

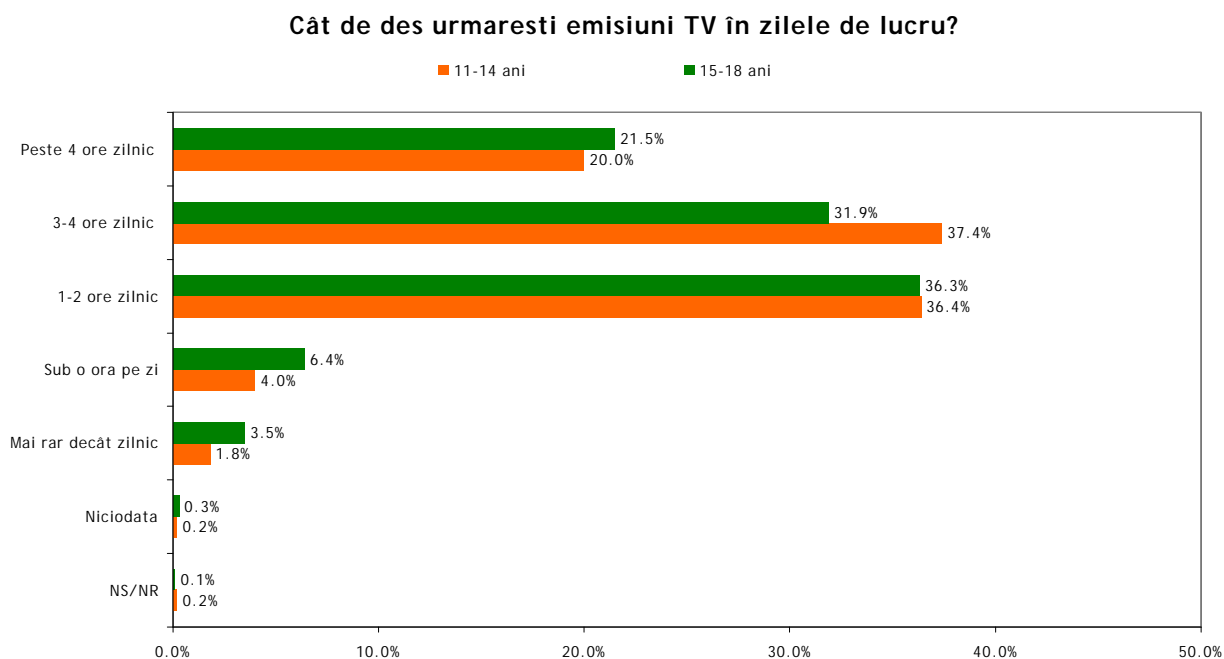
Capitolul 2.

Audienta tv. sau expunerea elevilor la emisiunile de televiziune

Urmărirea emisiunilor tv. în zilele de lucru

Aproape 56% dintre elevii în vârstă de 11-18 ani (incluzând cele două grupuri, 11-14 ani și 15-18 ani) urmăresc emisiunile tv. în zilele de lucru peste 3 ore zilnic. Circa 41% dintre elevii studiați urmăresc emisiunile tv. zilnic, dar pe o durată de sub 2 ore. Numai 3% dintre elevi urmăresc emisiunile tv. mai rar decât zilnic sau niciodată.

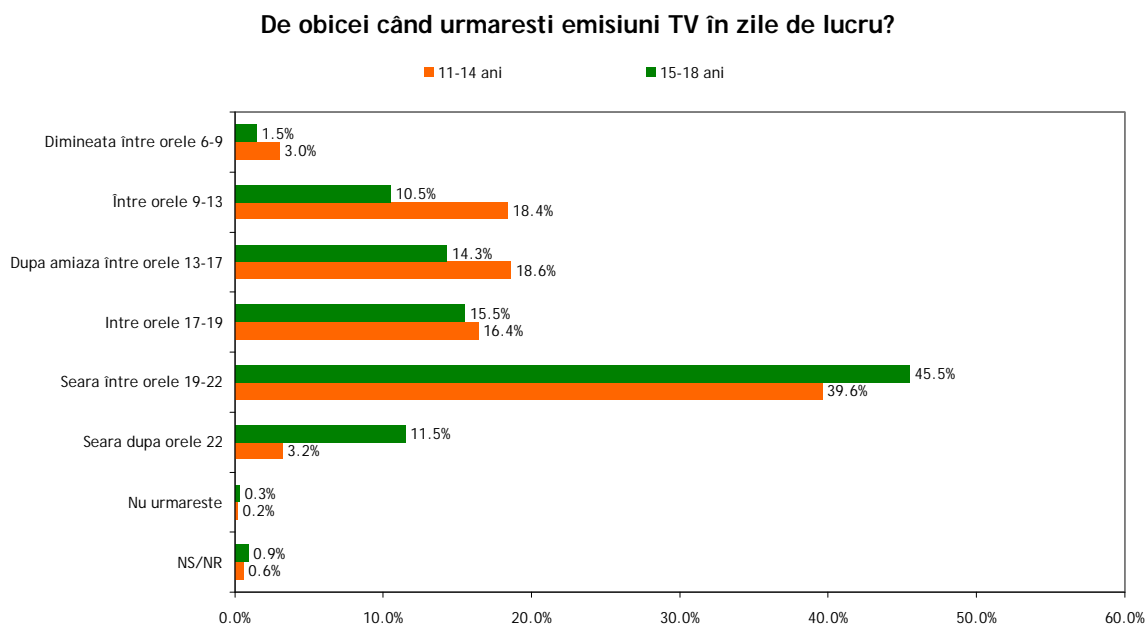
Din punct de vedere al *frecvenței vizionării emisiunilor tv. în zilele de lucru* nu apar diferențe semnificative (cu excepția procentului mai mare al celor care se expun la tv. din grupul de 11-14 ani) între cele două grupuri de elevi, respectiv 11-14 ani și 15-18 ani. (Vezi grafic: Cât de des urmărești emisiuni tv. în zilele de lucru?)



În ceea ce privește *intervalul de timp* când sunt urmărite, de obicei, emisiunile TV în zilele de lucru se observă că 50% dintre elevi vizionează emisiuni tv. seara, după orele 19 (7% dintre elevi se expun la tv. după orele 22), 32% urmăresc emisiunile tv. după amiază, între orele 13-19, iar 17% urmăresc emisiunile tv. dimineața între orele 6-13 (2% dintre elevi se expun la tv. între orele 6-9).

Între cele două categorii de elevi apare o diferență semnificativă în ceea ce privește perioada în care urmăresc, de obicei, în zilele de lucru, emisiunile tv.. Elevii mai tineri (11-14 ani) urmăresc emisiuni tv. în proporție mai mare (21% comparativ cu 12%) dimineața,

pe când elevii din grupa de vârstă 15-18 ani urmaresc emisiuni tv. mai mult seara (57% comparativ cu 43%, procentul corespunzator celor din prima grupa de vârstă). Vezi grafic: De obicei, când urmaresti emisiuni tv. în zilele de lucru?

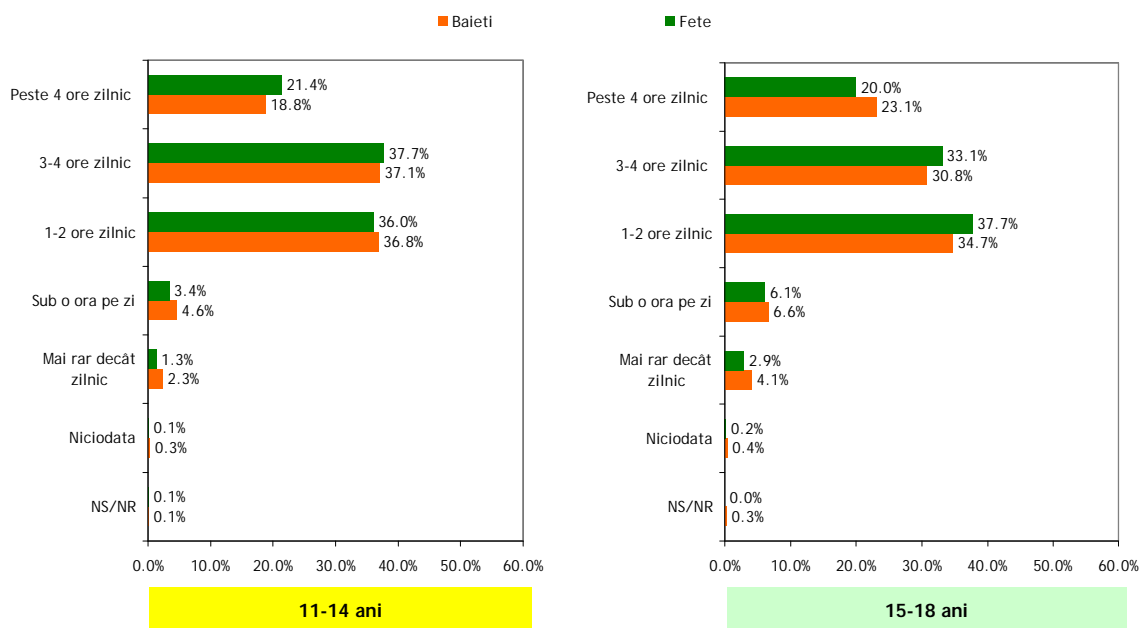


Expunerea la tv. în interiorul fiecarui grup de elevi este usor diferita.

În cadrul grupului de elevi de 11-14 ani, frecventa urmaririi emisiunilor tv. în zilele de lucru nu este semnificativ diferita în functie de structura pe sexe, cu mentiunea ca fetele manifesta o tendinta usoara de a viziona mai mult emisiunile tv. Vezi grafic Frecventa urmaririi tv. în functie de gen.

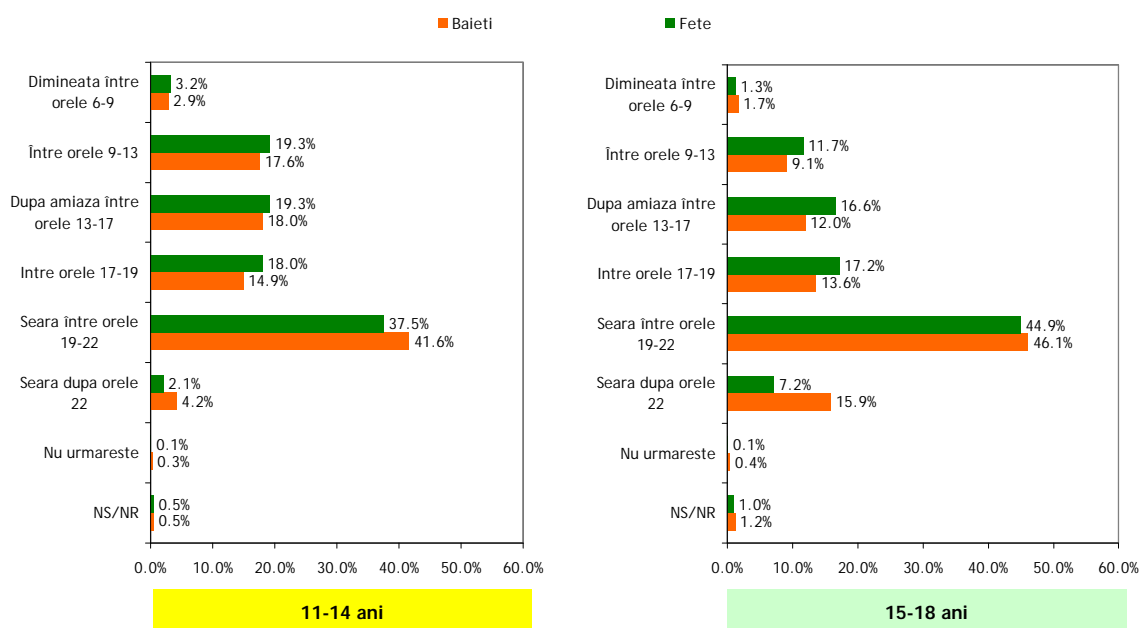
În grupa de elevi de 15-18 ani, se observa o tendinta de expunere similara la emisiunile tv., în zilele de lucru, a baietilor si fetelor, cu o usoara evidentiere a baietilor în cazurile extreme, respectiv de vizionare tv. peste 4 ore zilnic si de vizionare mai rar decât zilnic.

