

0648



KOMITET DO SPRAW RADIA I TELEWIZJI
„POLSKIE RADIO I TELEWIZJA”
OŚRODEK BADAŃ OPINII PUBLICZNEJ I STUDIÓW PROGRAMOWYCH
00-950 Warszawa, skr. pocztowa 46, tel. 47-87-92, 43-46-51

październik 1984 r.

ODBIÓR II PROGRAMU TELEWIZJI

/ogólna charakterystyka/

Systematyczne badania OBOPiSP wykazują, że 98% ogółu dorosłych mieszkańców Polski posiada w swoim domu odbiorniki telewizyjne. Możliwość odbioru I programu mają prawie wszyscy, natomiast programu II około 4/5. Nie oznacza to jednak, że wszyscy, którzy mają dostęp do II programu, mogą oglądać go bez większych zakłóceń. Tak samo dobrą jakość odbioru drugiego programu jak pierwszego ma już tylko 2/3 mieszkańców Polski.

Możliwość odbioru "dwójki" jest prawie powszechna w wielkich miastach, nieco mniejsza w małych i średnich miastach i znacznie mniejsza /mniej więcej dwukrotnie/ na wsi. Fakt ten w dużej mierze określa skład odbiorców II programu. Publiczność "dwójki" w porównaniu z publicznością "jedyńki" jest wyżej wykształcona i bardziej miejska. Jest to także publiczność młodsza. Młodzi odbiorcy bardziej licznie niż starsi korzystają z programu II, natomiast mniej licznie niż starsi oglądają program I. Ta ostatnia cecha charakterystyczna publiczności "dwójki" nie wynika ze zróżnicowania technicznych warunków odbioru tego programu, lecz związana jest z ofertą programową.

Najbardziej istotną zmianą, jaką zaobserwowano w ostatnim roku w badaniach nad odbiorem telewizji jest zmiana w korzystaniu z II programu.

Program II w dawnym wydaniu zdobywał liczącą się widownię tylko poprzez filmy fabularne i wyjątkowo poprzez niektóre programy rozrywkowe bądź sportowe. Pozostałe programy osiągały minimalną 1-2% widownię. Obecnie nadal najbardziej popularne w drugim programie są filmy fabularne, ale znaczącą, liczoną w milionach, widownię zdobywa także wiele różnorodnych programów oświatowych, muzyczno-rozrywkowych, publicystycznych i poradniczych. Przykładowo można tu wymienić takie programy jak: "Religie i kościoły w Polsce", "Kino-oko", "Tam, gdzie pieprz rośnie", "Jarmark", "Przeboje dwójki", "Wideoteka", "Express reporterów - Gorąca linia", "Sensacje XX wieku", "To się nadaje do telewizji", "Dookoła świata", "Jutro poniedziałek", "Rozmowy intymne", "Za kierownicą".

Mimo, że widownia II programu nie jest tak masowa jak programu I, to jednak ma ona tendencję rosnącą i jednocześnie wykazuje stosunkowo wysoki stopień zadowolenia z oferty programowej.