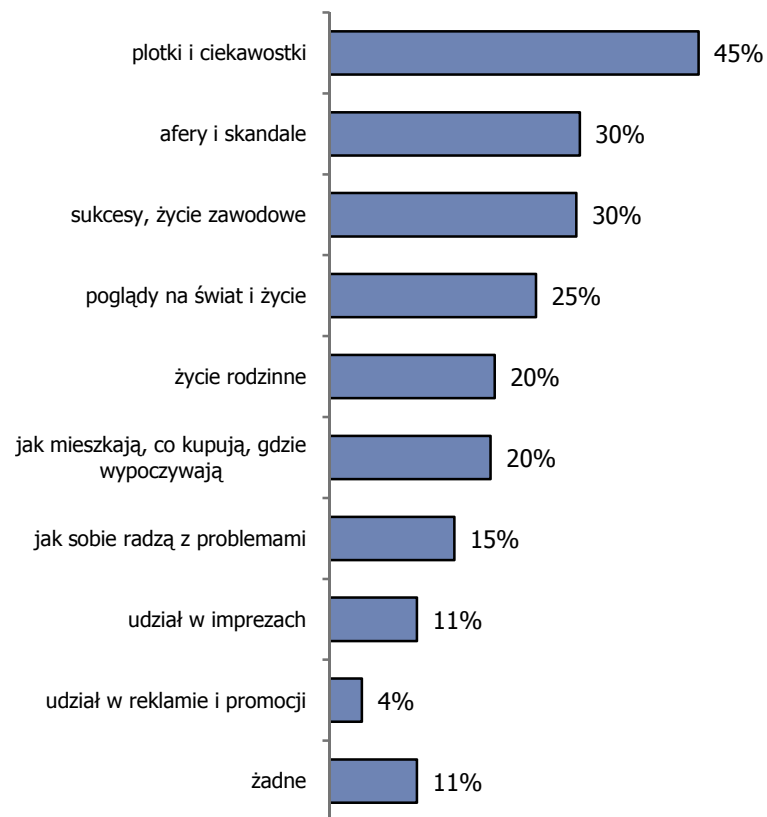


- ❑ Prawie połowa badanych (49%) interesuje się życiem gwiazd co najmniej raz w tygodniu.
- ❑ Rzadziej niż raz na tydzień życie gwiazd śledzi 5% respondentów.
- ❑ 14% badanych deklaruje, że wcale nie interesuje ich taka tematyka.

Podstawa procentowania: wszyscy badani (N=946)

Zainteresowanie gwiazdami

Jakiego rodzaju informacje z życia gwiazd są dla Ciebie interesujące?



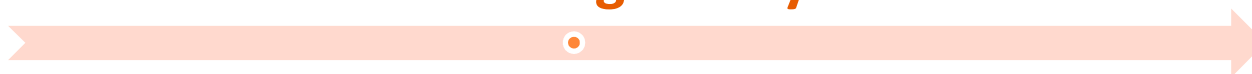
❑ Wśród informacji o gwiazdach badanych najbardziej interesują plotki i ciekawostki (45%) oraz afery i skandale (30%).

❑ Choć sukcesy na polu zawodowym zostały wymienione jako najważniejszy czynnik decydujący o statusie gwiazdy, to informacji tych poszukuje co trzeci badany (30%).

❑ Najmniej interesujące zagadnienia to udział gwiazd w imprezach (11%) oraz ich występowanie w reklamach i promocjach (4%).

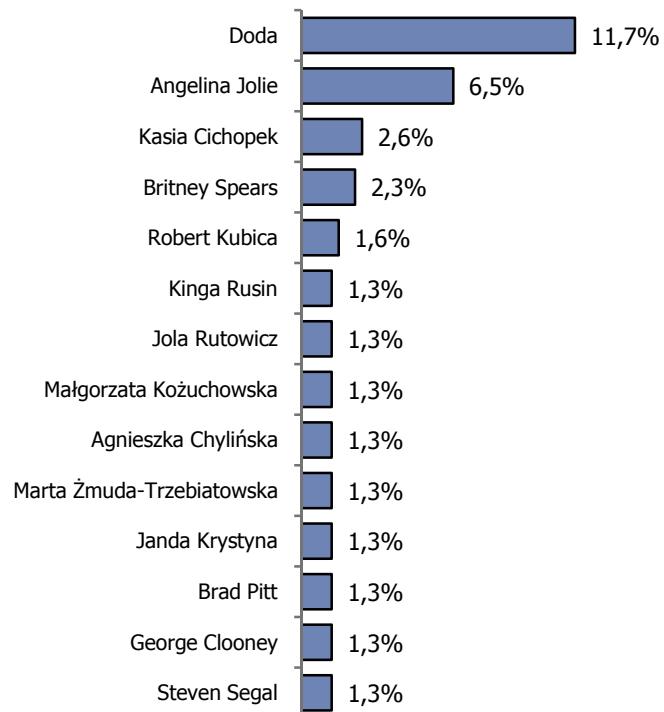
Podstaw procentowania: osoby interesujące się życiem gwiazd (N=812).
Odpowiedzi nie sumują się do 100%. Respondent mógł udzielić do trzech odpowiedzi.