Frecventa urmaririi de emisiuni tv. în zile de lucru, functie de gen



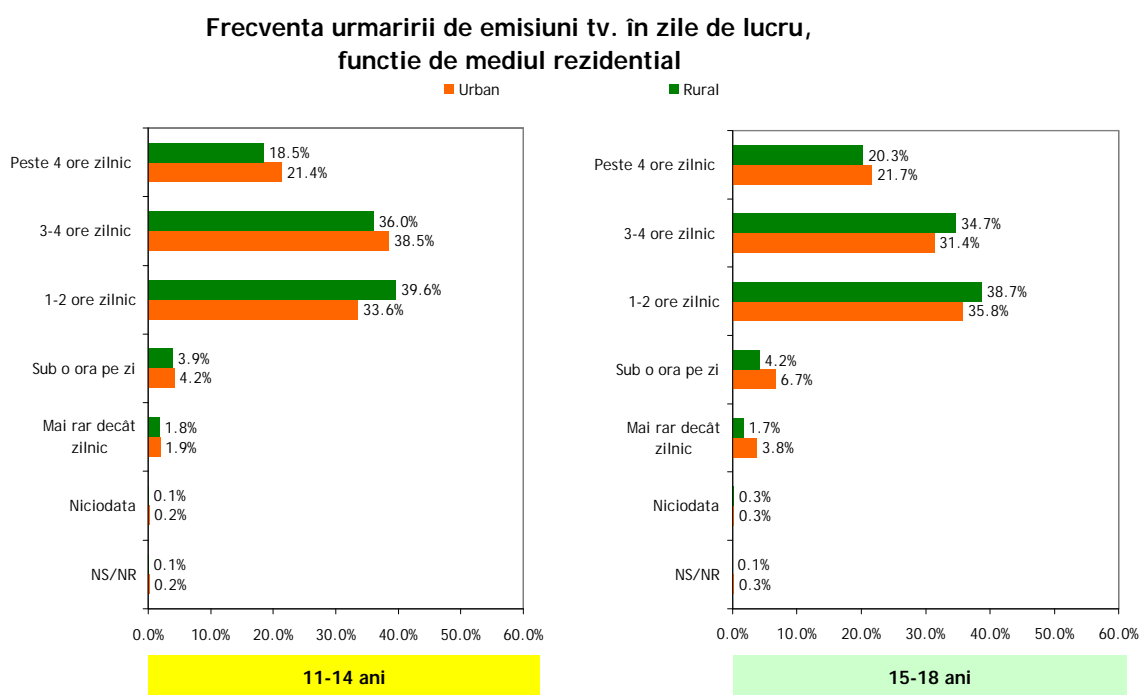
În ceea ce privește perioada de expunere la emisiuni tv. în zilele de lucru se observa ca baietii urmaresc respectivele emisiuni în proportie mai mare decât fetele, seara dupa orele 19 (46% comparativ cu 40% procentul corespunzator pentru fete în cadrul grupului de 11-14 ani si 62% comparativ cu 52% la grupul de 15-18 ani) si mai ales dupa orele 22 (4% comparativ cu 2% în cadrul grupului de 11-14 ani si 16% comparativ cu 7% procentul pentru fete în cadrul grupului de 15-18 ani). Vezi grafic: Perioada de vizionare tv. în zilele de lucru, în functie de gen.

Perioada de vizionare tv. în zile de lucru, în functie de gen



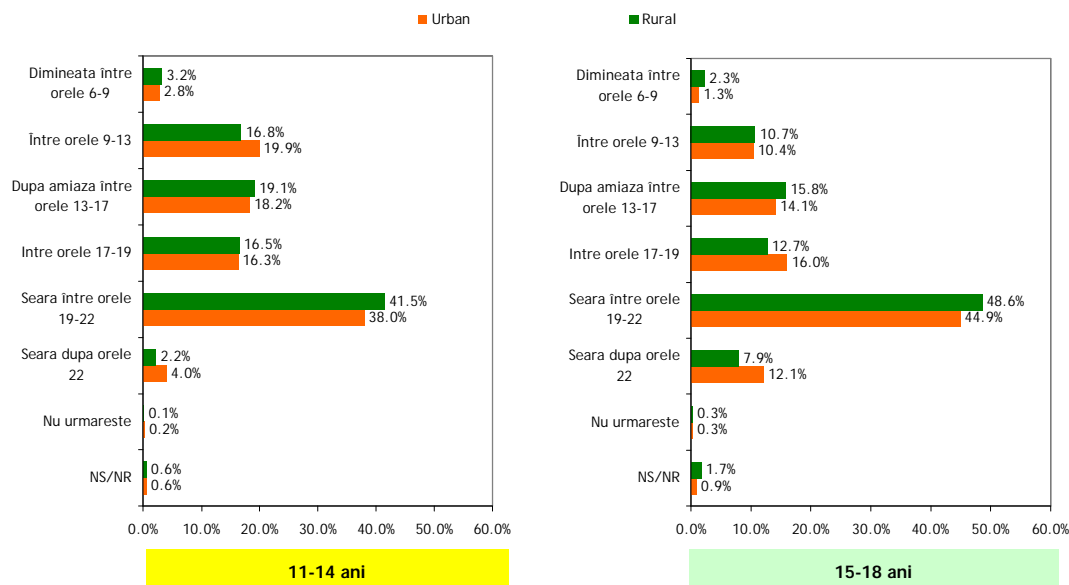
În ceea ce privește frecvența vizionării de emisiuni TV în funcție de mediul rezidențial se observă că, în cadrul grupului de vârstă 11-14 ani, elevii din urban alocă mai mult timp emisiunilor tv. în zilele de lucru decât cei din rural (de exemplu 60% dintre elevii din urban alocă tv. peste trei ore zilnic, comparativ cu 54% proporția corespunzătoare pentru cei din rural).

În grupul de vârstă 15-18 ani, elevii din rural sunt cei care alocă ceva mai mult timp decât cei din urban vizionării de emisiuni tv. (55% comparativ cu 52% alocă peste 3 ore zilnic expunerii la tv.) așa cum rezultă și din graficul privind frecvența urmării de emisiuni tv. în zilele de lucru în funcție de mediul rezidențial.



În ceea ce privește perioada de expunere se observă însă că atât elevii de 11-14 ani, cât și cei de 15-18 ani din urban, manifestă tendința de a se expune mai mult la tv. după orele 22 (4% comparativ cu 2% și 12% comparativ cu 8% corespunzător pentru elevii din rural). La rândul lor, elevii din rural alocă mai mult timp decât cei din urban vizionării tv. în intervalul 19-22. Vezi graficul referitor la intervalele de vizionare tv.

Perioada de vizionare tv. în zile de lucru, în funcție de mediul rezidențial

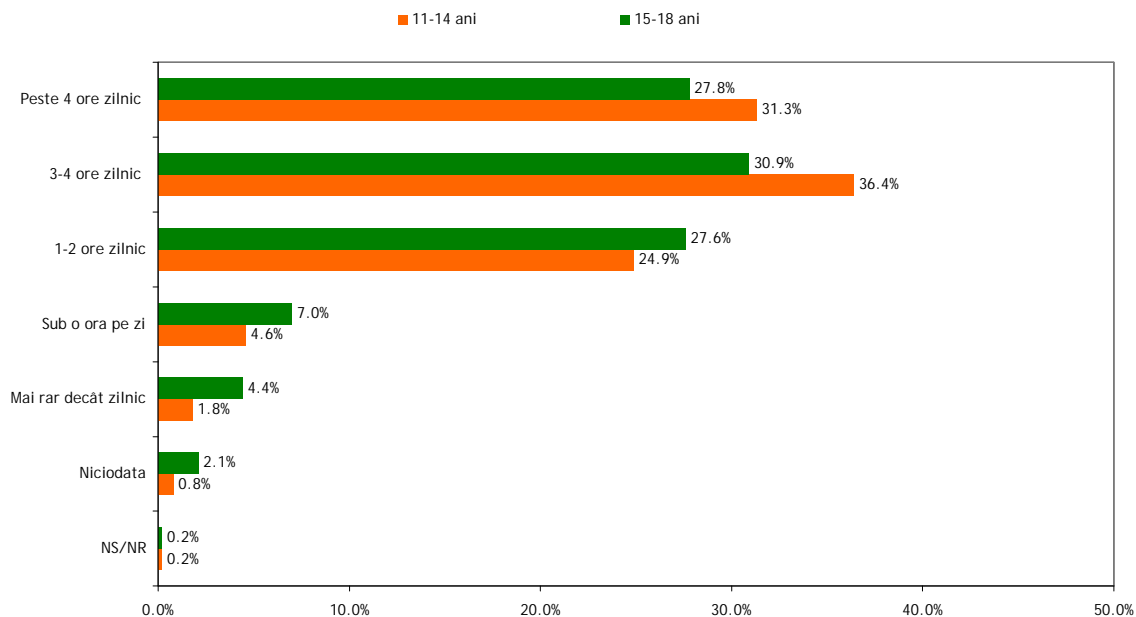


Urmărirea emisiunilor tv. în zilele de week-end

Peste 63% dintre elevii în vârstă de 11-18 ani urmăresc emisiunile tv., în zilele de week-end, peste 3 ore zilnic. Circa 32% dintre elevii intervievați urmăresc emisiunile tv. zilnic dar pe o durată de sub 2 ore. Numai 5% dintre elevi urmăresc emisiunile tv. mai rar decât zilnic sau niciodată.

Din punct de vedere al frecvenței urmăririi emisiunilor tv., în zilele de week-end spre deosebire de audiența în zilele de lucru, apar diferențe semnificative între cele două grupuri de elevi, respectiv 11-14 ani și 15-18 ani. Astfel, elevii din primul grup (11-14 ani) urmăresc emisiuni tv. într-o proporție mai mare (68%) peste 3 ore zilnic, comparativ cu elevii din al doilea grup, care urmăresc peste 3 ore zilnic emisiuni tv. în proporție de 59%. În mod corespunzător, ponderea celor care urmăresc mai rar decât zilnic sau niciodată emisiuni tv. în zilele de week-end este mai mică, de 3% în cazul primului grup, comparativ cu 7%, proporția corespunzătoare pentru grupul de 15-18 ani. (Vezi grafic: Cât de des urmăriți emisiunile tv. în zilele de week-end?).

