



Krajowy
Instytut
Mediów

Usługi medialne i infrastruktura do ich odbioru w 2023 roku

Mieszkańcy Polski w wieku
4 lata i więcej.

Wyniki Badania Założycielskiego
Krajowego Instytutu Mediów

Warszawa, kwiecień 2024



Spis treści

Wstęp	3
Założenia i cele. Do czego służy Badanie Założycielskie?	4
Metodologia. Jak realizujemy Badanie Założycielskie?	5
Podsumowanie 2023 roku	7
Szczegółowe wyniki Badania Założycielskiego	15
Część I. Infrastruktura do usług medialnych	16
Rozdział 1: Dostępne w domu urządzenia i odbiorniki.....	16
1.1 Odbiorniki telewizyjne.....	16
1.2 Odbiorniki radiowe	18
1.3 Typologia wg odbiorników radiowych i telewizyjnych.....	22
1.4 Sprzęt komputerowy.....	23
1.5 Dostępne urządzenia w gosp. domowych – zbiorczo.....	24
1.6 Urządzenia wykorzystywane w gosp. domowych - zbiorczo	26
1.7 Korzystanie z telefonów komórkowych.....	29
Rozdział 2. Dostęp do internetu	31
Rozdział 3: Infrastruktura do odbioru telewizji linearnej.....	33
3.1 Osoby z gospodarstw „telewizyjnych” (z dostępem do telewizora).....	33
3.2 Kategorie sygnału telewizyjnego – podział nierozłączny	35
3.3 Kategorie sygnału telewizyjnego – podział rozłączny.....	36
3.4 Charakterystyka telewizorów	38
3.5 Osoby z gospodarstw „telewizyjnych” wg szerszej definicji (różne ekrany)	41
3.6 Typologia wg infrastruktury do odbioru telewizji i liczba ekranów.....	42
3.7 Dostęp do telewizji hybrydowej.....	44
Rozdział 4: Potencjał do odbioru streamingu i treści VOD	45
Część II. Wzory konsumpcji	46
Rozdział 1: Oglądanie telewizji linearnej.....	47
Rozdział 2: Oglądanie treści VOD (streaming)	51
Rozdział 3: Słuchanie radia.....	54
Rozdział 4: Słuchanie – inne formy audio.....	55
Rozdział 5: Współkonsumpcja: telewizja, radio, treści VOD (streaming).....	57
Rozdział 6: Korzystanie z internetu.....	58
Rozdział 7. Wybrane aktywności w internecie.....	61
Rozdział 8: Typologia korzystania: telewizja, radio, internet	62
Część III. Zjawiska powiązane z konsumpcją usług medialnych	64
Rozdział 1: Wideo fake newsy w internecie	64
Rozdział 2: Kontrola rodzicielska aktywności dzieci w internecie	65
Część IV. Inne aktywności	67
Rozdział 1: Czytelnictwo prasy.....	67
Rozdział 2: Czytelnictwo książek.....	69
Rozdział 3. Kultura – inne aktywności	70
Słownik pojęć metodologicznych.....	72

Wstęp



Podstawowym zadaniem **Krajowego Instytutu Mediów** jest realizacja ilościowego **Badania Założycielskiego**, jednoźródłowo opisującego użytkowników telewizji, radia, internetu.

Pomiar jest realizowany cyklicznie, na dużej próbie losowej, zgodnie najwyższymi standardami metodologicznymi, spełniającymi wymogi wysoce precyzyjnych badań przesiewowych, w zakresie uzupełniającym sprawozdawczość GUS.

Badanie Założycielskie realizuje cele wpisane w działalność KRRiT, w tym wyznaczanie standardów badań i diagnozę wpływu regulacji na rynek.

Niniejszy raport z Badania Założycielskiego **poświęcony jest populacji mieszkańców Polski w wieku 4 lata i więcej, w roku 2023**. 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 – realizowane w trybie ciągłym, od stycznia do grudnia 2023 – objęło **ogólnopolską losową próbę 32 735 osób w wieku 4 lata i więcej**, reprezentującą populację Polski w tym wieku.



Założenia i cele. Do czego służy Badanie Założycielskie?

Przedmiotem badania jest stwierdzenie faktów dotyczących wyposażenia w niezbędną **infrastrukturę do odbioru usług medialnych i treści w internecie** oraz opisanie indywidualnej **konsumpcji tych usług** - w oparciu o deklarowane, uświadomione i zapamiętane wzory zachowań (wywiad kwestionariuszowy), na podstawie danych zbieranych w trybie ciągłym.



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.

Badanie Założycielskie pozwala reagować na nowe zjawiska, mierzyć ich rozprzestrzenienie w populacji, tworzyć profile konsumentów. Stanowi także podstawę dla innych badań, w tym panelowych, gdzie dobór jednostek obserwowanych w czasie powinien odzwierciedlać wybrane cechy i strukturę reprezentowanej populacji.



Metodologia.

Jak realizujemy Badanie Założycielskie?

Badanie jest unikatowym studium wykonalności badań na próbach losowych, adresowych, o proporcjonalnym pokryciu terytorium do poziomu NUTS3 oraz dużym rozproszeniu terytorialnym (przy losowaniu 3750 rejonów statystycznych).

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 rejony statystyczne (wg zdefiniowanych proporcji klasy wielkości miejscowości wewnątrz poszczególnych województw), a w drugim – mieszkania. W mieszkaniu identyfikowano gospodarstwo domowe wg definicji ekonomicznej (osoby mieszkające i utrzymujące się razem), zbieżnej z danymi GUS dostępnymi w prognozie gosp. domowych na lata 2016–2050.

Podstawą doboru gospodarstw domowych jest zatem próba adresowa losowana z rejestru TERYT GUS, wg zdefiniowanych warstw, zapewniających duże rozproszenie terytorialne, reprezentatywna dla struktury populacji zarówno gosp. domowych, jak i osób w wieku 4+.

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 udziela informacji o wyposażeniu w źródła sygnału usług medialnych oraz odbiorniki, a także mówi o własnej konsumpcji mediów. Członkowie gospodarstwa domowego udzielają informacji na temat korzystania z urządzeń oraz indywidualnej konsumpcji usług medialnych i internetu.

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

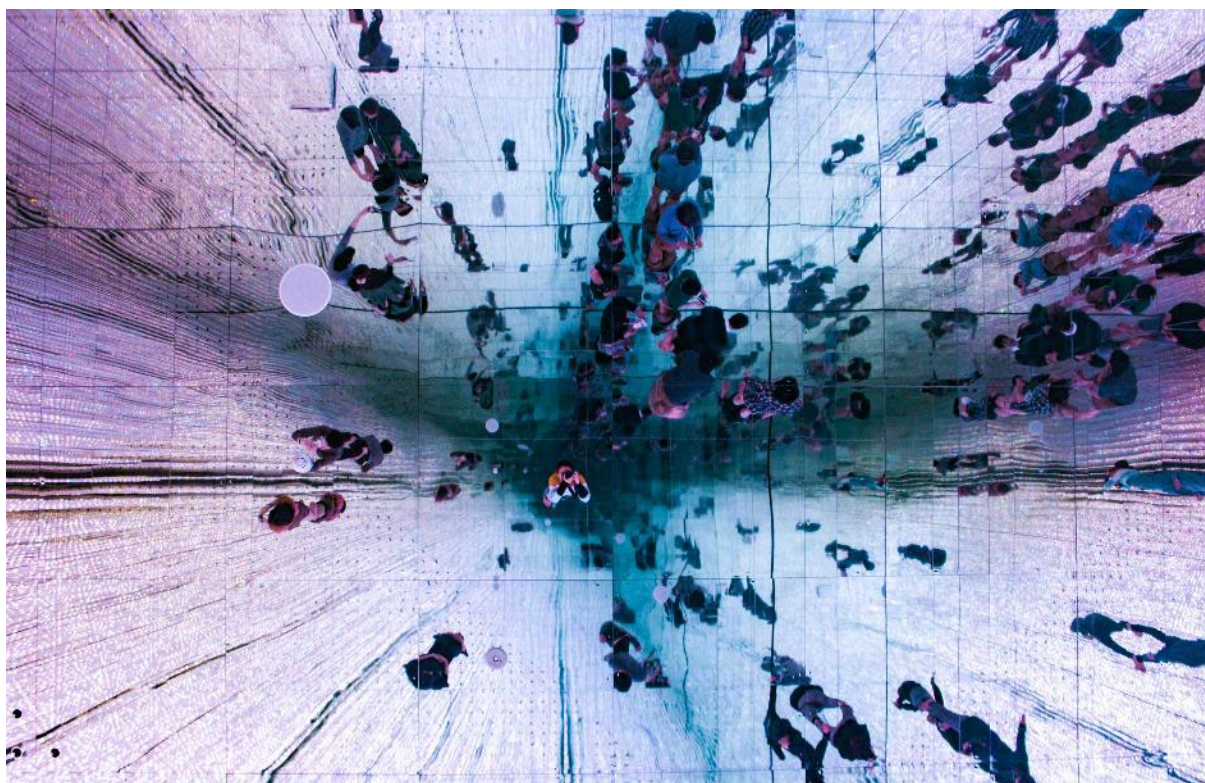
Badanie jest realizowane w trybie ciągłym, na próbie rozłożonej na 12 miesięcy (o identycznej, proporcjonalnej strukturze). Dopiero jednak próba roczna pozwala objąć badaniem podział terytorialny do poziomu wszystkich NUTS3 oraz wylosowane rejony statystyczne, pozwalając na ujęcie zjawisk występujących lokalnie.

Wielkość próby i estymacja parametrów populacji

Próba badawcza w Badaniu Założycielskim 2023 to **próba losowa, licząca ponad 30 000 respondentów, pozyskiwanych z 15 000 gospodarstw domowych**. Próba dobierana jest 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 zachowania struktury oraz uogólniania danych uzyskanych na podstawie próby na badaną populację zastosowano **zintegrowany system wag**, konstruowanych w oparciu o dane dostępne w rejestrach GUS (prognoza GUS na 2023, NSP 2021 z korektą na podstawie BDL GUS z dnia 30.06.2023). 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](#). Wykaz pojęć metodologicznych zamieszczono w słowniczku na końcu publikacji.



Podsumowanie 2023 roku

I. Infrastruktura do usług medialnych

Dostęp do sprawnego telewizora w domu posiada **94,4%** osób w wieku 4 lata i więcej. Wśród mieszkańców miast pow. 500 tys. wskaźnik posiadania spada do 88,9% (podobnie wśród osób z wykształceniem wyższym – 89,9%).

Telewizor nowszej generacji, z **funkcjonalnością Smart tv**, posiada 58,5% osób (w tym 2,9% poprzez przystawkę), przy czym 44,9% osób rzeczywiście podłącza funkcję Smart tv **do internetu**, zyskując dostęp do usług interaktywnych.

Dostęp do **odbiornika radiowego** w domu (nie wliczając smartfonów i aplikacji radiowych) posiada 80,5% osób w wieku 4+. Najczęściej posiadanym radioodbiornikiem jest radio samochodowe (65,8%, w tym 5,1% w samochodzie służbowym), a radio przenośne (niewbudowane) znajduje się w domach 36,8% osób w wieku 4+. Posiadanie radia częściej deklarują osoby pomiędzy 30 a 64 rokiem życia (81,3%), a także osoby z wykształceniem wyższym (84,9%). Radio **w technologii DAB+** może odbierać 7,9% osób w wieku 4+. Częściej tego rodzaju odbiorniki posiadają mieszkańcy miast, w szczególności największych, pow. 500 tys. mieszkańców (14%). Odbiornik **podłączony do internetu** posiada w domu 5,4% osób w wieku 4+.

Dostęp **zarówno** do odbiornika telewizyjnego, jak i radiowego deklaruje **76,9%** osób w wieku 4+. Dostęp wyłącznie do telewizora posiada 17,5%, a tylko do radia – 3,6%. **Brak** w domu zarówno telewizora jak i radia deklaruje **2,1%** osób. Częściej taka sytuacja ma miejsce wśród osób w wieku 16–29 lat (3,5% nie ma ani telewizora, ani radia).

Dostęp do **sprzętu komputerowego** w domu posiada 76,5% osób w wieku 4+. Najczęściej są to **laptopy** – dostępne dla 69,2% osób. Możliwość korzystania z **tabletów** w domu posiada 19,5% osób.

Wyposażenie w domowy sprzęt komputerowy jest istotnie wyższe wśród dzieci do 15 lat (91,6%), a także wśród młodych dorosłych, czyli osób w wieku 16–29 lat (89,7%).

Słuchawki (przewodowe lub bezprzewodowe) posiada w domu 46,6% osób w wieku 4+, w tym 4% posiada słuchawki z radiem.



94,4%
osób



80,5%
osób

7,9%
ma radio DAB+

5,4%
ma radio
z internetem



76,9%
osób



76,5%
osób



46,6%
osób

Telefony komórkowe

Dostęp do telefonu komórkowego w domu deklaruje 98,3% osób w wieku 4+ (telefon w gosp. domowym).

Używa **telefonu komórkowego** 90,8% osób w wieku 4+. Odsetek ten jest istotnie wyższy w grupach wiekowych 16–29 lat i 30–49 lat (odpowiednio 98% i 98,2%).

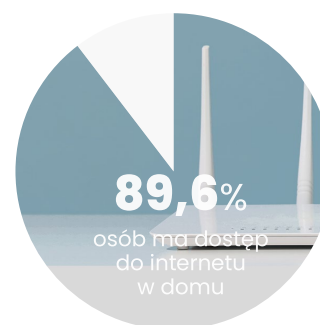
Wśród dzieci w wieku 4–6 lat odsetek korzystających z „komórki” sięga 20,6%, a w grupie 7–15 lat wynosi 75,8%.

Telefonu komórkowego **typu smartfon** używa 80,1% ogółu osób w wieku 4+. W grupie wiekowej 16–29 korzystanie rośnie do 97,6%, a w grupie osób w wieku 65+ maleje do 49%.

Dostęp do internetu

89,6% osób w wieku 4+ posiada dostęp do internetu w domu (włączając korzystanie z transmisji danych na „komórce”, jako jedyne źródło internetu). Wskaźnik dostępu do internetu rośnie wraz z wielkością gosp. domowego – jest najwyższy wśród osób z gosp. domowych liczących min. 4 osoby (98,2%).

Najczęściej posiadanym rodzajem dostępu do internetu jest internet stacjonarny – obecny w domu u 56,8% osób w wieku 4+.



Infrastruktura do odbioru telewizji



Rozwój technologii powoduje, iż obecnie **98,1%** osób w wieku 4+ posiada **możliwość odbioru telewizji linearnej**, posiadając co najmniej jedną z **dwóch opcji**: odbiór na telewizorze lub przez internet na urządzeniach z ekranem, tworząc poszerzoną populację osób z gospodarstw „telewizyjnych” (przystosowaną do odbioru telewizji, niezależnie od sposobu).

Większość - **94,2%** - to osoby pochodzące z gospodarstw klasycznie „telewizyjnych” wg definicji opartej o posiadanie **telewizora**.

Wśród tych osób (z gospodarstw klasycznie „telewizyjnych”) - **34,1%** korzysta z indywidualnego sygnału satelitarnego, **39,4%** korzysta z dostępu kablowego (szeroko definiowanego¹, w tym łącza internetowe), a **30,6%** osób posiada dostęp do naziemnej telewizji cyfrowej.

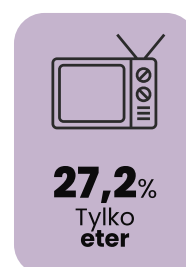
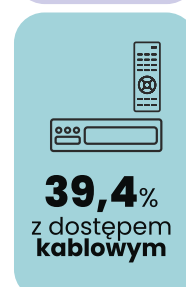
Użytkownicy sygnału satelitarnego lub kablowego (szeroko definiowanego) stanowią **72,8%** populacji osób z gospodarstw „telewizyjnych”.

Już **4,6%** osób z gospodarstw „telewizyjnych” może odbierać telewizję na telewizorze za pomocą zainstalowanych aplikacji z kanałami tv lub podłączając telewizor tylko do internetu.

Grupując źródła sygnału w kategorii - **w ujęciu rozłącznym**² - 34,1% osób posiadających telewizor, ma dostęp do indywidualnej anteny satelitarnej, 38,8% osób - do szeroko definiowanego „kabla”, a **27,2%** posiada **tylko eter**.

Potencjał korzystania z **telewizji hybrydowej** obejmuje 9,2% osób w wieku 4+ (posiadających telewizor z naziemną telewizją cyfrową, jednocześnie podłączony do internetu).

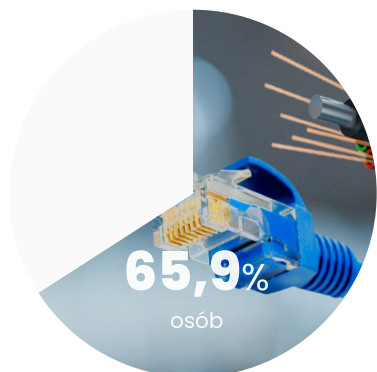
Osób z gosp. domowych przystosowanych do odbioru telewizji linearnej przez internet - niezależnie od posiadania telewizora - jest **69,8%** (odbiór na innych ekranach, z domowym łączem stałym lub mobilnym, nie licząc „komórki” jako jedynego internetu domowego).



¹ Szeroko definiowany kabel wlicza sygnał tv przez łącza analogowe, cyfrowe, iptv, zbiorczą antenę satelitarną doprowadzaną jako kabel oraz telewizory podłączone tylko do szerokopasmowego internetu jako jedyne źródło sygnału telewizyjnego w technologii strumieniowej (tzw. streaming).

² Podział rozłączny klasyfikuje gospodarstwo domowe do jednej grupy na zasadzie nadrzędności, w której zastosowano kryterium pierwszeństwa satelity nad kablem (jeśli obydwa obecne) oraz kabla nad eterem, jeśli gospodarstwo wskazywało kabel i eter.

Typologia wg infrastruktury do odbioru telewizji



Telewizję **zarówno** przez sygnał tv, jak i internet szerokopasmowy (domowe łącze stałe lub mobilne) może odbierać **65,9%** osób w wieku 4 lata i więcej.

Dostęp **tylko do sygnału tv** na telewizor (bez dostępu do internetu szerokopasmowego) posiada **28,3%** osób w wieku 4 lata i więcej.

3,9% osób w wieku 4+ posiada tylko domowe łącze stałe lub mobilne, bez sygnału tv na telewizor, a **1,9%** nie posiada ani sygnału tv na telewizor, ani internetu szerokopasmowego.

Liczba ekranów gotowych do odbioru telewizji

Wśród osób w wieku 4+ liczba dostępnych ekranów przystosowanych do odbioru telewizji (wliczając podłączony telewizor lub sprzęt komputerowy/ smartfon w połączeniu z internetem) wynosi **średnio 3,4 ekrany**, na których można oglądać telewizję linearną.

Multiscreening (więcej ekranów jednocześnie)

80,2% osób w wieku 13+ - przynajmniej od czasu do czasu - korzysta w tym samym czasie z więcej niż jednego ekranu, w tym **23,8%** robi to **codziennie**.

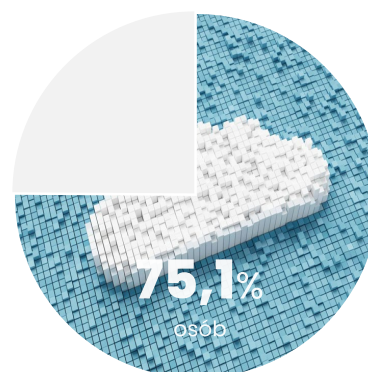
Najczęściej z więcej niż jednego ekranu w tym samym czasie, korzystają osoby w przedziale wieku 16-29 lat (86,7% choć od czasu do czasu, a **31,6%** robi to **codziennie**).



Potencjał do odbioru streamingu i treści VOD

Potencjał do odbioru usług streamingu i VOD, w postaci niezbędnej infrastruktury, posiada **75,1%** osób w wieku 4+, dysponując w domu co najmniej jedną z opcji: telewizor podłączony do internetu lub internet szerokopasmowy (na inne ekrany).

Potencjał do odbioru VOD jest najwyższy w grupach wiekowych 4-15 lat oraz 16-29 lat (89%) i spada z wiekiem, osiągając najniższe wartości wśród osób 65 lat i więcej (45,8%).



II. Wzory konsumpcji usług medialnych (deklarowany kontakt)

Oglądanie telewizji

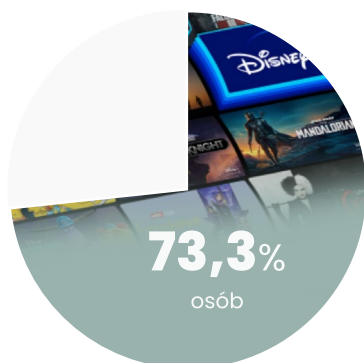
W perspektywie ostatnich 30 dni, oglądanie telewizji deklaruje 90% osób w wieku 4+ (niezależnie od urzędzenia i technologii odbioru). Relatywnie rzadziej kontakt z telewizją deklarują osoby z wykształceniem wyższym (83,5%), a także osoby w wieku 16 – 29 lat (82,4%) oraz mieszkańcy miast, szczególnie z miast pow. 500 tys. (85%).