Ulubione gwiazdy



Ulubione gwiazdy

Kto jest Twoją ulubioną gwiazdą, o której chętnie czytasz i rozmawiasz?



Ze względu na bardzo duże rozproszenie odpowiedzi na wykresie pokazano tylko część wskazań.

Pytanie miało charakter otwarty.

- Zestawienie pokazuje silną pozycję polskich gwiazd.
- Dominują postaci z ekranu i estrady. Jedynie Robert Kubica jest sportowcem.
- Bardzo duże rozproszenie odpowiedzi - brak nazwisk wskazywanych przez większość respondentów.
- Na Dodę wskazało prawie 12% osób, spośród tych które wcześniej odpowiedziały „tak”, na pytanie o podanie ulubionej gwiazdy.

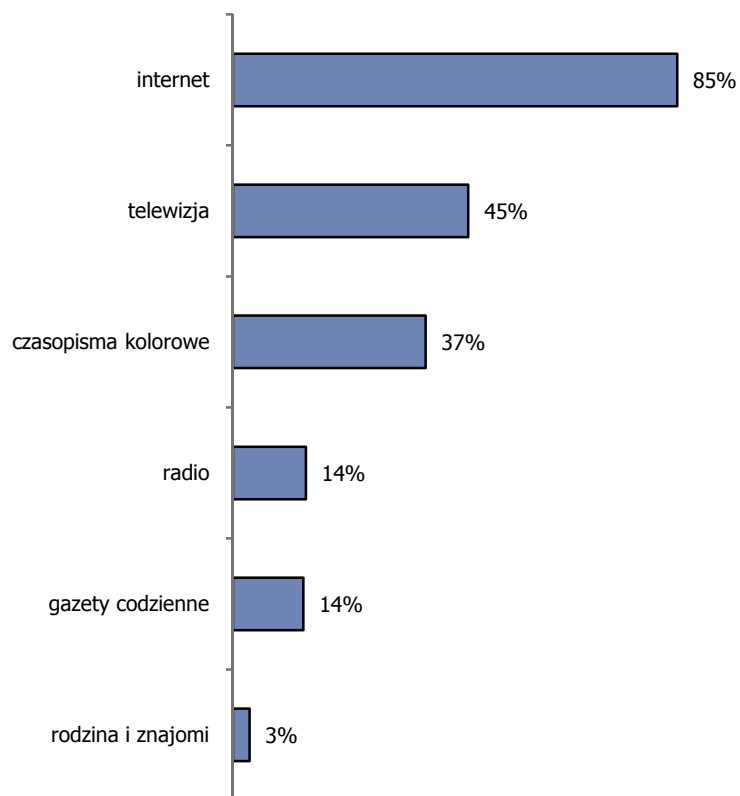
Najwięcej fanów Dody znajduje się w grupie młodych mężczyzn (15-34 lat). Na Kubicę częściej wskazywali mężczyźni.

Gwiazdy w mediach



Media: źródła informacji o gwiazdach

Skąd najchętniej czerpiesz informacje o gwiazdach?