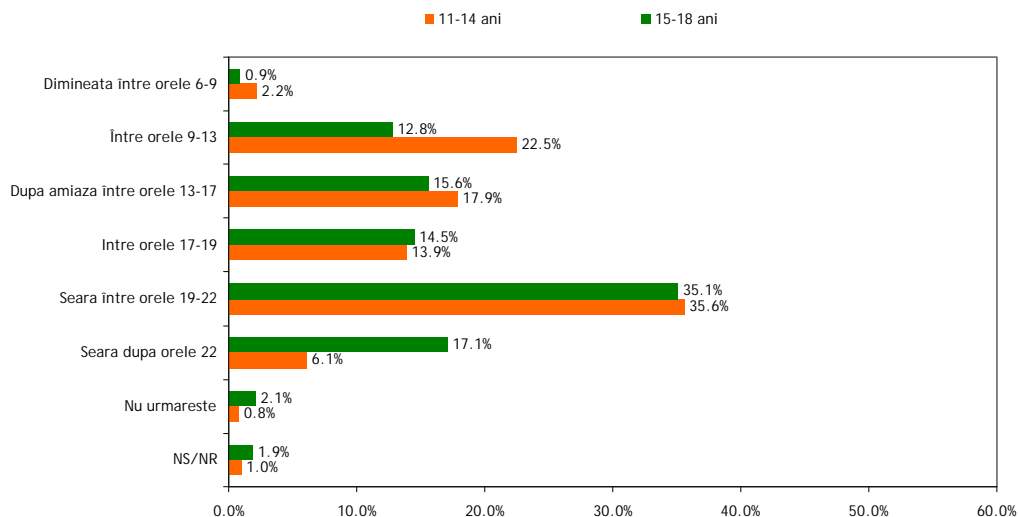
Cât de des urmaresti emisiuni TV în week-end?



În ceea ce privește intervalul de timp când sunt urmărite, de obicei, emisiunile tv. în zilele de week-end, se observă că, în medie, 47% dintre elevi vizionează emisiuni tv. seara, după orele 19 (12% dintre elevi se expun la tv. după orele 22), 31% urmăresc emisiunile tv. după amiază, între orele 13-19 iar 19% urmăresc emisiunile tv. dimineața, între orele 6-13 (mai puțin de 2% dintre elevi se expun la tv. în week-end dimineața, între orele 6-9).

Între cele două categorii de elevi apare o diferență semnificativă, similară cu expunerea la tv. în zilele de lucru, în ceea ce privește perioada în care urmăresc, de obicei, în zilele de week-end, emisiunile tv.. Elevii mai tineri (11-14 ani) urmăresc emisiuni tv. în proporție mai mare, dimineața (25% comparativ cu 14%, ponderea corespunzătoare pentru elevii de 15-18 ani), pe când elevii din grupa de vârstă 15-18 ani, se expun la tv. mai mult seara, (în proporție de 54% comparativ cu 42%, ponderea corespunzătoare celor din prima grupă), mai ales după orele 22 (17% comparativ cu 6%), așa cum rezultă și din graficul „De obicei, când urmărești emisiuni tv. în zilele de week-end?”.

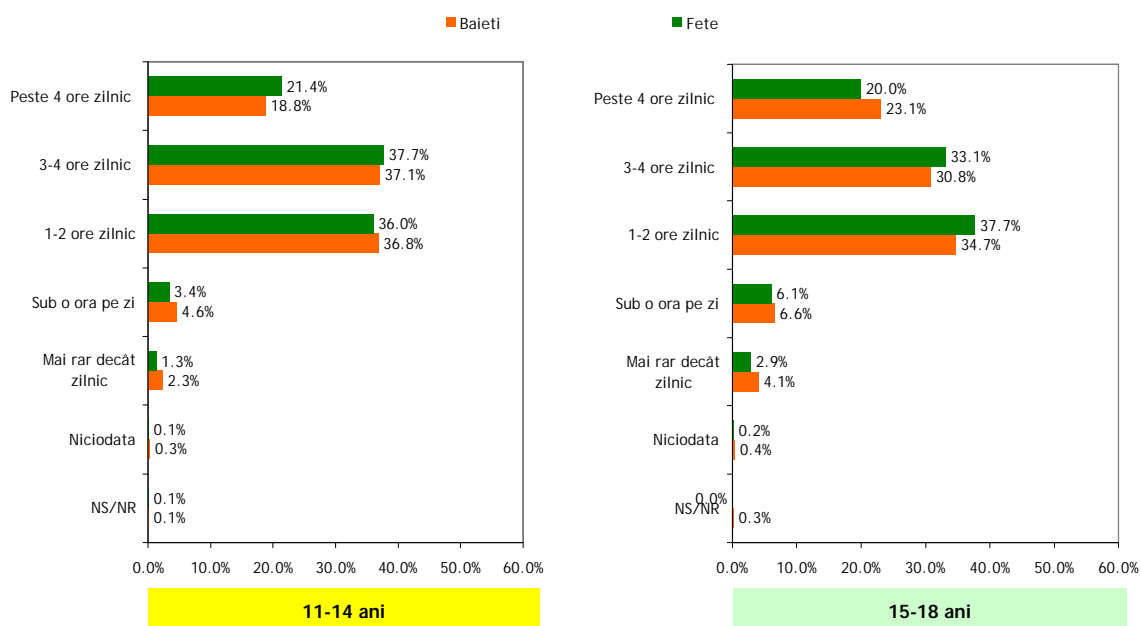
De obicei când urmaresti emisiuni TV în week-wnd?



Expunerea la tv. în zilele de week-end, functie de gen, în cadrul fiecarui grup de elevi este si ea diferita.

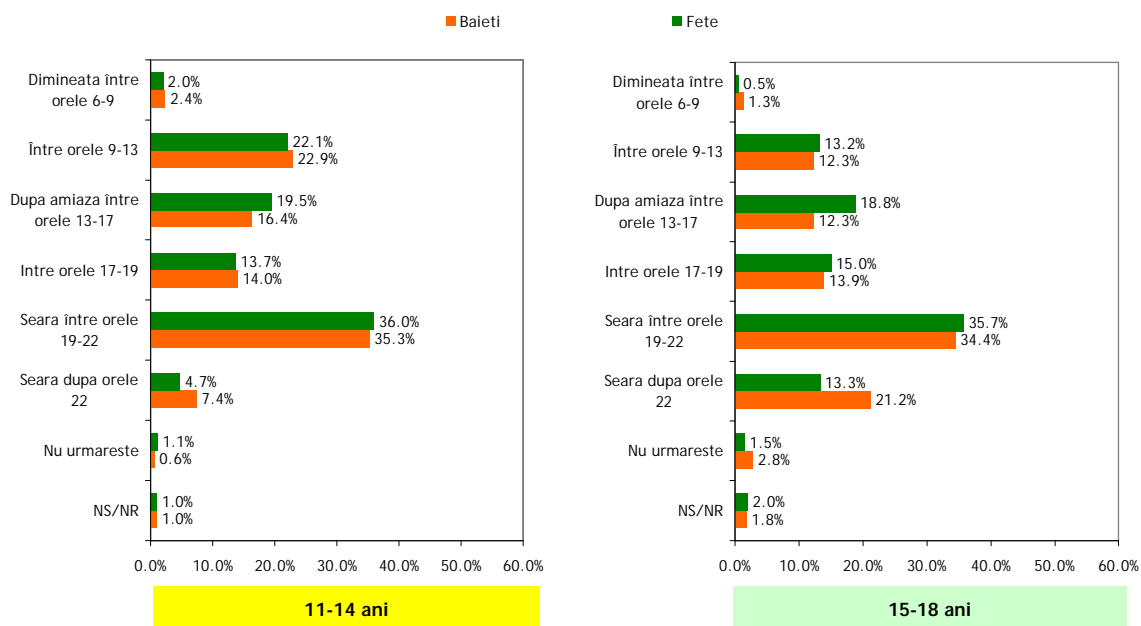
În cadrul grupului de elevi de 11-14 ani, durata expunerii la tv. în zilele de week-end este mai mare în rândul fetelor comparativ cu baietii (peste 59% dintre fete urmaresc emisiuni tv., în zilele de week-end, mai mult de 3 ore zilnic, comparativ cu 56%, procentul corespunzator pentru baieti). În cadrul grupului de elevi de 15-18 ani se observa, ca si în zilele de lucru, o expunere similara la emisiunile tv. a baietilor si fetelor, cu o usoara evidentiere a baietilor în cazul expunerii maxime la tv., de peste 4 ore zilnic (23% comparativ cu 20% proportia pentru fete).

Frecventa urmaririi de emisiuni tv. în zile de week-end, functie de gen



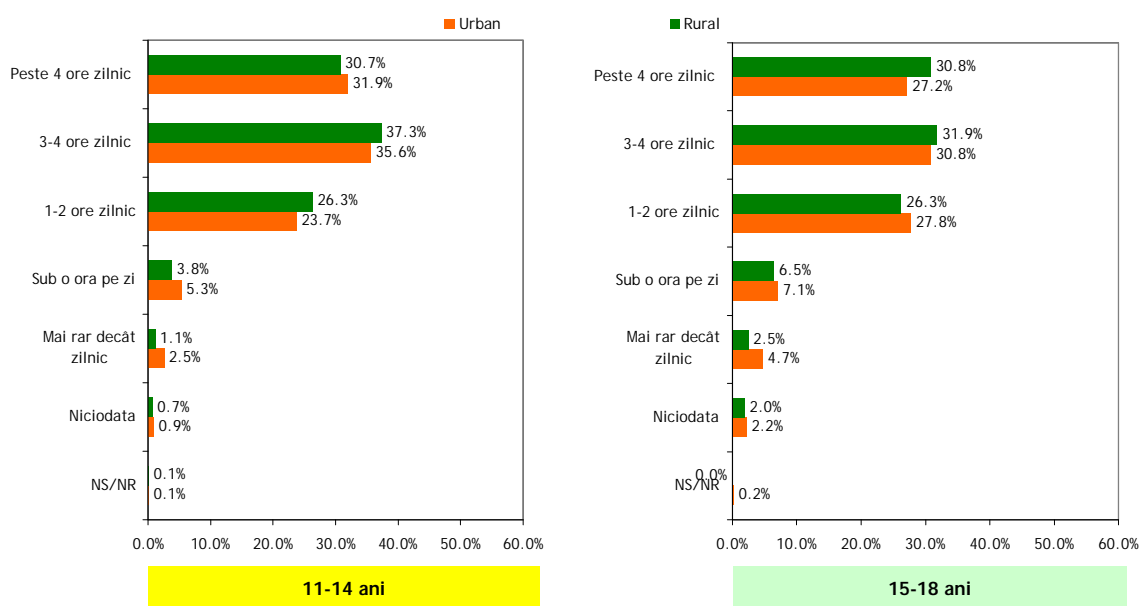
În ceea ce privește perioada de urmărire a emisiunilor tv. în zilele de week-end se observa ca fetele urmaresc mai mult decât baietii emisiunile tv. pe parcursul zilei, în schimb seara și mai les după orele 22, baietii urmaresc emisiunile tv. în număr mai mare decât fetele, așa cum rezulta și din graficul referitor la intervalele de vizionare, pe cele două categorii de elevi, în funcție de gen.

