

1262

TELEWIZJA POLSKA TVP

SPÓŁKA AKCYJNA

BIURO PROGRAMOWE

DZIAŁ OCEN I ANALIZ PROGRAMOWYCH

ZAINTERESOWANIE POLAKÓW KONKURSEM CHOPINOWSKIM

- * Niewielu Polaków (4%) jest na tyle zainteresowanych muzyką poważną, aby specjalnie szukać jej w programach telewizyjnych.
- * Również 4% ankietowanych było w 1995 roku na koncercie muzyki poważnej.
- * Blisko jedna trzecia respondentów (30%) deklaruje zainteresowanie Konkursem Pianistycznym im. Fryderyka Chopina.
- * Telewizja była głównym źródłem wiedzy o Konkursie Chopinowskim dla 83% Polaków.
- * Relacje z Konkursu w II Programie TVP oglądało średnio 4% Polaków, spośród których program podobał się 61% badanych. Zainteresowanie relacjami systematycznie wzrastało w miarę trwania Konkursu.
- * Czas, który Telewizja Polska przeznaczyła na relacje z Konkursu, połowie badanych (53%) wydaje się wystarczający.

Warszawa, listopad 1995 rok

W dniach od 1 do 21 października odbywał się XIII Międzynarodowy Konkurs Pianistyczny im. Fryderyka Chopina. W październiku przeprowadzono sondaż badający zainteresowanie Polaków muzyką poważną i relacjami z Konkursu Chopinowskiego w II Programie Telewizji Polskiej.¹

ZAINTERESOWANIE MUZYKĄ POWAŻNĄ

Muzyka poważna ma blisko trzy razy mniej zwolenników niż przeciwników. Co prawda, niewielu respondentów (4%) jest na tyle zainteresowanych muzyką poważną, aby specjalnie szukać jej w programach nadawanych w telewizji, ale co czwarty (24%) chętnie słucha muzyki poważnej, gdy już na nią trafi. Natomiast jedna czwarta (27%) niechętnie słucha muzyki poważnej, a dwie piąte (43%) wręcz jej unika. Oto dane - dla porównania prezentujemy wyniki odpowiedzi na to samo pytanie z badań przeprowadzonych w roku 1983 i 1993.

dane w %

Czy chętnie słucha Pan(i) w telewizji muzyki poważnej?	1983 r.	1993 r.	1995 r.
1. tak, szukam jej specjalnie	2	4	4
2. nie szukam jej, ale chętnie słucham gdy już na nią trafię	20	26	24
3. nie słucham chętnie, ale nie wyłączam telewizora	41	43	27
4. unikam muzyki poważnej (wyłączam telewizor lub zmieniam program)	36	26	43
5. brak opinii	1	1	2

W porównaniu do badań przeprowadzonych w ubiegłych latach, w 1995 roku znacznie spadł odsetek osób niezbyt chętnie słuchających muzyki poważnej, ale też nie wyłączających telewizora, gdy akurat jest nadawana. Natomiast odnotowano wzrost, odsetka respondentów wyłączających telewizory lub zmieniających kanał wtedy, gdy trafią na program poświęcony muzyce poważnej. Wiąże się to z pewnością z coraz bogatszą ofertą telewizji prywatnych i kablowych, które mogą być alternatywą dla osób nie lubiących muzyki poważnej.

Chętniej niż inni muzyki poważnej w telewizji słuchają kobiety, badani powyżej 50 roku życia, mieszkańcy dużych miast, respondenci posiadający wykształcenie wyższe niż średnie oraz pracownicy umysłowi z wyższym wykształceniem.

¹ Badanie na zlecenie Biura Programowego TVP S.A. przeprowadził OBOP w dniach 21-24 październik 1995 r. na reprezentatywnej próbie mieszkańców Polski powyżej 15 roku życia. Zrealizowano 1201 wywiadów. Błąd statystyczny dla tej wielkości próby wynosi $\pm 3\%$.

ŹRÓDŁA SŁUCHANIA MUZYKI POWAŻNEJ

Badanych zapytano, gdzie słuchają muzyki poważnej. Okazało się, iż Polacy najczęściej słuchają muzyki poważnej w telewizji (36%), bądź w radiu (28%). Zdecydowanie mniej osób słucha muzyki poważnej z magnetofonu (10%) lub z płyt (7%). Niewielu respondentów (4%) słucha muzyki w salach koncertowych.