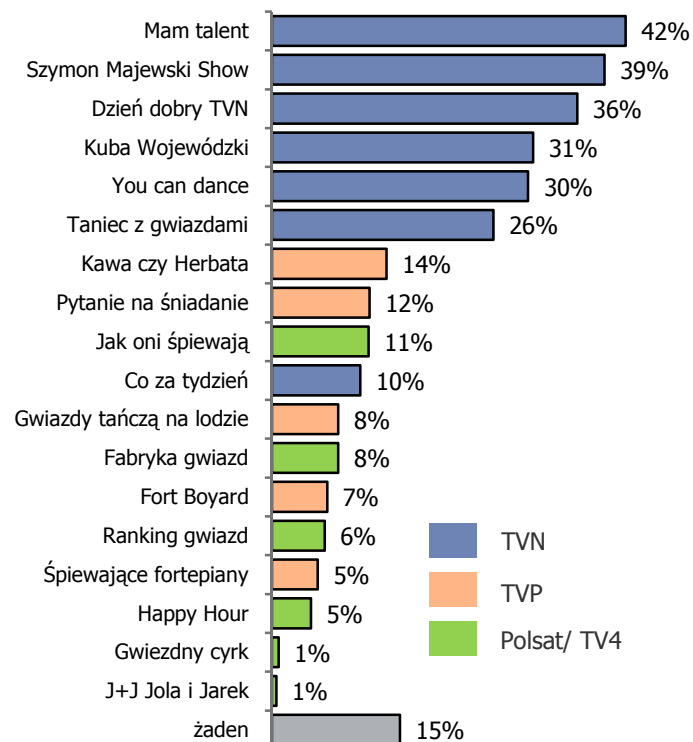


- ❑ Internet jest najpopularniejszym źródłem informacji o gwiazdach dla badanych użytkowników sieci.
- ❑ Blisko połowa badanych (45%) wskazała na telewizję.
- ❑ Ponad jedna trzecia (37%) wskazała na kolorowe czasopisma, jako ulubione źródło informacji o gwiazdach.

Dla wszystkich grup społeczno-demograficznych internautów, to internet jest najpopularniejszym źródłem informacji o gwiazdach. Biorąc pod uwagę inne media - wśród kobiet medium numer dwa są kolorowe czasopisma (wskazuje na nie 44% badanych kobiet), wśród mężczyzn - telewizja (wskazuje na nią 55% badanych mężczyzn). Na telewizję wskazuje także 61% osób w wieku 55+ i tylko 37% osób w wieku 25 – 34.

Telewizja: ulubione programy TV z udziałem gwiazd

Które z poniższych programów telewizyjnych z udziałem gwiazd lubisz oglądać?



Uwaga: zestawienie nie jest rankingiem oglądalności programów, lecz prezentuje stosunek emocjonalny badanych.

Badanym przedstawiono listę programów telewizyjnych z udziałem gwiazd, z prośbą o wskazanie ulubionych.

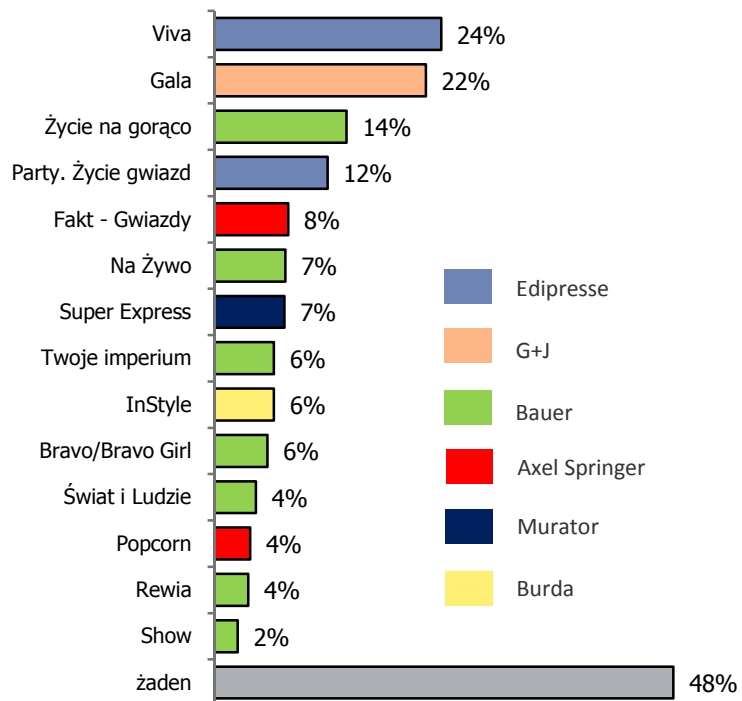
Wśród najchętniej oglądanych programów badani wskazywali głównie produkcje TVN, które zajęły sześć pierwszych miejsc.

