



Przez reklamy, nigdy nie oglądam filmów do końca!

Media publiczne, czyli Telewizja Polska i Polskie Radio, należą do społeczeństwa. Pozyskują środki na działanie tak jak media komercyjne (z reklam oraz ze sprzedaży praw, własnych produkcji i formatów), a dodatkowo są finansowane także z abonamentu. Media publiczne kierują się nie tylko interesem odbiorców, realizowaniem misji czy otwartością, lecz także zyskiem. Zarabiają na naszej uwadze, sprzedając ją reklamo-dawcom. I chociaż media publiczne należą do społeczeństwa, udziałowcem jest Skarb Państwa

Obecnie reklamo-dawcy narzucają telewizji (mediom publicznym) wstawianie reklam podczas emisji filmów, programów, co dla odbiorców (płatników abonamentu) jest nie do przyjęcia. Bloki reklamowe, powinny być emitowane po zakończeniu jednego programu i przed rozpoczęciem emisji drugiego programu, dając odbiorcom możliwość wyboru, czy chcą te reklamy oglądać, nie wspominając że reklamy powinny być zblokowane tematycznie, a temat bloku reklam podany w programie.

Jeżeli jeszcze wstawianie reklam w czasie filmu, programu, byłoby ewentualnie do przyjęcia w mediach komercyjnych, to w mediach publicznych jest to nie do przyjęcia. Zastanawiam się czy reklamo dawcy zdają sobie z tego sprawę, że podczas przerwy na reklamy w filmie lub jakimś programie, telewidzowie odwracają się na drugi bok i nie doczekawszy końca reklam, zasypiają. Niestety tak jest ze mną i myślę, że z większością telewidzów, bo bloki reklamowe są coraz dłuższe, a moment od przyłożenia głowy do snu, coraz krótszy.

Dlatego przyznaje, wcale nie ze wstydem, że większości emitowanych w telewizji wieczorem filmów czy programów nie oglądam do końca, bo zasypiam oczekując na koniec reklam. I myślę że to telewizja komercyjna i publiczna przedobrzyła z reklamami, bo przez to spada im oglądalność ciekawych filmów i programów (nie wiadomo dlaczego emitowanych o późnych porach). A przecież rozwiązanie tego problemu jest tak proste.