Perioada de vizionare tv. în zile de week-end, în funcție de gen



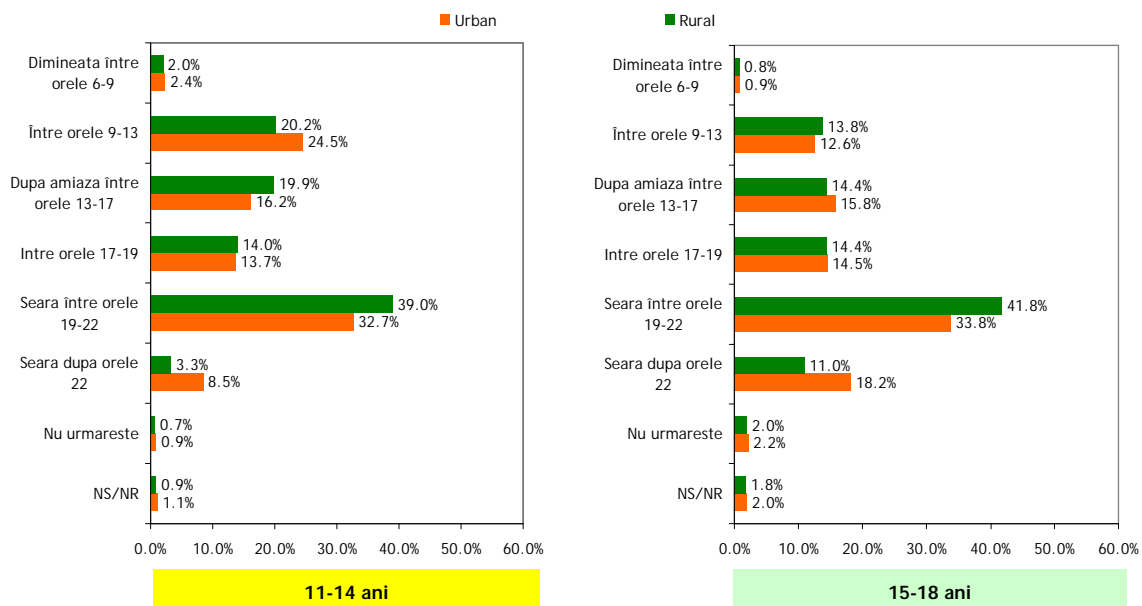
În raport cu mediul rezidențial, din frecvența vizionării de emisiuni tv. în zilele de week-end rezulta o tendință de expunere similară la tv., atât în urban cât și în rural, a celor din grupa de vârstă de 11-14 ani și o diferență care marchează o expunere mai mare la tv. a celor din rural comparativ cu cei din urban, în cadrul grupei de 15-18 ani (63% comparativ cu 58% reprezintă procentele celor din rural și urban care alocă peste trei ore zilnic urmăririi tv. în zilele de week-end). Vezi grafic.

Frecventa urmaririi de emisiuni tv. în zile de week-end, în functie de mediul rezidential



În ceea ce privește perioada de expunere la tv. pe medii se observa o usoara diferentiere în ceea ce privește comportamentul de vizionare seara când, cei din rural prefera cu precadere intervalul 19-22, pe când cei din urban se expun mai mult la emisiuni tv. în zilele de week-end, dupa orele 22 (9% comparativ cu 3%, respectiv 18% cu 11%, procente corespunzatoare pe cele doua grupe de vârstă). Vezi grafic.

Perioada de vizionare tv. în zile de week-end, în functie de mediul rezidential



Canalele tv. si emisiunile tv., preferate de elevi

Pe primul loc în preferintele elevilor apare PRO TV, cu ponderi între 22 si 26% pe cele doua grupuri de vârstă, post care se pare vine cel mai mult în întâmpinarea dorintelor elevilor, în special a celor legate de divertisment.

Pe locul doi apare Antena 1, cu procente de 11-12% pe cele doua grupuri, un post care vine în întâmpinarea motivatiei elevilor referitoare, în primul rând, la informare.

Pe locul trei apare, în mod surprinzator la prima vedere, postul tv. Acasa, cu procente între 9-11% pe cele doua grupuri, un post care-si atrage audienta mai ales datorita promovarii telenovelelor.

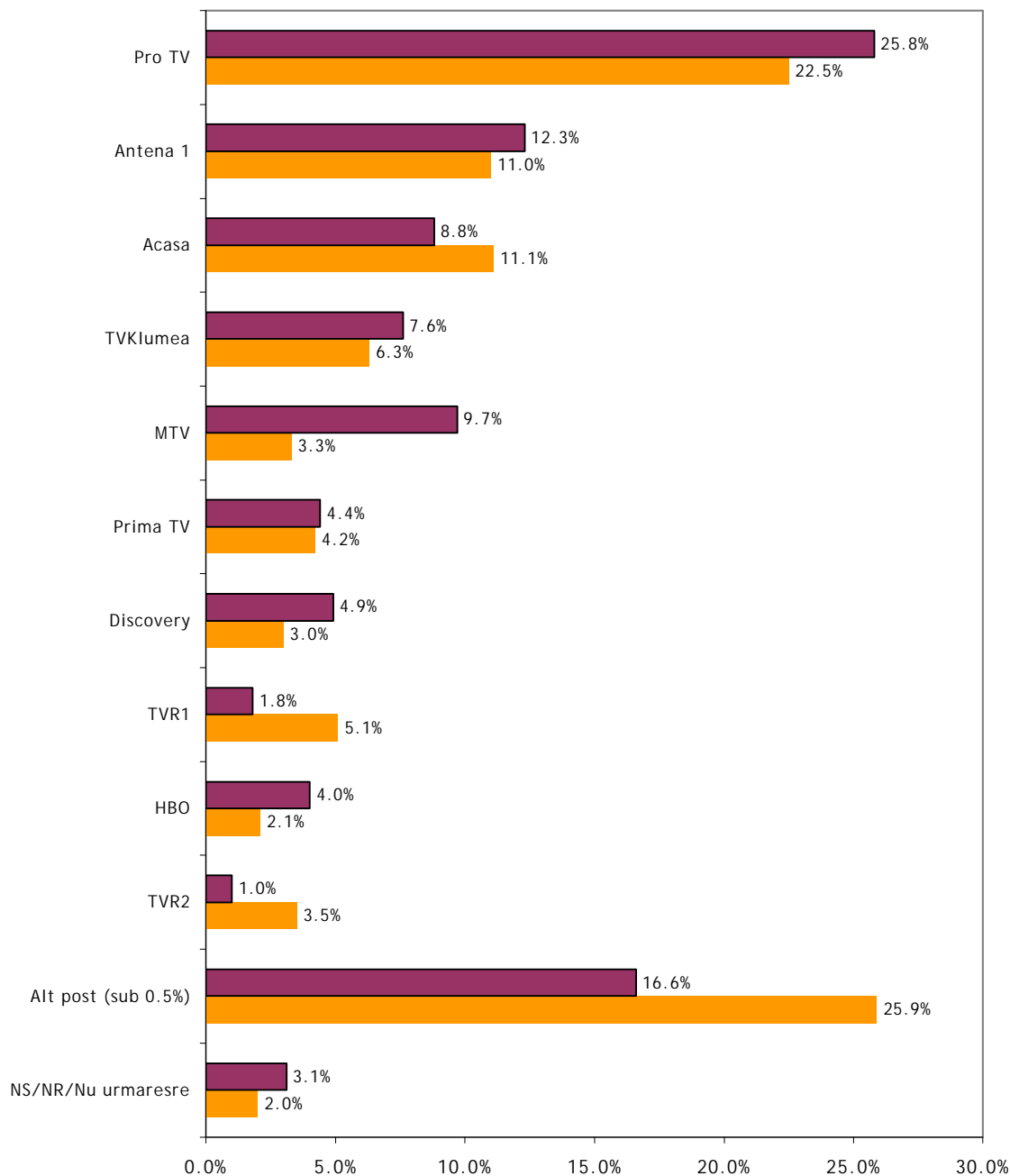
Majoritatea celorlalte posturi sunt vizionate de elevi datorita specificitatii lor de nisa. Topul primelor 10 canale preferate de cele doua grupuri de elevi este destul de asemanator. Vezi graficul urmator.

Canalul TV preferat - topul primelor 10

(intrebare deschisa, raspuns multiplu cu doua optiuni)

ordonare dupa total preferinte pe cele doua grupuri

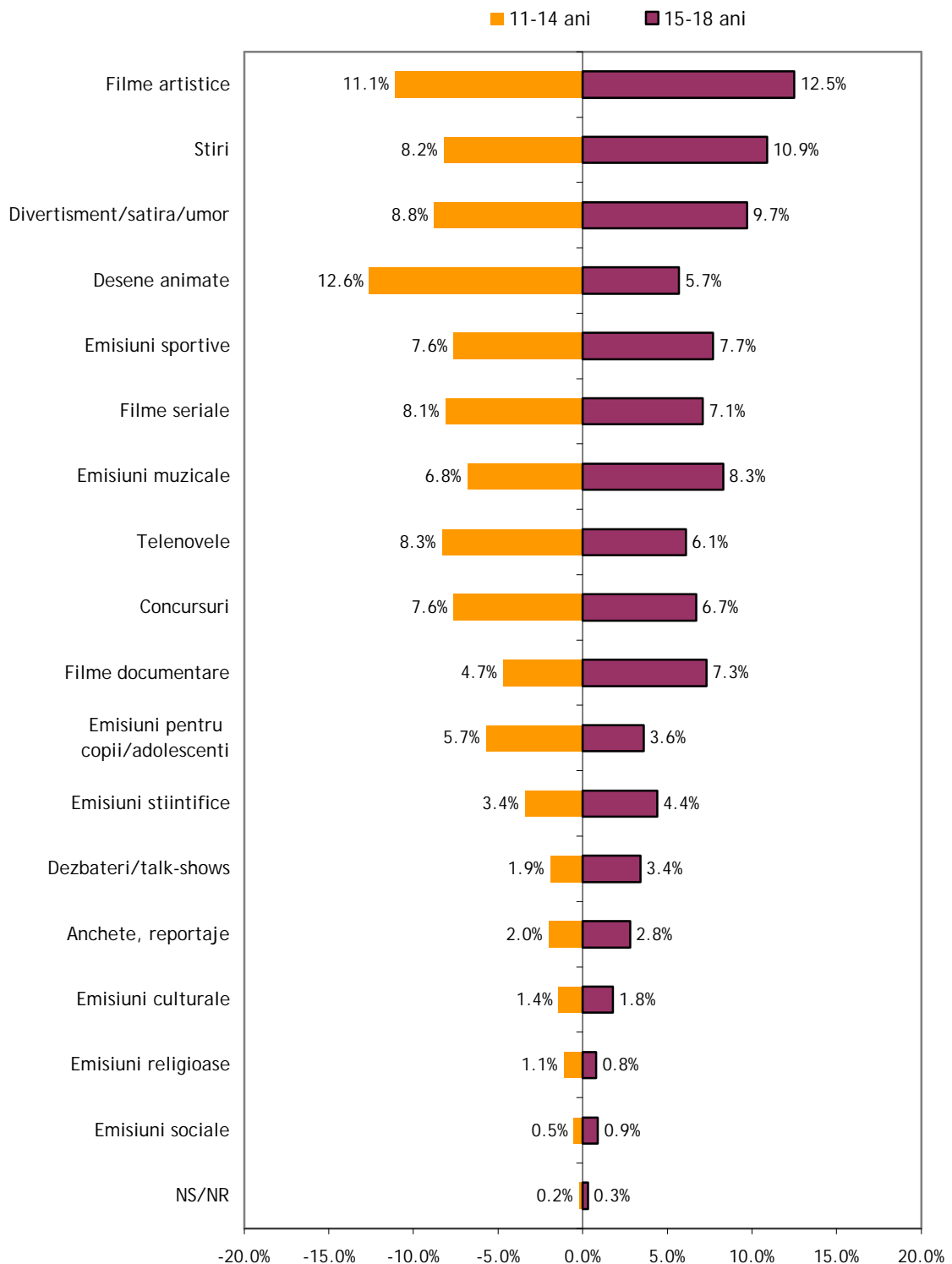
11-14 ani 15-18 ani



Emisiunile (programele) tv. urmarite, de obicei, de catre ambele categorii de elevi sunt destul de diverse, fara ca un anumit program sa se detaseze net în preferintele elevilor, în ordine situându-se filmele artistice, stirile, divertismentul, desenele animate, emisiunile sportive, filmele seriale, emisiunile muzicale, telenovelele, concursurile, filmele documentare si emisiunile pentru copii.