W perspektywie 30 dni, korzystanie z **telewizji linearnej przez internet** (niezależnie od typu usługi) deklaruje 9,7% osób w wieku 4+. W perspektywie ostatnich 12 miesięcy – włączając także korzystających sporadycznie – jest to 17,9% osób 4+.

W grupie osób w wieku 16–29 lat, odsetek oglądających telewizję przez internet w ciągu ostatnich 30 dni jest relatywnie najwyższy i wynosi 13,5% (w perspektywie 12 miesięcy – 26,3%).



Oglądanie treści VOD (streaming)



Niezależnie od regularności, korzystanie z **treści VOD³** zadeklarowało **73,3%** osób w wieku 4+, w tym 71,4% korzystało z YouTube, a 46,5% z serwisów streamingowych VOD (bezpłatnych lub płatnych, niezależnie przez kogo opłacanych, i w jakim modelu).

W ujęciu ostatnich 30 dni, poziom korzystania z treści VOD wyniósł 62,1%, w tym 57,1% osób zadeklarowało korzystanie z YouTube, a 34,5% z serwisów streamingowych VOD (bezpłatnych lub płatnych).

Korzystanie z VOD spada wraz z wiekiem. Wśród osób w wieku 65+, kontakt z VOD w ciągu ostatnich 30 dni deklaruje 22,9% osób. W grupie wiekowej 16–19 lat – 87,2%.

³ Kategoria obejmuje serwisy VOD płatne lub bezpłatne, bez/ lub ze streamingiem kanałów tv „na żywo”. Nie wliczamy mediów społecznościowych z wyjątkiem platformy YouTube jako usługi hybrydowej.

W ujęciu 3 miesięcy, z **płatnych serwisów VOD** (niezależnie w jakim modelu płatności) korzysta **35,3%** osób w wieku 4 lata i więcej, a w grupie 16–29 lat wskaźnik korzystania sięga 55,5%.

Korzystanie ze **streamingu kanałów** telewizji linearnej (na stronach internetowych lub w aplikacjach), deklaruje **7,3%** osób w wieku 4+. W grupie wiekowej 16–29 lat wskaźnik sięga 12,6% (nie wliczając retransmisji w mediach społecznościowych).

Słuchanie radia i inne formy audio

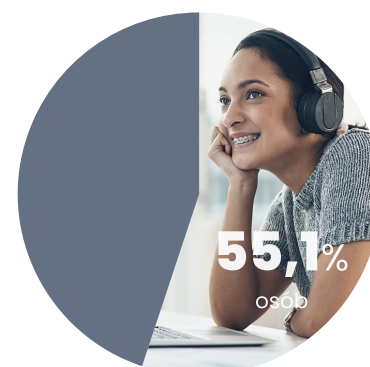
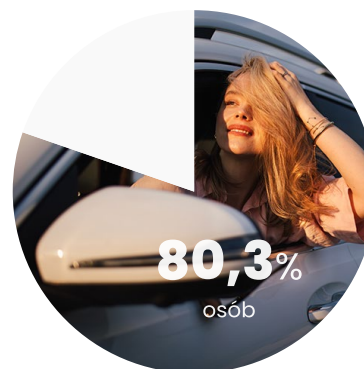
Odsetek osób w wieku 4+, które deklarują **słuchanie radia** (niezależnie jak, i gdzie) w ciągu ostatnich 12 miesięcy, wynosi **80,3%** (niezależnie od regularności).

W ujęciu ostatnich 30 dni, wskaźnik ten wynosi 69,1% i rośnie do 77,2% wśród osób z wykształceniem wyższym. Najczęściej słuchają radia osoby w wieku 30–49 lat (76% w ciągu 30 dni).

Wśród osób w wieku 4+ odsetek korzystających w ciągu ostatnich 12 miesięcy z innych niż radio **treści audio** wynosi **55,1%**, w tym **platformy streamingowe audio** wykorzystuje **40,4%**, a **podcasty** – **29,7%** osób (niezależnie na jakich platformach).

W ujęciu ostatnich 30 dni, wskaźnik korzystania z treści audio wynosi 38%, przy czym 27,3% osób korzysta z platform streamingowych audio, a 16% słucha podcastów. W grupie wiekowej 16–29 lat wskaźnik korzystania z podcastów sięga 30,9% (korzystanie w ciągu 30 dni).

Rzadziej słuchana jest muzyka/ słuchowiska na nośnikach analogowych (23%) oraz audiobooki (16%).



Współkonsumpcja: telewizja, radio, treści VOD/ streaming

Największą grupę stanowią osoby, korzystające zarówno z telewizji, radia, i treści VOD (streaming)– 40,8% populacji osób 4+. Częściej **ze wszystkich trzech typów** usług medialnych korzystają osoby w grupie wiekowej 30–49 lat (53,5%).

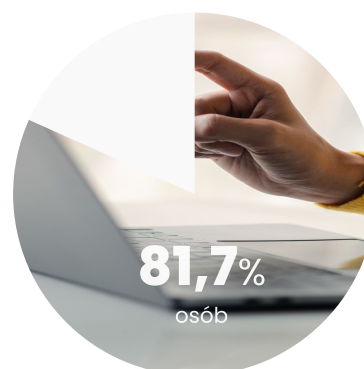
Wśród ogółu populacji 4+ rzadziej zdarzają się osoby korzystające z telewizji i radia, ale nie korzystające z treści VOD (23,2%).

Trzecią, pod względem rozmiaru, jest grupa osób korzystających z telewizji i VOD, bez korzystania z radia, stanowiąca 13,9% populacji osób 4+.

Aktywne korzystanie z internetu – częstotliwość i urządzenia

Wśród ogółu osób w wieku 4 lata i więcej, **81,7% korzysta z internetu** (niezależnie od celu i poszukiwanych treści). W grupie wiekowej 16–29 lat wskaźnik ten sięga 98,9%.

Największą grupę wśród **korzystających z internetu** stanowią tzw. **heavy users** (czyli korzystający z internetu codziennie lub prawie codziennie), obejmującą **84,3%** internautów. Medium users, czyli korzystający z internetu kilka razy w tygodniu, stanowią **13,5%** wszystkich korzystających, natomiast light users, czyli korzystający kilka razy w miesiącu lub rzadziej, to jedynie **2,1%** korzystających.



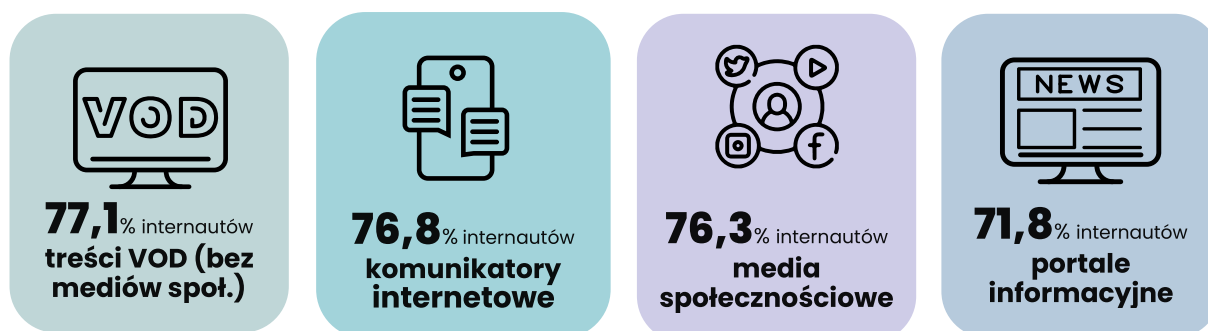
W ujęciu ostatnich 30 dni, korzystanie z internetu deklaruje 79,4% osób w wieku 4+. W grupie wiekowej 16–29 lat korzystanie z internetu sięga 96,6%, zaś wśród osób w wieku 65 lat i więcej – 41,1%.

Wśród korzystających z internetu w ciągu ostatnich 30 dni, najczęściej wykorzystywany do tego celu jest **smartfon** (91,7%), w dalszej kolejności – komputer/ laptop w domu (62,8%) oraz tablet – 12,2%. Z internetu na komputery poza domem korzysta 24,7% osób (sprzęt w pracy/ w szkole/ u kogoś innego), a 32,7% osób korzysta z internetu przez TV Smart.

Wybrane aktywności w internecie (ostatnie 30 dni)

Wśród korzystających z internetu w wieku 4+, do najczęściej deklarowanych aktywności – w ujęciu ostatnich 30 dni – należy kontakt z szeroko rozumianymi treściami VOD (77,1%), korzystanie z komunikatorów internetowych (76,8%), wykorzystywanie mediów społecznościowych (76,3%) oraz portali ogólnoinformacyjnych (71,8%). Relatywnie rzadziej wskazywane jest korzystanie z serwisów streamingowych VOD (43%) i platform streamingowych audio (28,4%).

Rzadziej wskazywanymi aktywnościami w internecie – w perspektywie korzystania w ciągu ostatnich 30 dni – jest słuchanie podcastów (21,1%), korzystanie z prasy online (18,9%) i oglądanie telewizji przez internet (11,3%).



Zjawiska związane z konsumpcją usług medialnych: wideo fake newsy i systemy kontroli rodzicielskiej

Wśród osób w wieku 16+, korzystających z internetu, **41,6%** zetknęło się z w ciągu ostatniego roku z nieprawdziwymi (ich zdaniem) treściami wideo (**wideo fake newsy**). Osoby młode, pomiędzy 16 a 29 rokiem życia, które są najbardziej intensywnymi użytkownikami internetu, a także osoby z wykształceniem wyższym – deklarują kontakt z tego rodzaju treściami częściej (48,9%).

Systemy **kontroli rodzicielskiej**, nadzorujące aktywność dzieci w internecie, dzielimy na systemy nadzorujące **rodzaje odwiedzanych stron i aplikacji** oraz systemy kontrolujące **czas** spędzony przed ekranem. Oba rodzaje systemów kontroli są znane przez blisko 90% rodziców dzieci do 18 roku życia, które korzystają z internetu, jednak stosuje je jedynie niecałe 30% rodziców.



Inne aktywności (prasa, książki, kultura)

Kontakt z prasą w ciągu ostatnich 12 miesięcy deklaruje 65,5% populacji w wieku 4+. Regularnie czytających prasę (czytanie w ciągu ostatnich 30 dni) jest 41,8% osób w wieku 4+, przy czym 31,6% osób deklaruje kontakt z gazetami (wydania papierowe lub internetowe), a 29,9% – z czasopismami (wydania papierowe lub internetowe).

Przeczytanie **minimum jednej książki w roku** (w postaci drukowanej lub elektronicznej – ebook) deklaruje 47,2% populacji osób w wieku 16+. Czytanie książek częściej deklarują kobiety (56,1%), osoby młode, w wieku 16-29 lat (64,8%), osoby z wyższym wykształceniem (70,4%), a także mieszkańcy miast (51,1%).

Biorąc pod uwagę innego rodzaju aktywności – 66,4% osób w wieku 16+ deklaruje korzystanie z restauracji/ barów/ kawiarni co najmniej raz w roku. W kinie, choć raz w ostatnim roku, było 41,3% osób w wieku 16+, a na festynie – 38,6%.

Obiekty historyczne odwiedziło 22,4%, w koncertach uczestniczyło 20,3%. Mniej niż 20% osób w wieku 16 lat i więcej brało udział w wydarzeniach sportowych, odwiedziło muzeum, bibliotekę, dom kultury, teatr czy operę. Najbardziej aktywne, pod względem konsumpcji kultury, są osoby w wieku 16-29 lat, a najmniej – osoby starsze (65 lat i więcej).



Szczegółowe wyniki Badania Założycielskiego

Niniejsze opracowanie podsumowuje zjawiska obserwowane w roku 2023 i dotyczy populacji osób w wieku 4 lata i więcej, mieszkających w Polsce.

Szczegółowe informacje w dalszej części raportu i tabelach [dostępnych na stronie KIM](#).



Część I. Infrastruktura do usług medialnych

Rozdział 1: Dostępne w domu urządzenia i odbiorniki



Dane o wyposażeniu gosp. domowych pochodzą z deklaracji liderów technologicznych (najczęściej bezpośrednio od głowy gosp. domowego lub w asyście najlepiej poinformowanej osoby), popartych spisem z natury (pantry check), sporządzonym przez ankietera w domu respondenta.

1.1 Odbiorniki telewizyjne

Z pomiaru dokonanego między styczniem a grudniem 2023 roku wynika, że **94,4%** osób w wieku 4 lata i więcej posiada w domu **dostęp do telewizora**.

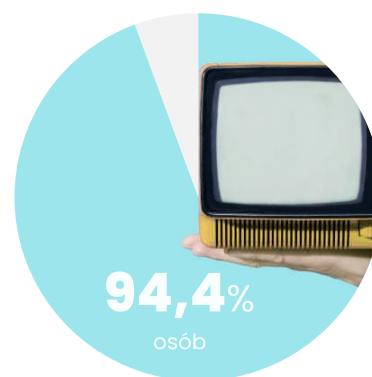
Dostęp do telewizora jest zróżnicowany w zależności od wieku. Najniższy odnotowano wśród młodzieży i młodych dorosłych (pomiędzy 16 a 29 rokiem życia) – 91,9%, a także wśród osób z wyższym wykształceniem (89,9%), osób z gospodarstw jednoosobowych (90,1%) oraz wśród mieszkańców miast pow. 500 tys. (88,9%).

Dostęp do telewizora w domu jest wyższy wśród osób z wykształceniem podstawowym/zawodowym (96,5%), wśród osób w przedziale wieku 50-64 lata (95,8%) oraz 65 lat i więcej (96,8%), a także wśród mieszkańców wsi (96,1%).

Funkcjonalność smart

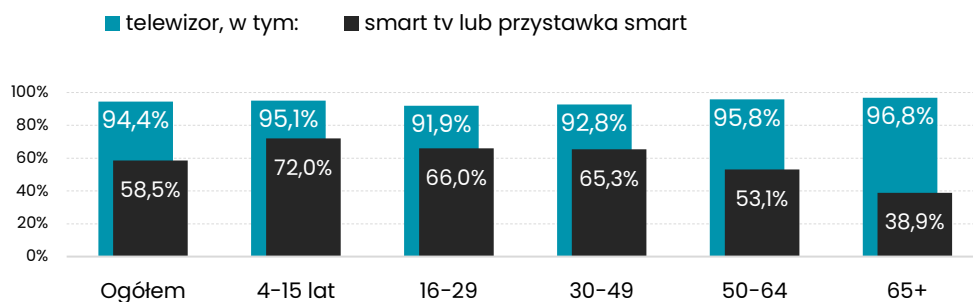
Dostęp do telewizora z funkcjonalnością TV Smart posiada w domu 58,5% osób w wieku 4 lata i więcej. W tym, zewnętrzną przystawkę Smart tv/ tv box w domu posiada 2,9% osób.

Wyposażenie w funkcjonalność TV Smart rośnie wraz wielkością gosp. domowego. Wśród osób z gospodarstw 1-osobowych funkcję TV Smart posiada 33,8% osób, a wśród osób z gospodarstw 4-osobowych lub większych – 69,2% osób. Częściej dostęp do telewizora z funkcjonalnością smart mają osoby z wykształceniem średnim (57,9%) i wyższym (69,2%), a rzadziej - z podstawowym lub zawodowym (48,3%).



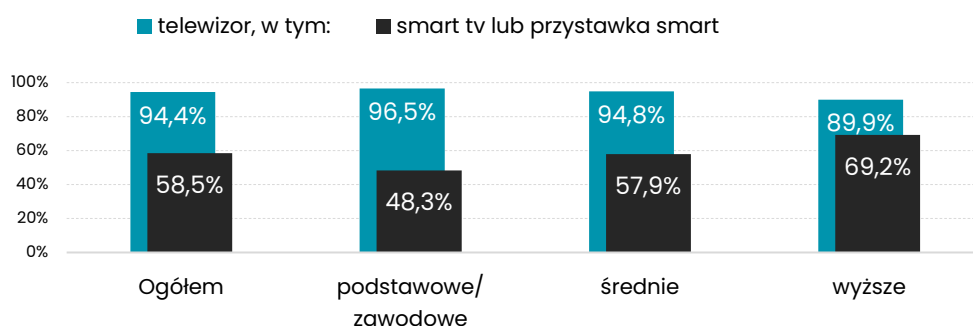
Wykres 1. Odbiorniki telewizyjne w gosp. domowym:

Ia. w podziale na wiek osoby

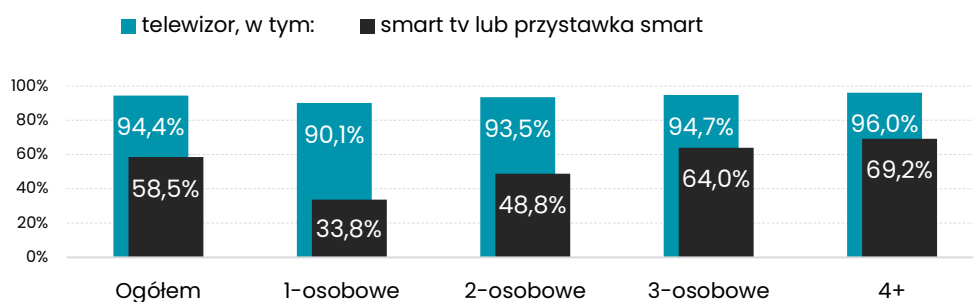


Ib. w podziale na wykształcenie

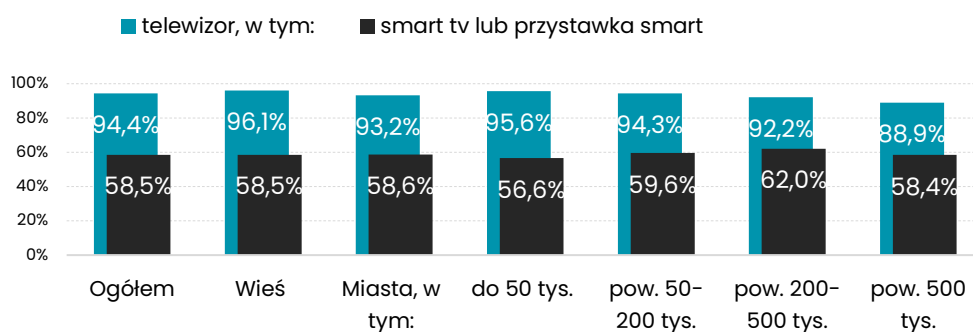
Podstawa: osoby 13+



Ic. w podziale na wielkość gosp. domowego



Id. w podziale na miejsce zamieszkania



Wśród osób w wieku 4 lata i więcej, 5,6% osób nie posiada w domu dostępu do odbiornika telewizyjnego.

Posiadanie telewizora jest zróżnicowane ze względu na wiek. Wśród młodych dorosłych (16-29 lat) jest najniższe i rośnie wraz z wiekiem, osiągając najwyższą wartość wśród osób najstarszych (65+).

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

Dostęp do telewizora z funkcjonalnością TV Smart posiada w domu 58,5% osób w wieku 4 lata i więcej.

Wyposażenie w funkcjonalność TV Smart rośnie wraz wielkością gospodarstwa domowego a obniża się wraz z wiekiem osoby.

1.2 Odbiorniki radiowe

Wśród mieszkańców Polski w wieku 4 lata i więcej wskaźnik dostępu do odbiornika radiowego w domu sięga **80,5%** (wliczając wszystkie urządzenia z funkcją radia, w tym radia samochodowe, niezależnie od stopnia ich wykorzystania - nie wliczając smartfonów i aplikacji radiowych).

Posiadanie radia deklarują częściej osoby pomiędzy 30 a 64 rokiem życia (81,3%), a także osoby z wykształceniem wyższym (84,9%), osoby z gosp. domowych liczących 4 osoby lub więcej (84,8%) oraz mieszkańcy wsi (85,3%).



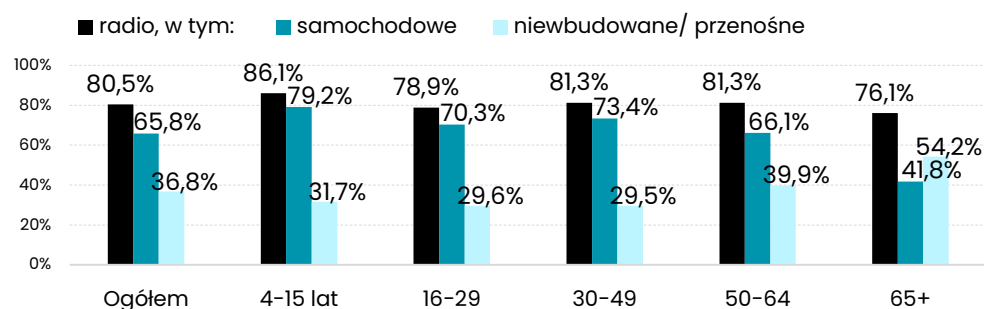
Najczęściej posiadanym radioodbiornikiem jest **radio samochodowe** (65,8% osób). **Radio przenośne** (niewbudowane) jest obecne w domach 36,8% osób w wieku 4+.