Chociaż zaledwie co dwudziesty piąty ankietowany stwierdził, że muzyki poważnej słucha w salach koncertowych, to jedna trzecia badanych (34%) Polaków była kiedykolwiek na koncercie muzyki poważnej. Oto szczegółowe dane.

<i>Czy był(a) Pan(i) kiedykolwiek na koncercie muzyki poważnej?</i>	
- tak, wiele razy	6%
- tak, kilka razy	12%
- tak, jeden, dwa razy	16%
- nie, nigdy nie byłem	66%

Częściej niż inni na koncertach muzyki poważnej bywają ankietowani po sześćdziesiątce, mieszkańcy dużych miast, respondenci z wykształceniem wyższym niż średnie, pracownicy umysłowi z wyższym wykształceniem oraz osoby lepiej sytuowane.

Spośród osób odwiedzających sale koncertowe, 12% badanych było na koncercie muzyki poważnej w bieżącym roku.

Czy w 1995 roku był(a) Pan(i) na koncercie muzyki poważnej?	<i>dane w %</i>	
	wśród ogółu badanych	wśród osób, które kiedykolwiek były na koncercie muzyki poważnej
1. tak	4	12
2. nie	96	88

ZAINTERESOWANIE KONKURSEM CHOPINOWSKIM

Blisko jedna trzecia respondentów (30%) była zainteresowana Konkursem Pianistycznym im. Fryderyka Chopina, z tym, że tylko 6% z nich bardzo interesowała się zmaganiem pianistów i specjalnie śledziła przebieg tego Konkursu. Połowa ankietowanych (53%) mało interesowała się Konkursem, a 17% w ogóle nie wiedziało, że Konkurs się

odbywał. Poniżej przedstawiamy szczegółowe dane, które porównujemy z danymi uzyskanymi w 1985 i 1990 roku.

dane w %

Czy interesował(a) się Pan(i) przebiegiem Konkursu Pianistycznego im. F.Chopina?	1985 r.	1990 r.	1995 r.
1. tak, bardzo-specjalnie śledziłem(am) przebieg tego Konkursu	13	6	6
2. interesowałem(am) się, ale specjalnie nie szukałem(am) informacji o tym Konkursie	29	17	24
3. mało się tym interesowałem(am), niewiele wiedziałem(am) o tym Konkursie	52	69	53
4. w ogóle nie wiedziałem(am), że był taki Konkurs	6	8	17

Na uwagę zasługuje fakt znacznego spadku liczby osób szczególnie zainteresowanych przebiegiem Konkursu już w roku 1990, w stosunku do poprzedniego badania z roku 1985. Tendencję potwierdziły wyniki zanotowane w roku bieżącym.

W 1995 roku dwukrotnie, w stosunku do lat poprzednich, wzrosła liczba Polaków przyznających, iż nie wiedzieli, że odbywał się Konkurs Chopinowski.

Zainteresowanie Konkursem Chopinowskim częściej niż inni deklarują starsi respondenci, osoby mieszkające w największych aglomeracjach, posiadające wykształcenie wyższe niż średnie, pracownicy umysłowi z wyższym wykształceniem oraz melomani specjalnie szukający muzyki poważnej w programach telewizyjnych.

Tak, jak i w latach poprzednich, tak i w tym roku telewizja była głównym źródłem informacji o przebiegu Konkursu Chopinowskiego. Oto dane.

dane w %

Skąd czerpał(a) Pan(i) informacje o przebiegu Konkursu Chopinowskiego?	1985 r.	1990 r.	1995 r.
1. z telewizji	83 ²	74	84
2. z radia	50	26	26
3. z prasy	22	11	12
4. z rozmów z ludźmi	6	2	3

² Podane wyniki odpowiedzi nie sumują się do 100%, ponieważ respondenci odpowiadając na to pytanie mogli zaznaczyć wszystkie właściwe odpowiedzi.

WIDOWNIA TELEWIZYJNYCH RELACJI Z KONKURSU CHOPINOWSKIEGO

Telewizja Polska w II Programie na bieżąco relacjonowała przebieg tegorocznego Konkursu Chopinowskiego. Przeprowadzane przez OBOP cotygodniowe pomiary widowni telewizyjnej dostarczyły danych o odbiorze telewizyjnych relacji z Konkursu.³

Koncert inauguracyjny - 1 października - podzielono na dwie części. Pierwszą rozpoczynającą się o godz. 19.00 obejrzało 4% Polaków - wśród których 63% stwierdziło, że program im się podobał, a drugą o godz. 20.25 - 7%, podobała się ona 80% Polaków. Nadany w przerwie "Konkursowy przedtakt" widziało tylko 2% respondentów.