Diferențele pe cele două grupuri de vârstă sunt mici, cu excepția desenelor animate și a emisiunilor pentru copii care sunt preferate mai mult de elevii cu vârste între 11-14 ani și a filmelor documentare care sunt preferate mai mult de cei cu vârste între 15-18 ani; așa cum rezulta din graficul emisiunilor urmărite de obicei.

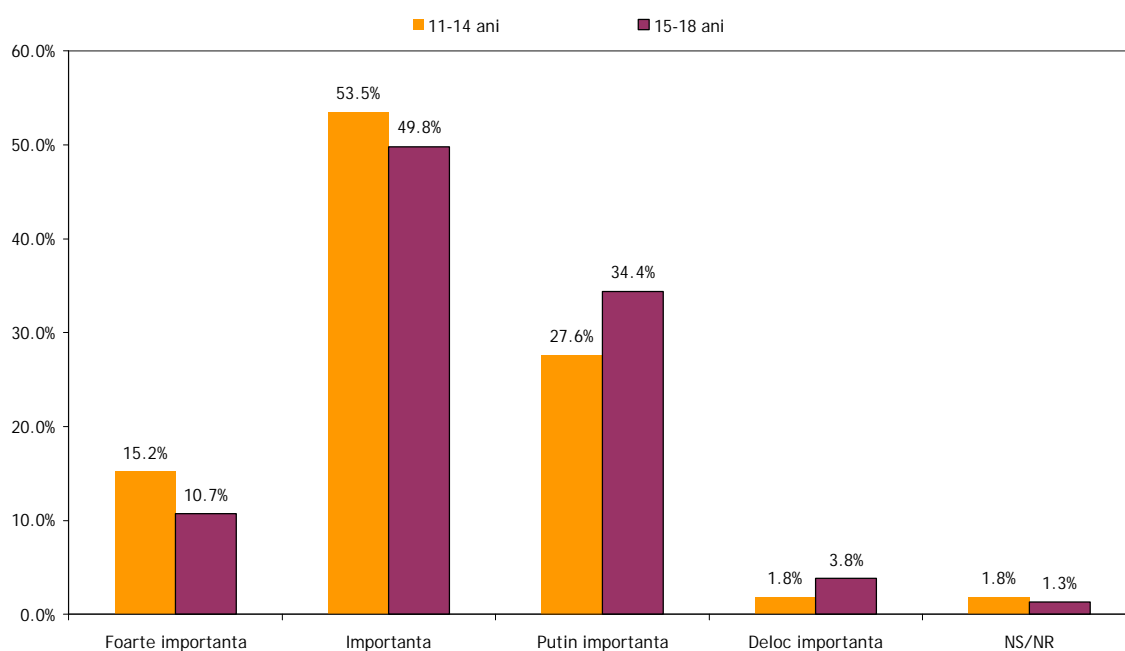
Ce emisiuni (programe TV) urmăriți de obicei?



Motivatia vizionarii emisiunilor TV de catre elevi

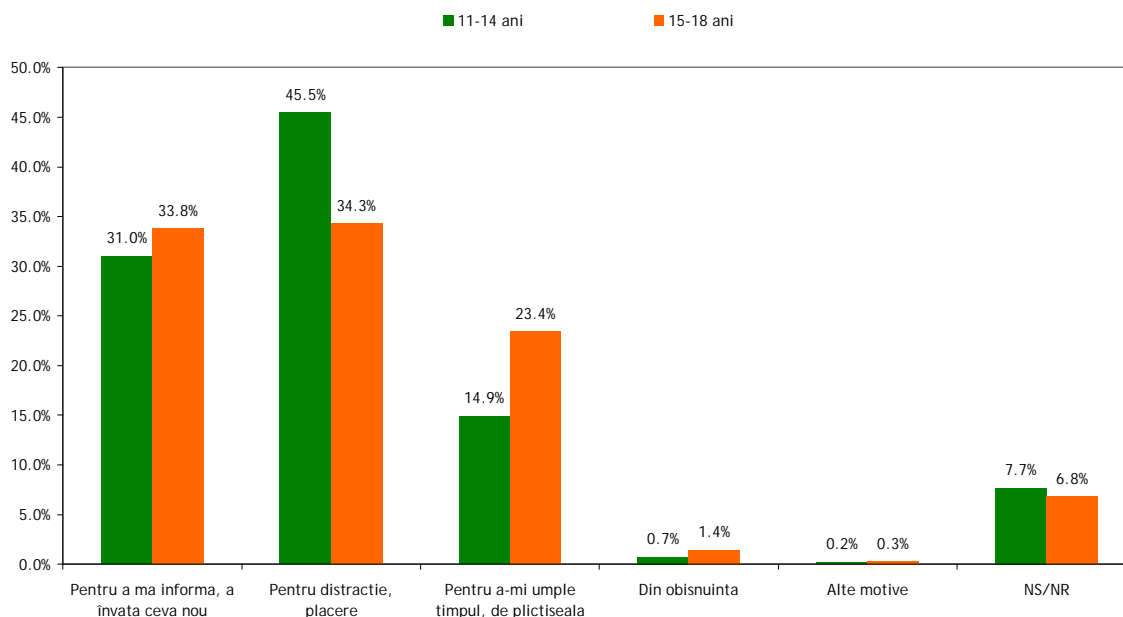
Aproape doua treimi (65%) dintre elevi apreciaza ca televiziunea este importanta si foarte importanta, pentru viata lor. Doar 3% dintre elevi considera ca televiziunea nu este deloc importanta. Restul de circa 31% dintre elevi considera ca televiziunea are o importanta redusa sau este putin importanta pentru viata lor. Tendinta este ca grupul de elevi de 11-14 ani sa considere ca televiziunea este importanta si foarte importanta într-o proportie mai mare (69%) decât grupul de elevi de 15-18 ani (60%). Importanta acordata televiziunii nu diferentiaza semnificativ în functie de structura pe sexe a elevilor, dar este considerata mai importanta de catre elevii din rural comparativ cu cei din urban (73% comparativ cu 65% considera televiziunea importanta / foarte importanta dintre elevii de 11-14 ani si 71% comparativ cu 59% considera televiziunea importanta si foarte importanta dintre elevii de 15-18 ani) . Vezi graficul referitor la importanta televiziunii.

Cât de importanta este televiziunea în viata ta?



Motivele pentru care se uita elevii la televizor sunt legate în principal de dorintele de distractie si amuzament (placere) în 46% dintre cazuri si de necesitatea de a se informa, de a dobândi noi cunostinte, în 31% dintre cazuri. Vezi grafic.

De ce te uiti, de obicei, la Tv ?



Chiar daca aceste doua motive sunt dominante în rândul elevilor, nu trebuie neglijat nici faptul ca în 15% dintre cazuri consumul de televiziune este explicat prin motive de genul "pentru a-mi umple timpul", "din plictiseala" ceea ce reflecta un consum pasiv de emisiuni tv. de catre o proportie semnificativa dintre elevi.

Motivatiile nu difera semnificativ în functie de structura pe vârste a elevilor si se diferentiaza usor pe mediile urban-rural, în sensul ca elevii din rural acorda o importanta mai mare decât cei din urban motivelor de distractie si placere, atunci când se uita la tv. (49% comparativ cu 43%), pe când cei din urban apreciaza într-o proportie mai mare motivele legate de plictiseala (17% comparativ cu 12%).

Importanta mare acordata de elevi televiziunii, provenita din dorinta de distractie si de informare nu reprezinta însa o conditie imperioasa a vietii lor. La întrebarea: Ce ai face daca nu ar exista TV, elevii de 11-14 ani s-ar orienta spre alte activitati cum sunt cele de recreere si joaca (plimbari sau jocuri în aer liber si sport 18%, joc pe calculator 11%), cele legate de citit si învățat (12%) si cele privind ascultarea radio si a muzicii (9%). Doar unu din zece elevi pare a fi derutat de aceasta situatie, opinând ca nu ar face "nimic deosebit". Cei de 15-18 ani s-ar orienta mai mult spre citit / învățat (14%), spre joc pe calculator, internet (13%), radio (7%), recreere si joaca în aer liber (10%) etc. Vezi grafic.

Impactul publicitatii

Publicitatea la televiziune este urmarita de peste 54% dintre elevii cu vârste între 11 si 18 ani. Consumul de publicitate este aproape identic pe cele doua grupuri de elevi: 11-14 ani si 15-18 ani.

Totusi, 45% dintre elevi nu urmaresc publicitatea la tv. ceea ce arata ca reclamele nu reprezinta un obiectiv prioritar al consumului de televiziune printre elevi, ce putin comparativ cu alte tipuri de emisiuni. De altfel, publicitatea nici nu apare în topul emisiunilor urmarite, de obicei, de catre elevi.

Totusi, faptul ca publicitatea este urmarita de peste jumătate dintre elevi ne îndreptătește sa credem ca ea are un effect asupra acestora. Cele mai memorate reclame se refera la: pepsi, ciocolata milka, coca-cola, danone, danonino, fanta, sprite, unirea-fotbal.

Pentru a evalua ierarhia efectelor publicitatii asupra elevilor s-a utilizat scala AIDA (Attention, Interest, Desire, Action), aceasta fiind cea mai simpla dintre scalele de acest gen. Ea a fost usor adaptata, în sensul ca efectelor determinate prin scala (îmi atrag atentia, îmi stârnesc interesul, ma orienteaza (ca dorinta) spre anumite produse si ma determina sa actionez) a fost adaugat si un efect pervers, negativ, acela ca enerveaza si, în consecinta, reclamele nu mai sunt urmarite.