Odsetek posiadających radio w samochodzie spada wraz z wiekiem. Najrzadziej radio w samochodzie posiadają osoby w wieku 65 lat i więcej (41,8% osób). W tej grupie wiekowej istotnie częściej deklarowano posiadanie odbiorników przenośnych (54,2%).

Wyposażenie w radio samochodowe rośnie wśród osób z wykształceniem wyższym (75,3%), oraz osób z gospodarstw liczących 4 osoby lub więcej (77,6%).

Wykres 2. Odbiorniki radiowe w gosp. domowym:

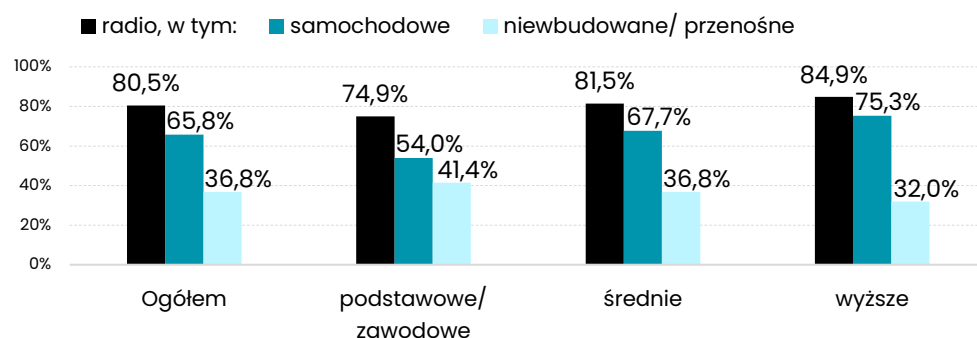
2a. w podziale na wiek osoby



Wskaźnik wyposażenia w odbiornik radiowy w domu sięga 80,5% populacji osób w wieku 4+ (nie wliczając smartfonów i aplikacji radiowych).

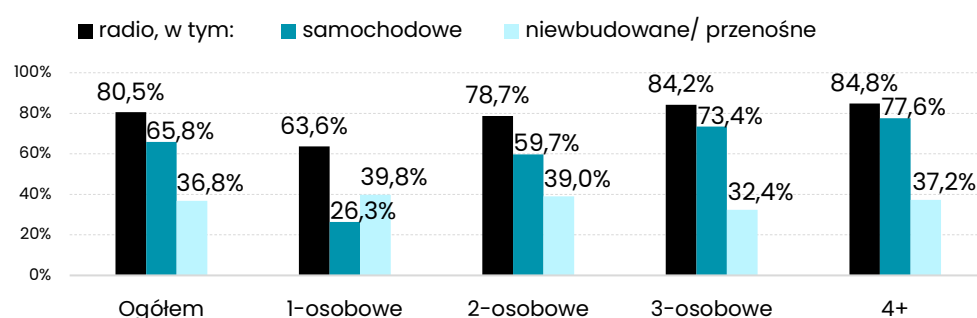
2b. w podziale na wykształcenie

Podstawa: osoby 13+



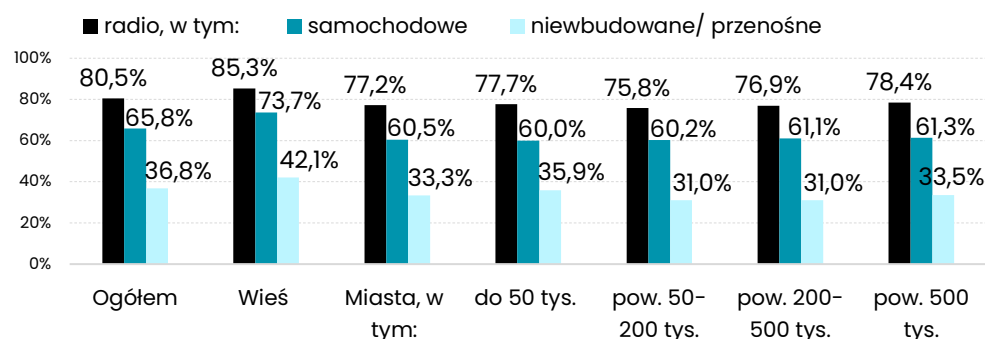
Najczęściej posiadanym radioodbiornikiem jest radio samochodowe. Radio przenośne (niewbudowane) jest rzadziej obecne w domach.

2c. w podziale na wielkość gosp. domowego

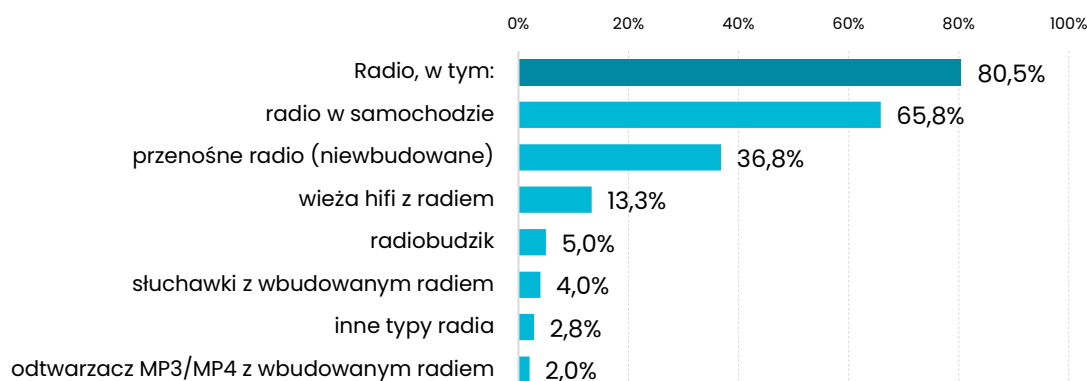


Najrzadziej posiadanie radio samochodowego deklarują osoby w wieku 65 lat i więcej. W tej grupie wiekowej istotnie częściej wskazywany jest natomiast odbiornik przenośny.

2d. w podziale na miejsce zamieszkania



Wśród posiadanych urządzeń z wbudowanym radiem, relatywnie najrzadziej wskazywane są radiobudzik (5%), słuchawki z wbudowanym radiem (4%) oraz odtwarzacze mp3/4 z radiem (2%). Pytanie o urządzenia, na których słucha się radia, nie obejmuje telefonów komórkowych wyposażonych w aplikacje do słuchania radia.

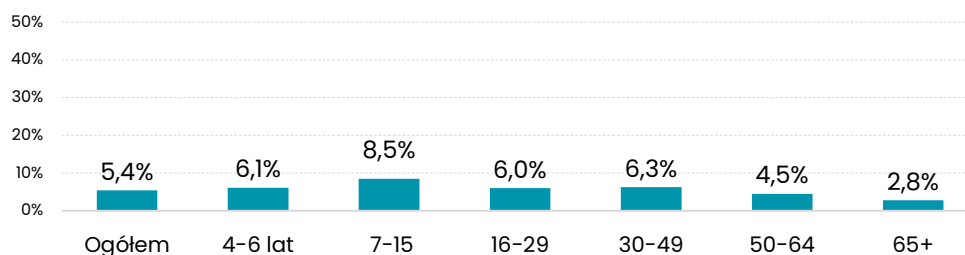
Wykres 3. Typy radioodbiorników w gosp. domowym


Radio podłączone do internetu

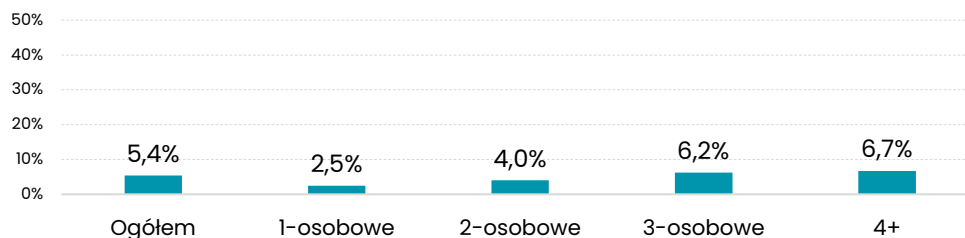
Biorąc pod uwagę nowsze technologie, **dostęp do radia podłączonego do internetu** posiada 5,4% osób w wieku 4+. Najczęściej dostęp do takiego radia posiadają osoby w wieku 30-49 lat (6,3%). Wśród osób po 65 roku życia posiada taki odbiornik jedynie 2,8%. Dostęp wśród dzieci jest pochodną dostępu wśród rodziców.

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

4a. w podziale na wiek osoby



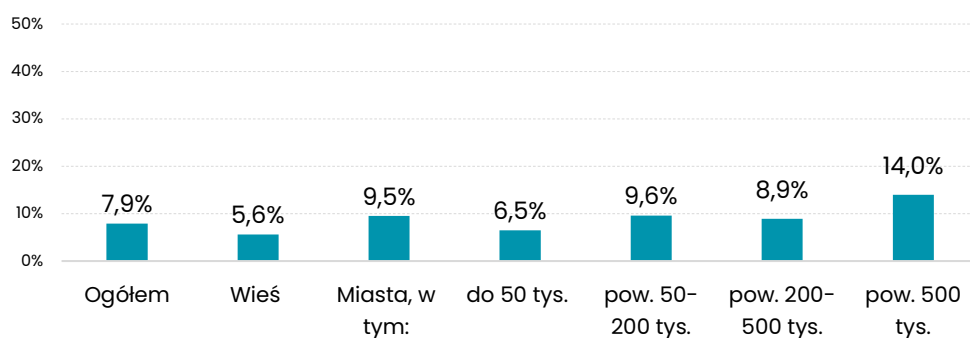
4b. w podziale na wielkość gosp. domowego



Radio w systemie DAB+

Dostęp do odbiornika działającego w systemie DAB+ deklaruje 7,9% ogółu osób w wieku 4+. Częściej tego rodzaju odbiorniki posiadają mieszkańcy miast, w szczególności największych pow. 500 tys. (14%).

Wykres 5. Dostęp do radia DAB+ w gosp. domowym – w podziale na miejsce zamieszkania



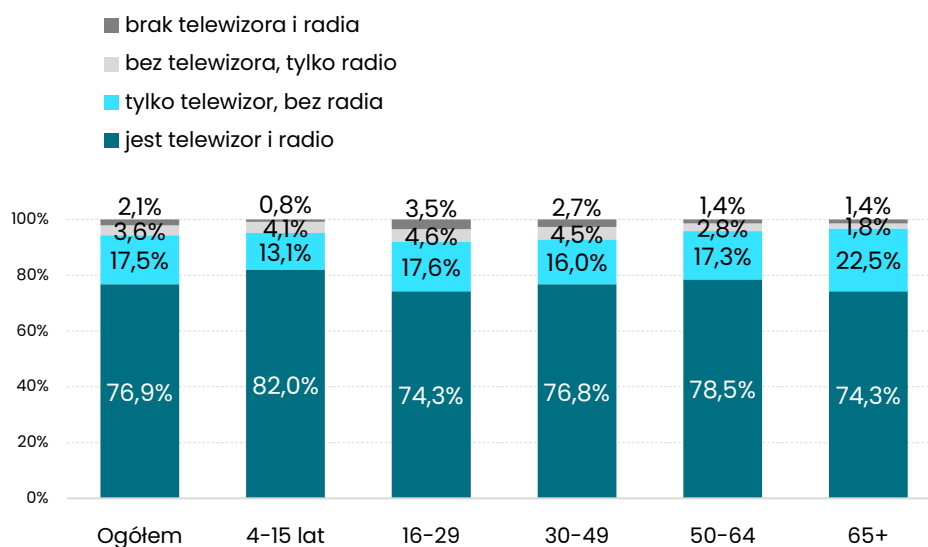
1.3 Typologia wg odbiorników radiowych i telewizyjnych

Dostęp w domu **zarówno** do odbiornika telewizyjnego, jak i radiowego deklaruje 76,9% osób w wieku 4+. **Tylko telewizor** posiada 17,5% populacji osób w wieku 4+, a **tylko radio** – 3,6%.

Brak zarówno telewizora, jak i radia deklaruje jedynie 2,1% osób. Częściej taka sytuacja ma miejsce wśród osób w wieku 16–29 lat (3,5% nie ma dostępu w domu ani do radia, ani do telewizora).



Wykres 6. Typologia wg odbiorników radiowych i telewizyjnych – w podziale na wiek osoby



76,9% osób w wieku 4+ posiada w domu zarówno telewizor, jak i radio.

Brak zarówno radia, jak i telewizora występuje częściej wśród osób w wieku 16–29 lat.



1.4 Sprzęt komputerowy

Dostęp do sprzętu komputerowego w domu posiada 76,5% osób w wieku 4+. Najczęściej są to **laptopy**, których posiadanie w domu deklaruje 69,2% osób. Tablety posiada 19,5% osób.

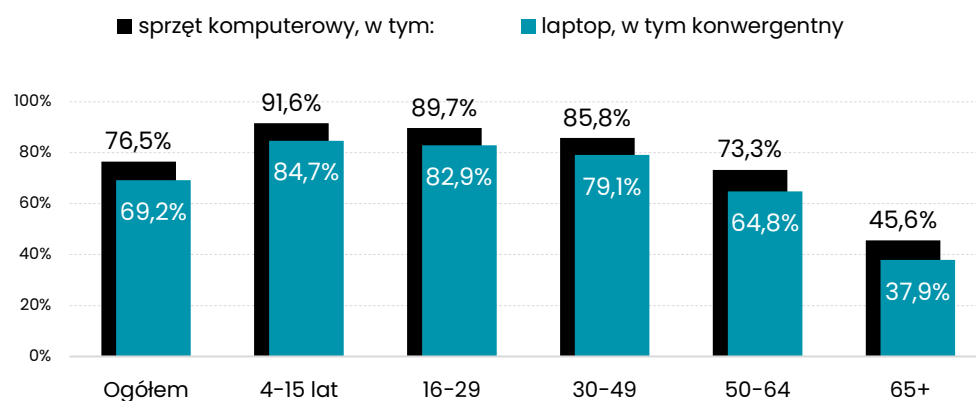
Wyposażenie w domu w sprzęt komputerowy jest istotnie wyższe wśród dzieci oraz młodzieży i młodych dorosłych. Wśród dzieci pomiędzy 4 a 15 rokiem życia wynosi 91,6%, a wśród osób pomiędzy 16 a 29 rokiem życia – 89,7%.

Dostęp do sprzętu komputerowego w domu spada w grupie wiekowej 65+ i wynosi 45,6%.

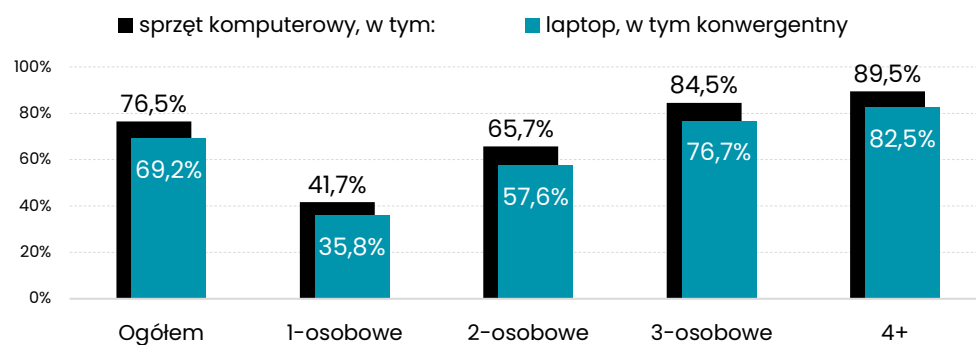


Wykres 7. Sprzęt komputerowy w gosp. domowym:

7a. w podziale na wiek osoby



7b. w podziale na wielkość gosp. domowego

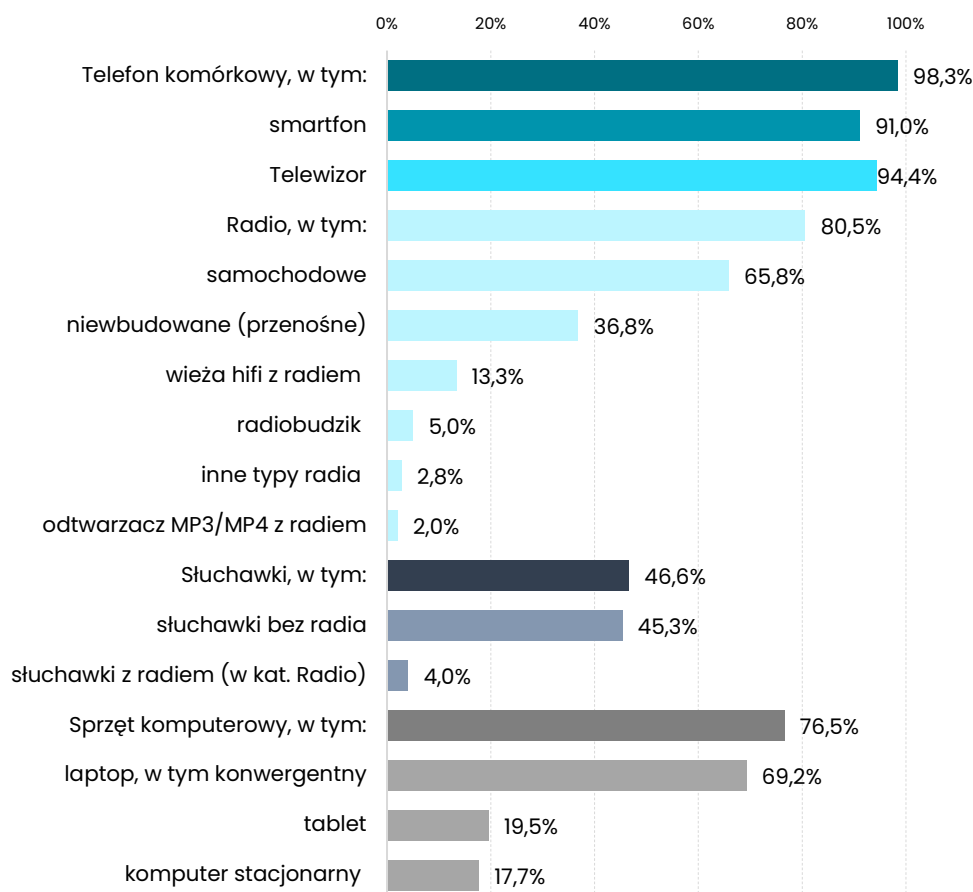


1.5 Dostępne urządzenia w gosp. domowych – zbiorczo

Telefon komórkowy jest obecnie podstawowym urządzeniem, dostępnym w domu dla 98,3% populacji osób w wieku 4 lata i więcej, częściej niż telewizor (94,4%) i radio (80,5%).

Słuchawki (w tym bezprzewodowe) posiada w domu 46,6% osób w wieku 4 lata i więcej, w tym 4% posiada w domu słuchawki z radiem.

Wykres 8. Urządzenia dostępne w gosp. domowych



Wskaźniki wyposażenia dla poszczególnych typów domowych urządzeń i odbiorników usług medialnych różnią się w zależności od wieku osób, wielkości gosp. domowego, z którego pochodzi osoba oraz faktu obecności w domu dzieci w wieku do 15 lat.

Tabela 1. Urządzenia dostępne w gosp. domowych – w podziale na wiek osoby

	Ogółem	4-15 lat	16-29	30-49	50-64	65+
Telefon komórkowy, w tym:	98,3%	99,4%	99,1%	99,3%	98,9%	94,7%
smartfon	91,0%	99,2%	98,6%	98,1%	92,3%	67,5%
Telewizor	94,4%	95,1%	91,9%	92,8%	95,8%	96,8%
Radio, w tym:	80,5%	86,1%	78,9%	81,3%	81,3%	76,1%
samochodowe	65,8%	79,2%	70,3%	73,4%	66,1%	41,8%
niewbudowane (przenośne)	36,8%	31,7%	29,6%	29,5%	39,9%	54,2%
wieża hifi z radiem	13,3%	16,8%	14,0%	15,3%	13,2%	7,4%
radiobudzik	5,0%	4,6%	5,1%	4,7%	5,3%	5,2%
inne typy radia	2,8%	2,2%	2,4%	2,8%	2,8%	3,8%
odtwarzacz MP3/MP4 z radiem	2,0%	2,8%	2,5%	2,3%	1,5%	0,9%
Słuchawki, w tym:	46,6%	61,4%	62,1%	55,3%	38,1%	20,3%
słuchawki bez radia	45,3%	59,9%	59,7%	53,8%	37,1%	19,7%
słuchawki z radiem (w kat. Radio)	4,0%	5,2%	6,3%	4,4%	2,8%	2,1%
Sprzęt komputerowy, w tym:	76,5%	91,6%	89,7%	85,8%	73,3%	45,6%
laptop, w tym konwergentny	69,2%	84,7%	82,9%	79,1%	64,8%	37,9%
tablet	19,5%	34,8%	22,0%	22,6%	13,5%	8,8%
komputer stacjonarny	17,7%	21,3%	24,3%	17,7%	16,2%	12,1%

Legenda: istotnie **częściej**/ **rzadziej** w porównaniu do ogółu populacji.

1.6 Urządzenia wykorzystywane w gosp. domowych – zbiorczo



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

Z telewizora, będącego na wyposażeniu gosp. domowego, korzysta 92,1% osób w wieku 4+ (niezależnie w jakim celu – oglądanie telewizji czy korzystanie z innych funkcji „dużego ekranu”).

