

Krajowy
Instytut
Mediów

Usługi medialne i infrastruktura do ich odbioru w 2022 roku.

Mieszkańcy Polski w wieku
4 lata i więcej.

Wyniki Badania Założycielskiego
Krajowego Instytutu Mediów

Warszawa, kwiecień 2023



Spis treści

I. Wstęp	3
Założenia i cele. Do czego służy Badanie Założycielskie?	3
Metodologia. Jak realizujemy Badanie Założycielskie?	4
II. Podsumowanie	6
III. Wyniki Badania Założycielskiego	9
Część I. Infrastruktura do odbioru usług medialnych i treści w internecie	10
Rozdział 1: Urządzenia i odbiorniki usług medialnych	10
1.1 Odbiorniki telewizyjne	10
1.2 Odbiorniki radiowe	12
1.3 Sprzęt komputerowy	15
1.4 Korzystanie z dostępnych urządzeń przez osoby indywidualne	16
1.5 Korzystanie z telefonów komórkowych	18
1.6 Dostęp do internetu w domu	19
Rozdział 2: Infrastruktura do odbioru telewizji	21
2.1 Osoby z gospodarstw „telewizyjnych”	21
2.2 Źródła sygnału tv dostępne dla osób z gospodarstw „telewizyjnych”	23
2.3 Charakterystyka telewizorów dostępnych w domu	26
2.4 Potencjał dostępności telewizji – różne technologie odbioru (ekrany)	28
2.5 Dostęp do telewizji hybrydowej	30
Część II. Wzory konsumpcji usług medialnych	31
Rozdział 1: Konsumpcja telewizji	32
Rozdział 2: Konsumpcja treści VOD/ streaming	36
Rozdział 3: Konsumpcja – radio	38
Rozdział 4: Konsumpcja – inne audio	40
Rozdział 5: Współkorzystanie z usług: telewizja, radio, VOD/ streaming	42
Rozdział 6: Korzystanie z internetu, w tym wykorzystywane urządzenia	43
Rozdział 7: Typologia korzystania z mediów: telewizja, radio, internet	46
Rozdział 8: Inne aktywności w czasie wolnym – prasa, książki, konsumpcja kultury	47
Słownik pojęć metodologicznych	51

I. Wstęp



Podstawowym zadaniem **Krajowego Instytutu Mediów** jest przeprowadzenie Badania Założycielskiego, będącego ciągłym, przesiewowym badaniem populacyjnym realizowanym na dużej próbie losowej, jednoźródłowo **opisującym użytkowników telewizji, radia i internetu**.

Badanie Założycielskie realizuje cele wpisane w działalność Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji, w tym wyznaczanie standardów badań i diagnoza wpływu regulacji na rynek odbiorców.

Niniejszy raport z Badania Założycielskiego **poświęcony jest populacji osób indywidualnych w roku 2022**. W raporcie zaprezentowano wyniki procentowe, natomiast uniwersa liczbowe dla poszczególnych wskaźników szacowanych na populację przedstawiono w zestawieniach tabelarycznych [dostępnych na stronie KIM](#). Dane w ujęciu gospodarstw domowych prezentujemy w osobnym raporcie.

Badanie Założycielskie prowadzone przez Krajowy Instytut Mediów opisuje populację gospodarstw domowych i osób mieszkających w Polsce pod względem wyposażenia w sprzęt i usługi do odbioru telewizji, radia i internetu, z uwzględnieniem informacji o indywidualnych wzorach konsumpcji usług medialnych i treści w internecie.

Badanie – realizowane w trybie ciągłym, od stycznia do grudnia 2022 – objęło **ogólnopolską losową próbę 45 085 osób w wieku 4 lata i więcej**, reprezentującą populację mieszkańców Polski w tym wieku.

Założenia i cele.

Do czego służy Badanie Założycielskie?

Badanie Założycielskie służy zebraniu kompleksowej wiedzy obejmującej uniwersa, rozumiane jako określona liczebnie grupa odbiorców poszczególnych usług medialnych, definiowanych na podstawie cech różnicujących konsumpcję tych usług w populacji, w zakresie uzupełniającym sprawozdawczość GUS.

Przedmiotem badania jest stwierdzenie faktów, dotyczących wyposażenia w niezbędną infrastrukturę do odbioru usług oraz opis indywidualnej konsumpcji usług medialnych w oparciu o deklarowane, uświadomione i zapamiętane wzory zachowań.

Badanie Założycielskie pozwala reagować na nowe zjawiska, mierzyć ich rozprzestrzenianie w populacji, tworzyć profile konsumentów, a także stanowi podstawę dla innych badań,

w tym panelowych, gdzie dobór jednostek obserwowanych w czasie powinien odzwierciedlać wybrane cechy populacji.

Metodologia.

Jak realizujemy Badanie Założycielskie?

Badanie jest unikatowym studium wykonalności badań na próbach losowych, adresowych, o dużym rozproszeniu terytorialnym (w przypadku BZ do poziomu rejonu statystycznego).

Podstawową jednostką badania jest gospodarstwo domowe, tj. grupa osób, zamieszkała w mieszkaniu/ domu pod wylosowanym adresem i utrzymująca się razem.

Badanie jest realizowane **na losowej próbie gospodarstw domowych** oraz **osób w wieku 4 lata i więcej**. Próba została wylosowana przy zastosowaniu schematu losowania warstwowego – dwustopniowego. W pierwszym etapie jednostkami losowania były rejon statystyczne, a w drugim – mieszkania. W mieszkaniu identyfikowano gospodarstwo domowe wg definicji ekonomicznej, zbieżnej z danymi GUS, dostępnymi w roku 2022. Podstawą doboru gospodarstw domowych jest zatem próba adresowa losowana z rejestru TERYT GUS, wg zdefiniowanych warstw, zapewniających duże rozproszenie terytorialne, reprezentatywna dla struktury populacji.

Dobór osób do badania odbywał się na podstawie spisu w gospodarstwie domowym, a liczba wymaganych wywiadów była określona w zależności od wielkości gospodarstwa domowego.

Respondentami badania są: lider gospodarstwa domowego oraz wyznaczona liczba osób w gospodarstwie domowym. Lider udzielał informacji o wyposażeniu w źródła sygnału usług medialnych oraz odbiorniki, a także mówił o własnej konsumpcji mediów. Członkowie gospodarstwa domowego udzielali informacji na temat korzystania z urządzeń, oraz indywidualnej konsumpcji usług medialnych i internetu.

Metodą zbierania danych są bezpośrednie wywiady kwestionariuszowe z respondentami: z liderem gospodarstwa domowego prowadzone są metodą wywiadu bezpośredniego (CAPI), a w przypadku pozostałych osób w gospodarstwie domowym – metodą wywiadu bezpośredniego (CAPI) lub wywiadu telefonicznego.

Badanie jest realizowane w trybie ciągłym, na próbie rozłożonej na 12 miesięcy.



Wielkość próby

Próba badawcza w Badaniu Założycielskim 2022 to **próba losowa licząca ponad 45 000 respondentów, pozyskiwanych z ponad 20 000 gospodarstw domowych**. Próba dobierana z populacji generalnej, która spełnia dwa następujące warunki: (1) każdy element populacji (osoby, gospodarstwa domowe) ma dodatnie i znane z góry prawdopodobieństwo dostania się do próby, (2) dla każdego podzbioru jednostek populacji można ustalić prawdopodobieństwo, że znajdzie się on w próbie. Próba losowa jest korygowana procedurą ważenia ze względu na losowy charakter doboru wielkości gospodarstw domowych oraz niedostępność wylosowanych jednostek i odmów udziału w badaniu (tzw. non-response).

W celu uogólniania danych uzyskanych na podstawie próby na badaną populację w układzie ogólnopolskim oraz na pod-populacje w wybranych przekrojach typologicznych **zastosowano zintegrowany system wag**. Wagi te mają na celu przywrócenie pierwotnej struktury próby zniekształconej odmowami uczestnictwa w badaniu, a także skorygowanie rozkładów cech z próby – tak gospodarstw domowych jak i osób – w oparciu o dane demograficzne o rozkładach tych cech w populacji, dostępne w rejestrach GUS. Tego typu ważenie eliminuje błędy losowe tkwiące w dobranej próbie.

Szczegółowy opis metodologii, losowania próby i realizacji Badania Założycielskiego zamieszczono w Podręczniku Badania Założycielskiego, [dostępnym na stronie KIM](https://kim.gov.pl/wyniki-badan). Wykaz pojęć metodologicznych zamieszczono w słowniczku na końcu publikacji.

II. Podsumowanie



Urządzenia do odbioru usług medialnych

Według danych zebranych w 2022 roku, 95,6% osób w wieku 4+ posiada w domu sprawny **odbiornik telewizyjny**, a 57,6% osób ma dostęp do telewizora z **funkcją Smart tv**.

Wskaźnik wyposażenia w **odbiornik radiowy** w domu sięga 85,4% populacji osób w wieku 4+ (nie wliczając smartfonów i aplikacji radiowych). Najczęściej posiadanym radioodbiornikiem jest radio samochodowe (71,9% osób), a radio przenośne (niewbudowane) jest obecne w domach 38,1% osób w wieku 4+.

Dostęp do **sprzętu komputerowego** w domu posiada 79,1% osób w wieku 4+. Najczęściej są to laptopy – dostępne dla 71,6% osób. Tablety posiada 22,2% osób. Wyposażenie w sprzęt komputerowy jest istotnie wyższe wśród dzieci oraz młodzieży, a także wśród młodych dorosłych (osób w wieku 16–29 lat).

Telefon komórkowy używa 90,5% osób w wieku 4+. Odsetek ten jest istotnie wyższy w grupach wiekowych 16–29 lat i 30–49 lat (odpowiednio 97,7% i 97,8%). Wśród dzieci w wieku 4–6 lat odsetek korzystających z „komórki” wynosi 26%, a w grupie 7–15 lat – 83%.

Dostęp do internetu

89,5% osób w wieku 4+ posiada dostęp do internetu w domu (włączając korzystanie z transmisji danych jako jedyne źródło internetu). Korzystanie z internetu rośnie wraz z wielkością gospodarstwa domowego i jest najwyższe wśród osób z gospodarstw domowych liczących minimum 4 osoby (98,8%).

Infrastruktura do odbioru telewizji

95,5% osób w wieku 4+ posiada w domu **telewizor podłączony do źródła sygnału tv**. Wskaźnik jest niższy wśród osób w przedziale wiekowym 16-29 lat (92%), a także wśród osób z wykształceniem wyższym (91,9%) oraz wśród osób zamieszkających w miastach pow. 500 tys. (91%).

Grupując źródła sygnału w kategorii – w ujęciu rozłącznym ¹ – 38,4% osób ma dostęp do indywidualnej anteny satelitarnej, 36,8% osób – do telewizji kablowej/ iptv/ tylko internet, 24,8% wyłącznie do naziemnej telewizji cyfrowej (eter). Łącznie 75,2% osób posiada dostęp do telewizji nie-eterowej (satelita lub kabel/iptv).

Potencjał odbioru telewizji – różne technologie odbioru (ekrany)

Rozwój technologii powoduje, iż obecnie 98,9% osób w wieku 4+ posiada możliwość odbioru telewizji w domu, **posiadając co najmniej jedną z opcji**: odbiór na telewizorze lub przez internet na jakimkolwiek urządzeniu. Większość osób – bo aż 95,5% stanowią osoby z gospodarstw „telewizyjnych” (telewizor z sygnałem satelita, kabel/iptv, eter). Przy rosnącym potencjale **odbioru telewizji przez internet** – z takiej opcji może już z powodzeniem korzystać 72,1% osób, posiadając domowe łącze stałe lub mobilne (z pominięciem transferu danych na telefonie jako jedyne źródła internetu w domu).

42,7% osób w wieku 4 lata i więcej posiada telewizor podłączony jednocześnie do sygnału tv i do internetu.

Wzory konsumpcji usług medialnych i treści w internecie

Telewizja

W perspektywie 30 dni, konsumpcję telewizji deklaruje 92,8% osób w wieku 4+ (niezależnie od regularności oraz rodzaju urządzenia do odbioru). Relatywnie rzadziej telewizję oglądają osoby z wykształceniem wyższym (89% w perspektywie 30 dni), a także osoby w wieku 16 – 29 lat (87,5% w perspektywie 30 dni) oraz mieszkańcy miast, szczególnie z miast pow. 500 tys. (89%).

Korzystanie z telewizji przez internet – w ciągu ostatnich 30 dni – deklaruje 10,1% osób w wieku 4 lata i więcej (w perspektywie ostatnich 12 miesięcy jest to 17,8%). W grupie osób w wieku 16-29 lat, odsetek oglądających telewizję przez internet w ciągu ostatnich 30 dni jest relatywnie najwyższy i wynosi 16,3% (w perspektywie 12 mies. – 28,6%).

¹ Podział rozłączny klasyfikuje osoby z gospodarstw domowych do jednej grupy na zasadzie nadrzędności, w której zastosowano kryterium nadrzędności satelity nad kablem (jeśli obydwa obecne), oraz kabla, jeśli wskazano kabel i eter.

VOD/ streaming

Niezależnie od regularności, korzystanie z **treści VOD/ streaming²** w ciągu ostatnich 12 miesięcy deklaruje 73,3% osób w wieku 4+, w tym 71% korzysta z YouTube, a 48,8% z płatnych serwisów VOD. W ujęciu ostatnich 30 dni, poziom korzystania z treści VOD wynosi 63,1%, przy czym 56% deklaruje korzystanie z YouTube, a 40,5% z płatnych serwisów VOD.

Korzystanie z VOD spada wraz z wiekiem. Wśród osób starszych, w wieku 65 lat i więcej, kontakt z VOD w ciągu ostatnich 30 dni deklaruje 20,7% osób, a w grupie 75+ jedynie 8,9%.

Radio

Odsetek osób 4+, które deklarują słuchanie radia (niezależnie jak i gdzie) w ciągu ostatnich 12 miesięcy wynosi 85,3%. W ujęciu ostatnich 30 dni, wskaźnik ten wynosi 74,8% i jest wyższy wśród osób z wykształceniem wyższym (81,9%) oraz wśród osób pracujących (81,3%).

Inne źródła audio

Wśród osób w wieku 4+ odsetek korzystających w ciągu ostatnich 12 miesięcy z innego niż radio źródła treści audio wynosi 61,9%. W ujęciu ostatnich 30 dni wskaźnik ten wynosi 43,7%, przy czym 36,4% osób deklaruje słuchanie muzyki na platformach online, a 13,5% – podcastów. Rzadziej słuchana jest muzyka/ słuchowiska na nośnikach analogowych (10,4%) oraz audiobooki (4,7%).

Treści w internecie

Wśród osób 4+ wskaźnik korzystania z internetu (niezależnie od regularności) wynosi 82,1%. Korzystanie z internetu w okresie ostatnich 30 dni deklaruje 81,2% osób (wiek 4+). W grupie wiekowej 16-49 lat korzystanie z internetu w ciągu ostatnich 30 dni sięga 99%, zaś wśród osób w wieku 65 lat i więcej – 38,5%.

² Kategoria obejmuje serwisy VOD bez/ lub ze streamingiem kanałów live. Nie wliczamy mediów społecznościowych z wyjątkiem platformy YouTube jako usługę hybrydową (VOD i streaming).

III. Wyniki Badania Założycielskiego

Niniejsze opracowanie dotyczy osób indywidualnych w wieku 4 lata i więcej i podsumowuje zjawiska obserwowane w roku 2022.



Część I. Infrastruktura do odbioru usług medialnych i treści w internecie

Rozdział I: Urządzenia i odbiorniki usług medialnych

Dane o wyposażeniu gospodarstw domowych pochodzą z deklaracji liderów technologicznych w gospodarstwach domowych, popartych spisem z natury (pantry check), sporządzonym przez ankietera w domu respondenta. O korzystaniu z konkretnych urządzeń wypowiadali się w dalszej kolejności poszczególni członkowie gospodarstwa domowego.

1.1 Odbiorniki telewizyjne

Z pomiaru dokonanego między styczniem a grudniem 2022 roku wynika, że **95,6%** osób w wieku 4 lata i więcej posiada **dostęp do telewizora** w domu.

Wskaźnik obniża się do poziomu 92,2% wśród osób z wykształceniem wyższym oraz wśród młodzieży i młodych dorosłych (osoby w wieku 16–29 lat), a także wśród osób z gospodarstw jednoosobowych (90,6%) oraz wśród mieszkańców miast pow. 500 tys. (91,2%).



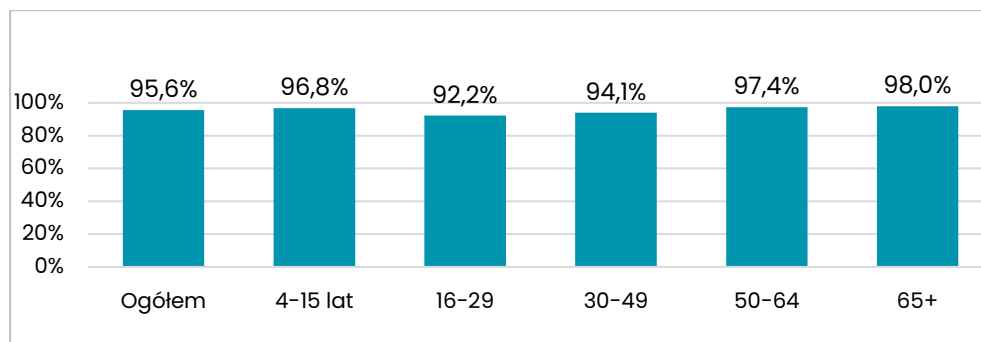
Dostęp do telewizora w domu jest wyższy wśród osób z wykształceniem podstawowym/zawodowym (97,6%) oraz wśród osób w przedziale wieku 50–64 lata (97,4%) i 65 lat i więcej (98%), a także wśród mieszkańców wsi (97,5%).

W domu dostęp do telewizora z funkcjonalnością TV Smart posiada ogółem 57,6% osób w wieku 4 lata i więcej.

Wyposażenie w funkcjonalność TV Smart rośnie wraz wielkością gospodarstwa. Wśród osób z gospodarstw 1-osobowych funkcję TV Smart posiada 32,2% osób, a wśród osób z 4-osobowych gospodarstw lub większych – 67,8% osób. Jednocześnie, uwagę zwraca region wschodni, w którym posiadanie funkcji TV Smart deklaruje 47,6% osób oraz region północno-zachodni, w którym dostęp do TV Smart w domu posiada aż 67,5% osób.

