

REKLAMA W WIADOMOŚCIACH O 19.30

- * Połowie telewidzów (50%) w oglądaniu Wiadomości przeszkadzają reklamy nadawane przed prognozą pogody, ale niewielu mniej (41%) to nie przeszkadza;
- * Ponad połowie telewidzów przeszkadzałoby ewentualne nadawanie reklamy w Wiadomościach przed informacjami sportowymi, a jednej trzeciej (31%) to by nie przeszkadzało;

Warszawa, listopad 1994 r.

Ośrodek Badania Opinii Publicznej przeprowadził w dniach 14-18 października 1994 r. sondaż, w którym między innymi poruszono problem wpływu emisji reklam w Wiadomościach o 19.30 na ich odbiór.

Badanie zrealizowano na reprezentatywnej losowej 1068-osobowej próbie mieszkańców Polski powyżej 15 lat. Wyniki badania mogą być obciążone błędem statystycznym, którego maksymalna wartość wynosi $\pm 3\%$.

Badanych zapytano, czy nadawanie reklamy po Wiadomościach a przed prognozą pogody przeszkadza w odbiorze tego bloku informacyjnego. Odczucia respondentów okazały się podzielone - co prawda połowa (50%) stwierdziła, że nadawanie w tym czasie reklam przeszkadza w odbiorze tego programu, ale nie wiele mniej badanych (41%) stwierdziło, że to im nie przeszkadza.

Czy oddzielenie reklamą Wiadomości od prognozy pogody przeszkadza Panu(i), czy też nie w oglądaniu tego bloku informacyjnego? (dane w procentach od ogółu badanych)

bardzo przeszkadza	- 23%
raczej przeszkadza	- 27%
raczej nie przeszkadza	- 22%
zupełnie nie przeszkadza	- 19%
jest mi to obojętne	- 9%

Reklama między Wiadomościami a pogodą nieco częściej przeszkadza osobom powyżej 40 lat niż młodszym oraz badanym z wykształceniem ponadpodstawowym niż niższym, a także pracownikom umysłowym i prywatnym przedsiębiorcom niż rolnikom i robotnikom.

Z kolei respondentów zapytano, czy przeszkadzałoby im wprowadzenie reklamy także w Wiadomościach przed informacjami ze sportu. W tym przypadku nieco ponad połowa badanych (55%) stwierdziła, że by im to przeszkadzało, a co trzeciemu (31%) by to nie przeszkadzało.

Czy przeszkadzałoby Panu(i) wprowadzenie reklamy w Wiadomościach przed informacjami ze sportu? (dane w procentach od ogółu badanych)

bardzo by mi przeszkadzało	- 28%
raczej by mi przeszkadzało	- 27%
raczej by mi nie przeszkadzało	- 18%
zupełnie by mi nie przeszkadzało	- 13%
jest mi to obojętne	- 14%

Reklama w Wiadomościach przed serwisem sportowym bardziej by przeszkadzała mężczyznom niż kobietom, a także, jak w przypadku reklamy przed pogodą, osobom starszym

(powyżej 60 lat) niż młodszymi, badanym z wykształceniem ponadpodstawowym niż niższym oraz pracownikom umysłowym i prywatnym przedsiębiorcom niż rolnikom i robotnikom.

Osoby, którym przeszkadza reklama przed "pogodą", częściej od pozostałych wyrażają opinię, że przeszkadzałaby im reklama przed informacjami sportowymi:

- 39% badanych przeszkadza (bardzo lub raczej) reklama przed "pogodą" i przeszkadzałaby przed "sportem";
- 22% respondentów nie przeszkadza (zupełnie lub raczej) reklama przed "pogodą" i nie przeszkadzałaby przed "sportem";
- 39% badanych sprawa ta jest obojętna lub mają odmienną opinię w stosunku do reklamy przed "pogodą" niż przed "sportem".

Informacje o pogodzie podawane w Wiadomościach budzą większe zainteresowanie widzów niż serwis sportowy nadawany w tym programie. "Pogodę" starają się oglądać prawie wszyscy badani (91%), a "sport" blisko trzy piąte (57%). Opinie na temat nadawania reklam przed tymi blokami informacyjnymi zależą od zainteresowania przekazywanymi w nich treściami.

Nadawanie reklam przed prognozą pogody częściej niż pozostałym przeszkadza osobom zainteresowanym tą tematyką. Natomiast jeszcze silniejsza zależność istnieje między zainteresowaniem informacjami sportowymi a opiniami na temat ewentualnej emisji reklam przed "sportem".

Poniżej dane na ten temat (dane w procentach, każdorazowo 100% stanowi grupa badanych wyodrębniona ze względu na zainteresowanie pogodą lub sportem):

Czy przeszkadza/przeszkadzałoby Panu(i) nadawanie reklam w Wiadomościach przed:	Czy zazwyczaj stara się Pan(i) oglądać w Wiadomościach o 19.30 fragmenty dotyczące:			
	pogody		sportu	
	tak	nie	tak	nie
	100%	100%	100%	100%
POGODA				
bardzo lub raczej przeszkadza	51	44	51	50
zupełnie lub raczej nie przeszkadza	43	36	43	41
jest to obojętne	6	20	6	9
SPORT				
bardzo lub raczej przeszkadzałoby	56	57	61	48
zupełnie lub raczej nie przeszkadzałoby	33	22	29	36
jest to obojętne	11	21	10	16

Tak więc stosunkowo mniejszy sprzeciw budzi nadawanie reklam przed prognozą pogody niż ewentualna ich emisja przed blokiem sportowym. Wynikać to może z doświadczenia nabytego już przez część widzów, że emisja reklamy przed "pogodą" nie przeszkadza w oglądaniu Wiadomości. Jednak należy sądzić, że skomasowanie w tak krótkim odstępie czasu dwóch bloków reklamowych - przed "sportem" i "pogodą" - mogłoby prowadzić do zwiększenia liczby przeciwników reklam w Wiadomościach, w tym także nadawanych obecnie przed "pogodą".