W czasie trwania I, II i III etapu konkursowych zmagania II Program TVP S.A. nadawał specjalne programy relacjonujące przebieg Konkursu. Pierwszą relację w godzinach popołudniowych, drugą w godzinach wieczornych. Programy te oglądało średnio 4% Polaków, spośród których program podobał się średnio 61% ankietowanych. Warto zauważyć, że większe audytorium skupiały wieczorne relacje - średnio 5%, podczas gdy programy popołudniowe oglądało średnio 3% widzów.

Zainteresowanie widzów relacjami z Konkursu Chopinowskiego systematycznie wzrastało w miarę trwania samego Konkursu. Ilustruje to poniższe zestawienie.

dane w %

Relacje z przebiegu Konkursu Chopinowskiego	średnia widownia	średni odsetek ocen "program podobał się"
I etap Konkursu	3	59
II etap Konkursu	4	54
III etap Konkursu	5	67
IV etap Konkursu - koncerty finalistów	7	72

Koncert laureatów - 20 października - obejrzało dzięki transmisji w II Programie Telewizji Polskiej 7% Polaków, z których 71% stwierdziło, iż program podobał im się.

Oprócz prezentowanych powyżej wyników pochodzących z cotygodniowych pomiarów widowni telewizyjnej w specjalnym sondażu dotyczącym Konkursu Chopinowskiego zadano kilka pytań o stosunek respondentów do Konkursu i opinii o związanych z nim relacjach telewizyjnych.

³ Cotygodniowe pomiary widowni telewizyjnej przeprowadzane są metodą autorejestracji dzienniczkowej na reprezentatywnej próbie mieszkańców Polski powyżej 10 roku życia. Błąd statystyczny wynosi $\pm 2,6\%$.
1% = 342 150 osób.

O ile dane pochodzące z badań cotygodniowych odnoszą się do pojedynczych programów, to dane uzyskane w sondażu dotyczą opinii w stosunku do całego Konkursu i jego telewizyjnych relacji.

Oglądanie popołudniowych transmisji z Konkursu Chopinowskiego deklarowała blisko jedna trzecia badanych, z tym że szczególnie zainteresowanych tymi sprawozdaniami było zaledwie 3% ankietowanych. Podobnie transmisje wieczorne, chociaż przypadkowo oglądała je jedna trzecia Polaków, ale tylko 5% to osoby szczególnie nimi zainteresowane.

dane w %

Czy oglądał(a) Pan(i) telewizyjne relacje z Konkursu Chopinowskiego?	staralem(am) się oglądać jak najczęściej	oglądałem(am) przypadkowo, od czasu do czasu	w ogóle nie oglądałem(am)
relacje nadawane w godzinach popołudniowych	3	28	69
relacje nadawane w godzinach wieczornych	5	29	66

Jak wskazują dalsze analizy stałymi widzami tzn. starającymi się oglądać chociaż jedną relację dziennie - popołudniu lub wieczorem - było 7% respondentów, z tym że tylko 1,4% ankietowanych usiłowało oglądać dwie relacje dziennie.

Połowa Polaków (53,2%) nie oglądała ani wieczornych, ani popołudniowych transmisji z Konkursu Chopinowskiego.

Widzami telewizyjnych relacji z Konkursu Chopinowskiego, tak popołudniowych, jak i wieczornych, częściej niż inni byli: badani powyżej 60-go roku życia, osoby z wykształceniem wyższym niż średnie, pracownicy umysłowi z wyższym wykształceniem, emeryci i renciści, a także respondenci specjalnie szukający muzyki poważnej w programach telewizyjnych oraz uważnie śledzący przebieg Konkursu Chopinowskiego

Zdecydowanie najrzadziej systematycznymi widzami konkursowych sprawozdań byli badani najmłodszy oraz mieszkańcy wsi.