Wykres 1. Odbiorniki telewizyjne w gosp. domowym:

1a. w podziale na wiek osoby

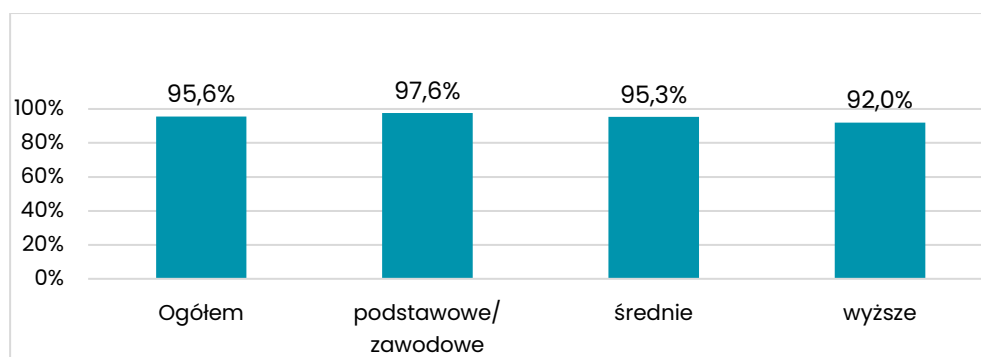


Wśród osób w wieku 4 lata i więcej, 4,4% osób nie posiada w domu dostępu do odbiornika telewizyjnego.

Posiadanie telewizora jest zróżnicowane przede wszystkim ze względu na wiek – wśród młodych dorosłych (16-29 lat) wynosi 92,2%, i rośnie wraz z wiekiem – do 98% wśród osób najstarszych (65+).

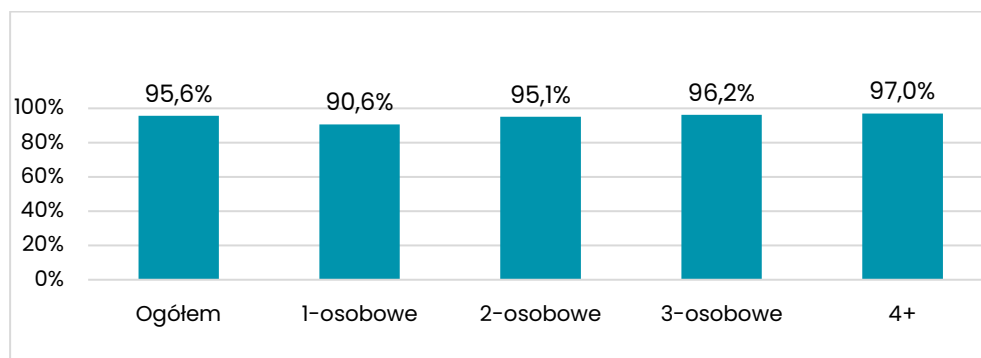
1b. w podziale na wykształcenie

Podstawa: osoby 13+

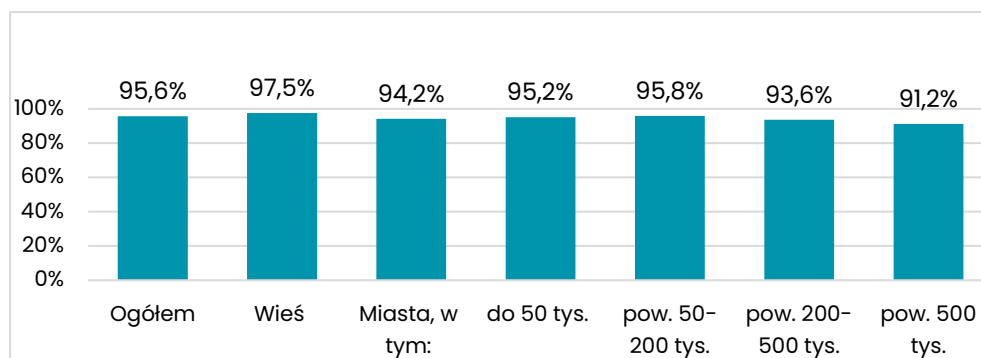


Wskaźnik wyposażenia w telewizor rośnie wraz ze wzrostem liczby osób w gosp. domowym, a maleje w miastach pow. 200 tys.

1c. w podziale na wielkość gosp. domowego



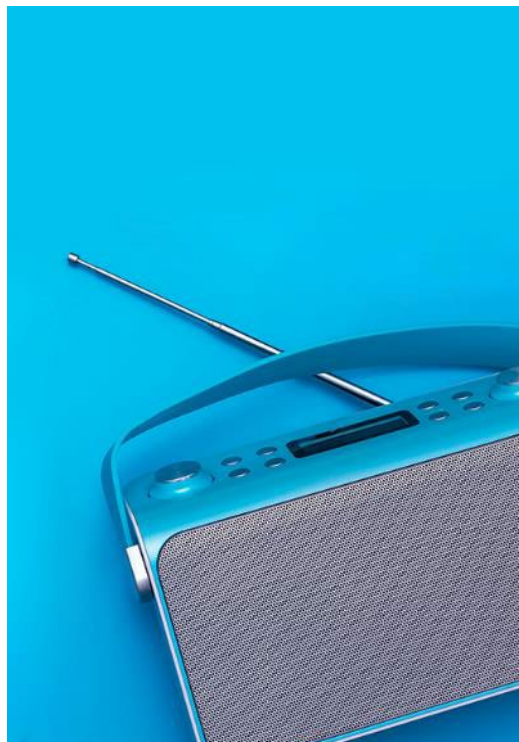
1d. w podziale na miejsce zamieszkania



1.2 Odbiorniki radiowe

Wśród mieszkańców Polski w wieku 4 lata i więcej wskaźnik dostępu do odbiornika radiowego w domu sięga **85,4%** (wliczając wszystkie urządzenia z funkcją radia, radia samochodowe; niezależnie od stopnia ich wykorzystania; nie wliczając smartfonów i aplikacji radiowych). Posiadanie radia deklarują częściej osoby w wieku 30-49 lat (87,5%), a także osoby z wykształceniem wyższym (89,3%), osoby z gosp. domowych liczących 4 osoby lub więcej (92,2%) oraz mieszkańcy wsi (92,2%) – z racji wyższego odsetka posiadających samochody w gospodarstwie domowym.

Najczęściej posiadanym radioodbiornikiem jest **radio samochodowe** (71,9% osób). **Radio przenośne** (niewbudowane) jest obecne w domach 38,1% osób w wieku 4+.

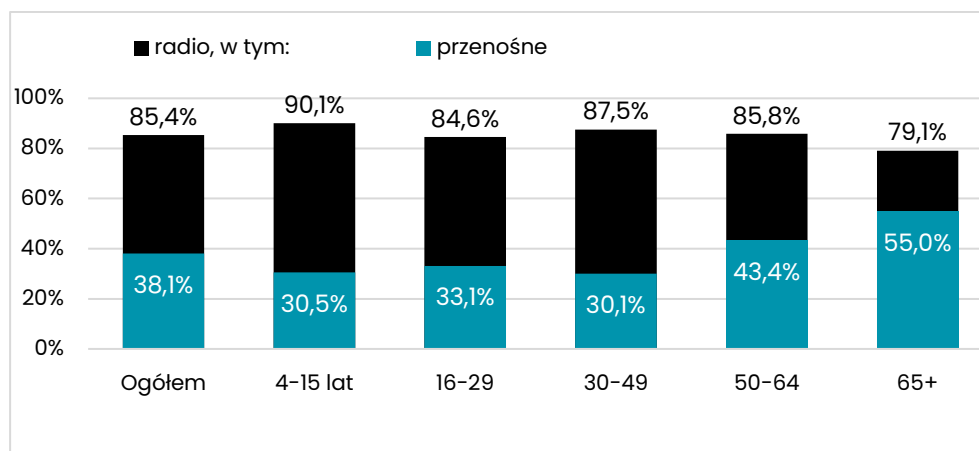


Odsetek posiadających radio w samochodzie spada wraz z wiekiem. Najrzadziej radio w samochodzie posiadają osoby w wieku 65 lat i więcej (44,5% osób). W tej grupie wiekowej istotnie częściej deklarowano posiadanie odbiorników przenośnych (55%).

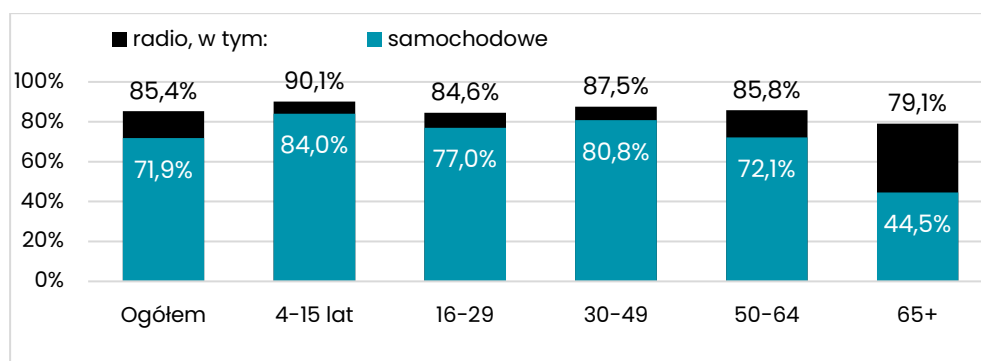
Wyposażenie w radio samochodowe rośnie wśród osób z wykształceniem wyższym (82,8%), oraz osób z gospodarstw liczących 4 osoby lub więcej (86,5%).

Wykres 2. Odbiorniki radiowe w gosp. domowym:

2a. w podziale na wiek osoby – radio przenośne (niewbudowane)



2b. w podziale na wiek osoby – radio samochodowe



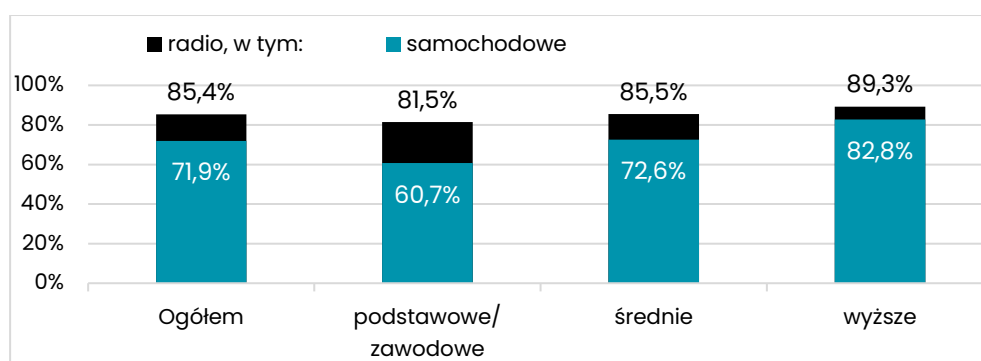
Wskaźnik wyposażenia w odbiornik radiowy w domu sięga 85,4% populacji osób w wieku 4+ (nie wliczając smartfonów i aplikacji radiowych).

Najczęściej posiadanym radioodbiornikiem jest radio samochodowe (71,9% osób). Radio przenośne (niewbudowane) jest obecne w domach 38,1% osób.

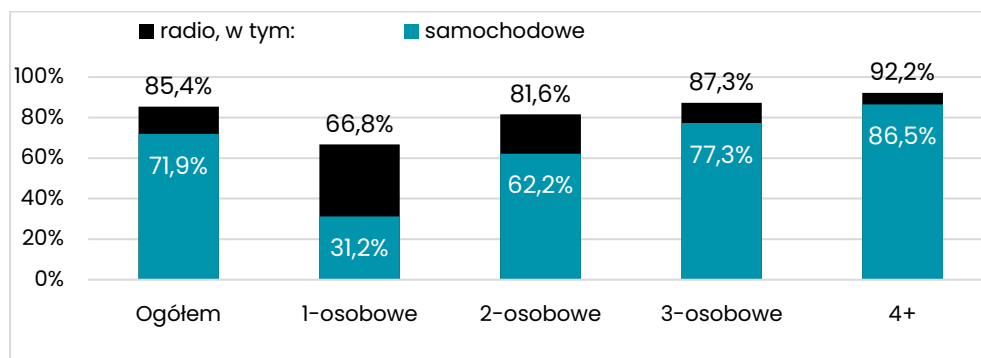
Najrzadziej posiadanie radio samochodowego deklarują osoby w wieku 65 lat i więcej (44,5% osób). w tej grupie wiekowej istotnie częściej wskazywany jest natomiast odbiornik przenośny (55%).

2c. w podziale na wykształcenie – radio samochodowe

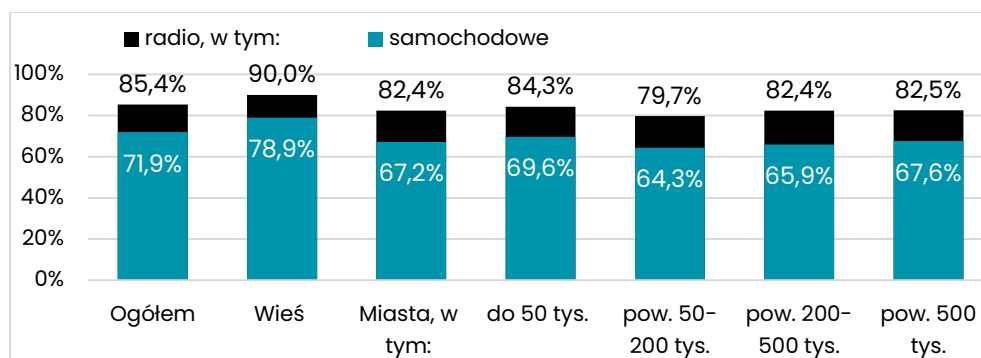
Podstawa: osoby 13+



2d. w podziale na wielkość gosp. domowego – radio samochodowe

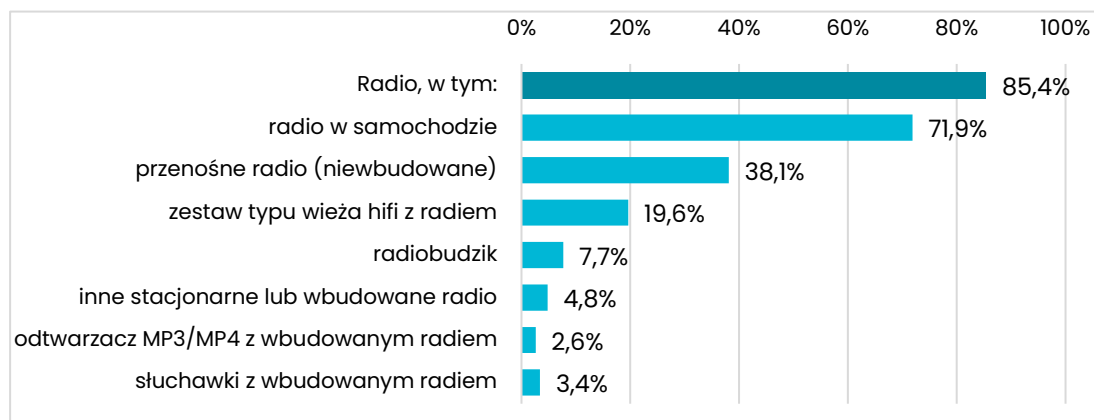


2e. w podziale na miejsce zamieszkania – radio samochodowe



Wśród posiadanych urządzeń z wbudowanym radiem, relatywnie najrzadziej wskazywane są radiobudzik (7,7%), słuchawki z wbudowanym radiem (3,4%) oraz odtwarzacze mp3/4 z radiem (2,6%). Pytanie o urządzenia, na których słucha się radia, nie obejmuje telefonów komórkowych wyposażonych w aplikacje do słuchania radia.

Wykres 3. Typy radioodbiorników w gosp. domowym

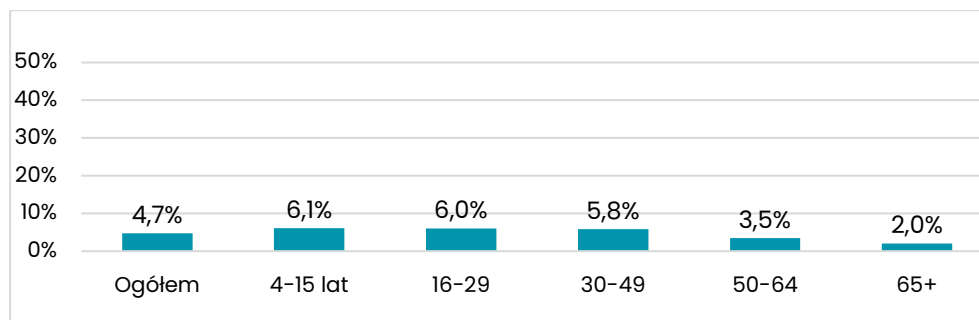


Radio podłączone do internetu

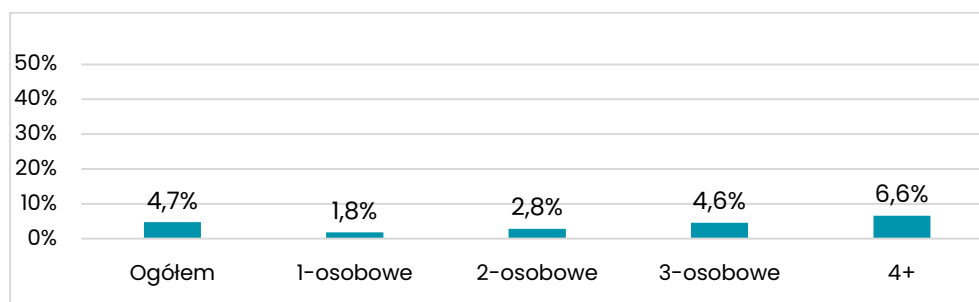
Biorąc pod uwagę nowsze technologie, **dostęp do radia podłączonego do internetu** posiada 4,7% osób w wieku 4+. Wśród osób w wieku 16–29 lat, radio podłączone do internetu posiada 6,0% osób (podobnie wiek 30–49), tymczasem wśród osób po 65 roku życia jedynie 2% posiada taki odbiornik.

Wykres 4. Dostęp do radia podłączonego do internetu w gosp. domowym:

4a. w podziale na wiek osoby



4b. w podziale na wielkość gosp. domowego



1.3 Sprzęt komputerowy

Dostęp do sprzętu komputerowego w domu posiada 79,1% osób w wieku 4+. Najczęściej są to laptopy, których posiadanie deklaruje 71,6% osób. Tablety posiada 22,2% osób.

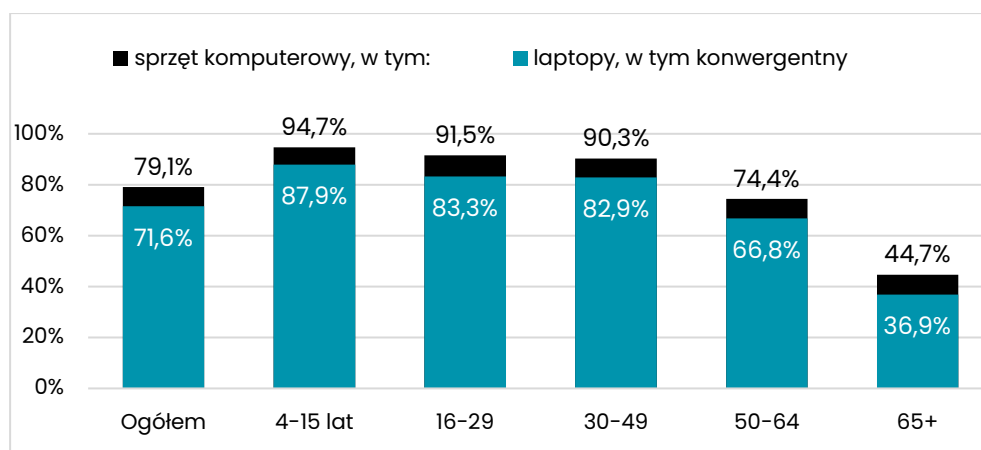
Wyposażenie w sprzęt komputerowy jest istotnie wyższe wśród dzieci oraz młodzieży i młodych dorosłych (16-29 lat). Wśród dzieci pomiędzy 4 a 15 rokiem życia wynosi 94,7%, a wśród osób pomiędzy 16 a 29 rokiem życia – 91,5%.