Korzystanie z odbiorników radiowych, będących na wyposażeniu gospodarstwa (wliczając radio samochodowe), deklaruje 71,8% osób.

Odsetek osób, korzystających ze sprzętu komputerowego, znajdującego się na stanie gospodarstwa (laptopy, tablety, PC), wynosi 63,7%. Poziom korzystania ze sprzętów jest skorelowany z wiekiem osób.

Z telewizorów korzystają najrzadziej osoby w wieku 16–29 lat (87,6% z nich), najczęściej natomiast osoby w wieku 65 lat i więcej (95,5%). Z odbiorników radiowych najrzadziej korzystają dzieci w przedziale wieku 4–15 lat (56%), a najczęściej osoby w wieku 30–49 lat (77,6%). Ze sprzętu komputerowego korzysta 84,8% osób w wieku 16–29 lat i tylko 28,5% osób w wieku 65 lat i więcej (choć 45,6% z nich ma do takiego sprzętu dostęp w domu).



Wykres 9. Wykorzystywane urządzenia w gosp. domowych

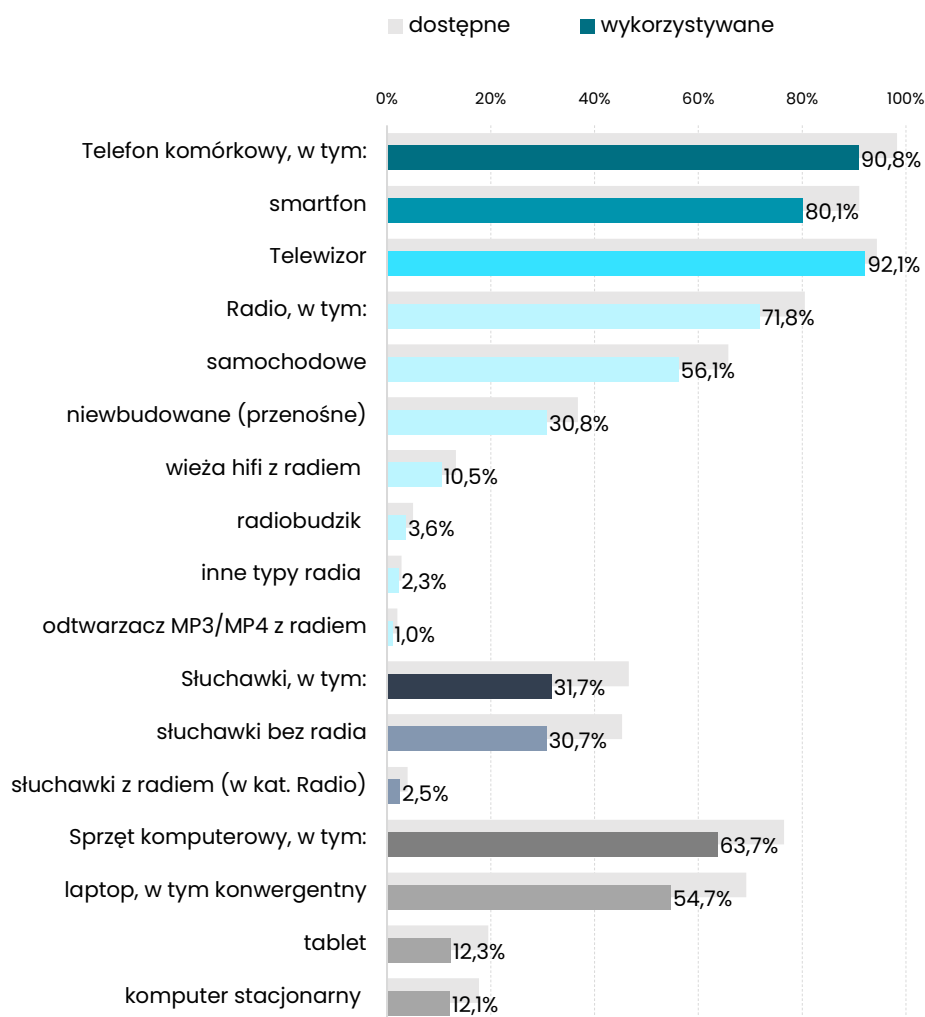


Tabela 2. Wykorzystywane urządzenia w gosp. domowych – w podziale na wiek osoby

	Ogółem	4-15 lat	16-29	30-49	50-64	65+
Telefon komórkowy, w tym:	90,8%	62,7%	98%	98,2%	96,9%	86,2%
smartfon	80,1%	61,7%	97,6%	96,7%	84,5%	49%
Telewizor	92,1%	92,8%	87,6%	90,5%	94,2%	95,5%
Radio, w tym:	71,8%	56%	67,6%	77,6%	77,1%	70,6%
samochodowe	56,1%	47,2%	58,1%	70,0%	61,0%	33,9%
niewbudowane (przenośne)	30,8%	18,2%	20,5%	24,5%	36,4%	51,1%
wieża hifi z radiem	10,5%	10,3%	10,7%	13,2%	11,4%	5,7%
radiobudzik	3,6%	1,6%	3,3%	3,8%	4,1%	4,4%
inne typy radia	2,3%	1,2%	1,7%	2,3%	2,4%	3,3%
odtwarzacz MP3/MP4 z radiem	1,0%	1,1%	1,9%	1,2%	0,6%	0,3%
Słuchawki, w tym:	31,7%	37%	57,1%	39,9%	19,6%	8%
słuchawki bez radia	30,7%	36,1%	55,1%	38,8%	19,1%	7,6%
słuchawki z radiem (w kat. Radio)	2,5%	3,2%	5,1%	3%	1,3%	0,8%
Sprzęt komputerowy, w tym:	63,7%	71,8%	84,8%	77%	56,9%	28,5%
laptop, w tym konwergentny	54,7%	54,8%	75,6%	69,7%	48,4%	21,8%
tablet	12,3%	26,2%	14,6%	13,8%	7,4%	4,2%
komputer stacjonarny	12,1%	12,6%	18,7%	12,3%	10,9%	7,5%

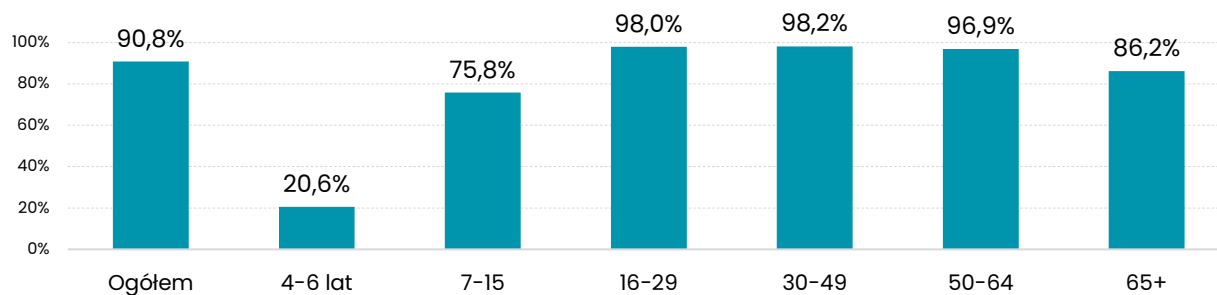
Legenda: istotnie **częściej**/ **rzadziej** w porównaniu do ogółu populacji.

1.7 Korzystanie z telefonów komórkowych

Telefonu komórkowego używa 90,8% osób w wieku 4 lata i więcej. Odsetek ten jest znacząco wyższy w grupach wiekowych 16–29 lat oraz 30–49 lat (odpowiednio 98% i 98,2%).

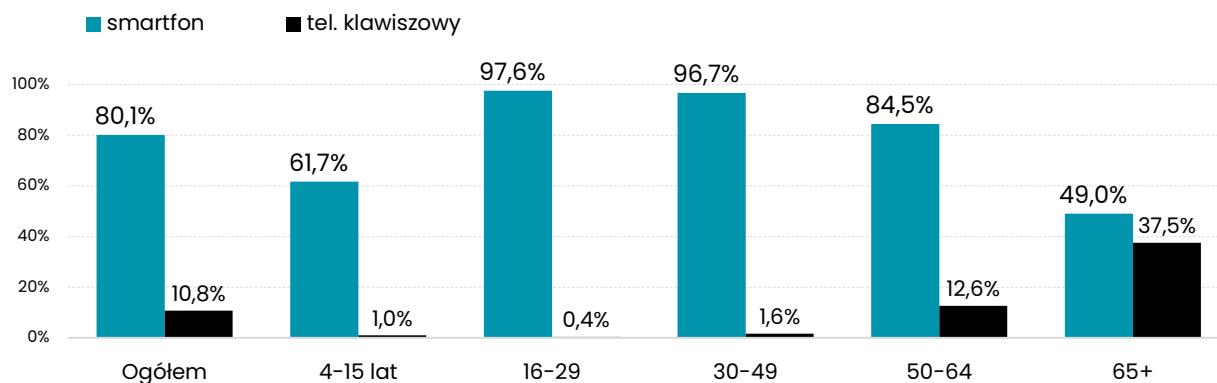
Wśród dzieci w wieku 4–6 lat odsetek korzystających z „komórki” sięga 20,6%, a w grupie 7–15 lat wynosi już 75,8%.

Wykres 10. Korzystanie z tel. komórkowego – w podziale na wiek osoby



80,1% osób w wieku 4+ to użytkownicy telefonów **typu smartfon**, a 10,8% populacji w wieku 4+ posiada klawiszowe telefony komórkowe. Są one rzadziej spotykane w grupach do 50 lat, np. w wieku 30–49 lat, ich popularność wzrasta wśród osób w wieku 50 lat i więcej. Wśród osób w przedziale wieku 50–64 lata aparat bez ekranu dotykowego posiada 12,6% osób, a w grupie 65 lat i więcej – wskaźnik ten rośnie do 37,5%.

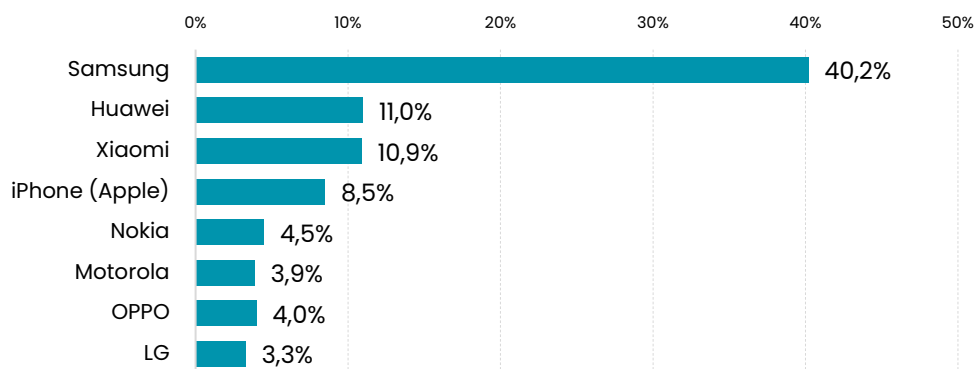
Wykres 11. Typ tel. komórkowych – w podziale na wiek osoby



Najczęściej posiadaną marką telefonu jest marka Samsung, wskazywana przez 40,2% użytkowników telefonów komórkowych. Istotnie rzadziej użytkownicy deklarują posiadanie telefonów marki Huawei (11%), Xiaomi (10,9%) oraz iPhone (8,5%).

Wykres 12. Marka telefonów komórkowych (wskazania 3 p. p. i więcej)

Podstawa: Użytkownicy telefonów komórkowych



Rozdział 2. Dostęp do internetu

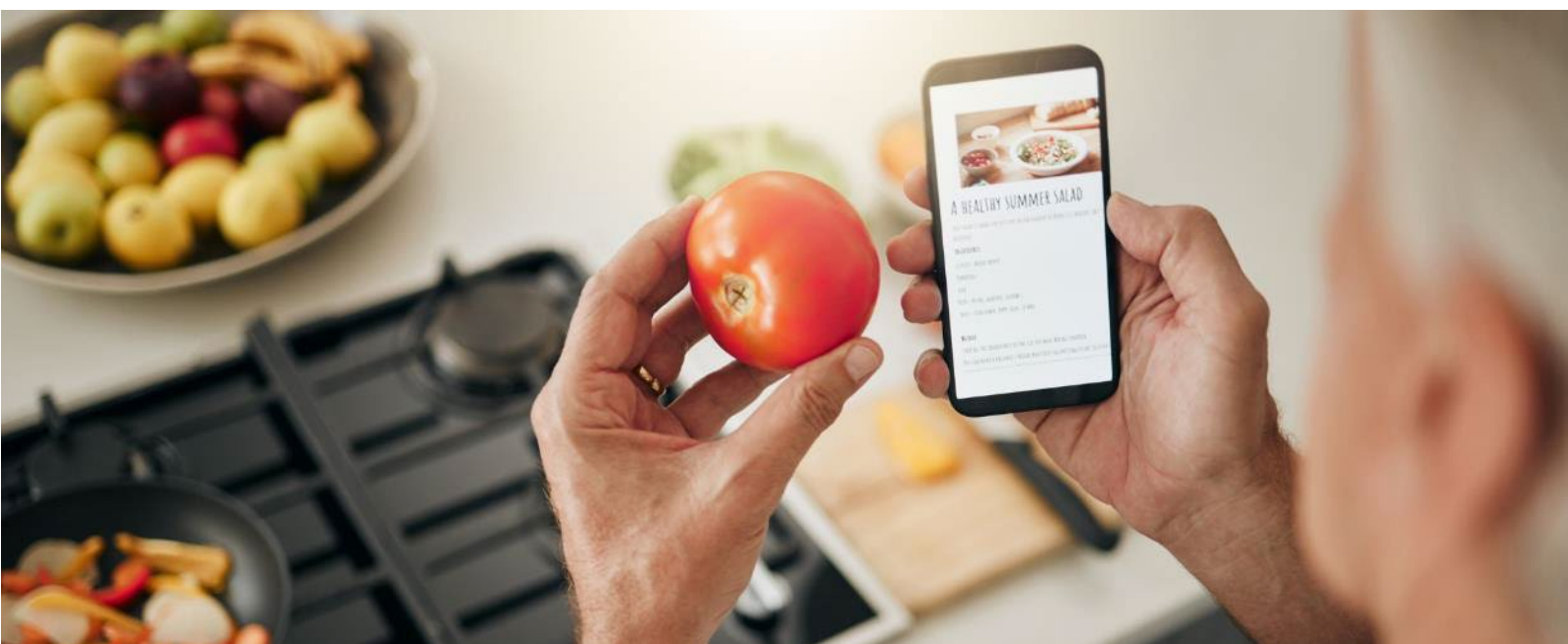
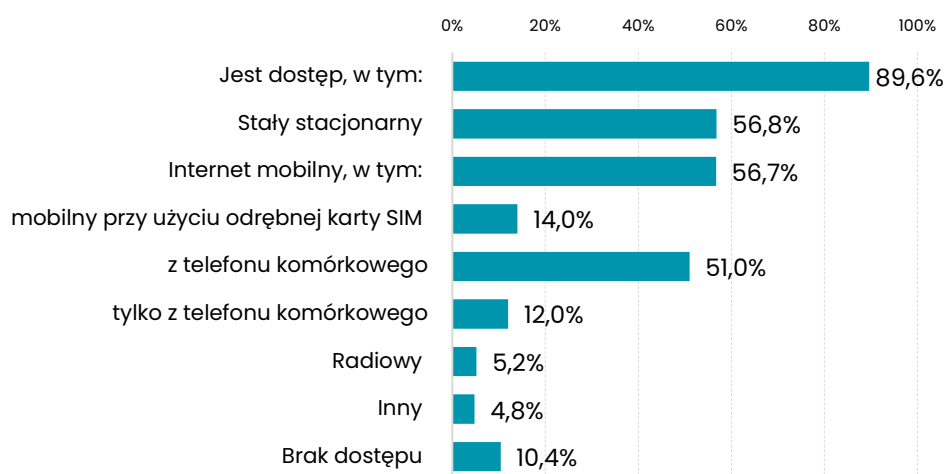
Posiadanie dostępu do internetu w domu (włączając transmisję danych w telefonie komórkowym, jako jedyne źródło internetu) deklaruje **89,6%** osób w wieku 4 lata i więcej.

56,8% deklaruje posiadanie internetu stacjonarnego (łączy stałego), a 56,7% mobilnego, w tym 14% mobilnego domowego (przy użyciu odrębnej karty SIM i dedykowanego urządzenia/ routera). Niewielka grupa osób wykorzystuje transmisję danych w telefonie komórkowym jako jedyne źródło internetu w domu (12%).

Dostęp do internetu w domu rośnie wraz z wielkością gosp. domowego. Najwyższy wskaźnik dostępu do internetu obserwujemy wśród osób z gosp. domowych liczących co najmniej 4 osoby (98,2%). W gosp. dwuosobowych odsetek ten jest niższy i wynosi 84,4%. Zdecydowanie częściej z internetu korzystają gospodarstwa z dziećmi (99,4%).

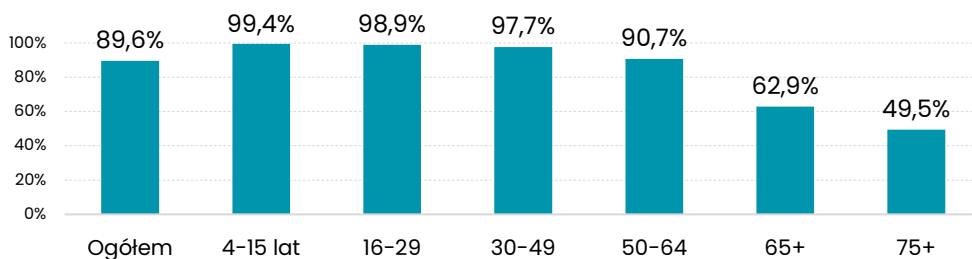
Wskaźnik dostępu do internetu w domu spada wraz z wiekiem – wśród osób w wieku 65 lat i więcej wynosi 62,9%, a w grupie 75 lat i więcej, już tylko 49,5%.

Wykres 13. Rodzaje dostępu do internetu w domu



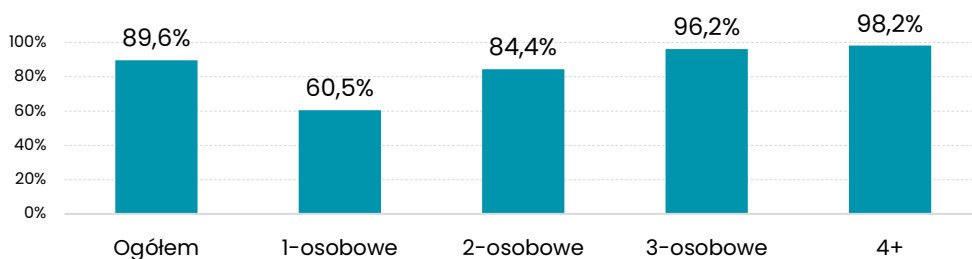
Wykres 14. Dostęp do internetu w domu:

14a. w podziale na wiek osoby



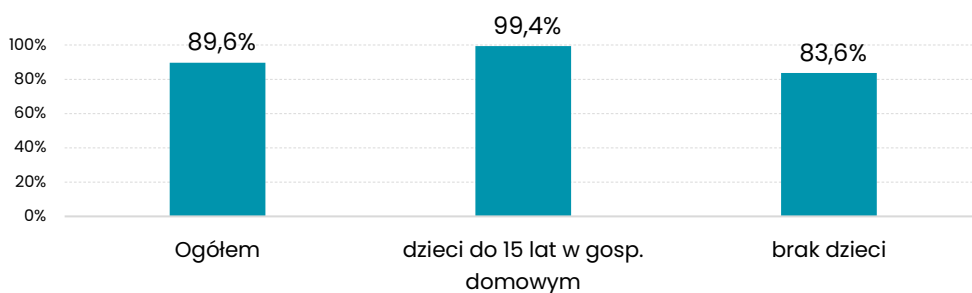
89,6% osób w wieku 4+ posiada dostęp do internetu w domu.

14b. w podziale na wielkość gosp. domowego



Poziom dostępu do internetu w domu spada wraz z wiekiem – wśród osób w wieku 75+ mniej niż połowa ma dostęp do internetu. Wskaźnik dostępu do internetu rośnie wraz z wielkością gosp. domowego. W gosp. liczących co najmniej 4 osoby wynosi 98,2%.

14c. posiadanie dzieci do 15 lat w gosp. domowym



Zdecydowanie częściej z internetu korzystają gospodarstwa z dziećmi do lat 15stu.