Tylko 15% badanych nie wskazało ani jednego, ulubionego programu.

Podstaw procentowania: wszyscy badani (N=946)
Odpowiedzi nie sumują się do 100%. Respondent mógł udzielić do pięciu odpowiedzi.

Prasa: ulubione gazety/czasopisma z udziałem gwiazd

Które z poniższych gazet lub czasopism poruszających tematykę gwiazd lubisz czytać?



Uwaga: zestawienie nie jest rankingiem czytelnictwa czasopism, lecz prezentuje stosunek emocjonalny badanych.

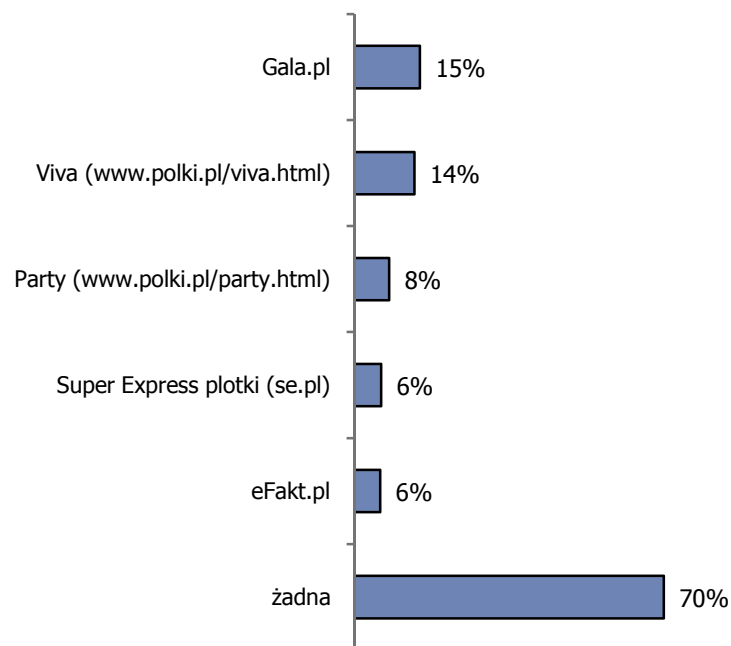
Co czwarty badany wskazał, że jego ulubionym czasopismem jest „Viva”, „Gala” na drugim miejscu.

Na ostatniej pozycji „Show” (pierwszy numer tego tytułu ukazał się niedługo przed startem badania - 29 września).

Blisko połowa badanych, nie ma ulubionego czasopisma/gazety o gwiazdach.

Internet: ulubione serwisy www gwiazdach (dzienniki/czasopisma)

Które z poniższych internetowych wersji gazet lub czasopism poruszających tematykę gwiazd lubisz odwiedzać?



Uwaga: zestawienie nie jest rankingiem oglądalności witryn, lecz prezentuje stosunek emocjonalny badanych.

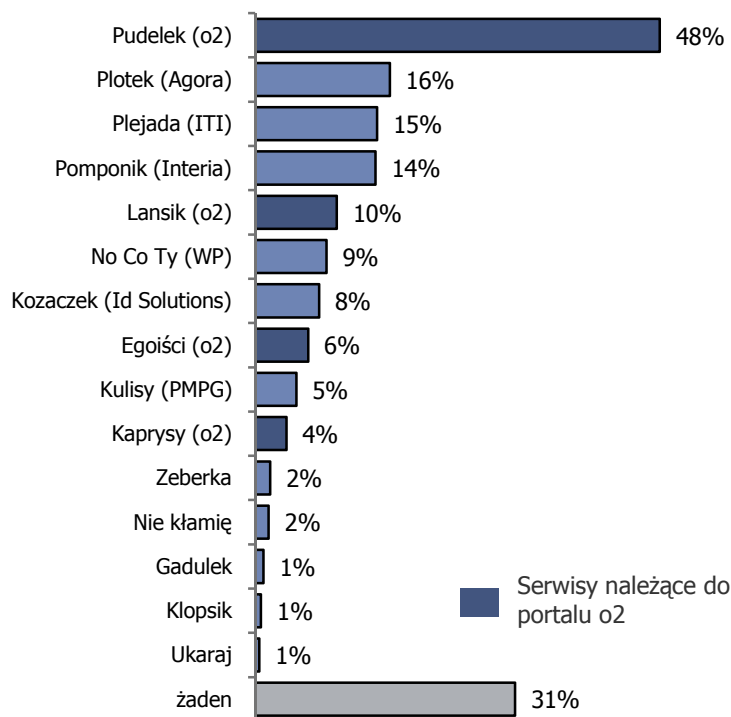
Respondenci chętniej odwiedzają internetowe witryny czasopism typu *people* („Gala”, „Viva”, „Party”), niż witryny „tabloidów” (dział plotki „Super Expressu”, „eFakt”).