Dostęp do sprzętu komputerowego spada w grupie wiekowej 65+ i wynosi 44,7%.

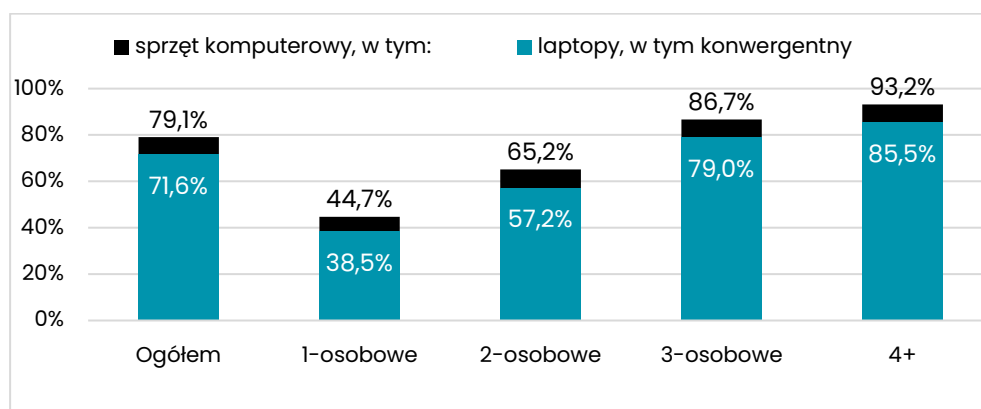


Wykres 6. Sprzęt komputerowy w gosp. domowym:

6a. w podziale na wiek osoby



6b. w podziale na wielkość gosp. domowego



1.4 Korzystanie z dostępnych urządzeń przez osoby indywidualne

Sprzęty dostępne w domu są w różnym stopniu użytkowane. Korzystanie z urządzeń do odbioru usług medialnych i treści w internecie (zarówno w domu, jak i poza nim – w przypadku urządzeń mobilnych) jest definiowane w ujęciu ostatnich 12 miesięcy i szacowane na podstawie deklaracji poszczególnych osób w gospodarstwie domowym.

Z telewizora, będącego na wyposażeniu gospodarstwa domowego, korzysta 92,8% osób w wieku 4 lata i więcej (niezależnie w jakim celu – oglądanie telewizji, korzystanie z innych funkcji „dużego ekranu”).

Korzystanie z odbiorników radiowych, będących na wyposażeniu gospodarstwa (wliczając radio samochodowe), deklaruje 75,8% osób.

Odsetek osób, korzystających ze sprzętu komputerowego, znajdującego się na stanie gospodarstwa (laptopy, tablety, PC) wynosi 65,7%. Korzystanie ze sprzętów jest najsilniej powiązane z wiekiem osób.



Najbardziej z telewizorów korzystają osoby w wieku 16-29 lat (89,1% z nich), najczęściej natomiast osoby w wieku 50 lat i więcej (95%). Z odbiorników radiowych najbardziej korzystają dzieci w przedziale wieku 4-15 lat (59%), a najczęściej osoby w wieku 30-49 lat (83,3%). Ze sprzętu komputerowego korzysta 80,4% dzieci w wieku 4-15 lat i tylko 26% osób w wieku 65 lat i więcej (choć 44,7% z nich ma do takiego sprzętu dostęp).

Wykres 7. Korzystanie z urządzeń dostępnych w gosp. domowym

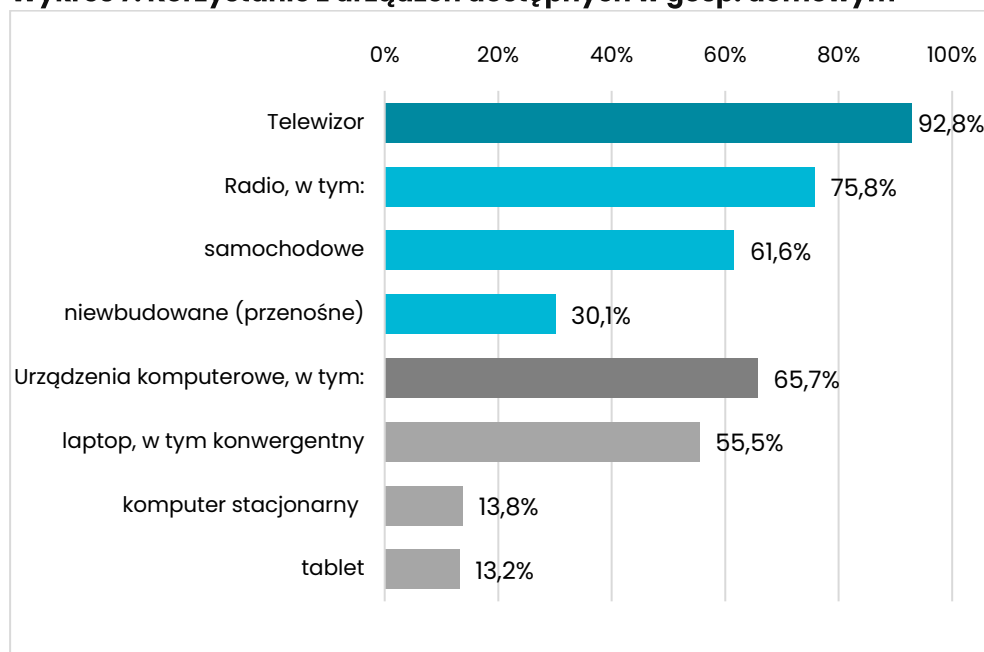


Tabela 1. Korzystanie z urządzeń dostępnych w gosp. domowym – w podziale na wiek osoby

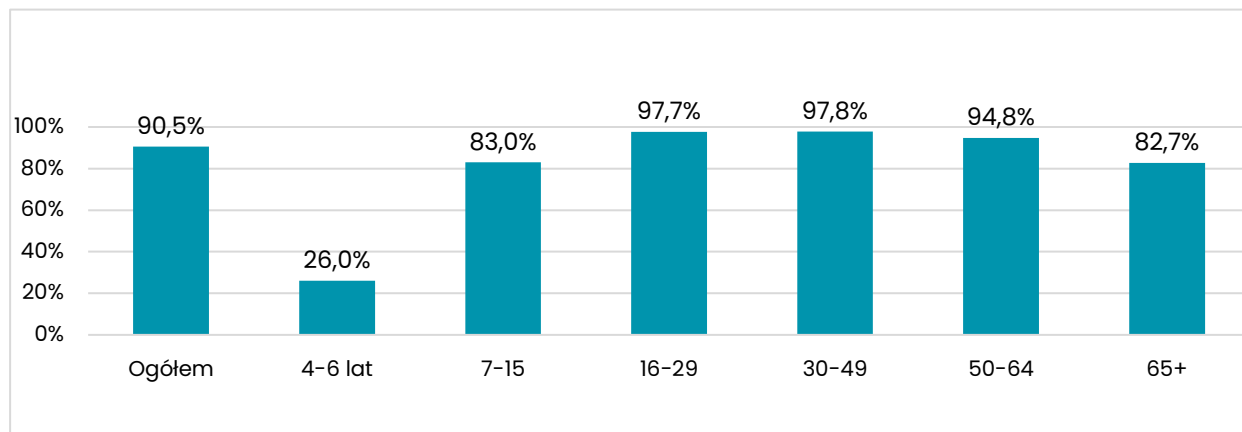
	Ogółem	4–15 lat	16–29	30–49	50–64	65+
Telewizor	92,8%	93,8%	89,1%	92,1%	95,0%	94,3%
Radio, w tym:	75,8%	59,0%	73,3%	83,3%	80,5%	72,6%
samochodowe	61,6%	51,6%	65,5%	76,4%	66,2%	36,3%
niewbudowane (przenośne)	30,1%	15,1%	21,0%	23,5%	38,3%	50,7%
Urządzenia komputerowe, w tym:	65,7%	80,4%	86,3%	79,8%	55,3%	26,0%
laptop, w tym konwergentny	55,5%	59,6%	75,4%	71%	46,9%	19,9%
komputer stacjonarny	13,8%	17,1%	20,4%	14,2%	12,3%	7,1%
tablet	13,2%	30,7%	13,1%	15,7%	6,4%	4,0%



1.5 Korzystanie z telefonów komórkowych

Telefon komórkowy używa 90,5% osób w wieku 4 lata i więcej. Odsetek ten jest znacząco wyższy w grupach wiekowych 16-29 lat oraz 30-49 lat (odpowiednio 97,7% i 97,8%). Wśród dzieci w wieku 4-6 lat z „komórek” korzysta 26%, a w grupie wiekowej 7-15 lat – 83%.

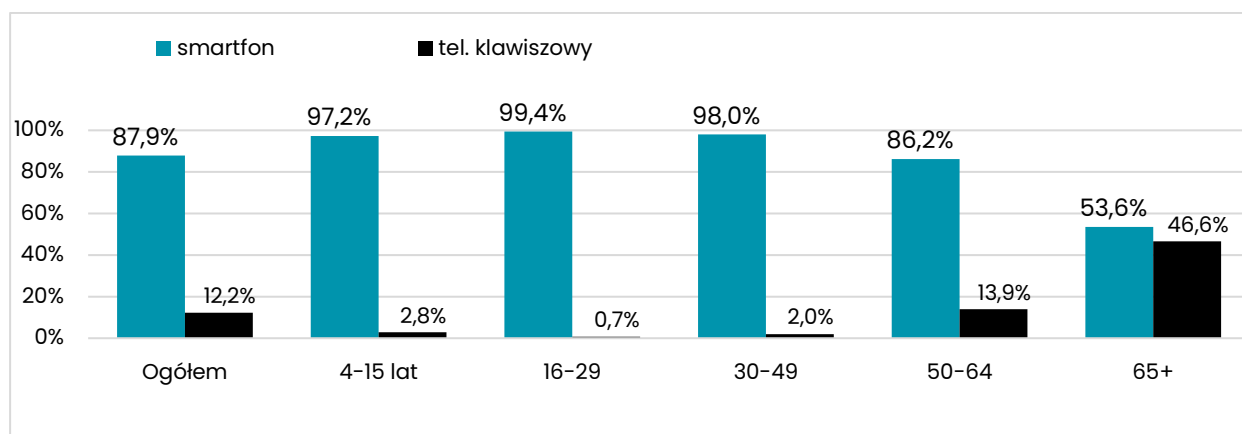
Wykres 8. Korzystanie z telefonu komórkowego – w podziale na wiek osoby



Posiadacze telefonów komórkowych, w przeważającej większości korzystają ze smartfonów (87,9% osób). Zwykle klawiszowe aparaty posiada 12,2% osób. Są one rzadziej spotykane w grupach do 50 lat, np. w wieku 30-49 lat tylko 2% posiad taki aparat. Ich popularność wzrasta wśród osób w wieku 50 lat i więcej. Wśród osób w przedziale wieku 50-64 lata – aparat bez ekranu dotykowego posiada 13,9% osób, a w grupie 65 lat i więcej – wskaźnik ten rośnie do 46,6%. Wielkość miejscowości w niewielkim stopniu różnicuje rodzaj wykorzystywanego aparatu komórkowego.

Wykres 9. Typ telefonów komórkowych – w podziale na wiek osoby

Podstawa: Posiadacze telefonów komórkowych



1.6 Dostęp do internetu w domu

Posiadanie dostępu do internetu w domu (włączając transmisję danych w telefonie komórkowym, jako jedyne źródło internetu) deklaruje 89,5% osób w wieku 4 lata i więcej.

56,3% deklaruje posiadanie internetu stacjonarnego (łączy stałego), a 16,6% mobilnego domowego (przy użyciu karty SIM i dedykowanego urządzenia/ routera). Duża grupa osób wykorzystuje jako źródło wspólnego internetu domowego transmisję danych w telefonie komórkowym (41%).

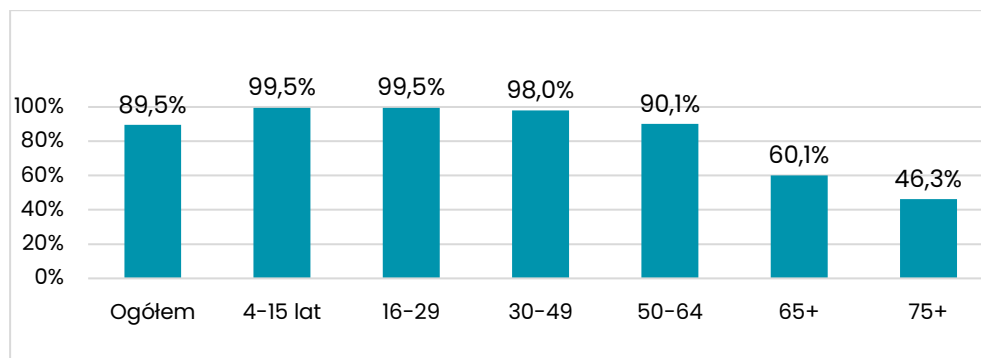
Dostęp do internetu w domu rośnie wraz z wielkością gospodarstwa domowego. Najwyższy wskaźnik dostępu do internetu obserwujemy wśród osób z gospodarstw domowych liczących co najmniej 4 osoby (98,8%). W gospodarstwach dwuosobowych odsetek ten jest nieco niższy i wynosi 80,9%. Zdecydowanie częściej z internetu korzystają gospodarstwa z dziećmi (99,4%).

Poziom dostępu do internetu w domu spada wraz z wiekiem – wśród osób w wieku 65 lat i więcej wynosi 60,1% a w grupie 75+ już tylko 46,3%.



Wykres 10. Dostęp do internetu w gosp. domowym:

10a. w podziale na wiek osoby

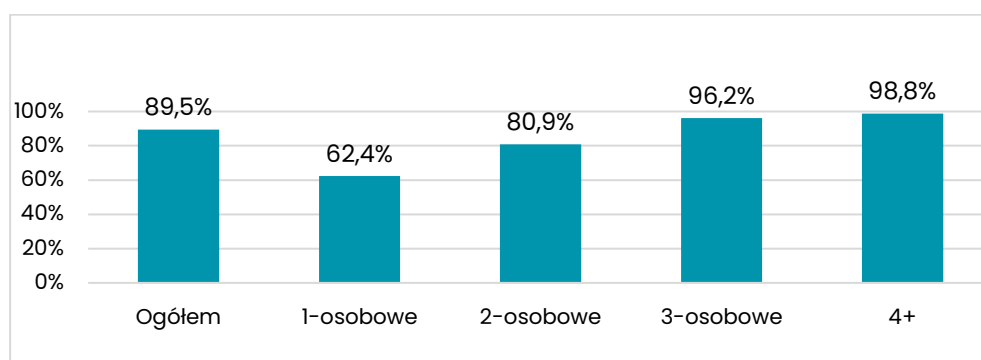


89,5% osób w wieku 4 lata i więcej posiada dostęp do internetu w domu.

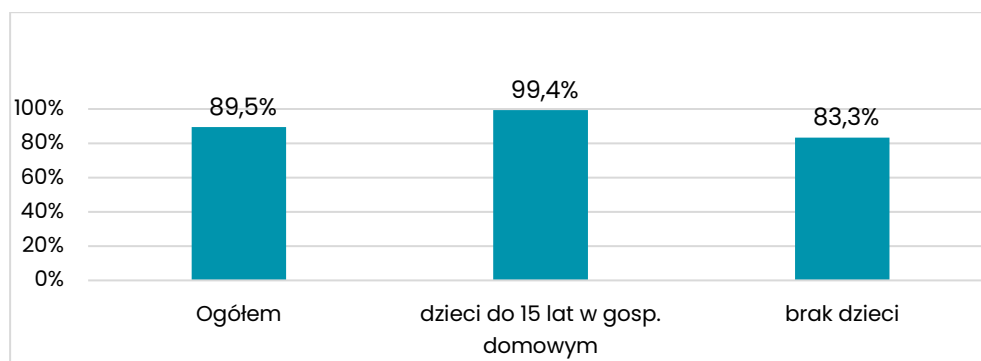
Poziom dostęp do internetu w domu spada wraz z wiekiem – wśród osób w wieku 65+ wynosi 60,1% (46,3% dla wieku 75+).

Wskaźnik dostępu do internetu rośnie wraz z wielkością gosp. domowego. W gosp. liczących co najmniej 4 osoby wynosi 98,8%.

10b. w podziale na wielkość gosp. domowego



10c. posiadanie dzieci do 15 lat w gosp. domowym



Zdecydowanie częściej z internetu korzystają gospodarstwa z dziećmi (99,4%).

Rozdział 2: Infrastruktura do odbioru telewizji

Do celów sprawozdawczych oraz do szacowania uniwersów w przeliczeniu na populację osób w wieku 4 lata i więcej, opracowane zostały wskaźniki mówiące o możliwości odbioru sygnału telewizyjnego w domu. Wskaźnik szacuje dostęp do **odbiornika telewizyjnego**, podłączonego do źródła sygnału tv (satelita, kabel, eter lub tylko internet). Wskaźnik nie mówi o rzeczywistej konsumpcji telewizji, a jedynie o potencjale jej odbioru.



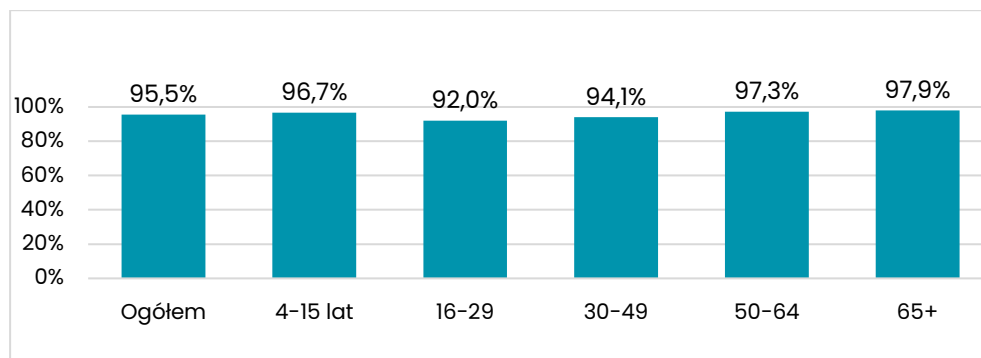
2.1 Osoby z gospodarstw „telewizyjnych”

Z pomiaru dokonanego między styczniem a grudniem 2022 wynika, iż 95,5% osób w wieku 4+ posiada w domu telewizor podłączony do źródła sygnału tv/ odbierający telewizję.