Rozdział 3: Infrastruktura do odbioru telewizji linearnej

3.1 Osoby z gospodarstw „telewizyjnych” (z dostępem do telewizora)



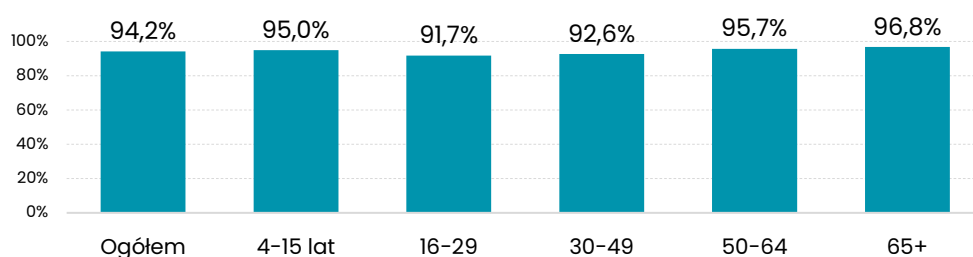
Do celów poznawczych oraz do szacowania uniwersów w przeliczeniu na wszystkie gospodarstwa domowe w Polsce, skonstruowano wskaźnik mówiący o możliwości odbioru telewizji linearnej. Wskaźnik szacuje potencjał odbioru w oparciu o **dostęp do telewizora** podłączonego do: sygnału tv (satelita, kabel, eter) lub tylko internetu. Wskaźnik nie mówi o rzeczywistej konsumpcji telewizji linearnej, a o potencjale do jej odbioru.

Z pomiaru dokonanego między styczniem a grudniem 2023 wynika, iż **94,2%** osób w wieku 4 lata i więcej, to **osoby pochodzące z gospodarstw „telewizyjnych”** wg definicji opartej o posiadanie podłączonego telewizora (do sygnału tv lub internetu).

Dostęp do podłączonego telewizora w domu jest rzadszy wśród osób w wieku 16–29 lat (91,7%), wśród osób z wyższym wykształceniem (89,8%), a także w miastach pow. 500 tys. (88,8%).

Wykres 15. Osoby z gospodarstw „telewizyjnych” (ekran telewizora):

15a. w podziale na wiek osoby

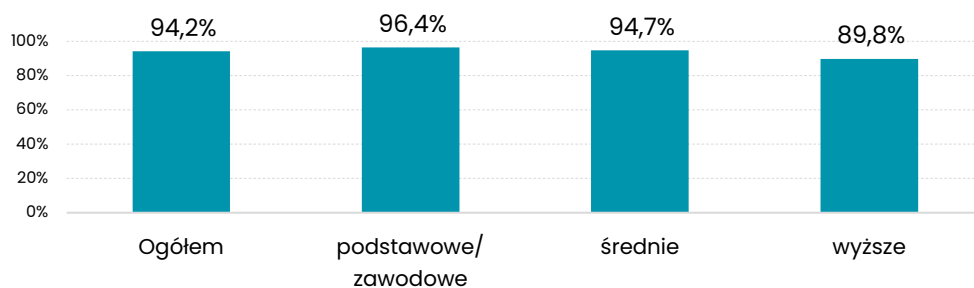


94,2% osób w wieku 4+ posiada w domu **podłączony** telewizor (do sygnału tv lub internetu).

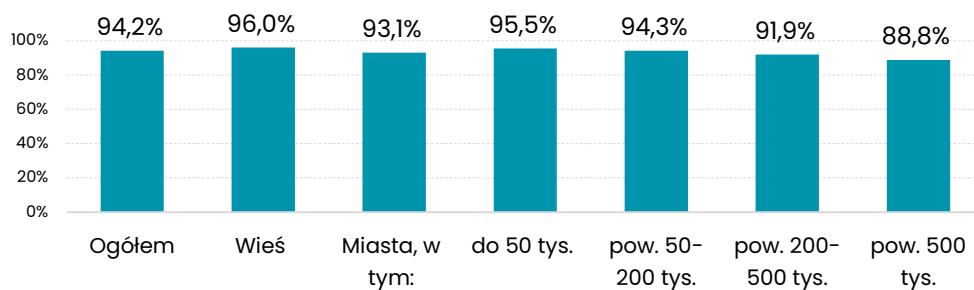
Dostęp w domu do podłączonego telewizora jest rzadszy wśród osób w wieku 16–29 lat, wśród osób z wyższym wykształceniem, a także w miastach pow. 500 tys.

15b. w podziale na wykształcenie

Podstawa: osoby 13+



15c. w podziale na miejsce zamieszkania



3.2 Kategorie sygnału telewizyjnego – podział nierozłączny



Podczas wywiadu pytano o wszystkie źródła sygnału telewizyjnego podłączone do telewizora, w tym internet. W przypadku, gdy gospodarstwo posiadało więcej niż jedno źródło sygnału, zostało wliczone do więcej niż jednej grupy, bez warunku nadrzędności danego źródła, tworząc grupy nierozłączne (niesumujące się do 100%), gdzie jedno gospodarstwo może posiadać więcej telewizorów i źródeł sygnału.

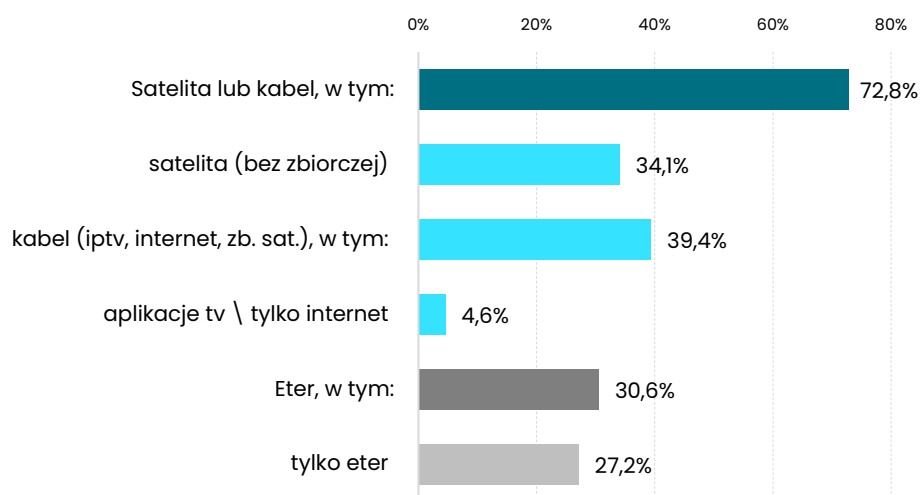
Podział ze względu na **wszystkie dostępne** w domu źródła sygnału tv wskazuje, iż **34,1%** osób 4+ z gospodarstw „telewizyjnych” korzysta z indywidualnego sygnału satelitarnego, **39,4%** korzysta z dostępu kablowego (zwyczajowo zliczającego wszystkie rodzaje łączą iptv, internetowych oraz zbiorcze anteny satelitarne doprowadzane jako kabel), a **30,6%** osób posiada dostęp do naziemnej telewizji cyfrowej (eter).

Użytkownicy sygnału satelitarnego lub kablowego (w tym łączy tylko internetowe) stanowią 72,8% populacji osób z gospodarstw „telewizyjnych”.

Już 4,6% osób z gospodarstw „telewizyjnych” może odbierać telewizję na telewizorze za pomocą aplikacji z kanałami tv lub przez strony www, posiadając tylko internet podłączony do telewizora.

Wykres 16. Kategorie sygnału tv – podział nierozłączny

Podstawa: osoby z gospodarstw „telewizyjnych” (ekran telewizora)



72,8% osób z gospodarstw „telewizyjnych” odbiera sygnał od dostawców telewizji satelitarnej lub kablowej (analogowo, cyfrowo, iptv, w tym łączy tylko internetowe). W tej grupie 4,6% odbiera telewizję w technologii strumieniowej (tzw. streaming).

3.3 Kategorie sygnału telewizyjnego – podział rozłączny



Innym sposobem kategoryzacji źródeł sygnału jest podział **rozłączny**, klasyfikujący gosp. domowe do jednej grupy na zasadzie nadrzędności. Zastosowano kryterium pierwszeństwa satelity nad kablem (jeśli obydwa obecne) oraz kabla, jeśli gospodarstwo wskazywało kabel i eter. Dzięki takiemu przyporządkowaniu dane sumują się do 100%.

Grupując źródła sygnału w kategorii w ujęciu rozłącznym, **34,1%** osób posiada dostęp do indywidualnej anteny satelitarnej, **38,8%** – do telewizji kablowej/ iptv/ łącze internetowe oraz **27,2%** – 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 (36,5%) oraz mieszkańcy terenów wiejskich (35,3%), a także osoby z gospodarstw jednoosobowych (40,1%) i z gospodarstw bez dzieci (30,2%).

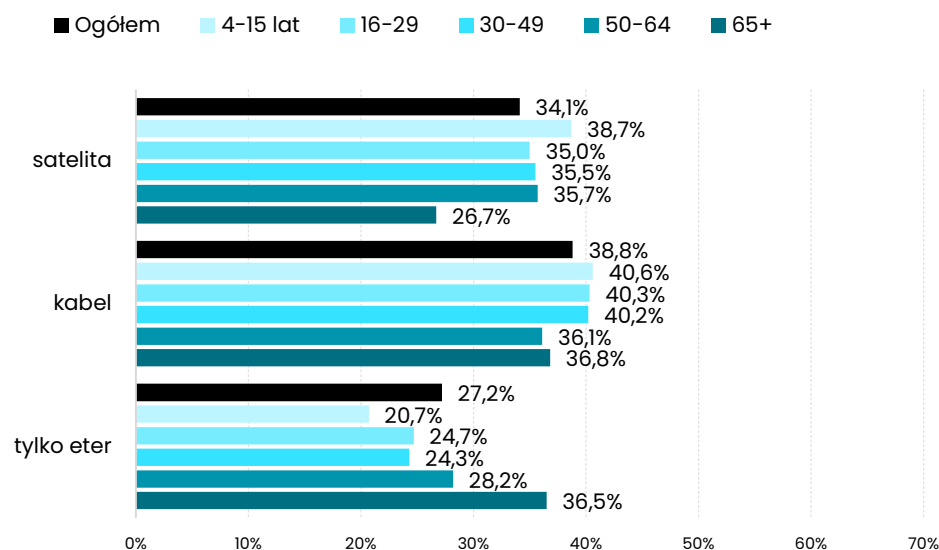
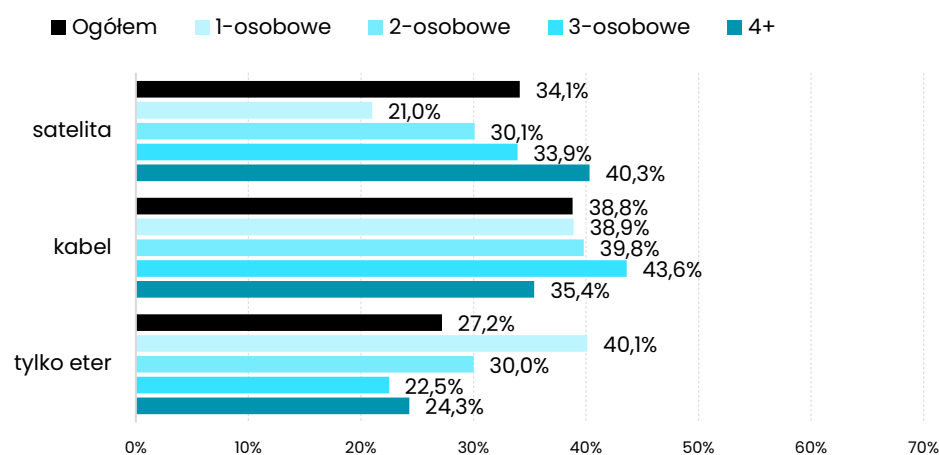
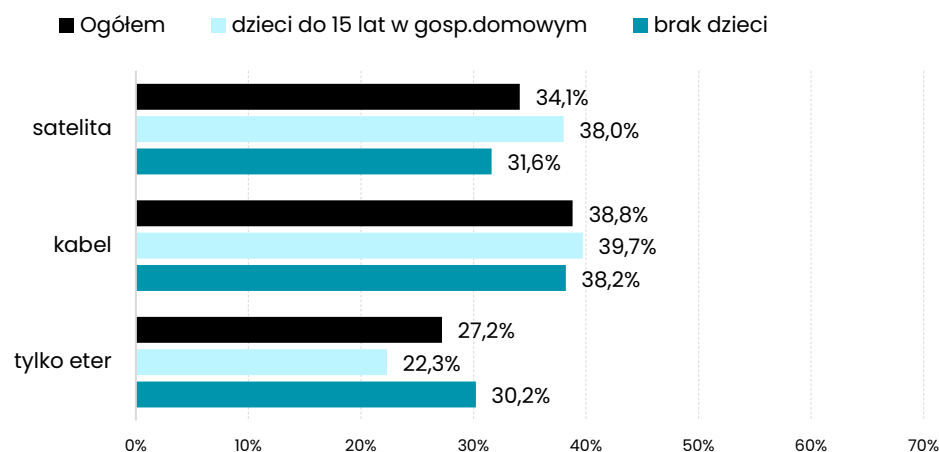
Dostęp do telewizji kablowej istotnie częściej, ze względu na ograniczenia w infrastrukturze kablowej, wykorzystywany jest w miastach (52,8%), szczególnie w miastach pow. 200 do 500 tys. (63%).

Dostęp do telewizji satelitarnej natomiast częściej wykorzystywany jest na terenach wiejskich (46,1%). Ponadto, posiadanie dostępu do telewizji satelitarnej częściej deklarowały osoby z gospodarstw min. czteroosobowych (40,3%) oraz z gospodarstw z dziećmi w wieku do 15 lat (38%).



Wykres 17. Kategorie sygnału tv – grupy rozłączne:

Podstawa: osoby z gospodarstw „televizyjnych” (ekran telewizora)

17a. w podziale na wiek osoby

17b. w podziale na wielkość gosp. domowego

17c. posiadanie dzieci do 15 lat w gosp. domowym


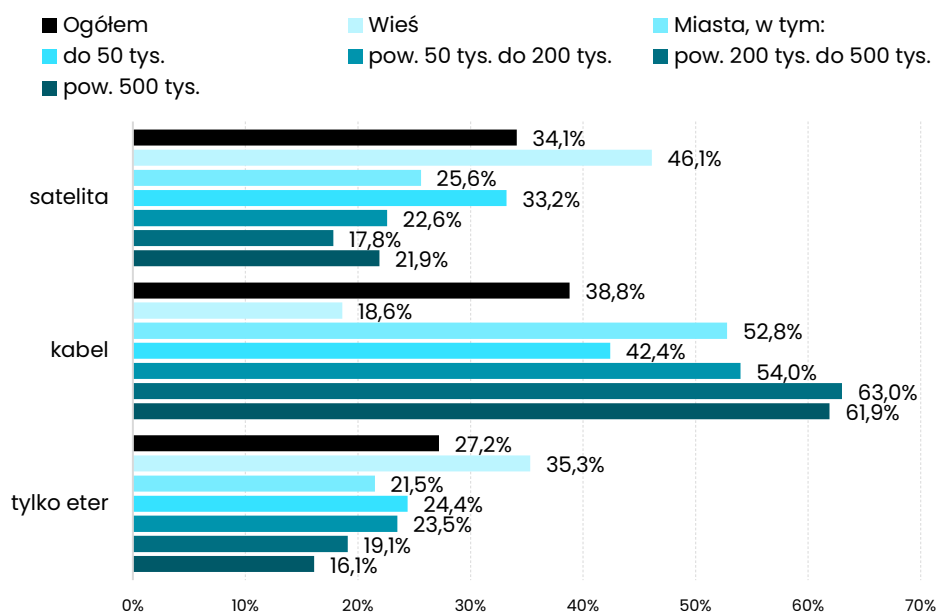
Grupując źródła sygnału w kategorii w ujęciu rozłącznym, 34,1% osób posiada dostęp do indywidualnej anteny satelitarnej, 38,8% – do telewizji kablowej (iptv/ łącze internetowe) oraz 27,2% – do naziemnej telewizji cyfrowej (eter), jako jedyne źródła sygnału tv.

Dostęp wyłącznie do eteru deklarują częściej osoby w wieku 65+, a także osoby z gospodarstw jednoosobowych i z gospodarstw bez dzieci.

Dostęp do telewizji kablowej – głównie ze względu na ograniczenia w infrastrukturze kablowej – istotnie częściej wykorzystywany jest w miastach, szczególnie w miastach pow. 200 do 500 tys.

Dostęp do telewizji satelitarnej jest częściej wykorzystywany na terenach wiejskich.

17d. w podziale na miejsce zamieszkania

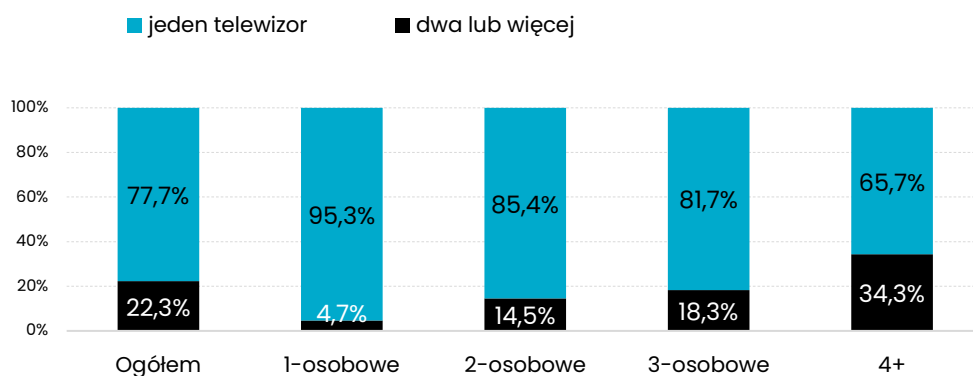


3.4 Charakterystyka telewizorów

77,7% osób z gospodarstw „telewizyjnych” w wieku 4 lata i więcej posiada jeden czynny telewizor, a 22,3% dwa telewizory lub więcej.

Wykres 18. Liczba telewizorów – w podziale na wielkość gosp. domowego

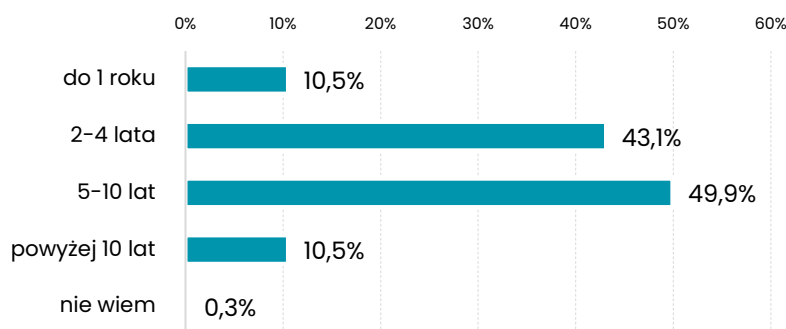
Podstawa: osoby z gospodarstw „telewizyjnych” (ekran telewizora)



Z danych wynika, iż 10,5% osób z gospodarstw „telewizyjnych” posiada w domu telewizor, który ma nie więcej niż 12 miesięcy, zaś 43,1% osób posiada telewizor 2-4 letni. Telewizor w wieku 5-10 lat posiada 49,9% osób, a 10,5% używa starszych telewizorów.

Wykres 19. Wiek telewizora

Podstawa: osoby z gospodarstw „telewizyjnych” (ekran telewizora)



Najpowszechniej wykorzystywane są telewizory o przekątnej 40–49 cali. Posiadanie telewizora tej wielkości deklaruje 42,9% osób z gospodarstw „telewizyjnych”. Telewizory największe – 60 cali i więcej – posiada 10,9% osób.

Telewizor w rozdzielczości full HD posiada 39,4% osób, zaś 22,2% osób deklaruje posiadanie telewizora o rozdzielczości minimum 4K.

Telewizor podłączony do internetu

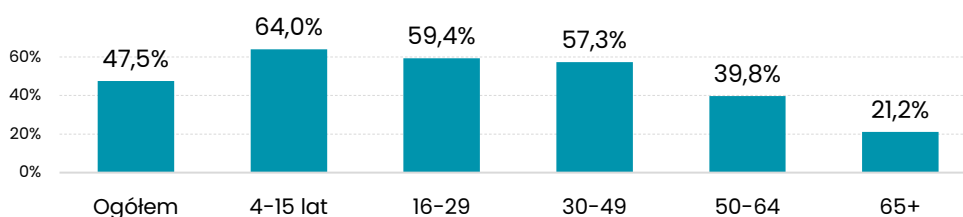
Wśród osób z gospodarstw „telewizyjnych”, 47,5% posiada dostęp do telewizora podłączonego do sygnału telewizyjnego i internetu.

Wskaźnik dostępu do takiego telewizora jest wyższy wśród osób w przedziale wieku 16–29 lat (59,4%) i 30–49 lat (57,3%), a także wśród osób z wykształceniem wyższym (63,2%), wśród osób z gospodarstw min. czteroosobowych (57,8%) oraz wśród osób z gospodarstw z dziećmi (63,5%) – co wyjaśnia wysoki poziom wskaźnika w grupie dzieci 4–15 lat (64%).