70% badanych nie wskazuje żadnej z wymienionych witryn, jako ulubionej.

Internetowe witryny czasopism częściej wskazują jako ulubione osoby starsze (ponad 45 lat), mieszkańcy wsi i małych miasteczek oraz z wykształceniem podstawowym, zawodowym i średnim.

Internet: ulubione plotkarskie serwisy www gwiazdach

Które z poniższych witryn internetowych o gwiazdach lubisz przeglądać?

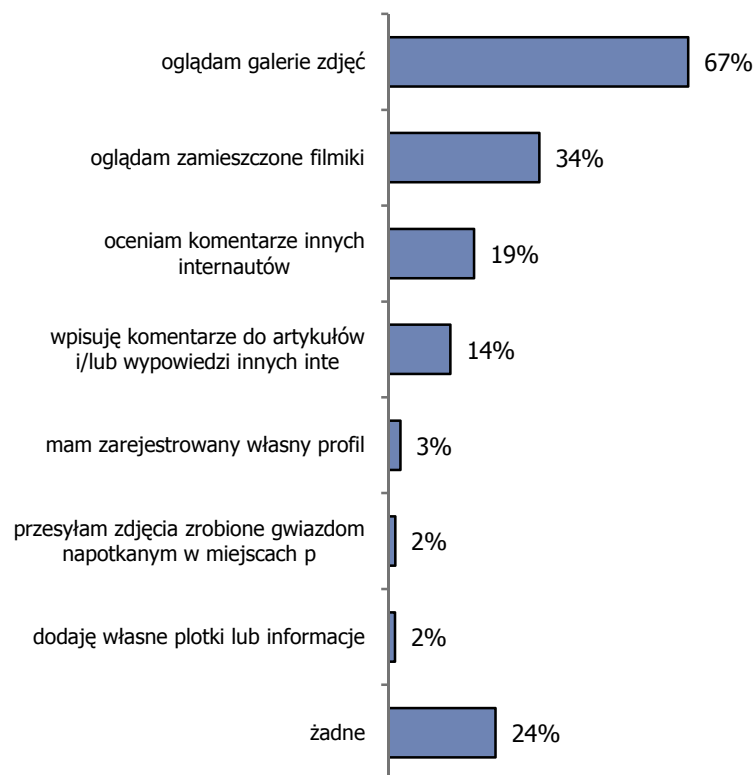


Uwaga: zestawienie nie jest rankingiem oglądalności witryn, lecz prezentuje stosunek emocjonalny badanych.

- „Pudelek” najbardziej lubianym serwisem o plotkach, z dużą przewagą nad drugą witryną - „Plotkiem”.
- Na trzecim miejscu „Plejada”, która traktuje gwiazdy życzliwiej.
- Listę zamykają niezależne, niezwiązane z dużymi portalami serwisy.

Internet: sposoby korzystania z witryn o gwiazdach

Które z możliwości dostępnych na serwisach o gwiazdach wykorzystujesz?



❑ Odwiedzając serwisy o gwiazdach i plotkach badani najchętniej oglądają multimedia (galerie zdjęć, filmy wideo)