Dostęp do telewizora, podłączonego do źródła sygnału tv/ odbierającego telewizję w domu jest rzadszy wśród osób w wieku 16–29 lat (92%), wśród osób z wyższym wykształceniem (91,9%), a także miastach pow. 500 tys. (91%).

Wykres 11. Osoby z gospodarstw „telewizyjnych”:

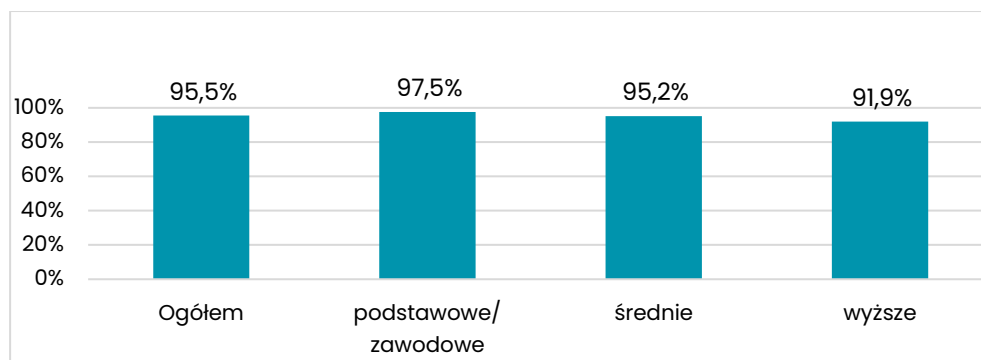
11a. w podziale na wiek osoby



95,5% osób w wieku 4+ posiada w domu telewizor, podłączony do źródła sygnału tv.

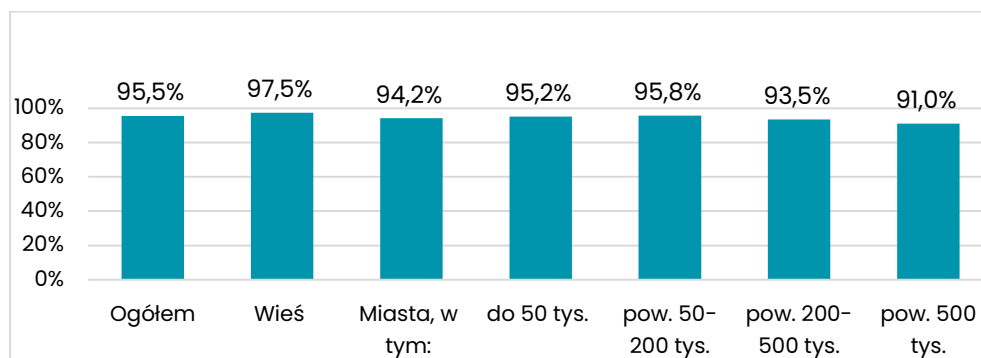
11b. w podziale na wykształcenie

Podstawa: osoby 13+



Dostęp w domu do telewizora podłączonego do źródła sygnału tv/ odbierającego telewizję jest rzadszy wśród osób w wieku 16-29 lat (92%), wśród osób z wyższym wykształceniem (91,9%), a także w miastach pow. 500 tys. (91%).

11c. w podziale na miejsce zamieszkania



2.2 Źródła sygnału tv dostępne dla osób z gospodarstw „telewizyjnych”

Podział ze względu na **wszystkie dostępne** w domu źródła sygnału tv wskazuje, iż 38,4% osób 4+ z gospodarstw „telewizyjnych” korzysta z indywidualnego sygnału satelitarnego, 37,5% korzysta z dostępu kablowego/ iptv³, a 28,1% osób posiada dostęp do naziemnej telewizji cyfrowej (eter). Łącznie 75,2% osób posiada dostęp do telewizji nie-eterowej (satelita lub kabel/iptv).

Innym sposobem podziału źródeł sygnału jest **podział rozłączny**, klasyfikujący osoby z gospodarstw „telewizyjnych” do jednej z grup, na zasadzie rozłącznej (nadrzędność satelity, jeśli jednocześnie satelita i kabel oraz kabla –jeśli jednocześnie kabel i eter).

Grupując źródła sygnału w kategorii w ujęciu rozłącznym, **38,4%** osób ma dostęp do indywidualnej anteny satelitarnej, **36,8%** – do telewizji kablowej/ iptv/ tylko internet oraz **24,8%** – do naziemnej telewizji cyfrowej (eter), jako jedyne źródła sygnału tv.

W podziale rozłącznym, dostęp wyłącznie do cyfrowej telewizji naziemnej (eter) deklarują częściej osoby w wieku 65 lat i więcej (35,5%) oraz mieszkańcy terenów wiejskich (32,9%), a także osoby z gospodarstw jednoosobowych (38,3%) i z gospodarstw bez dzieci (28,3%).

Dostęp do telewizji kablowej, istotnie częściej ze względu na ograniczenia w infrastrukturze kablowej, wykorzystywany jest w miastach (52,2%), szczególnie w miastach pow. 500 tys. (65,6%). Dostęp do telewizji satelitarnej natomiast częściej wykorzystywany jest na terenach wiejskich (52,5%).

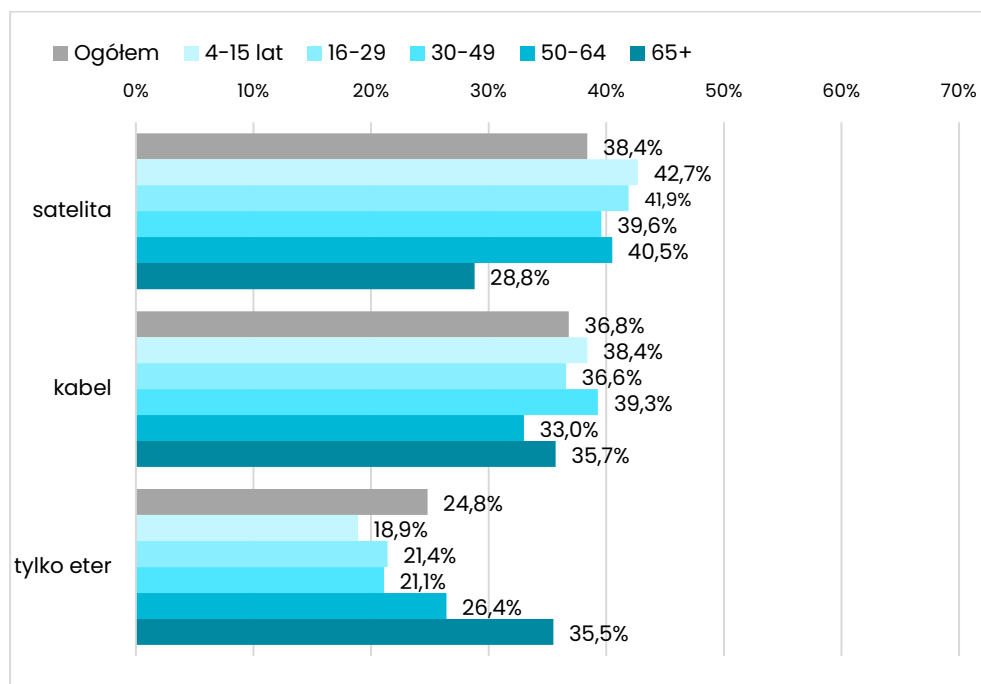
Ponadto, posiadanie dostępu do telewizji satelitarnej częściej deklarowały osoby z gospodarstw min. czteroosobowych (46%) oraz z gospodarstw z dziećmi w wieku do 15 lat (42,5%). Dostęp do telewizji kablowej jest częstszy wśród osób z wykształceniem wyższym (47,5%) oraz wśród osób w przedziale wiekowym 30–49 lat (39,3%).

³ Kabel – kategoria zliczająca łącza analogowe, cyfrowe, iptv, zbiorczą antenę satelitarną, doprowadzoną jako kabel oraz tzw. web tv – czyli telewizor wyposażony w funkcjonalność smart tv i podłączony tylko do internetu jako źródła odbioru telewizji (często w ofercie OTT).

Wykres 12. Kategorie sygnału tv – grupy rozłączne:

Podstawa: osoby z gospodarstw „telewizyjnych”

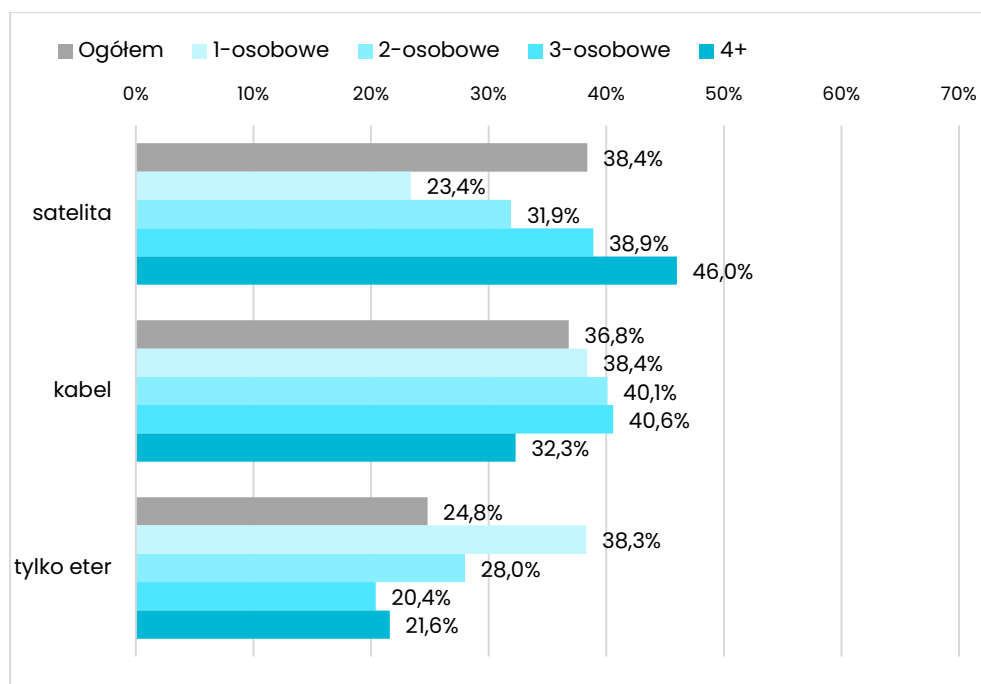
12a. w podziale na wiek osoby



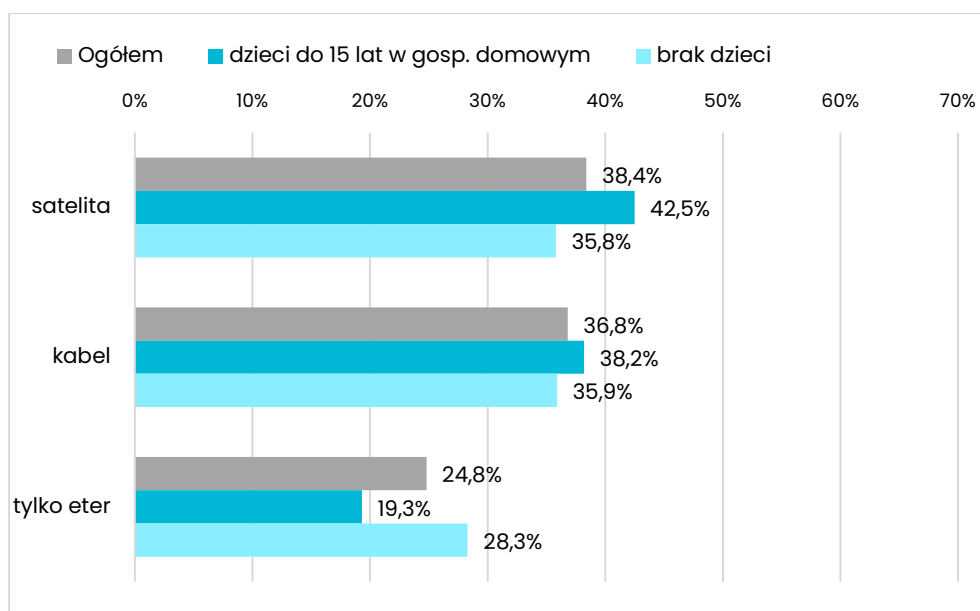
Grupując źródła sygnału w kategorii w ujęciu rozłącznym, 38,4% osób posiada dostęp do indywidualnej anteny satelitarnej, 36,8% – do telewizji kablowej/iptv oraz 24,8% – do naziemnej telewizji cyfrowej (eter), jako jedyne źródła sygnału tv.

Dostęp wyłącznie do eteru deklarują częściej osoby w wieku 65+ (35,5%), a także osoby z gospodarstw jednoosobowych (38,3%) i z gospodarstw bez dzieci (28,3%).

12b. w podziale na wielkość gosp. domowego



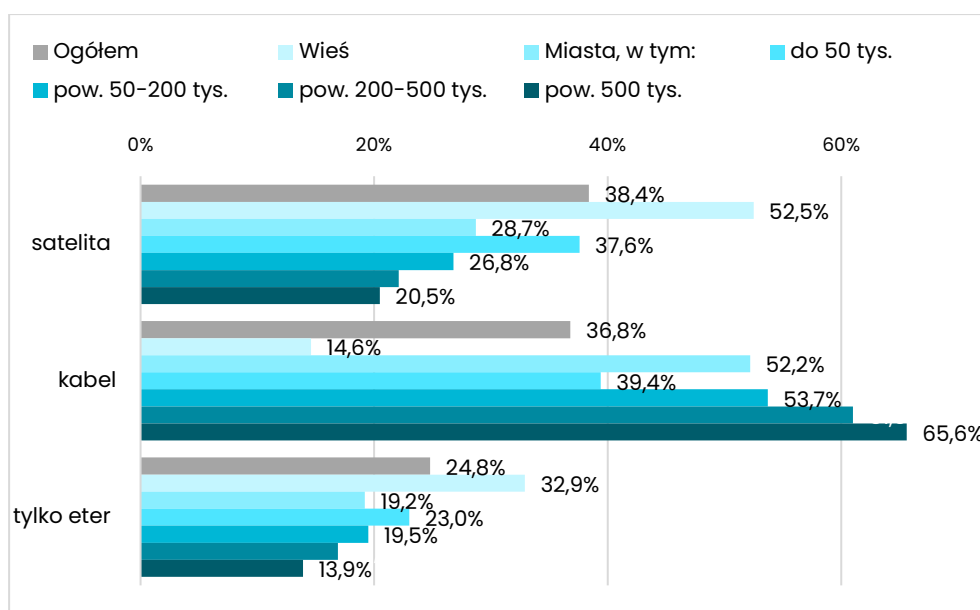
12c. posiadanie dzieci do 15 lat w gosp. domowym



Dostęp do telewizji kablowej – głównie ze względu ograniczeń w infrastrukturze kablowej – istotnie częściej wykorzystywany jest w miastach (52,2%), szczególnie w miastach pow. 500 tys. (65,6%).

Dostęp do telewizji satelitarnej jest częściej wykorzystywany na terenach wiejskich (52,5%).

12d. w podziale na miejsce zamieszkania

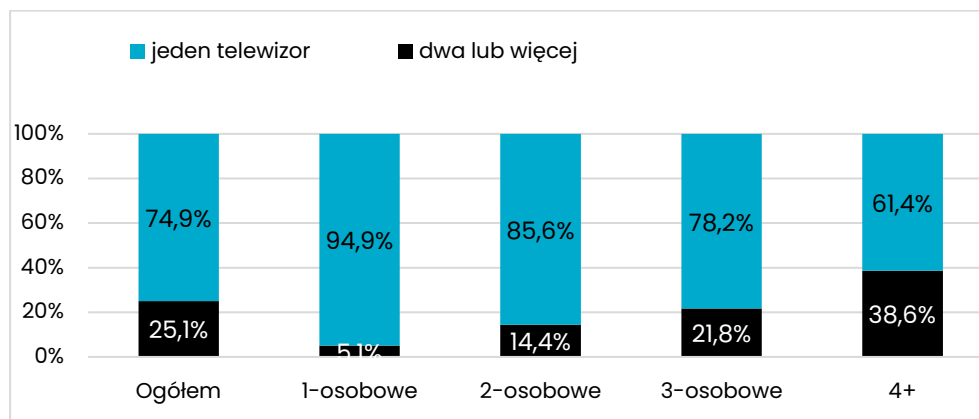


2.3 Charakterystyka telewizorów dostępnych w domu

74,9% osób z gospodarstw „telewizyjnych” w wieku 4 lata i więcej posiada jeden czynny telewizor, a 25,1% dwa telewizory lub więcej.

Wykres 13. Liczba telewizorów – w podziale na wielkość gosp. domowego

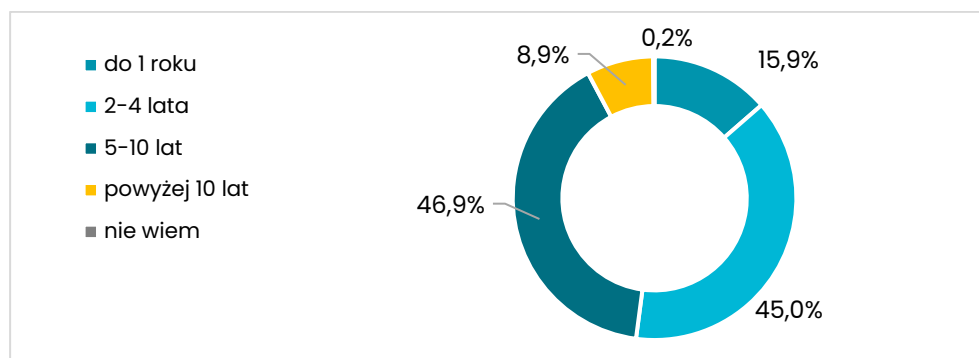
Podstawa: Osoby z gospodarstw z min. 1 telewizorem z sygnałem tv (gosp. tv)



Z danych wynika, iż 15,9% osób z gospodarstw „telewizyjnych” posiada w domu telewizor, który ma nie więcej niż 12 miesięcy, zaś 45% osób posiada telewizor 2-4 letni. Telewizor w wieku 5-10 lat posiada 46,9% osób, a 8,9% używa starszych telewizorów.

Wykres 14. Wiek telewizora

Podstawa: Osoby z gospodarstw z min. 1 telewizorem z sygnałem tv (gosp. tv)



Najpowszechniej wykorzystywane są telewizory o przekątnej 40-49 cali. Posiadanie telewizora tej wielkości deklaruje 43,4% osób z gospodarstw „telewizyjnych”. Telewizory największe – 60 cali i więcej – posiada 11,5% osób.

Telewizor w rozdzielczości full HD posiada 37,9% osób, zaś 26,7% osób deklaruje posiadanie telewizora o rozdzielczości minimum 4K.