Wykres 20. Telewizor podłączony do sygnału tv i internetu:

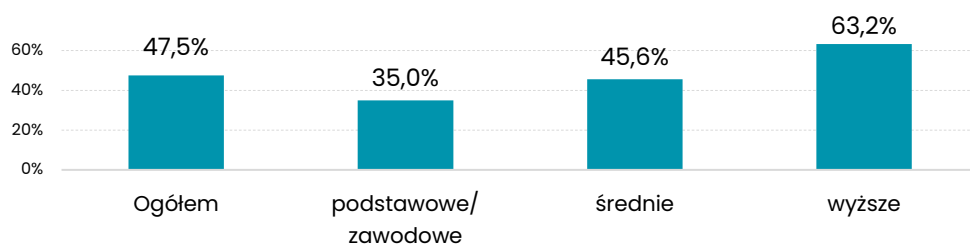
Podstawa: osoby z gospodarstw „telewizyjnych” (ekran telewizora)

20a. w podziale na wiek osoby

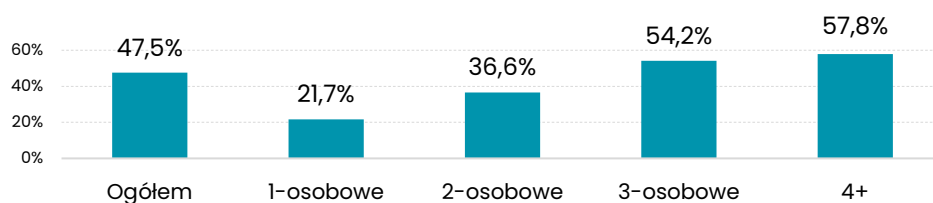


20b. w podziale na wykształcenie

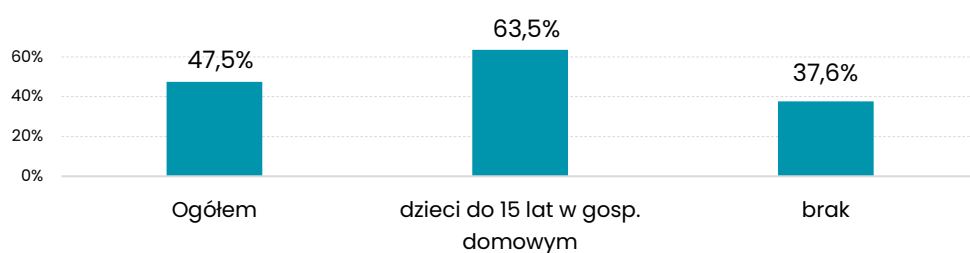
Podstawa: osoby 13+



20c. w podziale na wielkość gosp. domowego



20d. posiadanie dzieci do 15 lat w gosp. domowym



Wśród osób z gospodarstw „telewizyjnych”, 47,5% posiada dostęp do telewizora podłączonego do sygnału tv i do internetu.

Wskaźnik dostępu do takiego telewizora jest wyższy wśród osób w przedziale wieku 16–49 lat oraz wśród osób z wykształceniem wyższym, a także wśród osób z gospodarstw min. czteroosobowych oraz osób z gosp. z dziećmi.



3.5 Osoby z gospodarstw „telewizyjnych” wg szerszej definicji (różne ekrany)



Dywersyfikacja dostępnych technologii do odbioru telewizji linearnej – na telewizor, na różne urządzenia, w oparciu o klasyczny sygnał tv lub internet – rozszerza potencjał dostępu do usług telewizyjnych.

W rozszerzonym (o internet) ujęciu dostępności telewizji linearnej – **98,1%** populacji osób w wieku 4+ w Polsce ma możliwość korzystania z telewizji w domu, posiadając co najmniej **jedną z dwóch opcji**: odbiór na telewizorze (przez sygnał tv lub internet) lub przez internet na jakimkolwiek urządzeniu z ekranem.

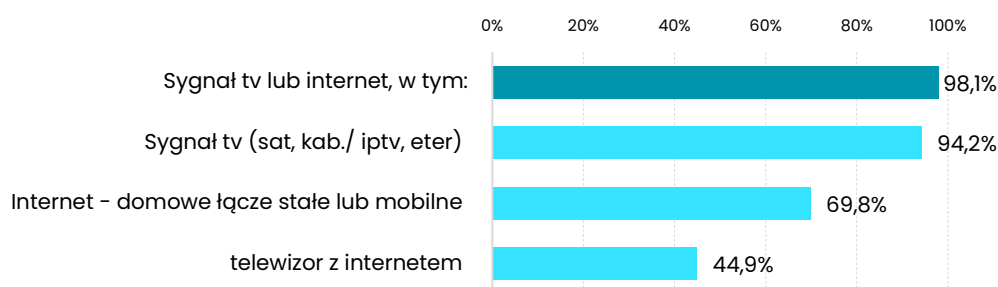
Większość z nich – **94,2%** – pochodzi z tzw. gospodarstw **klasycznie „telewizyjnych”** wg definicji opartej o posiadanie podłączonego telewizora.

Osób z gosp. domowych przystosowanych do odbioru telewizji linearnej (i usług nielinearnych) przez internet, na innych ekranach – niezależnie od posiadania telewizora – jest **69,8%** (z domowym łączem stałym lub mobilnym, nie licząc „komórki” jako jedyne internetu domowego).

44,9% populacji osób w wieku 4 lata i więcej posiada w domu telewizor podłączony do internetu.



Wykres 21. Osoby z gosp. „telewizyjnych” wg definicji opartej o różne ekrany – infrastruktura



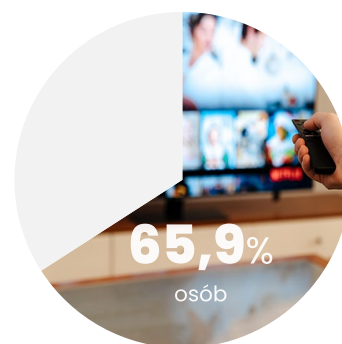
Tylko 1,9% osób w wieku 4+ w Polsce nie posiada żadnej technologii do odbioru telewizji (ani sygnału tv, ani internetu).

3.6 Typologia wg infrastruktury do odbioru telewizji i liczba ekranów

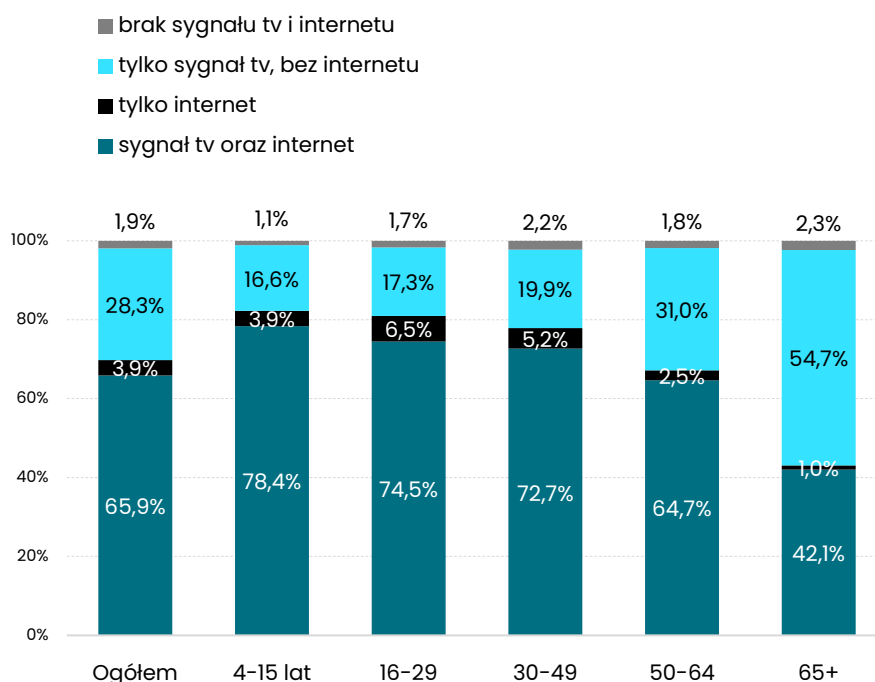
Telewizję **zarówno** przez sygnał tv, jak i internet szerokopasmowy (domowe łącze stałe lub mobilne) może odbierać **65,9%** osób 4+.

Dostęp **tylko do sygnału tv** na telewizor (bez dostępu do internetu szerokopasmowego) posiada **28,3%** osób w wieku 4 lata i więcej, a 3,9% posiada tylko domowe łącze stałe lub mobilne, **bez** sygnału tv na telewizor.

Poza zasięgiem jest 1,9% osób, **nieposiadających** ani sygnału tv na telewizor, ani internetu szerokopasmowego na inne urządzenia.



Wykres 22. Typologia wg infrastruktury do odbioru telewizji – w podziale na wiek osoby



Grupa osób, która posiada w domu dostęp tylko do internetu szerokopasmowego – bez sygnału tv – jest najliczniejsza wśród młodych dorosłych, w wieku 16–29 lat.

Liczba ekranów gotowych do odbioru telewizji linearnej

Wśród ogółu osób w wieku 4+ liczba ekranów przystosowanych do odbioru telewizji (wliczając podłączony telewizor lub sprzęt komputerowy/ smartfon w połączeniu z internetem) wynosi **średnio 3,4 ekrany**, na których można oglądać telewizję linearną, korzystając z obecnie dostępnych technologii odbioru.



Multiscreening (korzystanie z więcej niż jednego ekranu jednocześnie)

80,2% osób w wieku 13 lat i więcej, przynajmniej od czasu do czasu, korzysta w tym samym czasie z więcej niż jednego ekranu, w tym 23,8% robi to codziennie. Najczęściej z więcej niż jednego ekranu w tym samym czasie korzystają osoby w wieku 16–29 lat (31,6% codziennie).

Tabela 3. Korzystanie z więcej niż jednego ekranu jednocześnie

Podstawa: osoby 13+, korzystające z internetu

	Ogółem 13+	13–15 lat	16–29	30–49	50–64	65+
Tak, w tym:	80,2%	86,6%	86,7%	83,9%	75,2%	62,6%
codziennie (lub prawie)	23,8%	28,7%	31,6%	26,2%	15,5%	15,3%
kilka razy w tygodniu	29,1%	31,5%	32,6%	30,2%	28,0%	20,7%
kilka razy w miesiącu	18,7%	19,8%	16,4%	19,0%	20,8%	17,1%
raz w miesiącu lub rzadziej	8,5%	6,7%	6,1%	8,4%	10,9%	9,5%
Nie	19,8%	13,4%	13,3%	16,1%	24,8%	37,4%

Legenda: istotnie **częściej**/ **rzadziej** w porównaniu do ogółu populacji mieszkańców Polski w wieku 4+.

3.7 Dostęp do telewizji hybrydowej

Potencjał korzystania z telewizji hybrydowej obejmuje 9,2% osób w wieku 4+. Są to osoby, które posiadają dostęp do telewizora z naziemną telewizją cyfrową, podłączonego do internetu.

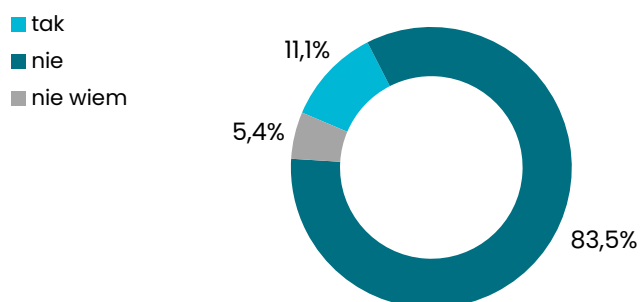
Wśród tych osób, 11,1% deklaruje możliwość odbioru oferty kanałów w technologii hybrydowej (pochodna świadomości istnienia takich usług, jak i możliwości technicznych telewizora).



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 24. Deklarowany dostęp do technologii hybrydowej

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



Rozdział 4: Potencjał do odbioru streamingu i treści VOD

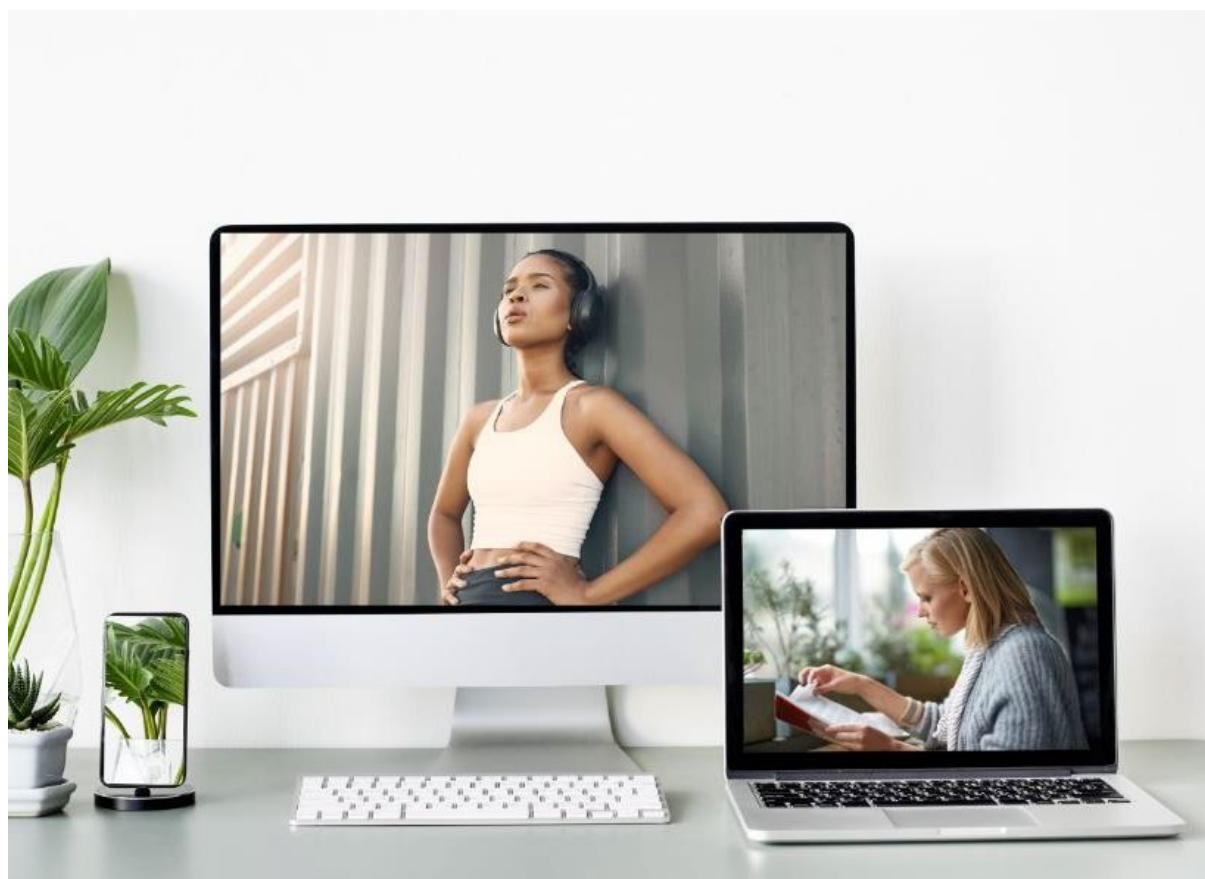
Potencjał do odbioru serwisów streamingowych i treści VOD, w postaci niezbędnej infrastruktury, posiada **75,1%** osób w wieku 4 lat i więcej, dysponując w domu co najmniej jedną z **dwóch opcji**: internet stacjonarny lub mobilny domowy **na różne** urządzenia, lub internet podłączony do telewizora.


Potencjał do odbioru VOD jest najwyższy w grupach wiekowych 4-15 oraz 16-29 lat i spada z wiekiem, najniższe wartości osiągając wśród osób 65 lat i więcej.

Tabela 4. Potencjał do odbioru streamingu i treści VOD

	Ogółem	4-15 lat	16-29	30-49	50-64	65+
Tak, w tym:	75,1%	88,9%	89,0%	83,8%	71,8%	45,8%
internet – domowe łącze stałe lub mobilne	69,8%	82,3%	81,0%	77,9%	67,3%	43,0%
telewizor podłączony do internetu	44,9%	60,9%	54,9%	53,2%	38,2%	20,6%
Nie	24,9%	11,1%	11,0%	16,2%	28,2%	54,2%

Legenda: istotnie **częściej**/ **rzadziej** w porównaniu do ogółu populacji mieszkańców Polski w wieku 4+.





**Wzory
konsumpcji
usług
medialnych
i treści
w internecie**

Część II. Wzory konsumpcji



Konsumpcję usług medialnych mierzono deklaratorywnie, pytając o nią w szerokiej perspektywie ostatnich 12 miesięcy oraz w krótszych ujęciach czasowych. Dane deklaratorywne, szczególnie w połączeniu z danymi socjodemograficznymi, służą uzyskaniu charakterystyki odbiorców oraz poszukiwaniu cech różnicujących zachowania. Dane wskazują na poziomy średnioroczne (zbierane co miesiąc, od stycznia do grudnia), dla różnych ujęć czasowych.

Rozdział 1: Oglądanie telewizji linearnej



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 oglądanej z przesunięciem czasowym.

W perspektywie 30 dni, kontakt z telewizją deklaruje 90% osób w wieku 4 lata i więcej. W ujęciu ostatnich 12 miesięcy, 94,2% osób posiada kontakt z telewizją nadawaną wg programu (niezależnie od urządzenia i technologii odbioru).

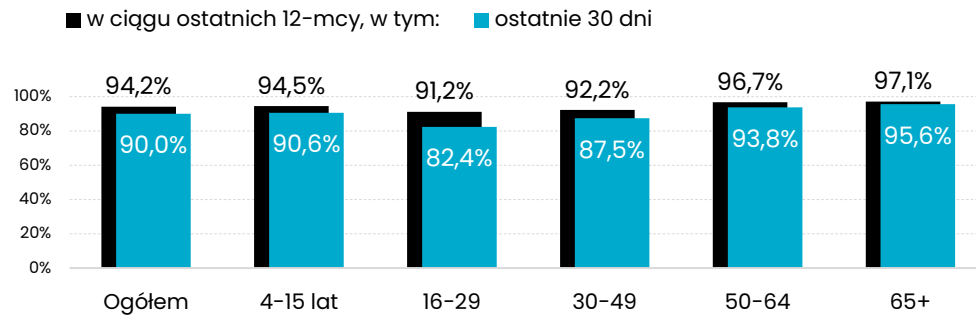
Analiza danych dotyczących konsumenta telewizji w zależności od parametrów, takich jak wiek, wykształcenie i miejsce zamieszkania, wskazuje, że w każdej z opisywanych perspektyw czasowych konsumpcja telewizji jest najwyższa w grupach wiekowych 50-64 lata oraz 65+, a najniższą w grupie wiekowej 16-29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



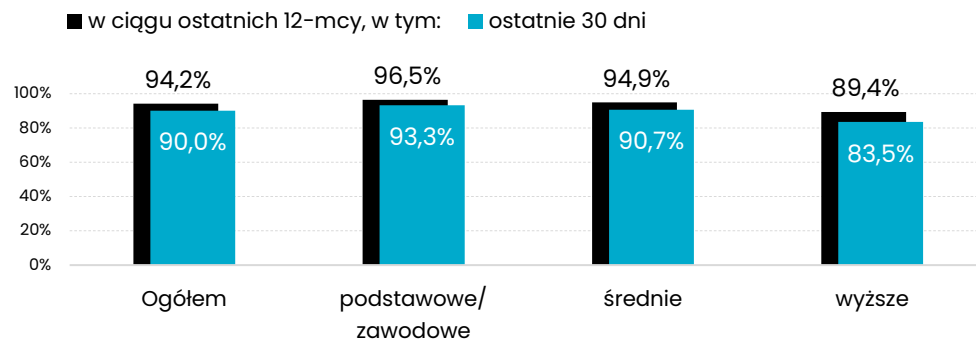
Wykres 25. Oglądanie telewizji linearnej:

25a. w podziale na wiek osoby

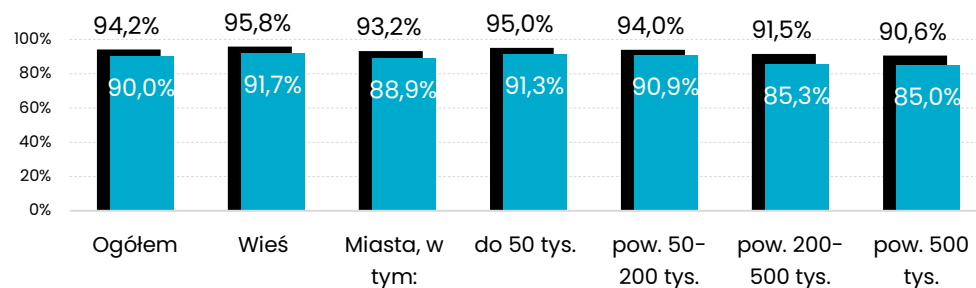


25b. w podziale na wykształcenie

Podstawa: osoby 13+



25c. 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 rzadziej deklarują oglądanie telewizji. Telewizja jest też rzadziej oglądana w miastach (szczególnie w miastach pow. 500 tys. mieszkańców).

