

KOMITET DO SPRAW RADIA I TELEWIZJI
"POLSKIE RADIO I TELEWIZJA"

Ośrodek Badania Opinii Publicznej
i Studiów Programowych

TELEWIZYJNY EKTRAN MŁODYCH
w opiniach telewidzów Warszawy

Niniejsze informacje pochodzą z serii otygodniowych, reprezentatywnych /tzw. panelowych/ badań ankietowych na próbie telewidzów Warszawy, liczącej 300 osób w wieku 16 lat i więcej.

W badaniach tych przeanalizowano frekwencję 10 kolejnych wydań Telewizyjnego Ekranu Młodych, nadanych w okresie od 28 marca do 30 maja 1972 r. oraz oceny jakie im wystawili telewidzowie Warszawy.

Jak wynika z badań, średnia frekwencja tego magazynu wynosi 18% ogółu telewidzów Warszawy /najwyższy odsetek oglądających TEM w dn. 28 III - 21%, najniższy, w dn. 9/V - 15%/.

W wyniku przeprowadzonej analizy składu społecznego widowni kolejnych badanych TEM-ów, okazało się:

Młodzież w wieku od 16 do 24 lat /15% ogółu widzów/ była w nim reprezentowana w odsetku mniej więcej równym jej udziałowi w całej populacji telewidzów stolicy. Oznacza to, że programy TEM-u były oglądane w Warszawie w jednakowym stopniu przez różne kategorie odbiorców, młodszych i starszych, choć - jak wiadomo - jest to program o wyraźnym społecznym adresie.

W stosunku do najwyższych wskaźników wielkości widowni, jaką uzyskują np. seriale filmowe, filmy fabularne lub niektóre programy rozrywkowe /w granicach 60-70% ogółu badanych/ TEM cieszy się niewielką popularnością; natomiast wśród programów publicystycznych, z których większość osiąga niewielkie wskaźniki oglądania /w granicach 5-10%/ widownię należy uznać za relatywnie dużą, zwłaszcza, że program ten jest nadawany w godzinach popołudniowych.

Opinie o kolejnych pozycjach TEM-u wydawali wszyscy oglądający blok telewidzowie w/g czterech kryteriów oceny:

- 1/ program ciekawy - nudny
- 2/ poruszał sprawy istotne, ważne - poruszał sprawy błahe, marginesowe
- 3/ poruszane sprawy skłaniały do zastanowienia - po programie nie myślałem już o nich
- 4/ program był przekonywujący - grzeszył nadmiarem gadulstwa i moralizatorstwa.

Wszystkie oceny miały charakter syntetyczny, każda z nich była bowiem wypadkową opinii o kilku nadanych w konkretnym programie pozycjach publicystycznych.

Jak wynika z uzyskanych rezultatów:

- ad. 1/ średnio 82% ogółu oglądających oceniło programy jako ciekawe /najwyższy odsetek takich opinii dotyczy TEM' u z dnia 2/ br. i wynosi 97%, a najniższy - z dnia 29/III br. wynosi 70%/
- ad. 2/ średnia pozytywnych opinii, o TEM' ie z punktu widzenia wagi i istotności poruszanych w nim problemów wynosi 67% ogółu oglądających blok /najwyższy odsetek - 79% odnotowano w stosunku do programu z dnia 23/V, a najniższy - 55% dotyczy TEM' u z dnia 4/IV/
- ad. 3/ średnio 47% widzów oceniło dodatnio walory intelektualne TEM' u, jego zdolność pobudzania odbiorców do zastanowienia i przemyśleń /najpozytywniej pod tym względem wypadły dwa TEM' y z dnia 9/V i 23/V - które uzyskały wyróżnienie ze strony 58% respondentów, najniżej - program z dnia 11/IV - 37%/
- ad. 4/ walory propagandowe analizowanych 10 TEM' ów oceniło pozytywnie średnio 58% widzów Warszawy /najwyższy odsetek - 73% - odnotowano w związku z programem z dnia 23/V, zaś najniższy dotyczył TEM' u z dnia 18/IV i wynosił 46%/.

Z przedstawionych danych można wysnuć następujące wnioski:

- a/ Ogólna ocena 10 programów TEM' u /ciekawy - nudny/ wskazuje na jego atrakcyjność dla odbiorców; zdecydowana większość respondentów sądzi, że są ciekawe, nadto zaś opinia taka o niektórych programach była niemal powszechna.
- b/ Na takiej jednogłośnie odbiorców zaważyły zapewne walory rozrywkowe TEM' u, gdyż jego wartości publicystyczne, opinie o wadze poruszanych w kolejnych programach spraw i problemów uzyskały mniejszą /o 15 punktów procentowych/ aprobatę widzów.
- c/ Pozostaje dwa kryteria oceny TEM' u dotyczyły jego efektywności intelektualnej i propagandowej. Należy założyć, że jedynie program, który potrafi skłonić widza do refleksji już po jego zakończeniu oraz przekonać do lansowanych w nim postaw, wzorów i wartości ma rzeczywistą szansę współkształtowania jego poglądów, wpływania na jego świadomość. Jak widać z wyników odsetki badanych utrzymujących, że przedstawione w TEM' ach pozycje publicystyczne, poruszane problemy i prezentowane poglądy skłoniły ich do zastanowienia lub wręcz

przekonały są niższe od dodatniego ogólnego wrażenia o całym programie, a nawet oceny wagi i istotności rozważanych w kolejnych programach spraw.

d/ W świetle uzyskanych wyników - wartość propagandowa TEM'u jest wyższa niż jego zdolność do pobudzania odbiorców do namysłu i refleksji. Rezultaty te są konstatacją, gdyż skuteczność propagandowa programu powinny wspierać własne przemyślenia widzów. Zapewne więc deklaracje o zgodności poglądów odbiorców z przekonaniami głoszonymi w programie . dotyczyły tylko pewnych poruszanych w nim spraw i problemów, nadto zaś sposób ich naświetlenia wywoływał przypuszczalnie niezwykłą pozytywną reakcję telewidzów. Fakt, że stosunkowo najmniej-
sze grupy badanych pozytywnie oceniają stymulującą pod względem intelektualnym funkcję TEM'u może mieć za swe źródło niedostatecznie polemiczny charakter prezentowanych w programie postaw, stanowisk i poglądów lub niedostateczne częste odwoływanie się do intelektu odbiorcy, co sprawia, że pole do późniejszych własnych przemyśleń lub dyskusji z otoczeniem jest ograniczone.

Na podstawie posiadanych wyników możliwa jest jedynie konstatacja określonych faktów; ich bardziej wyczerpujące wyjaśnienie wymagało by regularnych badań o charakterze eksperymentalnym, ściśle rejestrujących reakcje odbiorców na treści przekazywane w konkretnych programach TEM'u.

Opracowała: mgr Stefania Dzięciołowska