Telewizor podłączony do internetu

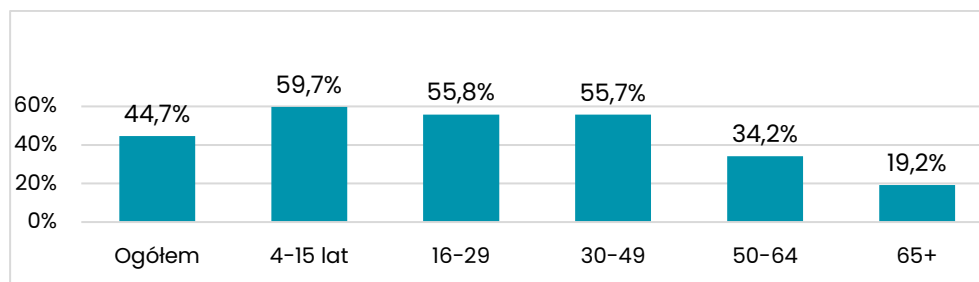
Wśród osób z gospodarstw „telewizyjnych”, 44,7% posiada **dostęp do telewizora podłączonego jednocześnie do sygnału tv i do internetu.**

Wskaźnik dostępu do takiego telewizora jest wyższy wśród osób w przedziale wieku 16–29 lat (55,8%) i 30–49 lat (55,7%), a także wśród osób z wykształceniem wyższym (59,5%), wśród osób z gospodarstw min. czteroosobowych (54,8%) oraz wśród osób z gospodarstw z dziećmi (60,2%) – co łączy się z poziomem wskaźnika w grupie dzieci 4–15 lat (59,7%).

Wykres 15. Telewizor podłączony do internetu:

Podstawa: Osoby z gospodarstw z min. 1 telewizorem z sygnałem tv (gosp. tv)

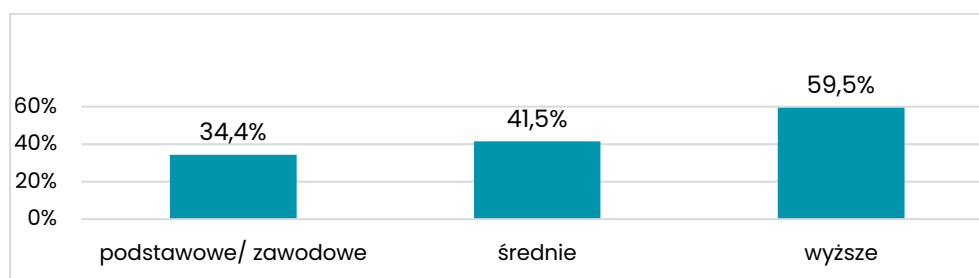
15a. w podziale na wiek osoby



Wśród osób z gospodarstw „telewizyjnych”, 44,7% posiada dostęp do telewizora podłączonego jednocześnie do sygnału tv i do internetu.

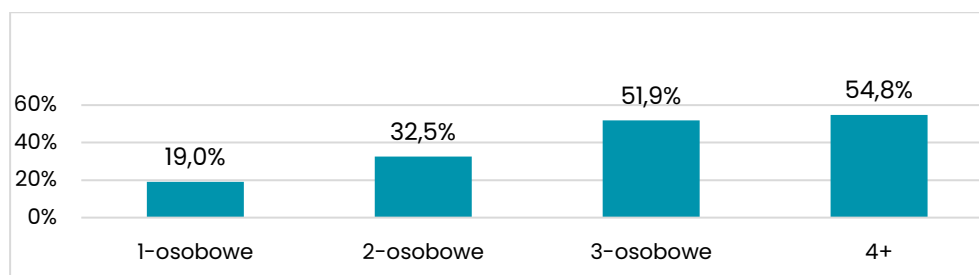
15b. w podziale na wykształcenie

Podstawa: osoby 13+

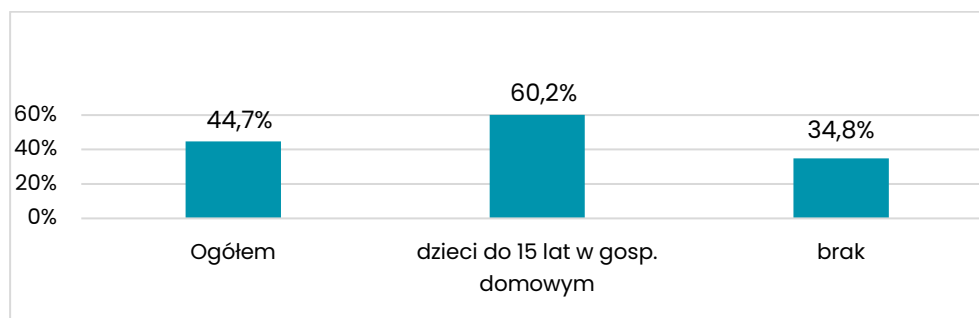


Wskaźnik dostępu do takiego telewizora jest wyższy wśród osób w przedziale wieku 16–49 lat oraz wśród osób z wykształceniem wyższym (59,5%), a także wśród osób z gospodarstw min. czteroosobowych (54,8%) oraz osób z gosp. z dziećmi (60,2%).

15c. w podziale na wielkość gosp. domowego



15d. posiadanie dzieci do 15 lat w gosp. domowym



2.4 Potencjał dostępności telewizji – różne technologie odbioru (ekrany)

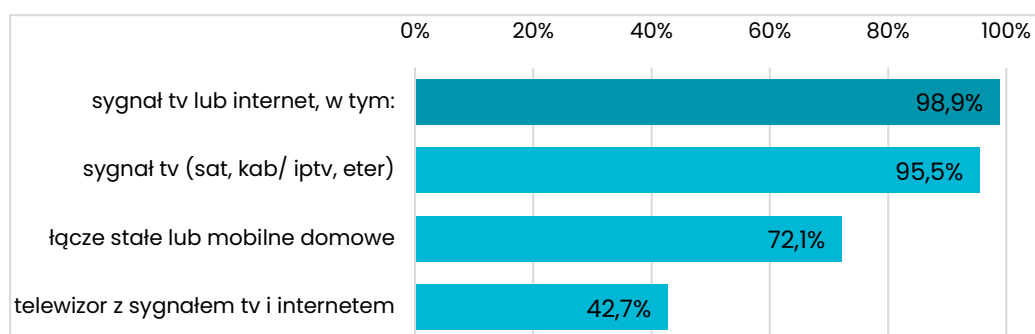


Dywersyfikacja technologii odbioru telewizji rozszerza potencjał dostępu do usług telewizyjnych. Rozwój technologii powoduje, iż obecnie 98,9% osób w wieku 4+ posiada w domu możliwość odbioru telewizji posiadając co najmniej jedną z opcji: odbiór na telewizorze lub przez internet na jakimkolwiek urządzeniu.

Większość – bo aż 95,5%, stanowią osoby z tzw. gospodarstw „telewizyjnych” (posiadających telewizor z sygnałem satelita, kabel/iptv, eter), ale już **72,1%** ogółu osób 4+ ma potencjał do **odbioru telewizji przez internet**, na różnych ekranach, posiadając domowe łącze stałe lub mobilne (nie wliczając transferu danych na telefonie jako jedyne źródła internetu w domu).

42,7% osób w wieku 4 lata i więcej posiada telewizor podłączony jednocześnie do sygnału tv i internetu.

Różnorodność technologii powoduje, że w każdej grupie wiekowej potencjał oglądania telewizji jest równie wysoki. W grupie młodych dorosłych (16–29 lat) wynika on bardziej z dostępności internetu, a w starszych grupach wiekowych (szczególnie 65+) wiąże się raczej z obecnością telewizji odbieranej klasycznie, bez wsparcia technologią internetową.

Wykres 16. Technologia do odbioru telewizji


Jedynie 1,1% osób nie posiada dostępu do technologii do odbioru telewizji (ani sygnału tv, ani internetu – stałego lub mobilnego).

Tabela 2. Technologia do odbioru telewizji – w podziale na wiek osoby

	Ogółem	4-15 lat	16-29	30-49	50-64	65+
sygnał tv lub internet (łącze stałe/ mobilne dom.), w tym:	98,9%	99,5%	98,5%	98,8%	99,2%	98,9%
telewizor z sygnałem tv	95,5%	96,7%	92,0%	94,1%	97,4%	98,0%
internet (łącze stałe lub mobilne domowe)	72,1%	85,4%	82,1%	82,4%	68,1%	42,3%
telewizor z sygnałem tv i jednocześnie internetem	42,7%	57,7%	51,4%	52,4%	33,3%	18,8%

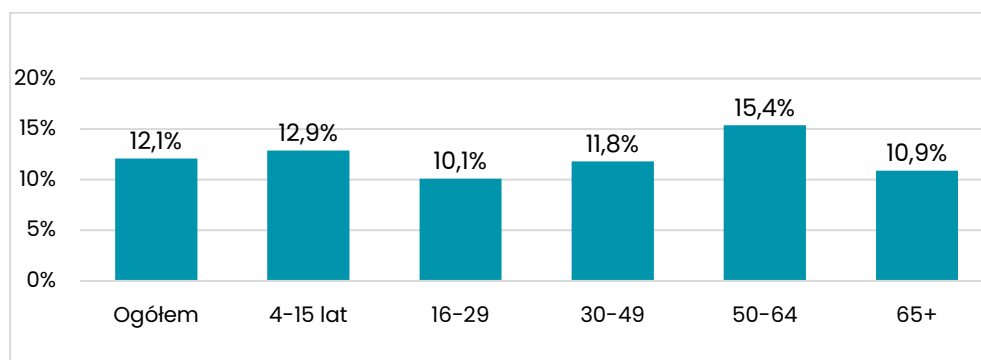
2.5 Dostęp do telewizji hybrydowej

Wśród osób 4+ z gospodarstw domowych, odbierających telewizję naziemną i posiadających telewizor podłączony do internetu 12,1% osób posiada możliwość odbioru na telewizorze oferty kanałów w technologii hybrydowej.

Z racji zakresu badania – nieobejmującego oglądalności stacji, a także ograniczeń technicznych, tam, gdzie nie było możliwości przeprowadzenia w domu testu na telewizorze – nie sprawdzano zakresu dostępnych kanałów w ofercie hybrydowej i bazowano na deklaracjach.

Wykres 17. Dostęp do technologii hybrydowej – w podziale na wiek osoby

Podstawa: Osoby z gospodarstw „telewizyjnych” – z telewizorem podłączonym do internetu i tv naziemną



The background of the entire page is a blue-tinted image of a person's head and shoulders in profile, facing right. They are wearing glasses. Overlaid on this image are various semi-transparent digital elements: line graphs, bar charts, pie charts, and lists of business-related terms. Some of the visible text includes 'Legal', 'Accounting', 'Finance', 'Marketing', 'Publicity', 'Administration', 'Human Resources', and 'Legal'. There are also icons of people and a globe. The overall aesthetic is high-tech and data-driven.

Wzory konsumpcji usług medialnych

Część II. Wzory konsumpcji usług medialnych

Konsumpcję usług medialnych mierzono deklaratorywnie, w różnych ujęciach czasowych, pytając w szerokiej perspektywie ostatnich 12 miesięcy oraz w ujęciach krótszych, w tym dla ostatnich 30 dni. Szacunku dokonywano w ujęciu całej kategorii, bez podziału na stacje telewizyjne, odwołując się do **uświadomionych wzorców zachowań**. Pytano o telewizję oglądaną na telewizorze oraz przez internet na jakimkolwiek urządzeniu. Nie wliczano programów telewizyjnych odtwarzanych z bibliotek VOD. Wliczano natomiast oglądanie telewizji nadawanej według programu, ale oglądanej z przesunięciem czasowym. Dane deklaratywne, szczególnie w połączeniu z danymi socjodemograficznymi, służą uzyskaniu charakterystyki odbiorców oraz poszukiwaniu cech różnicujących zachowania.

Rozdział 1: Konsumpcja telewizji

W perspektywie 30 dni, kontakt z telewizją deklaruje 92,8% osób indywidualnych w wieku 4 lata i więcej. W ujęciu ostatnich 12 miesięcy, 96,2% osób posiada kontakt z telewizją nadawaną wg programu, niezależnie od urządzenia i sposobu oglądania.

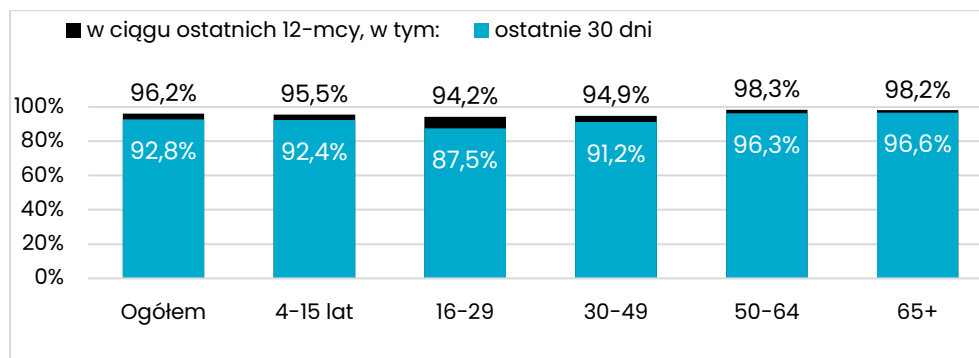
Analiza danych dotyczących konsumenta telewizji w zależności od parametrów takich jak wiek, wykształcenie i miejsce zamieszkania wskazuje, że w każdej z opisywanych perspektyw czasowych konsumpcja telewizji jest najwyższa w grupach wiekowych 50–64 lata oraz 65+, a najniższa w grupie wiekowej 16–29 lat.

W każdej z perspektyw czasowych, osoby z wykształceniem wyższym deklarują oglądanie telewizji rzadziej niż osoby z niższym poziomem wykształcenia. Ponadto, w miastach (szczególnie w miastach pow. 500 tys. mieszkańców) telewizja oglądana jest rzadziej niż na wsiach.



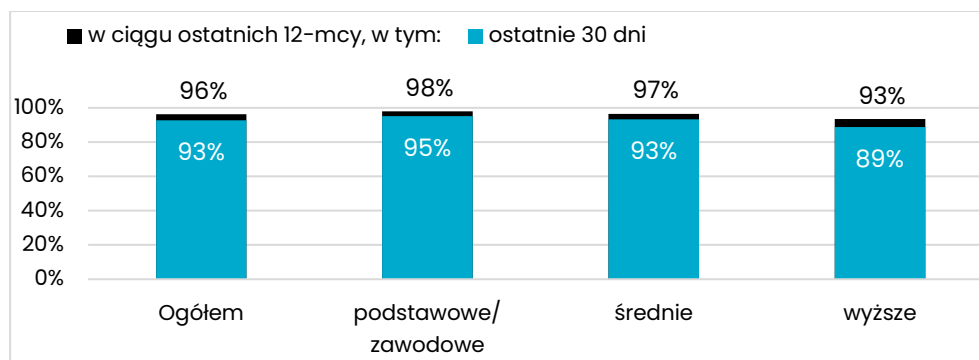
Wykres 18. Oglądanie telewizji:

18a. w podziale na wiek osoby

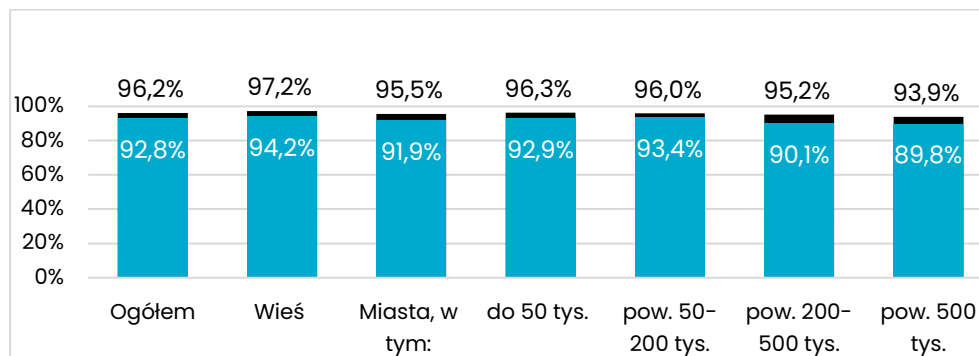


18b. w podziale na wykształcenie

Podstawa: osoby 13+



18c. w podziale na miejsce zamieszkania



Konsumpcja telewizji w każdym z ujęć czasowych jest najwyższa w grupach wiekowych 50-64 lata oraz 65+, a najniższa w grupie wiekowej 16-29 lat. Osoby z wykształceniem wyższym deklarują oglądanie telewizji rzadziej. Telewizja jest rzadziej oglądana w miastach (szczególnie w miastach pow. 500 tys. mieszkańców).

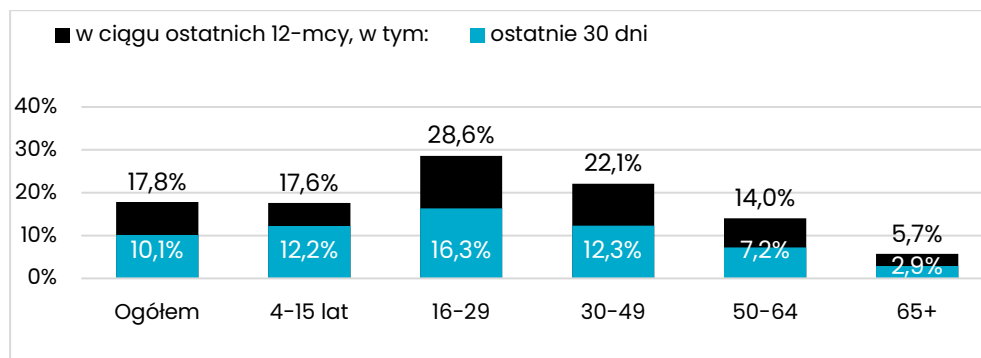
Telewizja przez internet

Oglądanie telewizji przez internet deklarowano niezależnie od źródła usługi – mogło być to łącze iptv podłączone do telewizora lub serwisy ze streamingiem kanałów tv oglądane na jakimkolwiek ekranie, a także aplikacje telewizyjne dostawców sygnału tv.

Korzystanie z telewizji przez internet w perspektywie ostatnich 12 miesięcy deklaruje 17,8% osób w wieku 4+, a w ciągu ostatnich 30 dni – 10,1%. W grupie osób w przedziale wieku 16-29 lat telewizję przez internet w ciągu ostatnich 30 dni oglądało 16,3%. Wśród osób z wyższym wykształceniem wskaźnik ten wynosi 14,4%.