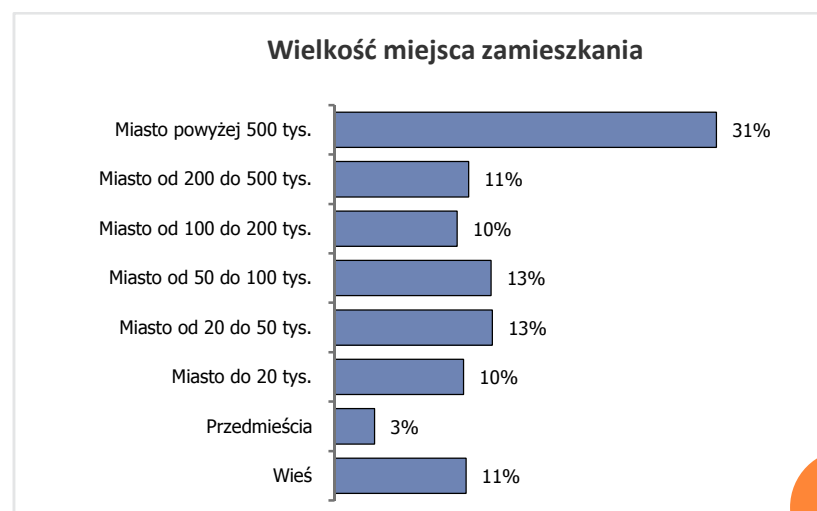
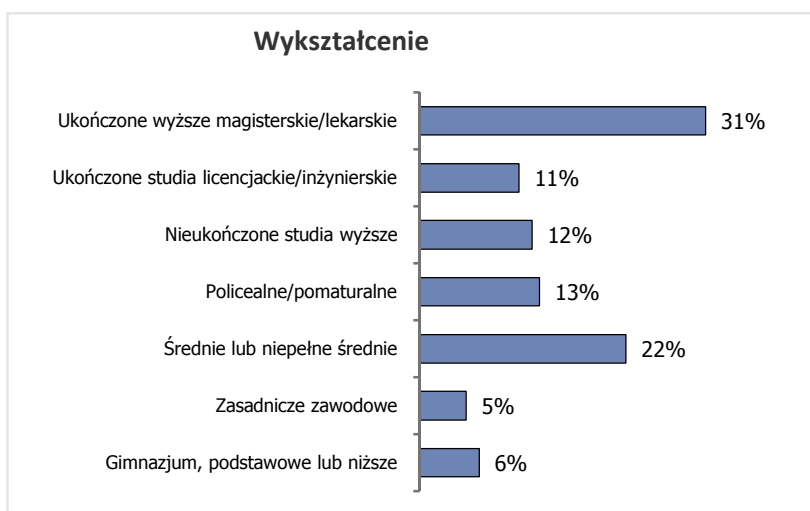
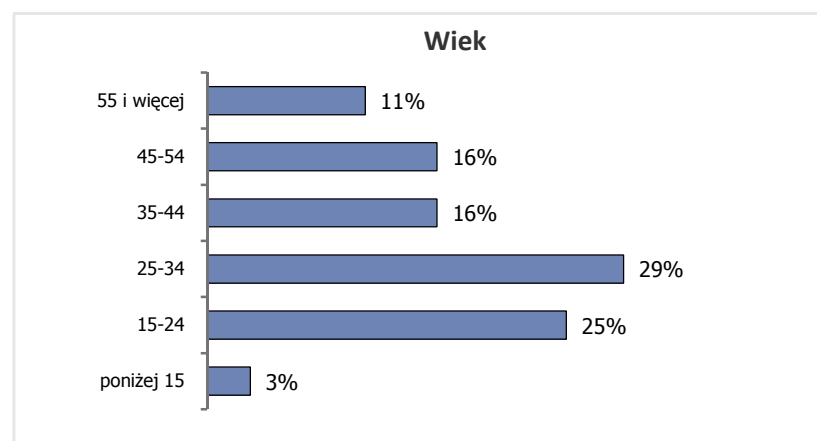
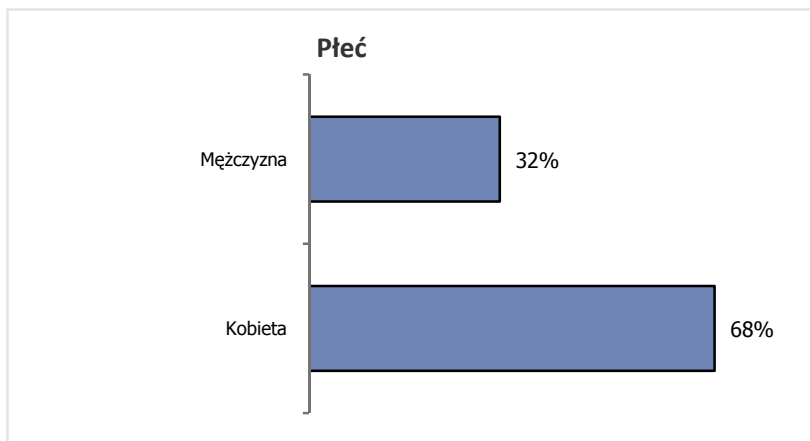
❑ Co piąty respondent ocenia komentarze innych internautów, zaś co siódmy sam komentuje artykuły i wpisy.