Pe total elevi, ierarhia efectelor publicitatii este urmatoarea:

- Îmi atrag atentia, dar nu ma intrerezeaza 24%
- Îmi stârnesc interesul 16%
- Ma ajuta sa ma orientez spre anumite produse 14%
- Ma determina sa actionez (sa cumpar sau sa conving pe altii sa cumpere) 4%
- Ma enerveaza si nu le urmaresc 37%
- Nu stie, nu raspunde 5%

Pe totalul elevilor care urmaresc publicitatea, ierarhia efectelor acesteia este urmatoarea:

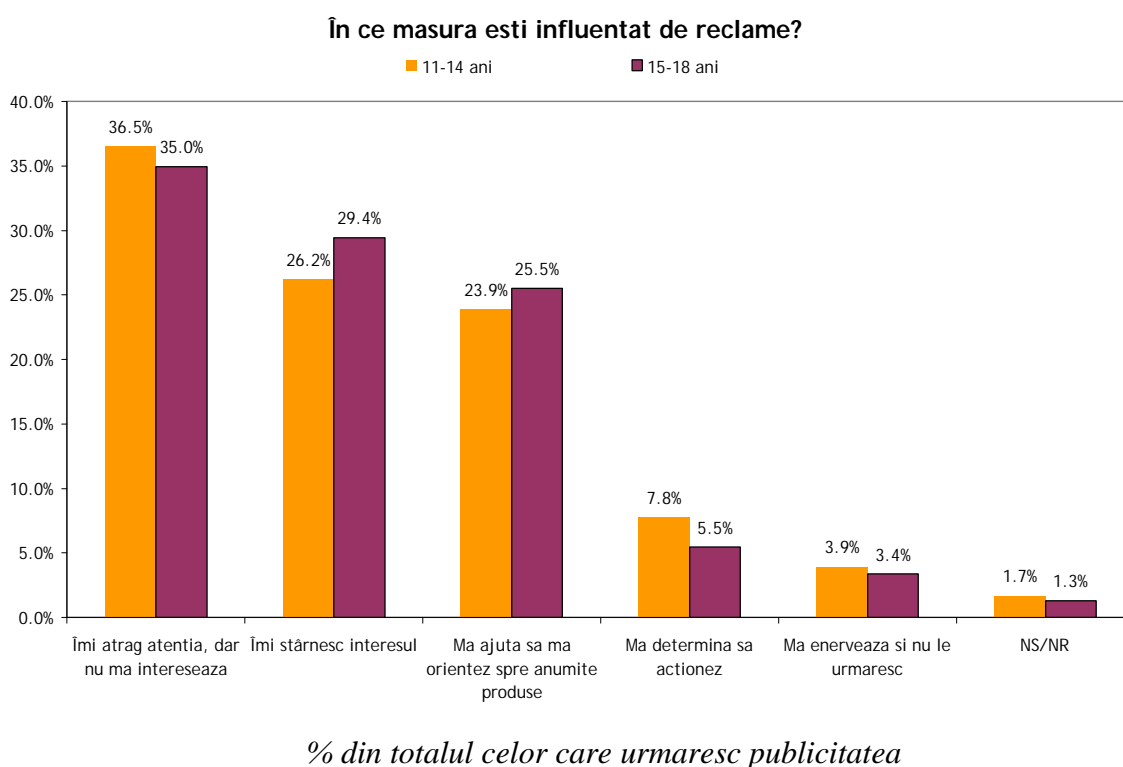
- Îmi atrag atentia, dar nu ma intrerezeaza 36%
- Îmi stârnesc interesul 28%
- Ma ajuta sa ma orientez spre anumite produse 25%

- Ma determina sa actionez (sa cumpar sau sa conving pe altii sa cumpere) 7%
- Ma enerveaza si nu le urmaresc 3%
- Nu stie, nu raspunde 1%

Desigur ca aceste procente reprezinta o medie a efectelor diverselor reclame. Totusi procentul mare al efectelor negative, 37% arata ca publicitatea nu-si atinge adeseori scopul, daca ne raportam la totalul elevilor.

Pe de alta parte însa, procentul de 4% din total esantion si de 7% din total *reach* (cei care urmaresc publicitatea) respectiv al celor asupra carora efectul este maxim, în sensul ca-i determina sa actioneze, în principal sa cumpere produsele respective, arata ca publicitatea își atinge practic scopul. 7% public tinta convins sa actioneze înseamna mult pe o piata concurentiala. În plus la acest procent se adauga celelalte efecte care reprezinta pasii spre determinarea comportamentului de actiune.

În cazul celor doua grupuri de elevi se constata ca publicitatea este urmarita si are un efect pozitiv usor mai mare, pe diferite trepte ale influentei, în rândul fetelor, comparativ cu baietii. De exemplu, le orienteaza spre anumite produse si le determina sa cumpere în proportie de 22% din total esantion, comparativ cu 14%, procentul corespunzator pentru baieti, în rândul elevilor de 11-14 ani si de 21% la 14% în rândul elevilor de 15-18 ani. Procentele sunt semnificativ mai mari în rândul celor care urmaresc publicitatea, asa cum rezulta din grafic.



De asemenea, publicitatea este urmarita si are efecte pozitive ceva mai mari în rândul elevilor din mediul urban, comparativ cu cei din rural. 56% comparativ cu 53% reprezinta procentele elevilor din grupa 11-14 ani care urmaresc publicitatea tv. în rural si urban. 19% comparativ cu 16% reprezinta procentele efectelor cumulând dorinta si actul de cumparare al produselor promovate publicitar la tv. în rândul celor doua categorii de elevi, total esantion.

Tendinta este similara, chiar mai accentuata, în rândul elevilor de 15-18 ani, în ceea ce priveste urmarirea publicitatii, dar efectele pozitive nu mai sunt diferite. Totusi asupra celor din rural, antiefectul reclamei (enerveaza) este mai mare.

Influenta Televiziunii, Scolii si Familiei asupra elevilor.

Desi fenomenul influentei comparative a mediei, scolii si familiei asupra comportamentului elevilor nu poate fi cunoscut numai pe baza unui sondaj de opinie, din datele culese reies unele aspecte care nu pot fi determinate la nivel reprezentativ, pe alta cale, decât aceea a sondajului. Sub rezerva ca datele de sondaj reprezinta perceptii si opinii si nu comportamente efective, consideram relevante totusi tipurile de influente pe care cele trei institutii le au asupra elevilor în ceea ce priveste promovarea anumitor valori si anti-valori.

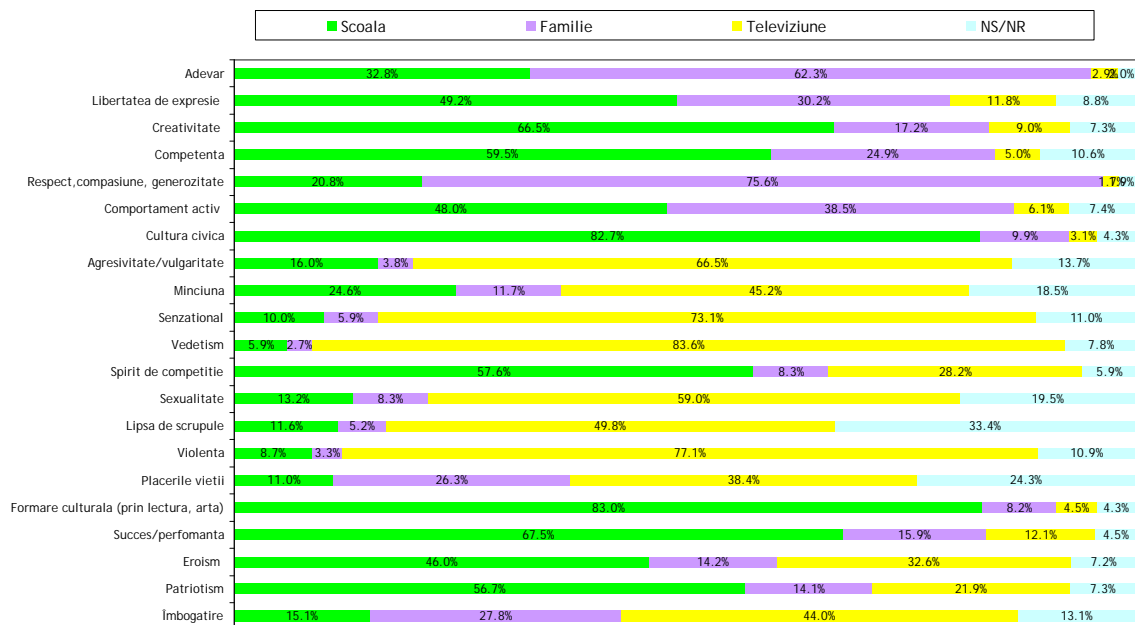
Pentru a evalua influenta televiziunii, scolii si familiei asupra modului în care elevii si-au însusit anumite valori sau anti-valori, elevilor li s-a solicitat sa precizeze de unde au retinut sau învatat mai multe lucruri despre un set de 21 de valori si anti-valori. Lista a fost elaborata împreuna cu beneficiarul, luându-se în considerare atât anumite valori si anti-valori care se regaseau în studii de specialitate ca fiind promovate de cele trei institutii, cât si presupusa importanta a acestora asupra comportamentului efectiv al tinerilor. Lista cuprinde aspecte etico-morale, civice, socio-profesionale si meditative. Desigur, concentrarea pe cele trei institutii nu exclude si existenta altor factori de influenta. Ei nu intereseaza însa, în acest context.

Din analiza datelor de sondaj reiese ca fiecare dintre cele trei institutii influenteaza sau transmite cu precadere (în cele mai multe cazuri, dar niciodata în toate cazurile) anumite valori si anti-valori pe care elevii le însusesc.

Valorile si anti-valorile însusite de elevi cu precadere de la una dintre cele trei institutii sunt relativ consonante, pe total elevi 11-18 ani si pe cele doua grupuri de vârsta. Vezi graficele.

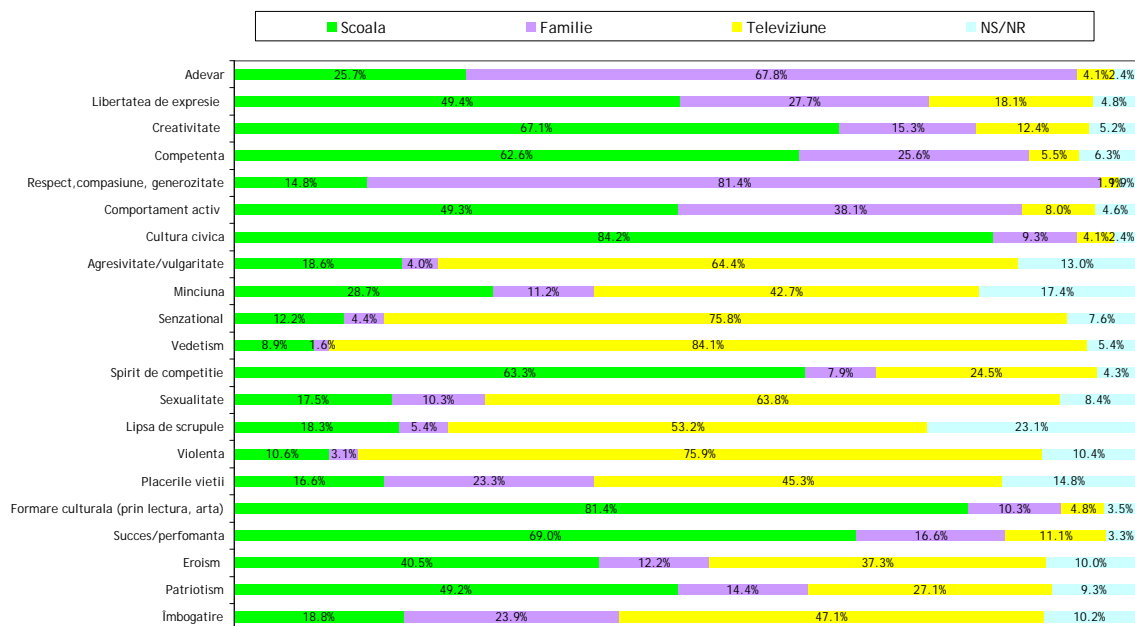
De unde ai retinut / învățat mai multe lucruri despre...