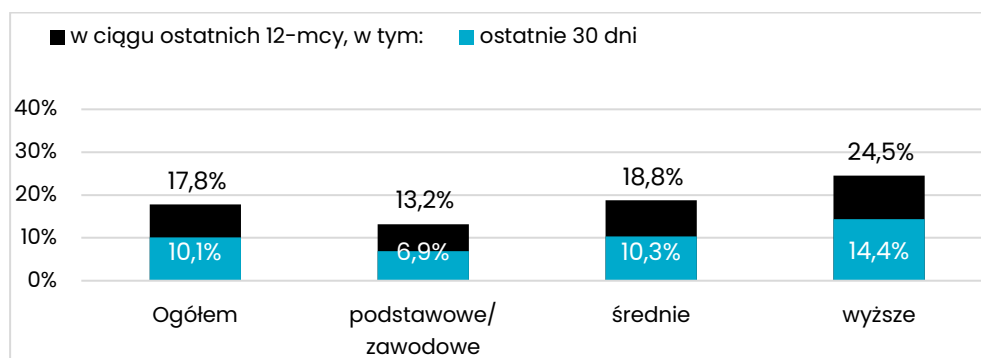
Wykres 19. Oglądanie telewizji przez internet:

19a. w podziale na wiek osoby

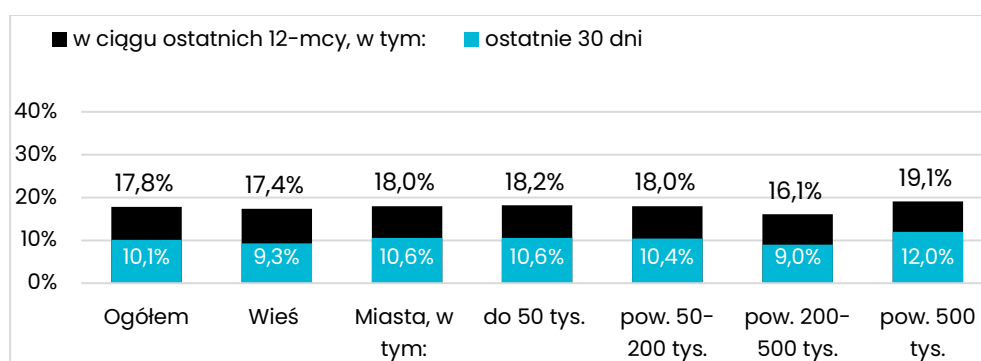


19b. w podziale na wykształcenie

Podstawa: osoby 13+



19c. w podziale na miejsce zamieszkania



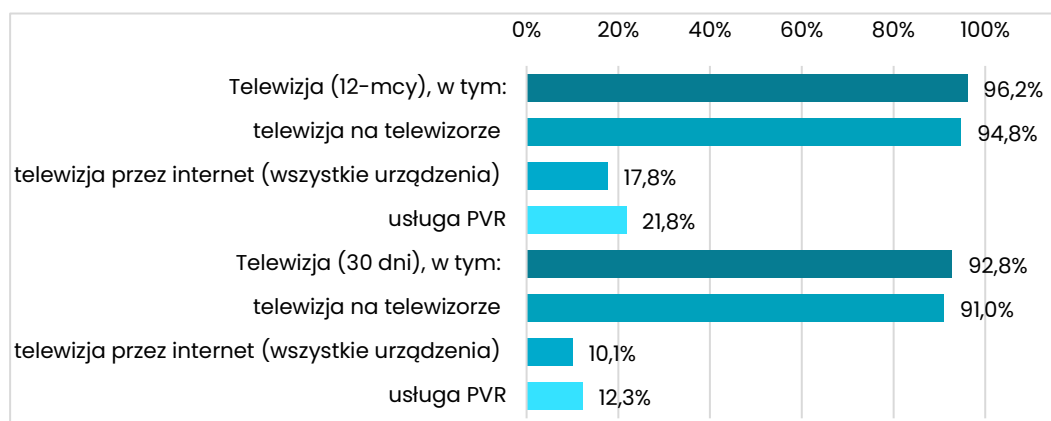
Oglądanie telewizji przez internet w perspektywie ostatnich 12 miesięcy deklaruje 17,8% osób w wieku 4+, a w ciągu ostatnich 30 dni – 10,1%.

Najwyższe wskaźniki obserwujemy wśród osób

w wieku 16-29 lat oraz wśród osób z wykształceniem wyższym.

Miejsce zamieszkania nie różnicuje istotnie korzystania z telewizji przez internet.

Wykres 18/19. Oglądanie telewizji – podsumowanie



Rozdział 2: Konsumpcja treści VOD/ streaming

Kategoria obejmuje serwisy VOD bez/ lub ze streamingiem kanałów live.

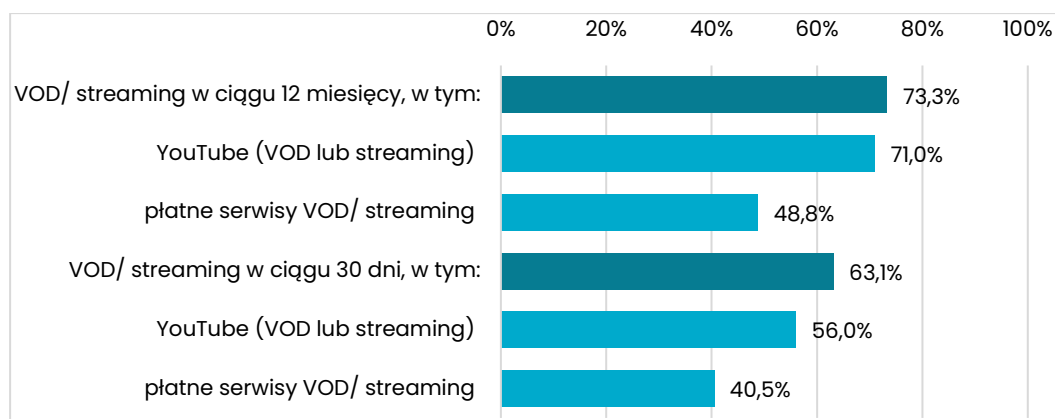
Płatne serwisy VOD obejmują usługi oferowane w modelu subskrypcyjnym lub w modelu hybrydowym (część treści płatnie), bez podziału na marki dostawców. Z racji mieszanych modeli biznesowych nie wydzielono kategorii serwisów czysto streamingowych. Wyszczególniono platformę YouTube, która oferuje takie funkcjonalności w szerokim zakresie. Do kategorii nie wliczamy mediów społecznościowo-rozrywkowych typu tik tok, czy platformy Meta.

Niezależnie od regularności, korzystanie z treści VOD/ streaming, w ciągu ostatnich 12 miesięcy deklaruje 73,3% osób w wieku 4+, w tym 71% deklaruje korzystanie z platformy YouTube, a 48,8% z płatnych serwisów VOD.

W ujęciu ostatnich 30 dni, poziom korzystania z treści VOD (w tym streaming) wynosi 63,1%, przy czym 56% deklaruje korzystanie z YouTube, a 40,5% z płatnych serwisów VOD.

Wykres 20. Oglądanie VOD/ streaming:

12 m-cy oraz 30 dni



Korzystanie z treści VOD – przynajmniej raz w ciągu ostatnich 30 dni, jest częstsze wśród dzieci, młodzieży i młodych dorosłych. Wśród 4-6 latków treści VOD oglądało 61,4%, a w grupach: 7-15 lat, 16-29, 20-29 lat wskaźnik ten oscyluje wokół 85-90%.

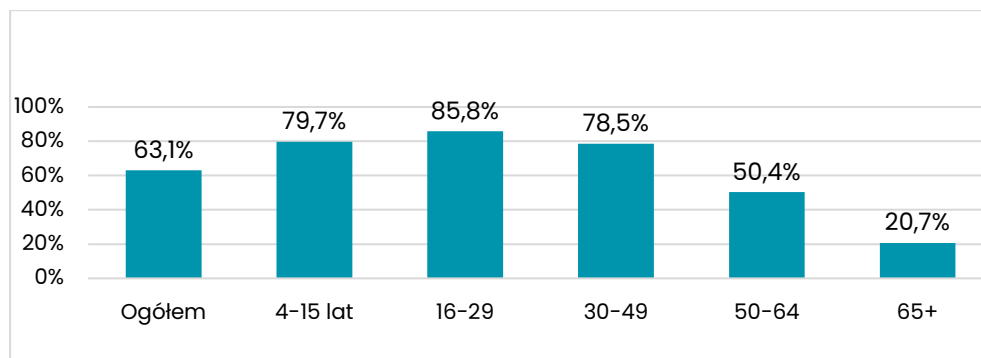
Wskaźnik korzystania z VOD spada wraz z wiekiem. Wśród osób starszych, w wieku 65 lat i więcej, kontakt z VOD w ciągu ostatnich 30 dni deklaruje 20,7% osób, a w grupie 75+ – już jedynie 8,9%.

Konsumpcja VOD (ostatnie 30 dni) rośnie wśród osób z wykształceniem wyższym (78,3%), a także wśród osób z gospodarstw liczących 3 osoby (70,1%) oraz wśród osób z gospodarstw liczących 4 osoby i więcej (71,5%).

Różnica w korzystaniu z VOD między mieszkańcami miast i wsi jest niewielka – odpowiednio 65,4% i 59,7%.

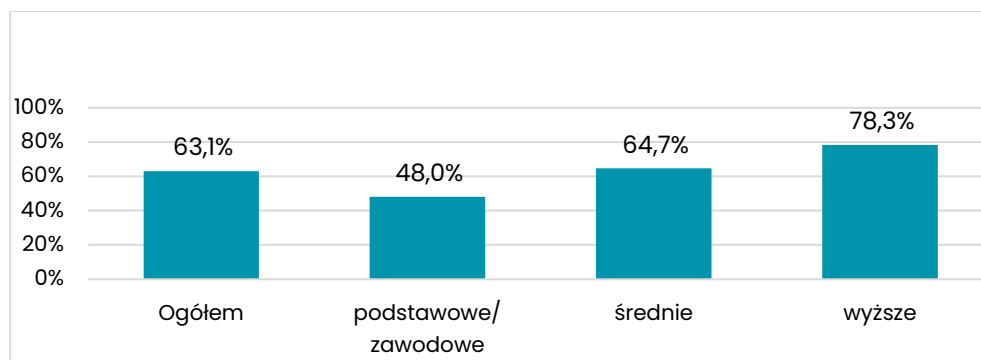
Wykres 21. Oglądanie VOD/ streaming w ciągu ostatnich 30 dni:

21a. w podziale na wiek osoby

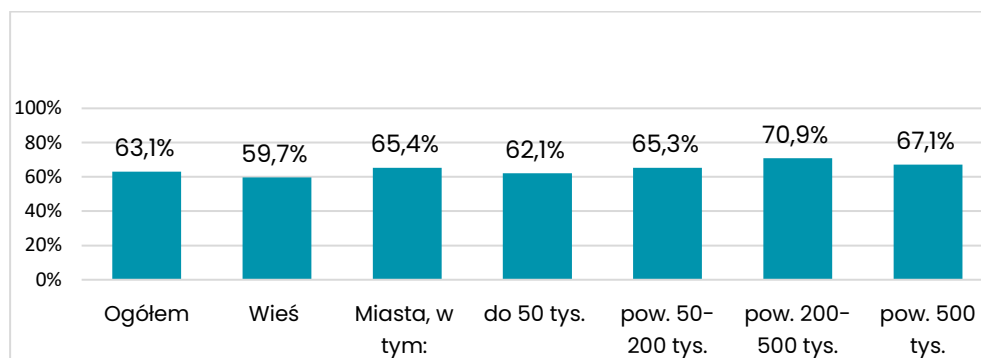


21b. w podziale na wykształcenie

Podstawa: osoby 13+



21c. w podziale na miejsce zamieszkania



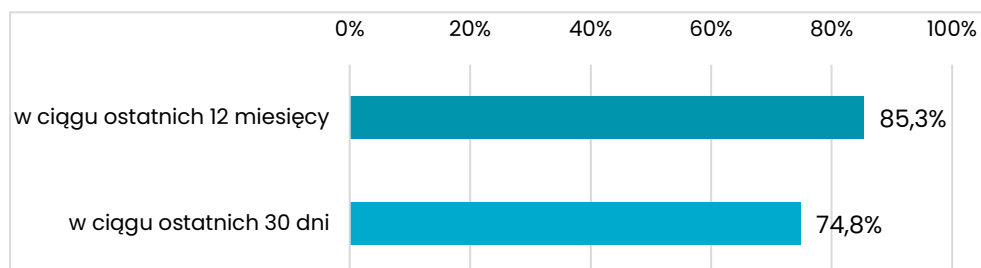
W ujęciu ostatnich 30 dni, poziom korzystania z treści VOD (w tym streaming) wynosi 63,1%. Wskaźnik korzystania z VOD spada wraz z wiekiem. Wśród osób starszych, w wieku 65 lat i więcej kontakt z VOD w ciągu ostatnich 30 dni deklaruje 20,7%. Konsumpcja VOD jest wyższa wśród osób z wykształceniem wyższym (78,3%).

Rozdział 3: Konsumpcja – radio

Analiza konsumpcji radia była prowadzona z wykorzystaniem podobnej metodyki jak w przypadku telewizji. Wskazania użytkowników opierały się na deklaracjach, odwołując się do uświadomionych wzorów zachowań, obejmując słuchanie radia niezależnie jak i gdzie. Nie pytano o słuchanie konkretnych stacji radiowych.

Odsetek populacji osób 4+, która deklaruje słuchanie radia w ciągu ostatnich 12 miesięcy wynosi 85,3%. W ujęciu ostatnich 30 dni, wskaźnik słuchalności radia wynosi 74,8%.

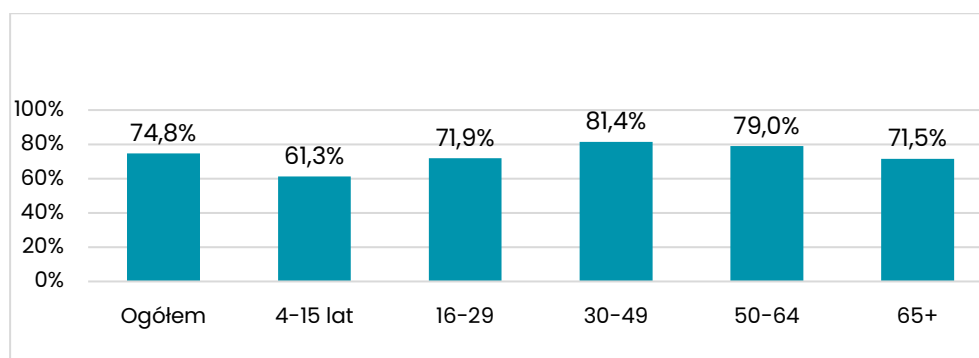
Wykres 22. Słuchanie radia



Analiza zebranych danych pokazuje, że słuchanie radia – w kontekście ostatnich 30 dni częściej deklarują osoby w wieku 30–49 lat oraz 50–64 lata, osoby z wykształceniem wyższym (81,9%) oraz osoby pracujące (81,3%). Nie odnotowano dużych różnic w poziomie słuchalności radia pomiędzy mieszkańcami wsi i mieszkańcami miast ogółem (odpowiednio 76,71% i 73,5%).

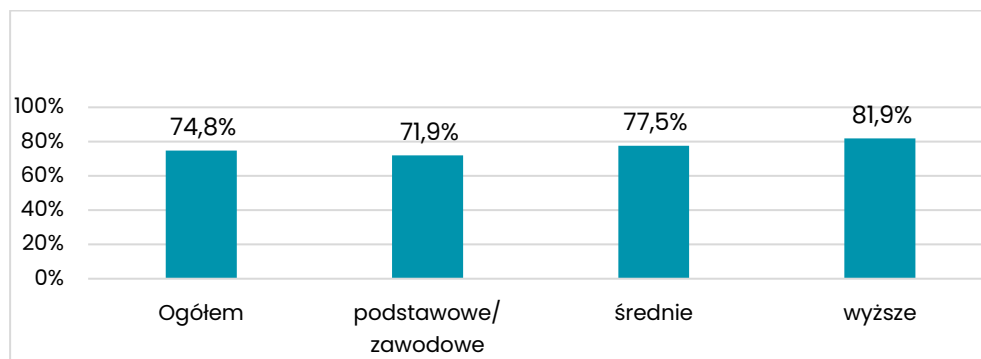
Wykres 23. Słuchanie radia – ostatnie 30 dni:

23a. w podziale na wiek osoby

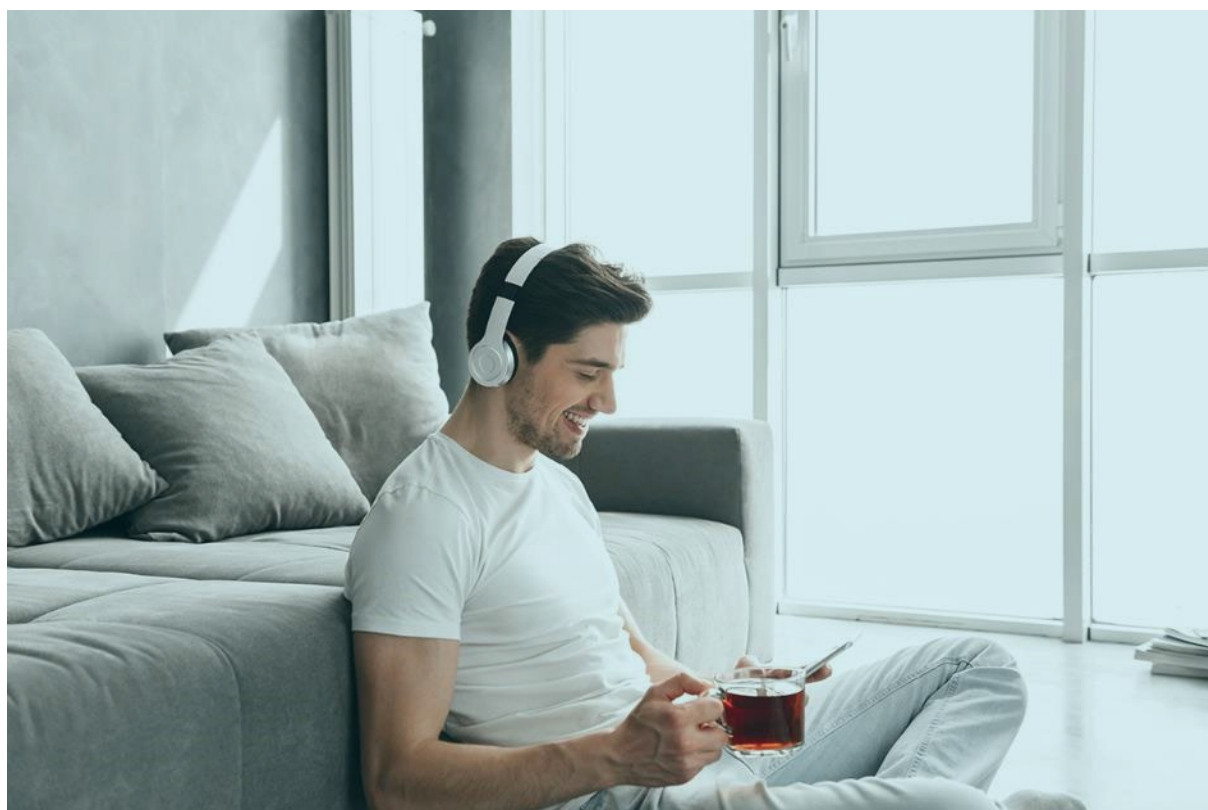
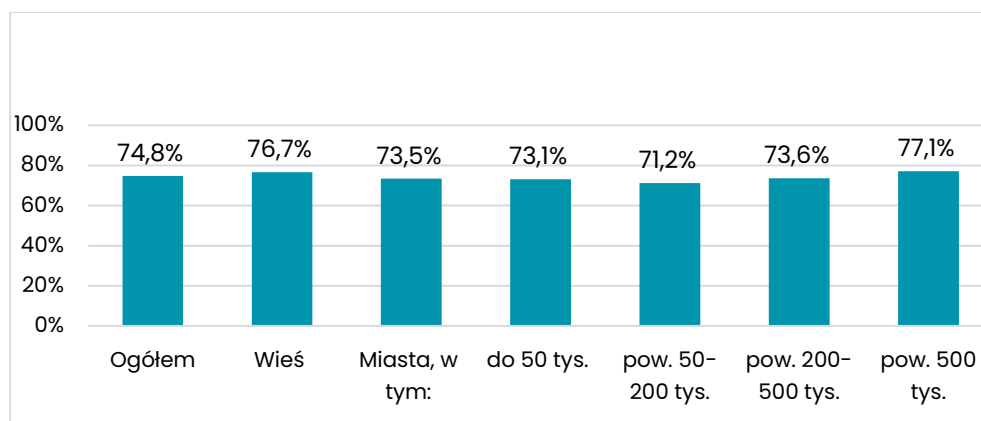


23b. w podziale na wykształcenie

Podstawa: osoby 13+



23c. w podziale na miejsce zamieszkania



Rozdział 4: Konsumpcja – inne audio

Kategoria audio obejmuje prócz radia także słuchanie muzyki na platformach streamingowych, słuchanie podcastów, audiobooków oraz muzyki/ słuchowisk z nośników analogowych.