Telewizja linearna przez internet



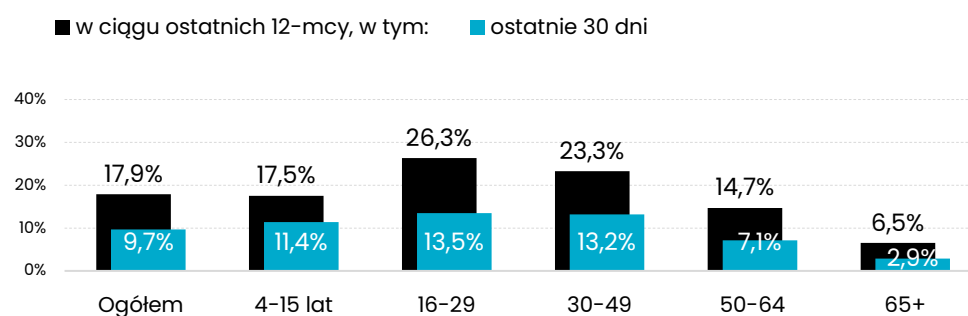
Oglądanie telewizji linearnej przez internet deklarowano niezależnie od źródła usługi. Mogło być to łącze iptv podłączone do telewizora lub serwisy ze streamingiem kanałów tv oglądane na jakimkolwiek ekranie, a także aplikacje telewizyjne dostawców sygnału płatnej tv.

Korzystanie z telewizji przez internet w perspektywie ostatnich 12 miesięcy deklaruje 17,9% osób w wieku 4+, a w ciągu ostatnich 30 dni – 9,7% osób.

W grupie osób w przedziale wieku 16-29 lat telewizję przez internet w ciągu ostatnich 30 dni oglądało 13,5%. Wśród osób z wyższym wykształceniem wskaźnik ten wynosi 15%.

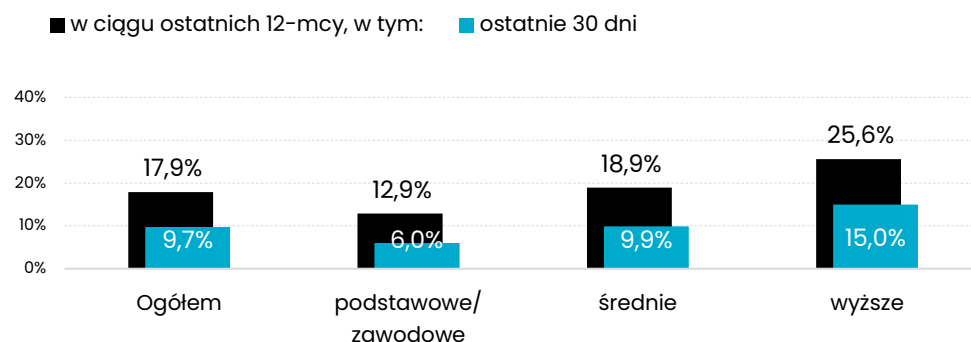
Wykres 26. Oglądanie telewizji linearnej przez internet:

26a. w podziale na wiek osoby



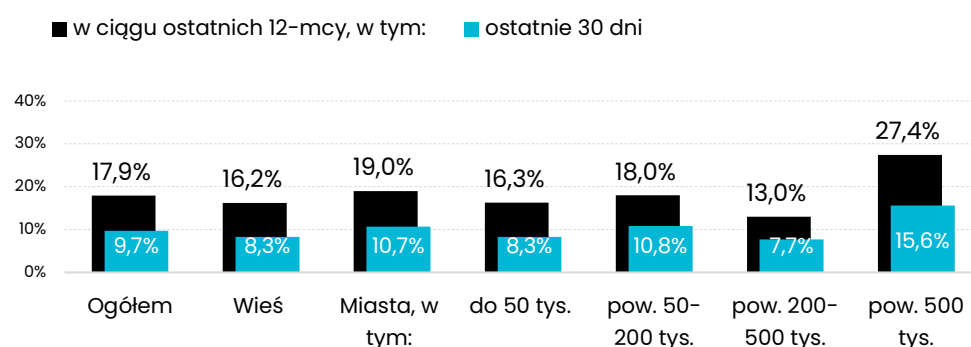
26b. w podziale na wykształcenie

Podstawa: osoby 13+

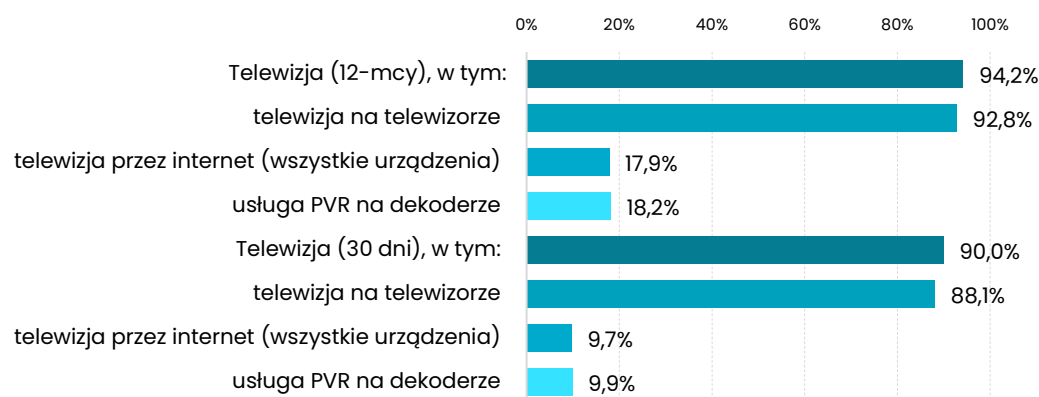


Oglądanie telewizji przez internet relatywnie częściej deklarują osoby w przedziale wiekowym 16-29 lat oraz osoby z wykształceniem wyższym, a także osoby z miast pow. 500 tys. mieszkańców.

26c. w podziale na miejsce zamieszkania



Wykres 25/26. Oglądanie telewizji linearnej – podsumowanie



Rozdział 2: Oglądanie treści VOD (streaming)



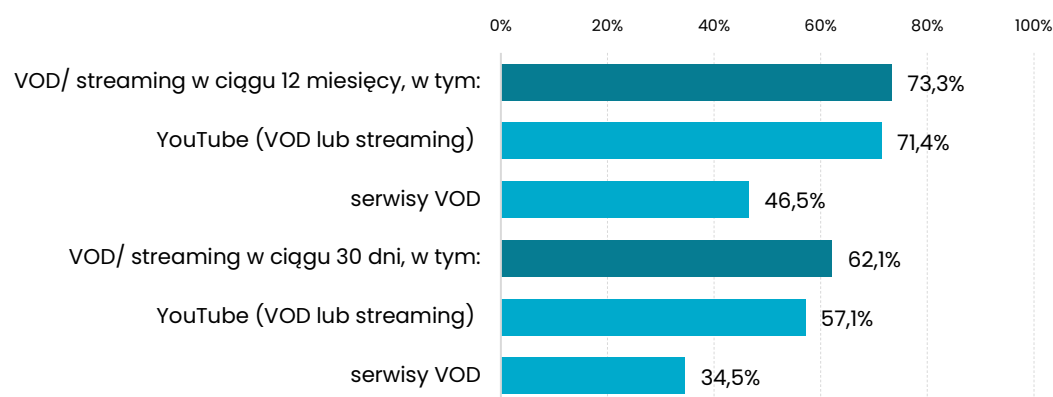
Kategoria serwisy VOD bez/ lub ze streamingiem kanałów live.

Płatne serwisy VOD obejmują usługi oferowane w modelu subskrypcyjnym lub w modelu hybrydowym (część treści płatnie), bez podziału na marki dostawców. Wyszczególniono platformę YouTube, która oferuje takie funkcjonalności w szerokim zakresie. Do kategorii nie wliczamy mediów społecznościowo-rozrywkowych np. platformy Meta.

Niezależnie od regularności, korzystanie z treści VOD (streaming), w ciągu ostatnich 12 miesięcy deklaruje 73,3% osób w wieku 4 lata i więcej, w tym 71,4% deklaruje korzystanie z platformy YouTube, a 46,5% z serwisów streamingowych VOD.

W ujęciu ostatnich 30 dni, poziom korzystania z treści VOD (streaming) wynosi 62,1%, przy czym 57,1% deklaruje korzystanie z YouTube, a 34,5% z serwisów streamingowych VOD.

Wykres 27. Oglądanie treści VOD (streaming):



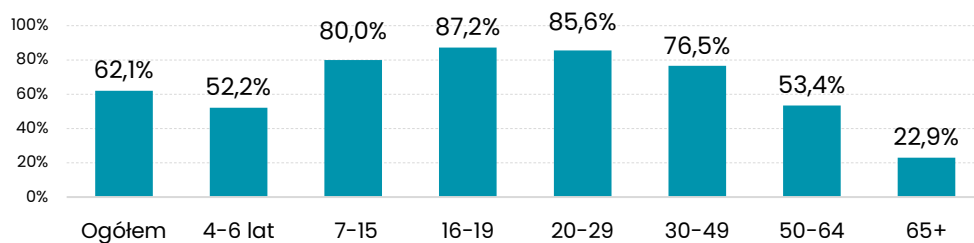
Korzystanie z treści VOD – przynajmniej raz w ciągu ostatnich 30 dni, jest częstsze wśród dzieci, młodzieży i młodych dorosłych. Wśród 4-6 latków treści VOD oglądało 52,2%, a w grupach: 7-15, 16-29, 20-29 lat wskaźnik ten oscyluje wokół 80%-85%.

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 22,9% osób.

Konsumpcja VOD (ostatnie 30 dni) jest częstsza wśród osób z wykształceniem wyższym (77,%), a także wśród osób z gospodarstw liczących 3 osoby (66,8%) oraz wśród osób z gospodarstw liczących 4 osoby i więcej (70,3%). Różnica w korzystaniu z VOD między mieszkańcami miast i wsi jest niewielka – odpowiednio 64% i 59,2%.

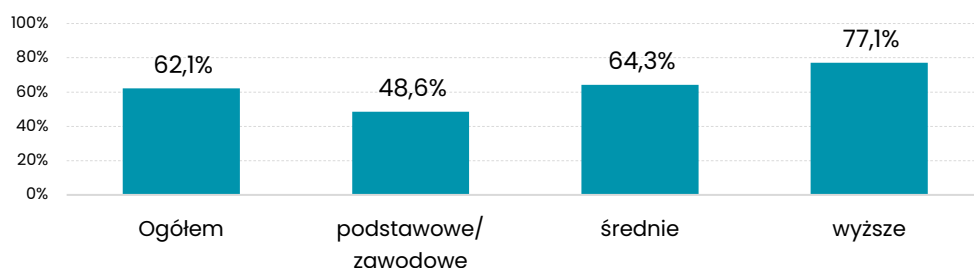
Wykres 28. Oglądanie treści VOD (streaming) – w ciągu 30 dni:

28a. w podziale na wiek osoby

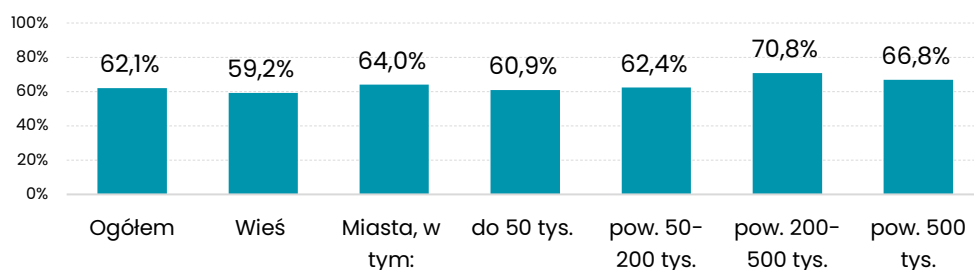


28b. w podziale na wykształcenie

Podstawa: osoby 13+



28c. w podziale na miejsce zamieszkania



Wskaźnik korzystania z treści VOD jest najwyższy wśród osób między 16 a 29 rokiem życia i spada wraz z wiekiem. Wśród osób starszych, w wieku 65 lat i więcej kontakt z VOD w ciągu ostatnich 30 dni deklaruje mniej niż ¼. Konsumpcja VOD jest częstsza wśród osób z wykształceniem wyższym, a także w dużych miastach.



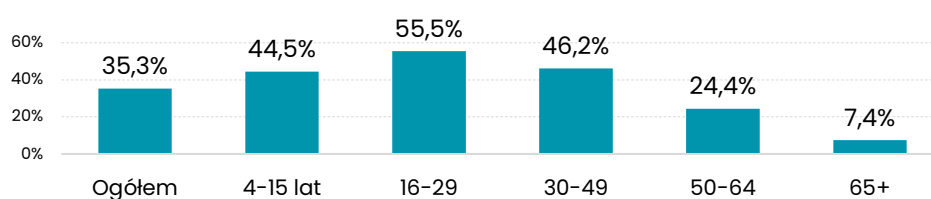
Płatne serwisy VOD

W ujęciu 3 miesięcy, z płatnych serwisów VOD (do których oglądania potrzebna jest subskrypcja, login i hasło) **korzysta 35,3%** osób w wieku 4+, a w grupie 16-29 lat wskaźnik korzystania sięga 55,5%.

Mieszkańcy największych miast, pow. 500 tys., korzystają z płatnych serwisów VOD częściej niż mieszkańcy wsi (odpowiednio 46,8% i 32,2%).



Wykres 29. Oglądanie płatnych serwisów VOD (3 mies.) - w podziale na wiek osoby

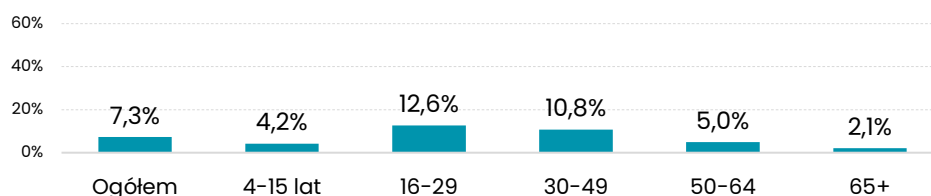


Kanały TV na żywo przez internet (streaming)

Korzystanie ze streamingu live kanałów telewizji linearnej, na stronach internetowych lub w aplikacjach internetowych, deklaruje 7,3% osób w wieku 4 lata i więcej. W grupie wiekowej 16-29 lat wskaźnik ten sięga 12,6% (nie wliczając retransmisji w mediach społecznościowych).

Częściej, oglądanie kanałów telewizyjnych na żywo przez internet, deklarują także osoby z wyższym wykształceniem (12,8%) i mieszkające w największych miastach, pow. 500 tys. mieszkańców (10,2%).

Wykres 30. Oglądanie kanałów TV na żywo przez internet (3 mies.) - w podziale na wiek osoby



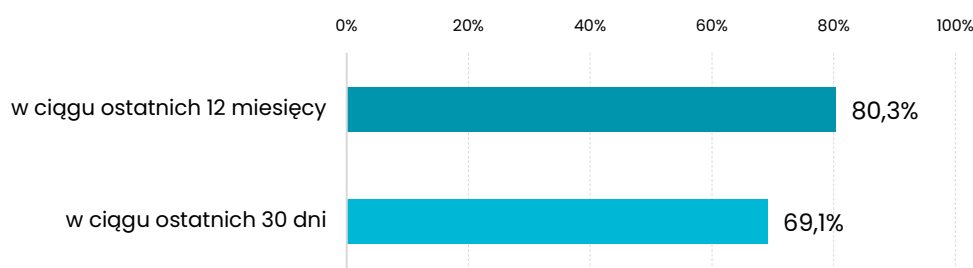
Rozdział 3: Słuchanie radia



Analiza konsumpcji radia była prowadzona z wykorzystaniem podobnej metodyki jak w przypadku telewizji. Wskazania użytkowników opierały się na deklaracjach, odwołując się do **uświadomionych, zapamiętanych 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 80,3%. W ujęciu ostatnich 30 dni, wskaźnik słuchalności radia wynosi 69,1%.

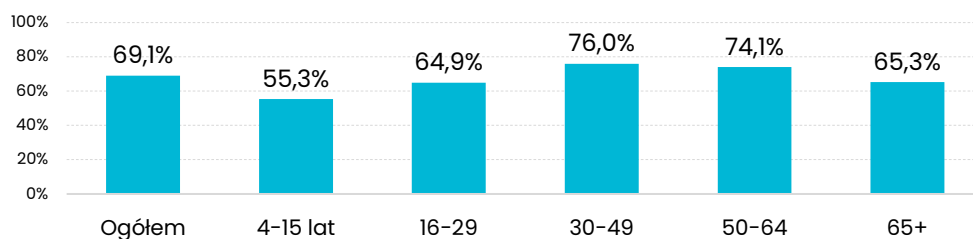
Wykres 31. Słuchanie radia



Analiza zebranych danych pokazuje, że słuchanie radia – w kontekście ostatnich 30 dni – częściej deklarują osoby w wieku 30–49 lat oraz 50–64 lata, a także osoby z wykształceniem wyższym (77,2%). Nie odnotowano dużych różnic w poziomie słuchalności radia pomiędzy mieszkańcami wsi i mieszkańcami miast ogółem (odpowiednio 71,1% i 67,7%).

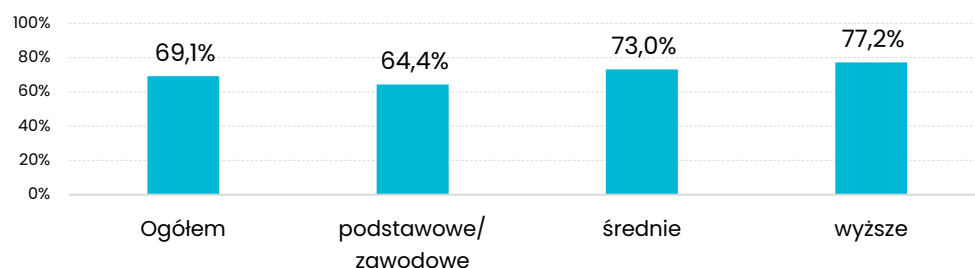
Wykres 32. Słuchanie radia – w ciągu 30 dni:

32a. w podziale na wiek osoby

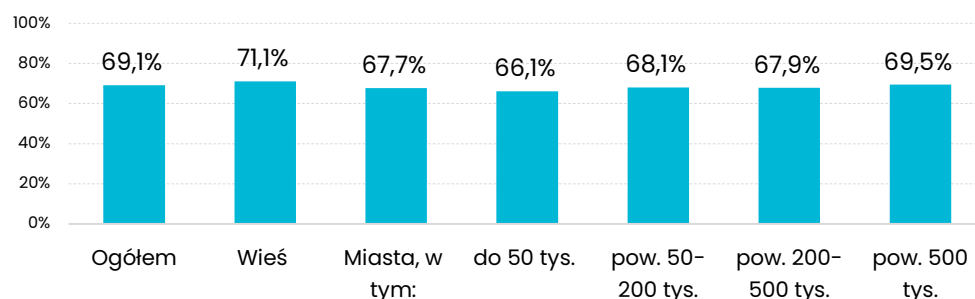


32b. w podziale na wykształcenie

Podstawa: osoby 13+



32c. w podziale na miejsce zamieszkania



Rozdział 4: Słuchanie – inne formy audio

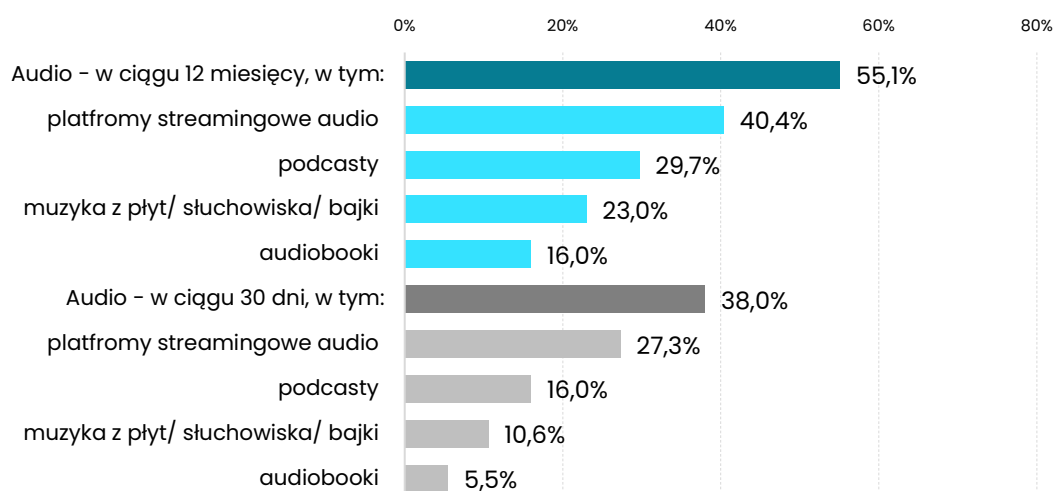
Kategoria audio obejmuje prócz radia także korzystanie z platform streamingowych audio, słuchanie podcastów, audiobooków oraz muzyki/słuchowisk z nośników analogowych.

Odsetek populacji osób 4+, korzystającej z różnego rodzaju treści audio w ciągu ostatnich 12 miesięcy **wynosi 55,1%** (niezależnie od regularności).

W ujęciu ostatnich 30 dni, odsetek ten wynosi 38%, przy czym 27,3% osób 4+ deklaruje korzystanie z platform streamingowych online, a 16% słuchanie podcastów.