Elevi 11-14 ani



De unde ai retinut / învățat mai multe lucruri despre...

Elevi 15-18 ani



Familia apare, la prima vedere, ca având cea mai mica influență în opinia elevilor asupra valorilor și anti-valorilor reținute sau învățate cu precădere de către elevi. Totuși, cele două valori atribuite familiei, adevarul și respectul (compasiunea, generozitatea) reprezintă valori etico-morale esențiale. Ele sunt apreciate de elevi ca fiind învățate de la familie în proporție de 65% respectiv 79%, surclasând din acest punct de vedere contribuția celorlalte două instituții. Chiar dacă nu apare pe primul loc, familia mai

detine valori semnificative si în ceea ce priveste influenta elevilor atunci când vorbim de comportamentul activ si placerile vietii.

Scoala apare ca având cea mai mare influenta în ceea ce priveste însusirea unor valori civice si socioprofesionale ca: libertatea de expresie (49%), creativitatea (67%) competenta (61%); comportamentul activ (49%); cultura civica (83%); spiritul de competitie (60%); formarea culturala (82%); succes (68%); eroism (43%); patriotism (53%).

Iata zece valori pe care elevii le atribuie cu precadere scolii, ceea ce arata ca diversele atacuri la rolul învatamântului si al scolii din perspoectiva valorilor însutite de elevi nu par îndreptatite. Scoala se mentine, astfel, pe primul loc între cele trei institutii în ceea ce priveste influenta pozitiva asupra elevilor.

Televiziunea apare ca având cea mai mare influenta în ceea ce priveste însutirea unor valori si atitudini „mediatice” precum: vedetismul (84%); sexualitatea (64%); lipsa de scrupule (52%); violenta (77%); placerile vietii (42%); vulgaritatea (66%); minciuna (44%); senzationalul (74%); îmbogatirea (46%).

Influenta televiziunii apare ca fiind cea mia complexa si cel mai mult orientata pe anti-valori. Promovarea lor nu este neaparat intentionata, vizibilitatea negativului fiind mai mare din motive de crestere a audientei, deci de nevoia de profit comercial.

Nu trebuie uitat însa ca televiziunea promoveaza cu precadere spectacularul si modele din viata reala, cu accent pe succesul financiar mai mult decât pe cel intelectual. Accentul cade pe satisfacerea unor exigente consumeriste si mai putin pe cele socio-educationale (scoala) sau morale (familia).

Promovarea de televiziune a unor valori (anti-valori) în discordanta cu scoala si familia sunt vazute de unii si ca semnale ale unei emancipari culturale.

Oricum influentele nu trebuie absolutizate. Comportamentul elevilor este influentat si de alti factori. Uneori acestia pot fi mai importanti. De pilda, expresiile vulgare au fost retinute de catre elevi cu precadere de pe strada si din anturaj (77%), cele trei institutii având un rol minor în acest caz.

Diferentele privind însusirea valorilor si anti-valorilor amintite, comparativ cu cele doua grupuri de elevi nu sunt, în esenta, semnificative. De pilda, cei din grupul de 11-14 ani, crede în mai mica masura decât cei din grupul de 15-18 ani ca spiritul de competitie

se învata la scoala si acorda un rol mai important, dar nu hotarâtor, televiziunii. Ei acorda un rol mai mic decât cei de 15-18 ani, televiziunii, în învatarea mai multor lucruri despre placerile vietii. Pe de alta parte, tinerii din grupul 11-14 ani acorda un rol mai important decât cei între 15-18 ani, scolii, în însusirea unor lucruri despre eroism si patriotism.

În ceea ce priveste structura pe sexe în cadrul grupurilor diferentele sunt, de asemenea, mici, fetele par totusi mai înclinate decât baietii sa acorde un rol mai mare familiei (pentru aflarea adevarului si respectului), scolii (despre cultura civica, libertatea de expresie, formarea culturala, patriotism, spiritul de competitie), iar baietii acorda un rol usor mai mare televiziunii (îmbogatire, eroism, senzational, lipsei de scrupule).

În raport cu mediile urban-rural, elevii din urban cu vârste între 11-14 ani acorda o mai mare atentie familiei (în ceea ce priveste însusirea respectului), scolii (în ceea ce priveste spiritul de competitie, creativitatii), televiziunii (în ceea ce priveste sexualitatea) pe când cei din rural acorda un rol ceva mai important televiziunii (în ceea ce priveste violenta si placerile vietii), scolii (în ceea ce priveste succesul, eroismul, patriotismul).

Elevii din urban cu vârste între 15-18 ani acorda un rol mai mare familiei (respectul), scolii (competitia), televiziunii (minciuna), pe când cei din rural acorda un rol ceva mai mare decât cei din urban scolii (liberate de expresie, eroism, patriotism), televiziunii (sexualitate, lipsa de scrupule, violenta, placerile vietii).

Pe ansamblu, se poate scpune ca receptarea de catre elevi a valorilor si anti-valorilor promovate de cele trei institutii nu este semnificativ diferita în functie de vârsta, structura pe sexe si mediul de rezidenta, ceea ce arata ca tipurile de influente mentionate sunt consistente.

Diferentele de influentare valorica sunt însa semnificativ diferite în functie de cele trei tipuri de institutii. Dintr-o perspectiva cantitativa, cea mai influenta pare a fi scoala, pe locul doi se situeaza televiziunea (cu influente predominant negative, chiar daca promoveaza si unele valori în concordanta cu scoala si familia), iar pe locul trei se regaseste familia, chiar daca se situeaza cel mai bine la promovarea valorilor moral-crestine.

De altfel, circa 82% dintre elevii de 11-18 ani dispun de o premisa religioasa temeinica, în sensul ca ei cred neconditionat ceea ce li se spune la orele de religie, la biserica sau în familie despre Dumenzeu.

Numai 3% dintre elevi nu cred deloc si tot atâta nu stiu sa raspunda la o astfel de întrebare.

Credinta este mai mare în rândul elevilor de 11-14 ani (86%) decât în rândul celor de 15-18 (78%). Desigur ca aceasta premisa nu se traduce, automat, într-un comportament religios.

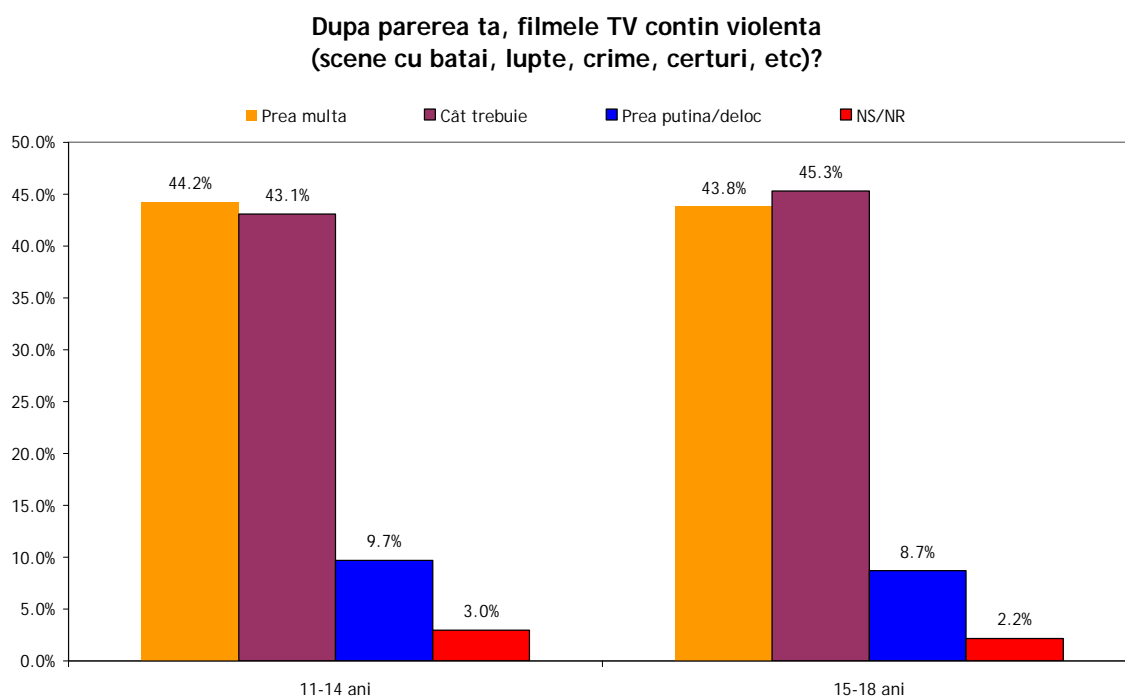
Credinta este ceva mai mare în rândul fetelor decât a baietilor, în cazul elevilor de 11-14 ani si este mai mare în rândul elevilor din rural decât a celor din urban.

Atitudinea elevilor fata de violenta transmisa prin emisiunile tv.

Evaluarea directa a atitudinii elevilor în raport cu actele de violenta (scene cu batai, lupte, crime, certuri, etc) vizionate la tv. a inclus doua dimensiuni: pe de o parte, aprecierea volumului de violenta transmisa, prin filme, desene animate si stiri în raport cu ceea ce elevii considera ca ar fi necesar si, pe de alta parte evaluarea efectului sau influentei scenelor de violenta vizionate la tv., asa cum sunt ele percepute de catre elevii expusi la acest fenomen mediatic.

În ceea ce priveste perceptia volumului sau continutului scenelor de violenta se observa o situatie diferita pe cele trei tipuri de emisiuni tv., respectiv filme, desene animate si stiri.

Astfel, violenta din filme este considerata de catre 44% din totalul elevilor de 11-18 ani ca fiind cât trebuie si tot de 44% ca fiind prea multa. Doar 9% dintre elevi considera ca violenta din filme este prea putina. Procentul de 44% reprezentând elevii care apreciaza ca violenta fictionala din filme este prea multa reprezinta un semnal pozitiv în raport cu constientizarea efectelor negative ale violentei fictionale, chiar daca aceasta opinie ar putea sa fie influentata de atitudinea populatiei mature, reflectata adesea în mass-media, inclusiv prin contributia CNA. Vezi grafic.