Odsetek populacji osób 4+, korzystającej z różnego rodzaju audio w ciągu ostatnich 12 miesięcy wynosi 61,9%. W ujęciu ostatnich 30 dni, odsetek ten wynosi 43,7%, przy czym 36,4% osób deklaruje słuchanie w tym okresie muzyki na platformach online, a 13,5% podcastów.

Rzadziej słuchana jest muzyka/ słuchowiska na nośnikach analogowych (10,4%) oraz audiobooki (4,7%).

Wykres 24. Słuchanie innego audio

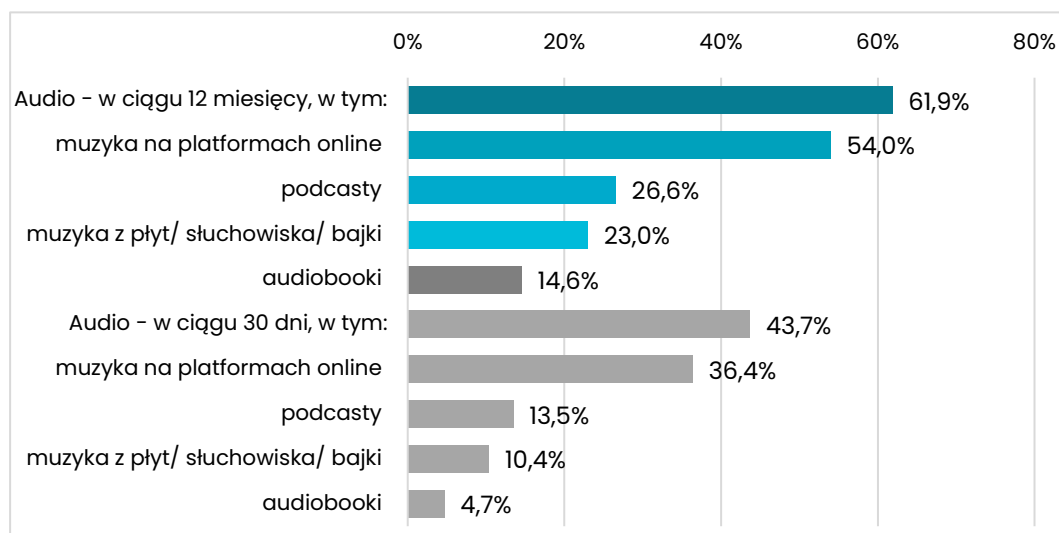


Tabela 3. Słuchanie innego audio w podziale na wiek osoby

	Ogółem	4-15 lat	16-29	30-49	50-64	65+
Audio (12-mcy), w tym:	61,9%	72,6%	87,9%	76,0%	48,4%	23,9%
muzyka na platf. online	54,0%	62,1%	83,7%	69,0%	38,8%	15,0%
podcasty	26,6%	24,5%	45,8%	35,6%	17,0%	7,1%
muzyka z płyt/ bajki	23,0%	32,4%	27,4%	25,9%	18,5%	12,6%
audiobooki	14,6%	19,6%	26,3%	16,9%	8,2%	4,2%
Audio (30 dni), w tym:	43,7%	56,0%	69,6%	53,9%	28,4%	12,8%
muzyka na platf. online	36,4%	47,6%	63,0%	45,0%	21,3%	8,2%
podcasty	13,5%	13,8%	22,5%	18,9%	7,4%	3,1%
muzyka z płyt/ bajki	10,4%	17,7%	12,3%	12,1%	6,9%	4,9%
audiobooki	4,7%	7,1%	7,8%	5,5%	2,5%	1,3%

Rozdział 5: Współkorzystanie z usług: telewizja, radio, VOD/ streaming

Analiza współkorzystania z usług medialnych w okresie **ostatnich 3 miesięcy** wskazuje, iż największą grupę stanowią osoby korzystające zarówno z telewizji, radia, jak i VOD/ streaming. Odsetek osób korzystających z tych **trzech typów usług** stanowi **54,5% populacji osób 4+.**

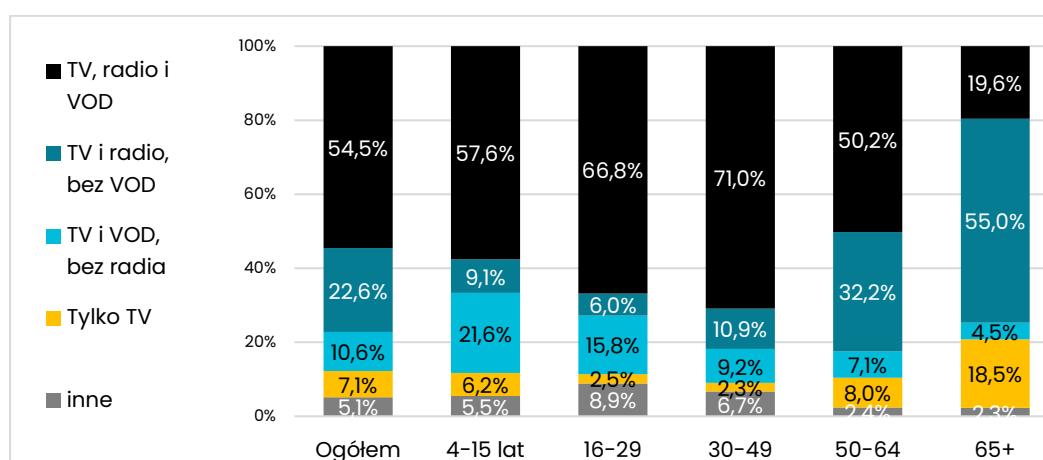
Kolejną grupę, pod względem liczebności (22,6%) stanowią osoby korzystające z telewizji i radia, ale nie korzystające z VOD (w tym streamingu).

Trzecią, pod względem rozmiaru, jest grupa osób korzystających z telewizji i internetu, bez korzystania z radia, stanowiąca 10,6% populacji osób 4+.

Charakterystyka poszczególnych grup definiowanych poprzez współkorzystanie z mediów wskazuje na nierównomierność rozkładu tych grup w populacji. Ich wielkość jest determinowana i różnicowana przede wszystkim przez wiek, wykształcenie, typ gospodarstwa domowego, a w mniejszym stopniu przez miejsce zamieszkania.

Wykres 25. Współkorzystanie z usług: telewizja, radio, VOD/ streaming

- ostatnie 3 miesiące - w podziale na wiek osoby



Odsetek osób korzystających z tych trzech typów usług stanowi 54,5% populacji osób w wieku 4+. Z VOD w połączeniu z TV, ale bez radia korzysta 10,6% osób 4+.

Rozdział 6: Korzystanie z internetu, w tym wykorzystywane urządzenia

Wśród osób w wieku 4 lata i więcej wskaźnik korzystania z internetu (także nieregularnego) w ciągu ostatnich 12 miesięcy wynosi 82,1%, a korzystanie w okresie ostatnich 30 dni deklaruje 81,2% osób – dla obydwu perspektyw poziom korzystania jest zbliżony.

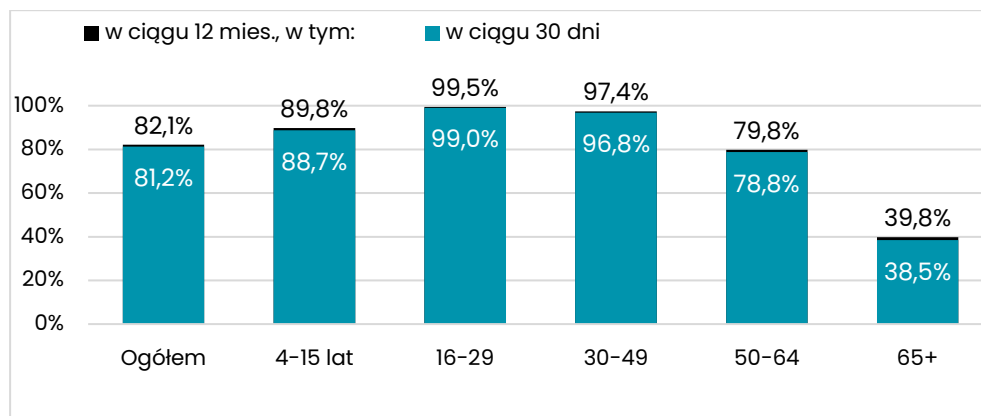
Analiza zebranych danych pokazuje, iż poziom korzystania z internetu nie jest równomierny i ma ścisły związek z wiekiem.

W grupie wiekowej 16–49 lat wskaźnik korzystania z internetu w ciągu ostatnich 30 dni sięga 99%, zaś wśród osób w wieku 65 lat i więcej – wynosi 38,5%.



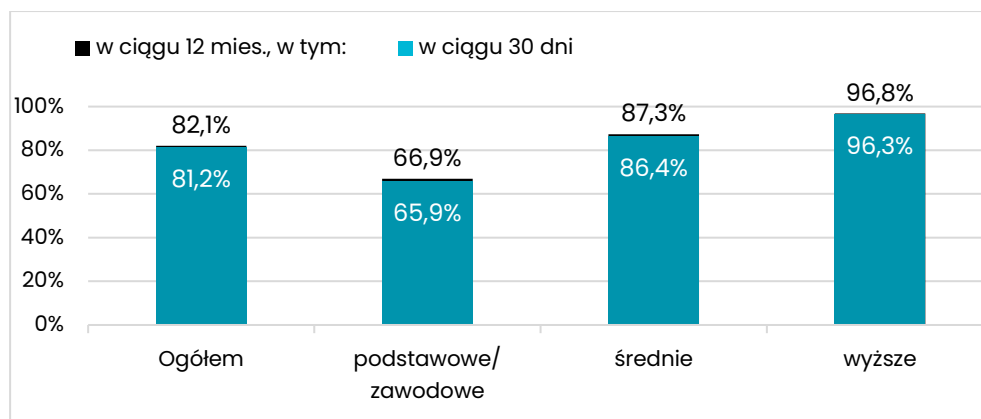
Wykres 26. Korzystanie z internetu – konsumpcja treści:

26a. w podziale na wiek osoby

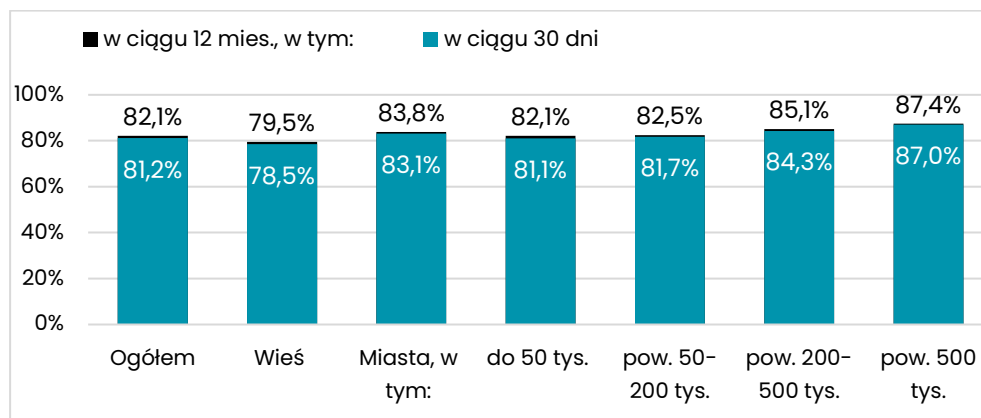


26b. w podziale na wykształcenie

Podstawa: osoby 13+



26c. w podziale na miejsce zamieszkania



Korzystanie z internetu w okresie ostatnich 30 dni deklaruje 81,2% osób w wieku 4+.

W grupie wiekowej 16-49 lat korzystanie z internetu w ciągu ostatnich 30 dni deklaruje 99% osób, zaś wśród osób w wieku 65 lat i więcej – 38,5%.

Częściej z internetu korzystają osoby z wykształceniem wyższym (96,8%).

Miejsce zamieszkania w mniejszym stopniu różnicuje konsumpcję internetu.

Wykorzystywane urządzenia – ostatnie 30 dni

Biorąc pod uwagę urządzenia do odbioru internetu, najczęściej wykorzystywany jest smartfon (90,4% osób korzystających z internetu), w dalszej kolejności – komputer/ laptop w domu (63,3%) oraz tablet – 14,5%. Z komputera poza domem korzysta 26,2% osób korzystających z internetu (sprzęt w pracy/ w szkole/ u kogoś innego).

30,9% osób korzysta z treści w internecie za pomocą podłączonego do internetu TV Smart.

Konsola do gier wskazywana jest w tym kontekście rzadziej (6,7%), inne urządzenia w tym rzutnik wskazywane są jedynie przez 0,7% osób, korzystających z internetu.

Wykres 27. Urządzenia do korzystania z internetu – ostatnie 30 dni

Podstawa: Korzystający z internetu w ciągu ostatnich 12 mies.

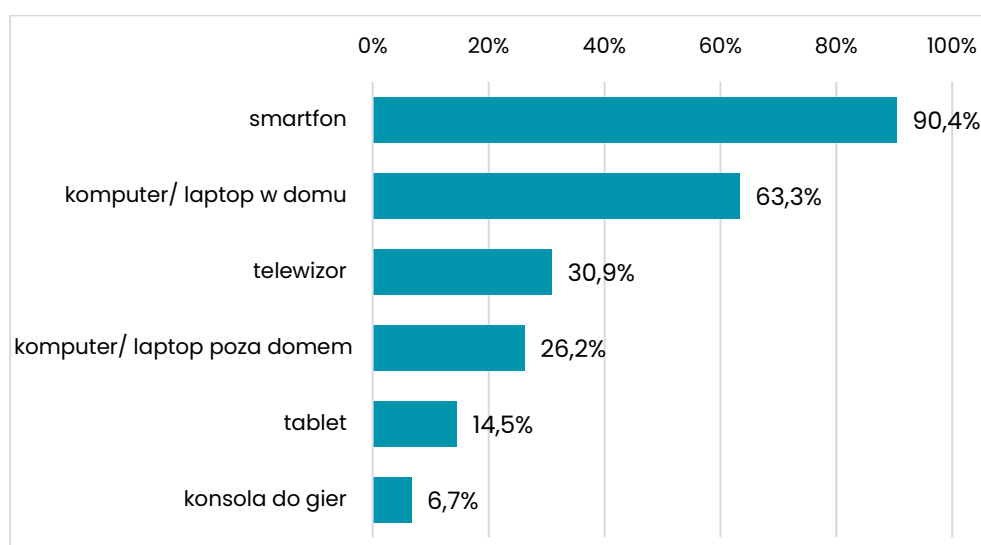


Tabela 4: Urządzenia do korzystania z internetu – w podziale na wiek osoby

Podstawa: Korzystający z internetu w ciągu ostatnich 12 mies.

	Ogółem	4–15 lat	16–29	30–49	50–64	65+
smartfon	90,4%	72,1%	96,0%	94,9%	92,7%	85,4%
komp./ laptop – w domu	63,3%	62,5%	72,8%	67,5%	53,6%	50,0%
telewizor	30,9%	38,9%	35,2%	35,5%	19,6%	16,0%
komp./ laptop – poza domem	26,2%	14,6%	33,7%	34,7%	21,0%	8,4%
tablet	14,5%	31,6%	13,5%	13,4%	8,5%	7,7%
konsola do gier	6,7%	15,9%	10,9%	6,0%	0,7%	0,2%

Rozdział 7: Typologia korzystania z mediów: telewizja, radio, internet

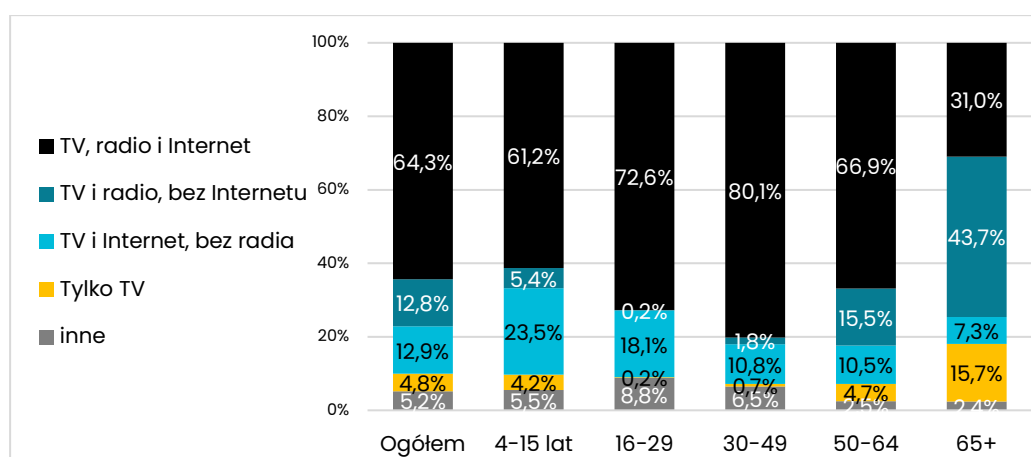
Analiza współkorzystania z mediów elektronicznych w okresie **ostatnich 3 miesięcy** wskazuje, iż największą grupę stanowią osoby korzystające zarówno z telewizji, z radia, jak i z internetu – odsetek osób korzystających z trzech typów mediów wynosi 64,3%.

Kolejną grupą pod względem liczebności są osoby korzystające z telewizji i radia, ale nie korzystające z internetu (12,8%). Równie liczna jest grupa korzystających z internetu i telewizji, ale niesłuchających radia (12,9%).



Wykres 28. Typologia korzystania z telewizji, radia, internetu

– ostatnie 3 miesiące – w podziale na wiek osoby



Najliczniejszą grupę stanowią osoby korzystające z 3 typów mediów elektronicznych (64,3%). Struktura grup zmienia się wraz z wiekiem.