Aktywne korzystanie z treści i funkcjonalności stron o *celebrities* wyróżnia głównie osoby młode (do 24 lat).

Dane demograficzne

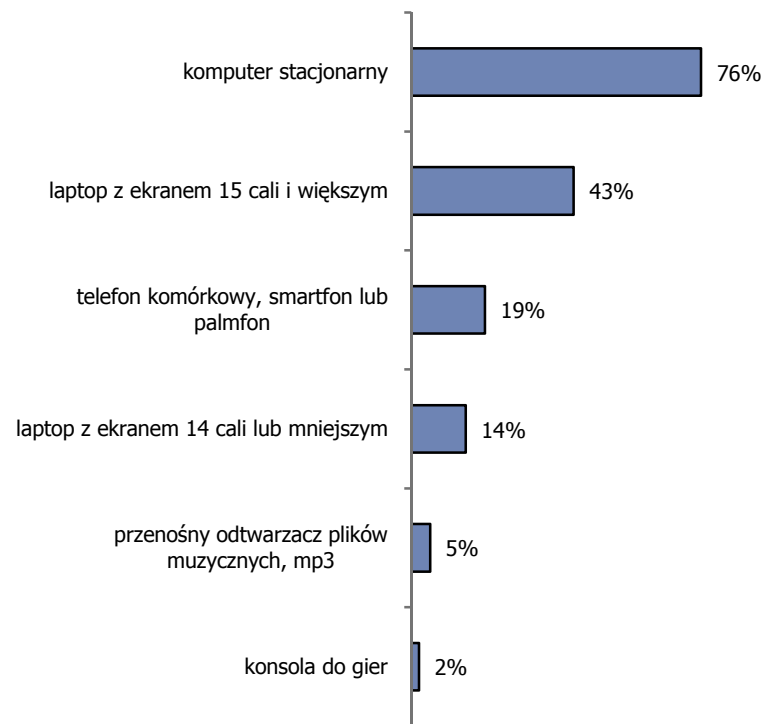


Metryczka: profil respondentów



Metryczka: profil respondentów

Które z urządzeń w ostatnim miesiącu wykorzystywałeś do przeglądania internetu?



- ☐ Trzy czwarte badanych korzysta z internetu na komputerze stacjonarnym.
- ☐ Co piąty badany przegląda internet na telefonie komórkowym lub smartfonie.

O firmie Polskie Badania Internetu

Polskie Badania Internetu (PBI) - spółka powołana w celu stworzenia standardu badań internetu w Polsce przez czołowych wydawców internetowych w Polsce, właścicieli największych krajowych witryn: Gazeta.pl, Interia.pl, Onet.pl, Wirtualna Polska i Rzeczpospolita OnLine.

Polskie Badania Internetu jest firmą badawczą, promującą wiarygodne i rzetelne badania, jako nieodzowne narzędzia dla podmiotów korzystających z reklamy on-line.

Misją PBI jest przyczynienie się do rozwoju polskiego internetu, jako medium zbadanego i tym samym wiarygodnego dla reklamodawców, agencji reklamowych inwestorów oraz firm, których działalność jest związana z internetem.

PBI prowadzi badanie Megapanel PBI/Gemius, stanowiące standard pomiaru oglądalności witryn internetowych w Polsce. Badanie jest prowadzone na zlecenie PBI przez firmę Gemius SA. PBI prowadzi również badania marketingowe typu: ad-hoc, syndykatowe oraz badania niekomercyjne, promujące wiedzę na temat rynku i medium, jakim jest Internet.

Strona WWW: <http://pbi.org.pl>
E-mail: biuro@pbi.org.pl
Telefon: (48 22) 6307268
Fax: (48 22) 6307267
Adres: Al. Jerozolimskie 65/79, 00-697 Warszawa

Korzystamy z rozwiązań:



Interaktywny system wspomaganie pracy badawczej (MRPro)



Monitoring treści newsów w internecie