OPINIE O TELEWIZYJNYCH RELACJACH Z KONKURSU CHOPINOWSKIEGO

Czas, który Telewizja Polska przeznaczyła na relacje z Konkursu Chopinowskiego połowie badanych (53%) wydaje się wystarczający. Tylko nieliczni twierdzili, że sprawozdań było za mało, bądź za dużo. Poniżej szczegółowe dane.

Telewizyjnych relacji z Konkursu Chopinowskiego było:

- tyle, ile trzeba	53%
- za dużo	4%
- za mało	6%
- brak opinii	37%

Niedosyt transmisji z Konkursu na antenie TVP najczęściej odczuwali respondenci bardzo zainteresowani Konkursem oraz jego telewizyjnymi transmisjami, aczkolwiek również wśród nich większość stanowili zadowoleni z ilości relacji.

Proporcje muzyki i komentarzy w telewizyjnych sprawozdaniach z przebiegu Konkursu zostały przez badanych uznane za właściwe. Nieliczni stwierdzili, iż komentarzy było za dużo, a nieco więcej osób było zdania, że mogłoby być ich więcej. Oto dane na ten temat.

W telewizyjnych relacjach z Konkursu komentarzy było:

- tyle ile trzeba	34%
- za dużo	2%
- za mało	7%
- brak opinii	57%

Osoby szczególnie zainteresowane Konkursem Chopinowskim oraz telewizyjnymi transmisjami z jego przebiegu częściej narzekali na zbyt małą ilość komentarzy w programach relacjonujących przebieg Konkursu.

W ocenie respondentów komentarze w telewizyjnych transmisjach z Konkursu raczej nie przeszkadzają słuchać muzyki. Przeciwnie, albo pomagają w odbiorze muzyki, albo nie wywierają żadnego wpływu na jej słuchanie. Poniżej szczegółowe dane.

Komentarze w telewizyjnych transmisjach z Konkursu:

- zdecydowanie pomagają słuchać muzyki	4%	= 22%
- raczej pomagają słuchać muzyki	18%	
- nie mają żadnego wpływu na słuchanie muzyki	18%	= 14%
- raczej przeszkadzają słuchać muzyki	12%	
- zdecydowanie przeszkadzają słuchać muzyki	2%	
- brak opinii	46%	

SPONSORZY KONKURSU CHOPINOWSKIEGO

Tegoroczny Konkurs Pianistyczny im. F. Chopina sponsorowało osiemnaście firm. Spośród osób, które chociaż w niewielkim stopniu interesowały się tą imprezą, 12% ankietowanych stwierdziło, iż znają sponsorów Konkursu. Najwięcej wskazań otrzymało Towarzystwo Ubezpieczeń na Życie - Nationale Nederlanden. W dalszej kolejności wymieniano PZU S.A. i Sony Poland. Poniżej szczegółowe dane: **n** - osoby, które odpowiedziały, że znają sponsorów Konkursu Chopinowskiego; **N** - ogół badanych.

<i>Kto był sponsorem tegorocznego Konkursu Chopinowskiego?</i>		
	n = 120	N = 1201
1. Towarzystwo Ubezpieczeń na Życie		
Nationale Nederlanden	48%	5%
2. PZU S.A.	29%	3%
3. Sony Poland	18%	2%
4. PKO BP	11%	1%
5. Andersen Consulting	7%	1%
6. Boesendorfer	7%	1%
7. British Airways	6%	0,5%
8. Hotel Mercure Fryderyk Chopin	6%	0,5%
9. ING Bank Warsaw	6%	0,5%
10. E. Wedel S.A.	5%	0,5%
11. Boehringer Ingelheim	4%	0
12. Panasonic Polska	4%	0
13. Toyota Motor Poland Co Ltd.	4%	0
14. Yamaha	4%	0
15. DUX	2%	0
16. Kawai	0	0
17. Miraculum	0	0
18. PK Distribution	0	0

Również telewizyjne transmisje z przebiegu Konkursu miały swoich sponsorów. Trzy czwarte respondentów (78%), spośród osób chociaż w niewielkim stopniu interesujących się Konkursem, nie znało sponsorów telewizyjnych relacji. Wśród firm sponsorujących transmisje najczęściej wymieniano Nationale Nederlanden - Ubezpieczenia na Życie - 10% wskazań, Nałęczowiankę - wskazało ją 8% ankietowanych oraz PBK (Powszechny Bank Kredytowy) - 7% wskazań.

opr. Dorota Grzelak