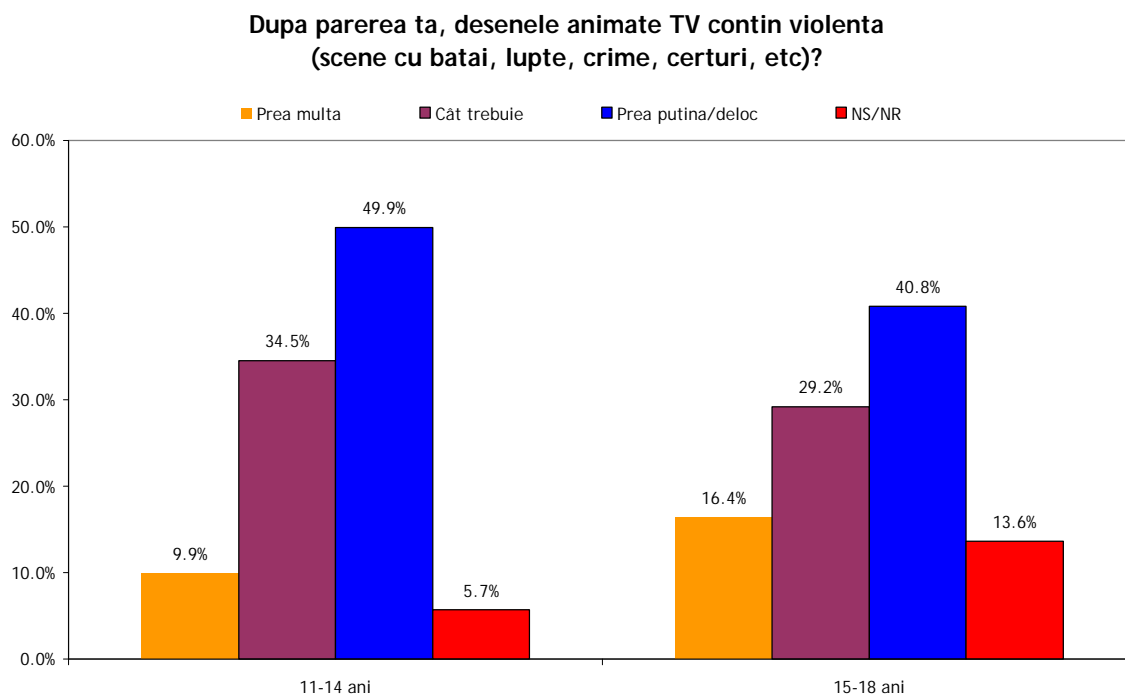


Opinia elevilor privind continutul violentei din filme nu se diferentiaza semnificativ în functie de vârsta, dar discrimineaza în raport cu genul, în sensul ca fetele apreciaza în

proportie mai mare decât baietii excesul de violenta din filme, iar baietii sunt mai numerosi decât fetele atunci când considera ca violenta transmisa prin filme este "prea putina".

Violenta în desenele animate este perceputa însa diferit de cea din filme. 45% din totalul elevilor (11-18 ani) apreciaza ca scenele de violenta în desenele animate sunt prea putine; 32% considera ca acestea sunt atât cât trebuie si numai 13% opineaza ca scenele de violenta în desenele animate de la tv. sunt prea multe.

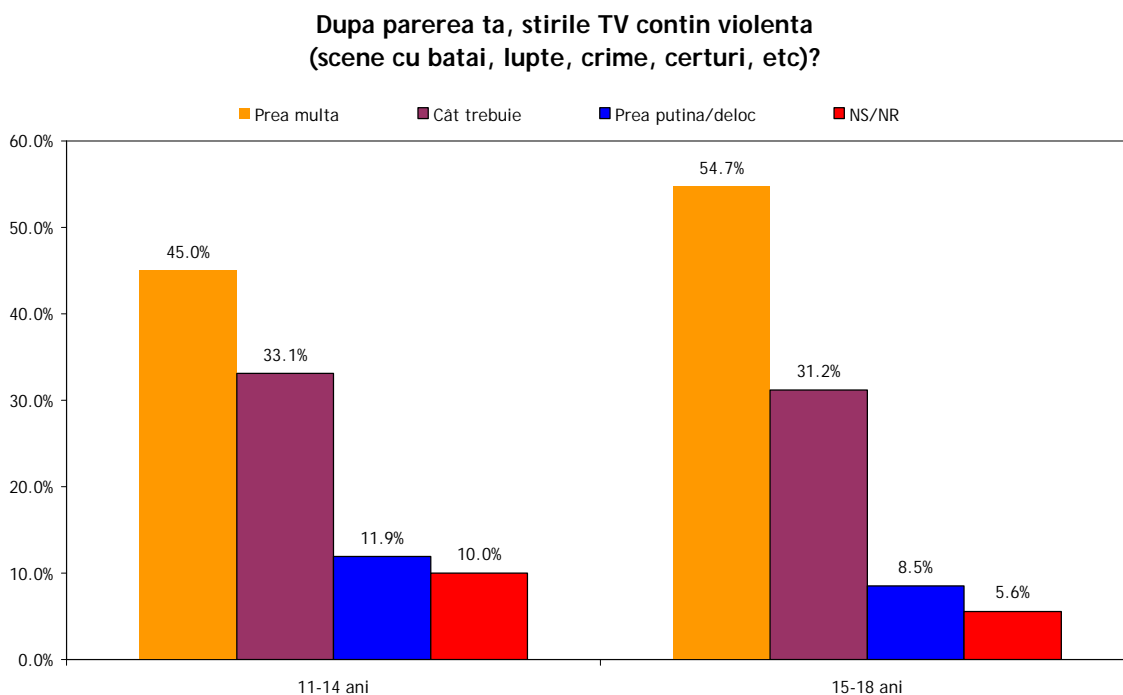
În raport cu cele doua grupe de vârstă (11-14 ani si 15-18 ani) violenta în desene animate este considerata "prea putina" mai mult de elevii mai tineri (49%) comparativ cu cei din a doua grupa (41%), pe când cei de 15-18 ani considera ca acest tip de violenta este prea multa (16%) comparativ cu cei din primul grup de vârstă, care considera ca este "prea multa" într-o proportie mai mica (10%). Vezi grafic.



Aprecierea violentei din desenele animate nu este semnificativ diferita de structura elevilor pe sexe (gen), cu exceptia faptului ca în cazul fetelor apar mai multe non-raspunsuri.

Violenta transmisa prin emisiunile de stiri este perceputa de elevi ca fiind supra reprezentata, în sensul ca 50% dintre ei considera ca este "prea multa", în timp ce 32% apreciaza ca este "cât trebuie". Procentul de 8% al celor care nu raspund la aceasta întrebare arata ca interesul elevilor pentru emisiunile de stiri este mai mic decât pentru filme.

Estimarea excesului de violenta la stiri tv. creste o data cu vârsta (55% considera ca este “prea multa” de catre grupul 15-18 ani, comparativ cu 45% procentul corespunzator pentru grupul de 11-14 ani). Vezi grafic.



În ceea ce priveste diferentele perceptiei acestui tip de violenta (considerata de specialisti ca cea reala, transmisa la stiri) în functie de gen, acestea nu sunt semnificative.

Perceptia influentei violentei din emisiunile de televiziune

Evaluarea efectelor violentei transmise prin emisiuni tv. asupra elevilor s-a realizat printr-o presupusa scala a ierarhiei acestora în functie de gravitatea consecintelor. Chiar daca variantele alese pentru raspunsuri sunt perfectibile, ele reprezinta, în mare, o paleta de evaluare a efectelor de la pozitiv la negativ.

Datele arata ca, elevii simt ca sunt influentati de scenele de violenta pe care le vad la tv., dupa cum urmeaza (pe total elevi 11-18 ani).

“Ma amuza si ma lasa indiferent” (37%), apare ca fiind raportarea dominanta la violenta televizuala. Este, de fapt, efectul cel mai puternic resimtit si nu are conotatii negative, ci mai degraba pozitive.

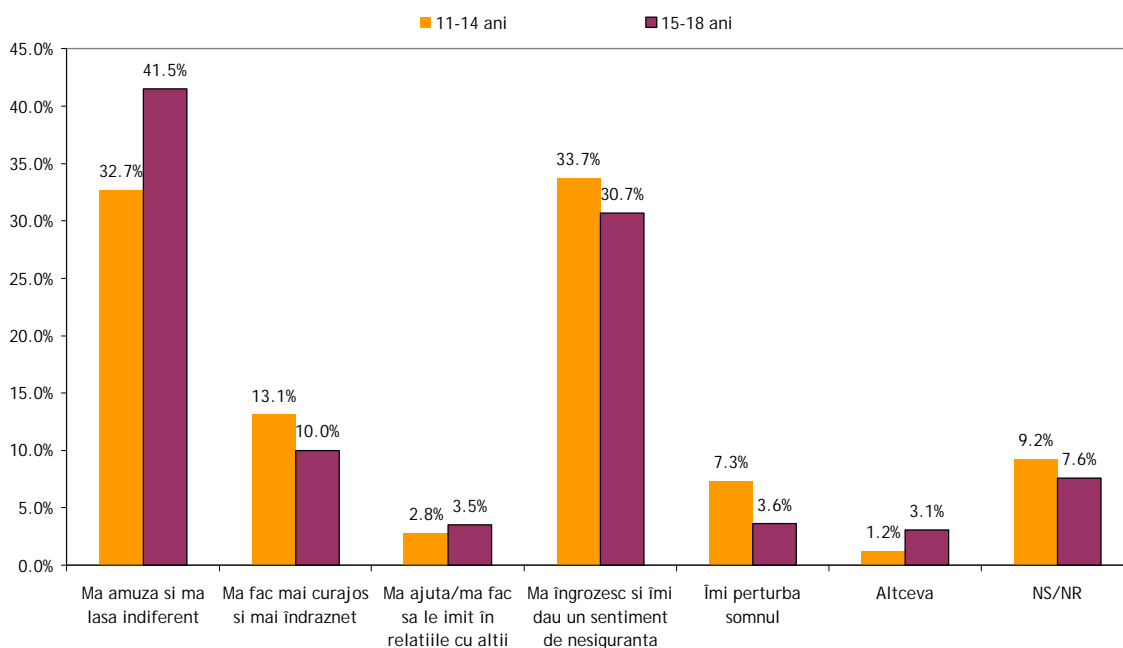
Acest efect este completat de unul similar, ca sens, denumit “ma fac mai curajos si îndraznet” care întruneste optiunea a 12% dintre elevi.

Restul efectelor sunt mai degraba negative, începând cu “ma ajuta sa le imit în relatiile cu altii” care detine doar 3% dintre opinii, continuând cu “ma îngrozesc si îmi dau

un sentiment de nesiguranta”, care întruneste 32% din optiunile elevilor, fiind pe locul doi tip de efect. În final, un efect exprimat sub expresia “îmi tulbura somnul” este perceput de peste 5% dintre elevi si el pare a desemna influenta negativa cea mai “concreta”.

Perceptia violentei televizuale este usor diferita de la un grup de vârstă la altul, în sensul ca raportarea pozitiva si neutra creste cu vârstă, fiind mai mare la elevii din grupa 15-18 ani decât la cei din grupa 11-14 ani (42% comparativ cu 33% în cazul efectului “ma amuza si ma lasa indiferent”), iar influenta negativa apare ca fiind mai mare la grupul de 11-14 ani comparativ cu cel de 15-18 ani. Vezi grafic.

În ce fel te simti influentat/a de scenele de violenta pe care le vezi la TV?



Perceptia influentei transmise prin emisiunile tv. este diferita în functie de gen, în sensul ca baietii apreciaza în mai mare masura decât fetele ca violenta televizuala îi “amuza” sau “lasa indiferenti”, pe când fetele declara, în numar mai mare decât baietii, ca violenta televizuala le “îngrozeste” si le “da un sentiment de nesiguranta”.