



PAŃSTWOWA JEDNOSTKA ORGANIZACYJNA
„POLSKIE RADIO I TELEWIZJA”
OŚRODEK BADANIA OPINII PUBLICZNEJ

00-950 Warszawa, skr. pocztowa 46, tel. 47 87 91, 47 87 92

tlx 81 53 31, fax 43 74 08

Nr 61/603

grudzień 1990 r.

Komunikat z badań

OPINIE O PROGRAMACH TELEWIZJI W CZASIE II TURU WYBORÓW

W dniach 10 i 11 grudnia Ośrodek Badania Opinii Publicznej zrealizował sondaż dotyczący opinii o telewizyjnej kampanii związanej z II turą wyborów. Badaniem objęto 1000-osobową, losową próbę reprezentatywną dla ogółu społeczeństwa Polski powyżej 15 roku życia.

Przed II turą wyborów wzrosło zainteresowanie programami wyborczymi - prawie 2/3 badanych deklaruje iż śledziło telewizyjną kampanię wyborczą z uwagą. Oto szczegółowe dane na ten temat:

dane w %

	I tura	II tura
- oglądało programy wyborcze z uwagą, zainteresowaniem	44	59
- oglądało niezbyt uważnie	46	34
- w ogóle nie oglądało	10	7

Zdecydowana większość odbiorców programów wyborczych - 66% uważa, że telewizja dała obu ubiegającym się o urząd prezydenta kandydatom jednakowe szanse wypowiedzi w telewizji. Osoby, które dostrzegły nierówność szans kandydatów, sądzą, że większe możliwości prezentacji w telewizji miał L.Wałęsa - 27%, a tylko 2% uważa, że faworyzowany był S.Tymiński /5% odbiorców nie wyraziło swej opinii na ten temat/.

Widzowie śledzący kampanię wyborczą w telewizji znacznio częściej uważali, że wypowiedzi L.Wałęsy były bardziej przekonujące - 62%, natomiast wypowiedzi S.Tymińskiego za bardziej przekonujące uznało 15% odbiorców. Dość liczna grupa widzów - 23% uchyliła się od odpowiedzi na ten temat.

Większość badanych uznała, że ogólnie rzecz biorąc telewizja rzetelnie przedstawiła przebieg kampanii związanej z II turą wyborów. W porównaniu z kampanią przed I turą liczba osób pozytywnie oceniających telewizję pod tym względem nieco wzrosła

ale też nieco więcej osób uważa, że telewizja przedstawiła kampanię wyborczą nierzetelnie:

	dane w %	
	I tura	II tura
- zdecydowanie rzetelnie	10	15
- raczej rzetelnie	53 63	55 70
- raczej nierzetelnie	11	13
- zdecydowanie nierzetelnie	1 12	5 18
- brak opinii	25	12

Ocena dotycząca ilości czasu przeznaczanego przez telewizję na kampanię wyborczą przedstawia się następująco:

	dane w %	
Telewizja poświęciła na kampanię:	I tura	II tura
- tyle czasu ile trzeba	59	71
- za mało	17	14
- za dużo	11	8
- brak opinii	13	7

Zdecydowana większość ogółu badanych uznała, że telewizja w obu turach wyborów poświęciła na kampanię wyborczą odpowiednią ilość czasu, przy czym, więcej osób usatysfakcjonowała pod tym względem II tura wyborów.