Rozdział 8: Inne aktywności w czasie wolnym – prasa, książki, konsumpcja kultury

Czytelnictwo prasy

Kontakt z prasą w ciągu ostatnich 12 miesięcy deklaruje 68,5% populacji. Regularnie czytających (czytanie prasy w ciągu ostatnich 30 dni) – jest 44,9% osób w wieku 4+, przy czym 34,2% osób deklaruje kontakt z gazetami (wydania papierowe lub internetowe), a 32,2% – z czasopismami (wydania papierowe lub internetowe).

Czytanie prasy częściej deklarują kobiety (71,2% w okresie ostatnich 12 miesięcy), a także osoby w wieku 50–64 lata (77,3%), osoby z wyższym wykształceniem (83,4%) oraz mieszkańcy miast (70,4%).

Biorąc pod uwagę rodzaj nośnika 63,6% osób deklaruje kontakt w okresie ostatnich 12 miesięcy z prasą papierową, a 29,4% – z prasą dostępną przez internet. W okresie ostatnich 30 dni, wskaźniki te wynoszą odpowiednio 38,6% (prasa papierowa) i 15,0% (internetowa).

Prasę papierową istotnie częściej czytają osoby starsze (w okresie ostatnich 12 miesięcy: 50–64 lata – 77,3%, 65 lat i więcej – 73,4%), zaś internetową – częściej osoby w wieku 16–29 lat (42,8%) i 30–49 lat (40,5%).



Wykres 29. Czytelność prasy

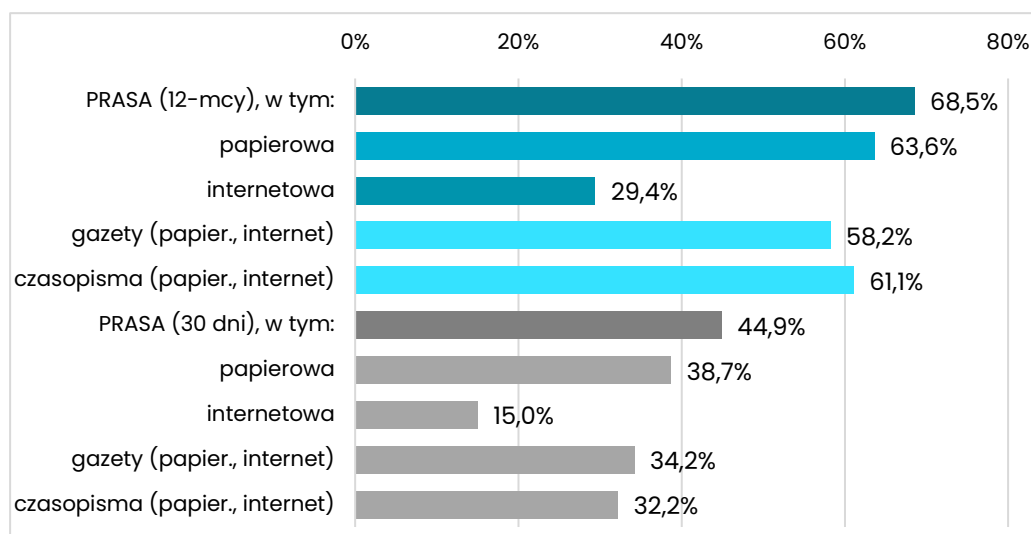


Tabela 5. Czytelność prasy (12 mies.) – w podziale na wiek osoby

	Ogółem	4–15 lat	16–29	30–49	50–64	65+
PRASA (12-mcy), w tym:	68,5%	35,8%	67,3%	74,2%	77,3%	73,4%
papierowa	63,6%	33,9%	58,9%	67,3%	73,8%	71,9%
internetowa	29,4%	13,3%	42,8%	40,5%	27,6%	12,9%
gazety (papier., internet)	58,2%	21,7%	56,0%	64,7%	68,4%	64,3%
czasopisma (papier., internet)	61,1%	31,4%	60,4%	67,2%	69,2%	64,1%

Czytelność książek

Przeczytanie **minimum jednej książki w roku** deklaruje 56,2% populacji osób w wieku 4 lata i więcej. Z wydań papierowych skorzystało 54,1% osób, a z wersji elektronicznych – 15,9% osób.

Czytanie książek częściej deklarują kobiety (62,72%), a także osoby w wieku szkolnym 7–15 lat (89,6%). Wśród dzieci 4–6 lat kontakt ze słowem pisanym posiada 56% badanych. Czytanie książek wśród młodzieży i młodych dorosłych (16–29 lat) deklaruje 67,3% osób. Poziom czytelności jest wyższy wśród osób z wyższym wykształceniem (74,7%), a także wśród mieszkańców miast (60,4%). Odsetek czytających wśród mieszkańców wsi wynosi 49,8%.

Wykres 30. Czytelność książek

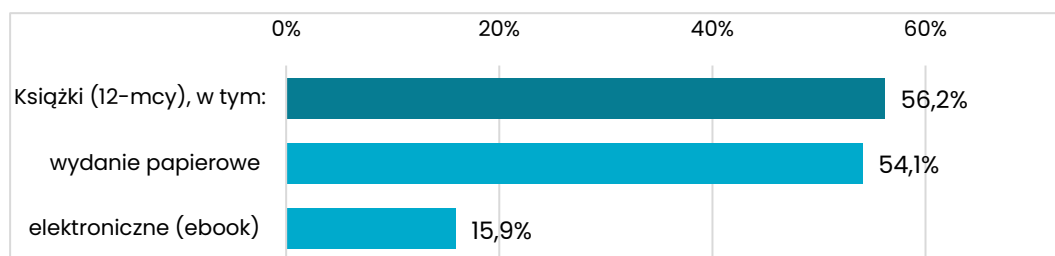


Tabela 6. Czytelność książek (12 m-cy) – w podziale na wiek osoby

	Ogółem	4-15 lat	16-29	30-49	50-64	65+
Książki (12-mcy), w tym:	56,2%	81,7%	67,3%	53,7%	46,6%	43,0%
wydanie papierowe	54,1%	80,5%	63,9%	51,0%	44,9%	42,1%
elektroniczne (ebook)	15,9%	15,6%	29,1%	19,1%	10,3%	5,7%

Konsumpcja kultury – inne aktywności

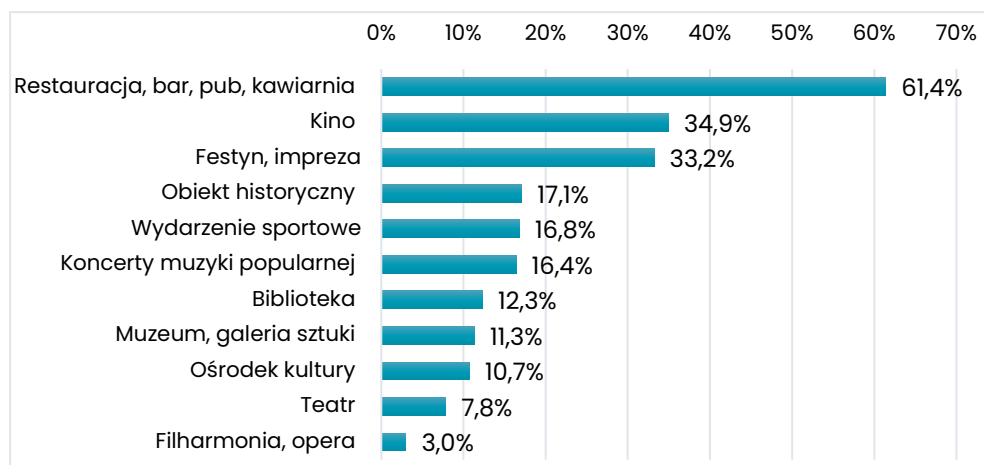
Biorąc pod uwagę innego rodzaju aktywności w czasie wolnym, 61,4% osób w wieku 16+ deklaruje korzystanie z restauracji/ barów/ kawiarni co najmniej raz w roku.

Uczestnictwo w festynach/ imprezach deklaruje 33,2% osób, a 16,4% osób było choć raz w ciągu ostatnich 12 miesięcy na koncercie muzycznym. Udział w wydarzeniach sportowych potwierdza 16,8% populacji.

Oglądanie filmów w kinie deklaruje 34,9% osób, a choć jedną wizytę w teatrze w ciągu ostatniego roku – 7,8% osób.

Do filharmonii/ opery chodzi 3% osób, a 11,3% – do muzeum/ galerii sztuki. 10,7% osób korzysta z oferty domu kultury, a 17,1% odwiedza obiekty historyczne. Z bibliotek skorzystało 12,3% osób (choć raz w okresie ostatnich 12 miesięcy).

Wykres 31. Konsumpcja kultury



S Ł O W N I K

P O J Ę Ć

METODOLOGICZNYCH

Słownik pojęć metodologicznych

Badanie Założycielskie KIM (BZ) – badanie populacyjne, bazujące na losowej próbie gospodarstw domowych, o dużej liczebności charakterystycznej dla badań przesiewowych, mające na celu ustalenie struktury socjodemograficznej członków gospodarstw oraz stanu wyposażenia gospodarstw domowych w środki do odbioru usług medialnych i treści w internecie, a także identyfikację sposobów i częstości korzystania członków gospodarstw domowych z tych usług. Badanie ma formę jednoźródłowego pomiaru telewizji, radia i internetu, realizowanego w sposób ciągły, co oznacza możliwość systematycznego śledzenia struktury populacji usług medialnych i internetu. Badanie jest realizowane na w pełni reprezentatywnej próbie gospodarstw domowych i osób, losowanej warstwowo, dwustopniowo z operatu TERYT GUS. W roku 2022 próba roczna obejmuje ponad 20 000 gospodarstw i ponad 45 000 osób.

Próba Badania Założycielskiego – losowa przy zastosowaniu schematu warstwowego, dwustopniowego, proporcjonalnego metodą Hartleya–Rao. Aby uwzględnić zarówno aktualnie istniejący sposób konsumpcji usług medialnych (używanych źródeł i odbiorników), jak i różnice w konsumpcji, jednostką badania w Badaniu Założycielskim jest gospodarstwo domowe i wszyscy jego członkowie, którzy w momencie badania ukończyli 4 lata. Podstawę losowania jednostek do próby (operat losowania) w Badaniu Założycielskim stanowił system TERYT (Urzędowy Rejestr Podziału Terytorialnego Kraju), prowadzony przez Główny Urząd Statystyczny, który jako jedyny dostępny operat losowania mógł być zastosowany do losowego doboru próby przy założeniu, że podstawową jednostką badania jest gospodarstwo domowe. Obejmuje on adresy wszystkich mieszkań i domów w Polsce wraz z informacją o aktualnym wykorzystaniu lokalu. Pozwala to na etapie doboru próby wyłączyć z niej mieszkania i domy wykorzystywane do innych celów niż mieszkaniowe (np. siedziby firm).

Schemat losowania dwustopniowego – na I stopniu został zastosowany schemat losowania ze zwracaniem. Jednostkami losowania I stopnia były rejony statystyczne. Jednostki pierwszego stopnia zostały przed losowaniem powarstwowane. Warstwami były województwa, a wewnątrz województw rejony statystyczne zostały powarstwowane według 9 klas wielkości miejscowości. Na II stopniu został zastosowany schemat losowania bez zwracania. Jednostkami losowania II stopnia w wylosowanych na I stopniu rejonach statystycznych były mieszkania. Ostatecznie badaniu podlegały, w wylosowanych rejonach statystycznych, gospodarstwa domowe i osoby, które ukończyły w momencie badania 4 lata, zamieszkałe w wylosowanych mieszkaniach. W sytuacji, gdy w wylosowanym mieszkaniu zamieszkiwało więcej niż jedno gospodarstwo domowe losowano do badania jedno gospodarstwo domowe.

Populacja – populacją objętą Badaniem Założycielskim są wszystkie prywatne gospodarstwa domowe – i członkowie tych gospodarstw – zamieszkujące w trakcie prowadzenia badania w Polsce. Nie podlegają badaniu gospodarstwa domowe

zamieszkałe w obiektach zbiorowego zakwaterowania (internat, hotel robotniczy, dom rencisty, klasztor itp.) z wyjątkiem gospodarstw domowych pracowników zamieszkałych w tych obiektach z tytułu wykonywanej pracy (np. Kierownik hotelu, dozorca). Badaniem objęte są także gospodarstwa domowe obcokrajowców, z wyłączeniem sytuacji, gdy niemożliwa jest realizacja badania w języku polskim. W gospodarstwach domowych spisem objęte są wszystkie osoby w gospodarstwie będąc źródłem struktury populacji, natomiast do próby osób z którymi prowadzony jest wywiad o mediach wchodzi osoby w wieku 4 lata i więcej. Próba osób dotyczy zatem populacji w wieku 4+.

Członek gospodarstwa domowego – osoba zamieszkała pod danym adresem i utrzymująca się wspólnie z innymi osobami należącymi do jego gospodarstwa domowego.

Procedura ważenia – dla uogólniania uzyskanych na podstawie próby danych BZ łącznie na badaną populację w układzie ogólnopolskim oraz na podpopulacje w wybranych przekrojach typologicznych gospodarstw domowych oraz osób **zastosowano zintegrowany system wag** (ang. Integrated Weighting). Wagi te mają na celu przywrócenie w trakcie obliczeń pierwotnej struktury próby, zniekształconej odmowami uczestnictwa w badaniu (odmowami badanych gospodarstw i ich członków). Ważenie ma także na celu skorygowanie rozkładów cech z próby (tak gospodarstw domowych jak i osób) w oparciu o dane dostępne z niezależnych i wiarygodnych źródeł o rozkładach tych cech dla populacji.

- Przy szacunku tych wag są uwzględniane:
- Prawdopodobieństwa wyboru do próby mieszkań i gospodarstw domowych,
- Poziom kompletności badania,
- Struktura demograficzna populacji gospodarstw domowych i osób w populacji generalnej na podstawie danych pochodzących z zewnętrznych źródeł.

Na podstawie uzyskanych danych, z wykorzystaniem załączonego do zbioru danych systemu wag, można oszacować parametry z populacji generalnej dla dowolnych przekrojów terytorialnych i grup typologicznych gospodarstw domowych oraz respondentów, przy założeniu odpowiedniej liczebności próby, wpływającej na poziom istotności szacowanego wyniku.

Źródła weryfikacji struktury populacji – informacje dotyczące pierwotnej struktury populacji osób pochodzą z Narodowego Spisu Powszechnego Ludności i Mieszkań 2021, uzupełnione o dane z banku danych lokalnych GUS oraz badania BAEL GUS. Informacje o liczbie gospodarstw domowych zaczerpnięto z prognoz dla 2022 roku wykonanych przez GUS na podstawie spisu 2011 roku – aktualizowanych o dane rejestrowe, według definicji ekonomicznej gospodarstwa domowego. Oparcie liczby mieszkań o starszy spis niż 2021 spowodowane było odmienną definicją gospodarstwa domowego w Badaniu Założycielskim (definicja ekonomiczna) oraz spisie powszechnym 2021 (definicja adresowa).

Ekstrapolacja wyników z próby na populację – na podstawie uzyskanych danych indywidualnych, z wykorzystaniem załączonego do zbioru danych systemu wag, można

teoretycznie oszacować parametry z populacji generalnej dla dowolnych przekrojów terytorialnych i grup typologicznych gospodarstw domowych oraz respondentów. Dla przekrojów, w ramach których liczebności próby są niewielkie, wielkość błędów losowych oszacowań parametrów może być znacząca, a tym samym wnioskowanie na podstawie oszacowań z próby może być obarczone dużym błędem. Aby ocenić wiarygodność oszacowań parametrów z populacji generalnej dla danego przekroju populacji należy obliczyć dla każdego z tych oszacowań odpowiadające im błędy szacunku.

Lider gospodarstwa domowego – pełnoletnia osoba w gospodarstwie domowym, która posiada wiedzę na temat składu gospodarstwa domowego oraz wyposażenia w sprzęt do odbioru i wykorzystywanych usług medialnych w gospodarstwie domowym. Udziela ona odpowiedzi na temat gospodarstwa oraz podaje podstawowe dane demograficzne o członkach gospodarstwa. Lider gospodarstwa domowego jest jednocześnie liderem technologicznym lub prosi o wsparcie w trakcie wywiadu i odpowiada w asyście lidera technologicznego, wskazanego spośród innych członków gospodarstwa domowego.

Liczba telewizorów – w danych ze spisu pantry check podajemy liczbę wszystkich działających (nie zepsutych długotrwale) telewizorów w gospodarstwach domowych, niezależnie od przeznaczenia. Szczegółowe informacje o telewizorach podajemy w odniesieniu do czynnych telewizorów przeznaczonych do oglądania telewizji, czyli podłączonych do sygnału telewizyjnego.

Gospodarstwo „telewizyjne” – to gospodarstwo z minimum jednym odbiornikiem telewizyjnym podłączonym do źródła sygnału telewizyjnego (satelita, kabel/iptv, eter).

Źródło sygnału telewizyjnego – według poniższego podziału:

satelita	w tym: własna antena satelitarna, bez anteny zbiorczej
kabel	w tym: – telewizja od operatora telewizji kablowej dostarczana przez kabel analogowy, cyfrowy lub iptv – telewizor podłączony tylko do internetu, z funkcjonalnością TV Smart, odbierający telewizję przez aplikację i strony www (tzw. web tv, bez dekodera) – zbiorcza antena satelitarna
eter, NTC	w tym: – telewizja naziemna z anteny własnej pokojowej (wewnętrznej) – telewizja naziemna z anteny własnej zewnętrznej – telewizja naziemna ze wspólnej anteny (tzw. zbiorczej)

Kategorie sygnału telewizyjnego (grupy rozłączne) – w tym podziale, w przypadku więcej niż jednego rodzaju sygnału telewizyjnego, gospodarstwo domowe jest przypisane tylko jednego typu sygnału, przy czym przyjęta jest nadrzędna rola satelity.

Kategorie sygnału telewizyjnego (grupy nierozłączne) – w tym podziale, w przypadku więcej niż jednego rodzaju sygnału telewizyjnego, gospodarstwo domowe jest przypisane do więcej niż jednego typu sygnału, zgodnie z posiadaniem.

SVOD – (Subscription Video on Demand) – serwis zapewnia swobodny dostęp do pełnej oferty wideo danego dostawcy po opłaceniu regularnej opłaty subskrypcyjnej (np. miesięcznej).



Krajowy
Instytut
Mediów

KRAJOWY INSTYTUT MEDIÓW

ul. Wiktorska 63,
02-587 Warszawa

KONTAKT

E-mail: biuro@kim.gov.pl

Telefon: 22 118 98 44

(w godz. 9.00-17.00)

Wszelkie prawa zastrzeżone dla Krajowego Instytutu Mediów. Jakiegokolwiek dalsze przetwarzanie, rozpowszechnianie, modyfikowanie, korzystanie z treści i informacji przedstawionych przez Krajowy Instytut mediów oraz Krajową Radę Radiofonii i Telewizji – w całości lub w postaci opracowanej części, z bazy danych oraz utworów powstałych w ramach badania – wymaga uzyskania stosownej licencji od Krajowego Instytutu Mediów.