Rzadziej słuchana jest muzyka/ słuchowiska na nośnikach analogowych (10,6%) oraz audiobooki (5,5%).



Wykres 33. Słuchanie innego audio

Tabela 5. Słuchanie innego audio - w podziale na wiek osoby

	Ogółem	4-15 lat	16-29	30-49	50-64	65+
Audio (12-mcy), w tym:	55,1%	60,3%	83,1%	67,5%	43,7%	22,4%
platformy streamingowe audio	40,4%	41,4%	71,4%	51,6%	27,8%	11,1%
podcasty	29,7%	22,5%	53,1%	39,1%	21,9%	9,7%
muzyka z płyt/ bajki	23,0%	32,4%	26,2%	26,3%	19,5%	12,7%
audiobooki	16,0%	22,4%	28,6%	17,9%	10,2%	4,9%
Audio (30 dni), w tym:	38,0%	45,1%	64,3%	46,6%	26%	11,9%
platformy streamingowe audio	27,3%	31,1%	52,9%	34,1%	16,5%	5,6%
podcasty	16,0%	13,0%	30,9%	20,3%	11,2%	4,8%
muzyka z płyt/ bajki	10,6%	17,7%	12,5%	12,2%	7,8%	4,6%
audiobooki	5,5%	10,5%	9,9%	5,4%	3,2%	1,3%

Legenda: istotnie **częściej**/ **rzadziej** w porównaniu do ogółu populacji mieszkańców Polski w wieku 4+.

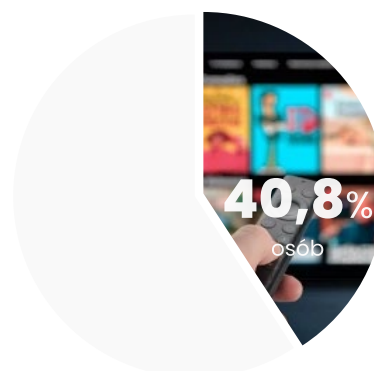
Rozdział 5: Współkonsumpcja: telewizja, radio, treści VOD (streaming)

Analiza współkorzystania z usług medialnych w okresie **ostatnich 30 dni** wskazuje, iż największą grupę stanowią osoby korzystające zarówno z telewizji, radia, jak i treści VOD (streaming). Odsetek osób korzystających z tych **trzech typów usług** stanowi 40,8% populacji osób 4+.

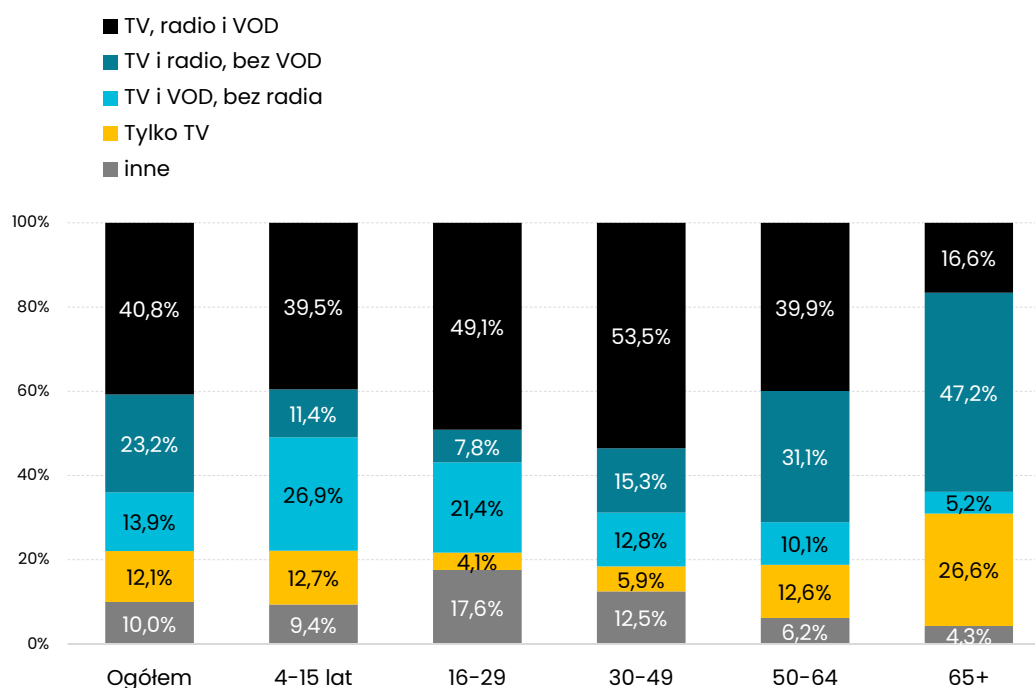
Kolejną grupę, pod względem liczebności (23,2%), stanowią osoby korzystające z telewizji i radia, ale nie korzystające z VOD (w tym streamingu).

Trzecią, pod względem rozmiaru, jest grupa osób korzystających z telewizji i VOD, bez korzystania z radia, stanowiąca 13,9% 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 34. Współkonsumpcja usług: telewizja, radio, VOD/ streaming (30 dni) – w podziale na wiek osoby



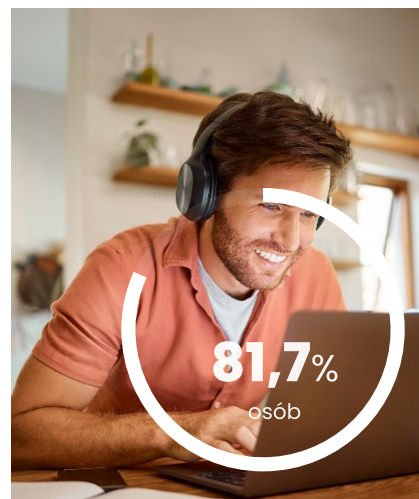
Ponad 40% populacji osób w wieku 4+ korzysta z trzech typów usług: telewizji, radia i VOD. Najczęściej ze wszystkich trzech typów usług korzystają osoby pomiędzy 30-49 rokiem życia.

Rozdział 6: Korzystanie z internetu

Wśród osób w wieku 4 lata i więcej wskaźnik korzystania z internetu (także nieregularnego) w ciągu ostatnich 12 miesięcy wynosi 81,7%, a korzystanie w okresie ostatnich 30 dni deklaruje 79,4% osób.

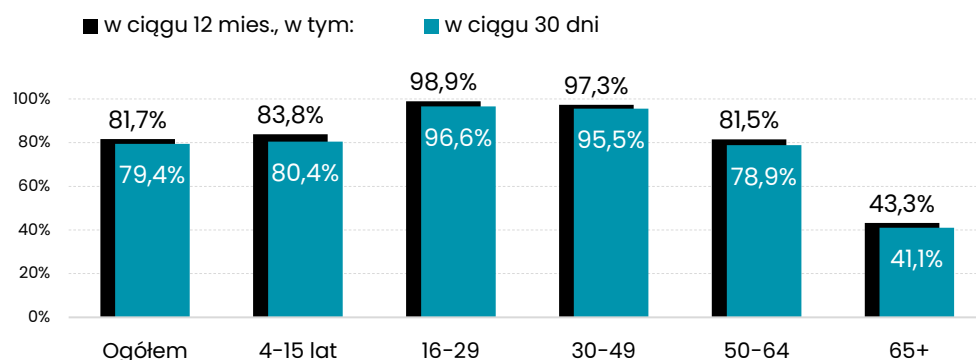
Analiza zebranych danych pokazuje, iż poziom korzystania z internetu nie jest równomierny i ma ścisły związek z wiekiem.

W grupie wiekowej 16-29 lat wskaźnik korzystania z internetu w ciągu ostatnich 30 dni sięga 96,6%, zaś wśród osób w wieku 65 lat i więcej – wynosi 41,1%.



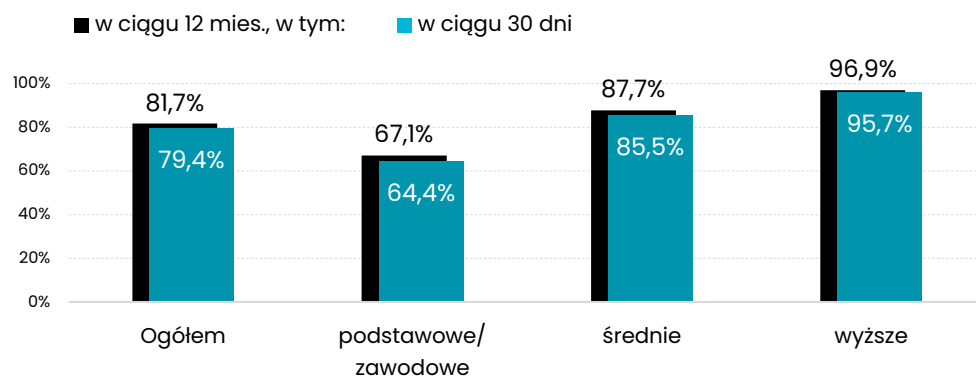
Wykres 35. Korzystanie z internetu – konsumpcja treści:

35a. w podziale na wiek osoby



35b. w podziale na wykształcenie

Podstawa: osoby 13+



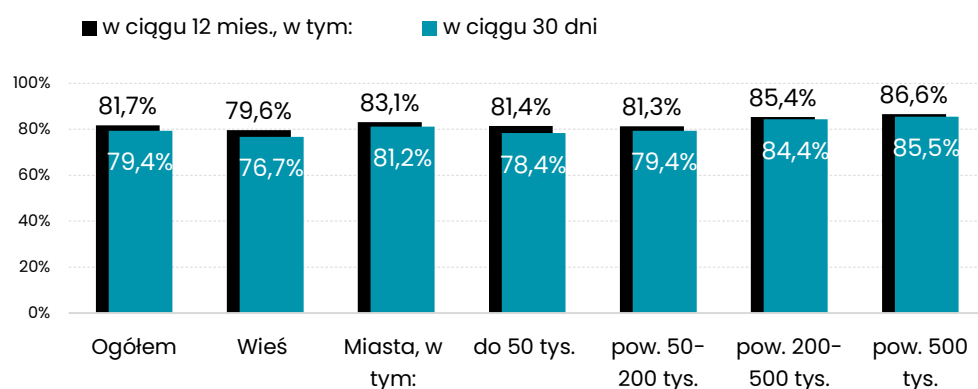
Korzystanie z internetu w okresie ostatnich 30 dni deklaruje 79,4% osób w wieku 4+.

Wśród osób pomiędzy 16 a 49 rokiem życia z internetu korzystają niemal wszyscy, zaś wśród osób w wieku 65 lat i więcej – ponad 40%.

Częściej z internetu korzystają osoby z wykształceniem wyższym.

Miejsce zamieszkania w mniejszym stopniu różnicuje konsumpcję internetu.

35c. w podziale na miejsce zamieszkania



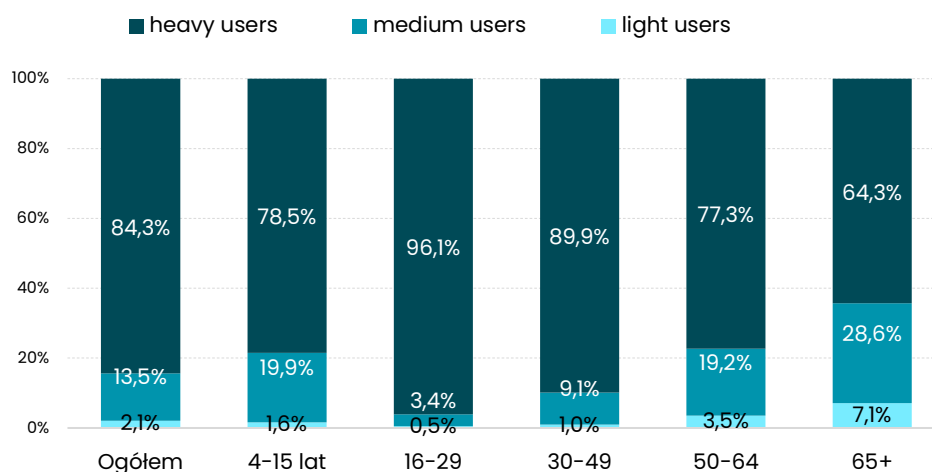
Użytkownicy internetu – częstotliwość korzystania

Analiza częstotliwości korzystania z internetu wskazuje, że największą grupę wśród korzystających stanowią tzw. **heavy users**, czyli osoby, które korzystają z internetu codziennie lub prawie codziennie (84,3%). **Medium users**, czyli korzystający z internetu kilka razy w tygodniu, stanowią 13,5% wszystkich korzystających, natomiast **light users**, czyli korzystający kilka razy w miesiącu lub rzadziej, to jedynie 2,1% korzystających.

Częstotliwość korzystania z internetu jest **silnie skorelowana z wiekiem** korzystających. Najintensywniejszymi użytkownikami są osoby w wieku 16-29 lat. W tej grupie odsetek heavy users wynosi 96,1%. Z kolei wśród osób w wieku 65 lat i więcej, choć heavy userzy nadal są większością (64,3%), to 28,6% to medium users, czyli osoby mniej intensywnie korzystające.

Wykres 36. Typologia korzystania z internetu - w podziale na wiek osoby

Podstawa: Korzystający z internetu (12 mies.)



Najliczniejszą grupę stanowią heavy users internetu (korzystający codziennie lub prawie codziennie). Udział grup jest różny w zależności od kategorii wiekowej.

Użytkownicy internetu – wykorzystywane urządzenia (30 dni)

Biorąc pod uwagę urządzenia do odbioru internetu, używane w ujęciu 30 dni, najczęściej wykorzystywany jest smartfon (91,7% osób korzystających z internetu), w dalszej kolejności – komputer/ laptop w domu (62,8%) oraz tablet – 12,2%. Na komputerze, poza domem, z internetu korzysta 24,7% internautów (sprzęt w pracy/ w szkole/ u kogoś innego).

32,7% osób korzysta z treści w internecie za pomocą podłączonego do internetu TV Smart. Rzadziej w tym kontekście wskazywana jest konsola do gier (6%).

Wykres 37. Urządzenia do korzystania z internetu (30 dni)

Podstawa: Korzystający z internetu w ciągu ostatnich 30 dni

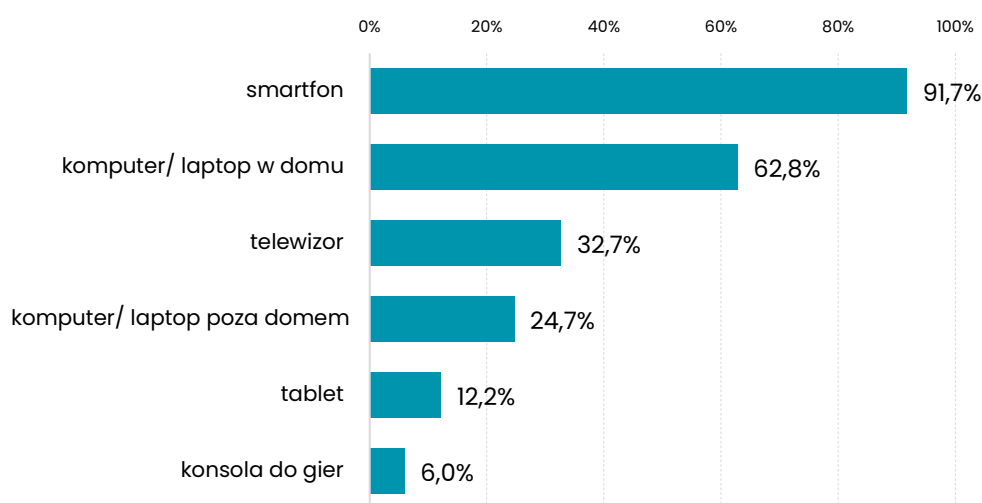


Tabela 6: Urządzenia do korzystania z internetu (30 dni) – w podziale na wiek osoby

Podstawa: Korzystający z internetu w ciągu ostatnich 30 dni.

	Ogółem	4-15 lat	16-29	30-49	50-64	65+
smartfon	91,7%	73,3%	96,9%	96,0%	93,7%	86,5%
komputer/ laptop – w domu	62,8%	60,9%	73,4%	65,5%	55,5%	50,1%
televizor	32,7%	41,6%	37,1%	34,9%	25,5%	19,4%
komputer/ laptop – poza domem	24,7%	15,3%	32,1%	31,6%	19,8%	7,9%
tablet	12,2%	27,3%	12,0%	10,9%	7,2%	7,3%
konsola do gier	6,0%	14,5%	11,5%	4,6%	0,7%	0,3%

Legenda: istotnie **częściej**/ **rzadziej** w porównaniu do ogółu populacji mieszkańców Polski w wieku 4+.

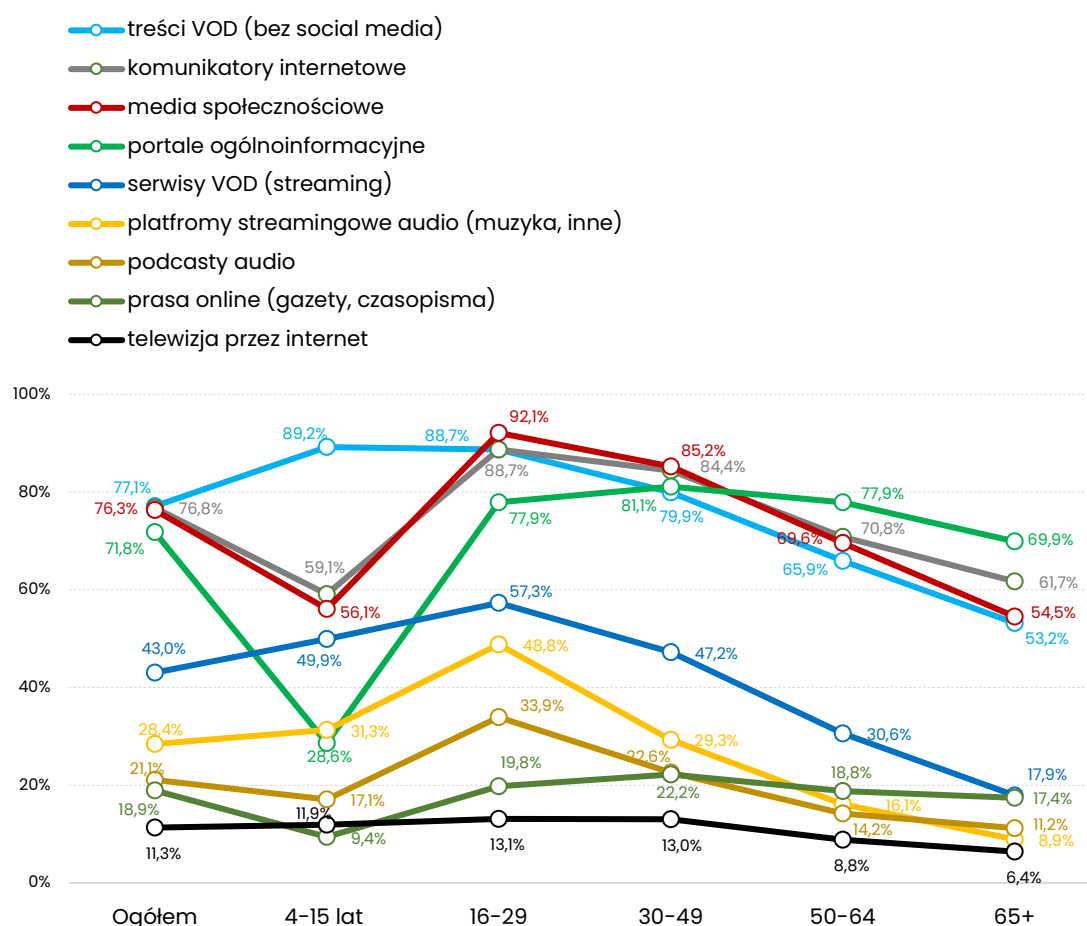
Rozdział 7. Wybrane aktywności w internecie

Wśród korzystających z internetu, do **najczęściej deklarowanych aktywności** - w ujęciu ostatnich 30 dni - należy kontakt z treściami VOD/ streamingiem, wliczając YouTube (77,1%), korzystanie z komunikatorów internetowych (76,8%), wykorzystywanie mediów społecznościowych (76,3%) oraz portali informacyjnych (71,8%). Rzadziej wskazywane jest korzystanie z serwisów VOD bez YouTube (43%) i platform streamingowych audio (28,4%). Najrzadziej wskazywanymi aktywnościami w internecie w perspektywie 30 dni jest słuchanie podcastów (21,1%) korzystanie z prasy online (18,9%) i oglądanie telewizji przez internet (11,3%).

Najbardziej aktywną w internecie grupą wiekową jest starsza młodzież i młodzi dorośli (16-29 lat), intensywnie korzystający z mediów społecznościowych, serwisów VOD, komunikatorów, portali i platform streamingowych. Dzieci i młodzież mają kontakt przede wszystkim z treściami VOD włączając YouTube. Najmniej aktywne w internecie są osoby 65+, które najczęściej korzystają z portali internetowych i komunikatorów.

Wykres 38. Wybrane aktywności w internecie (30 dni) - w grupach wiekowych

Podstawa: Korzystający z internetu (12 mies.)

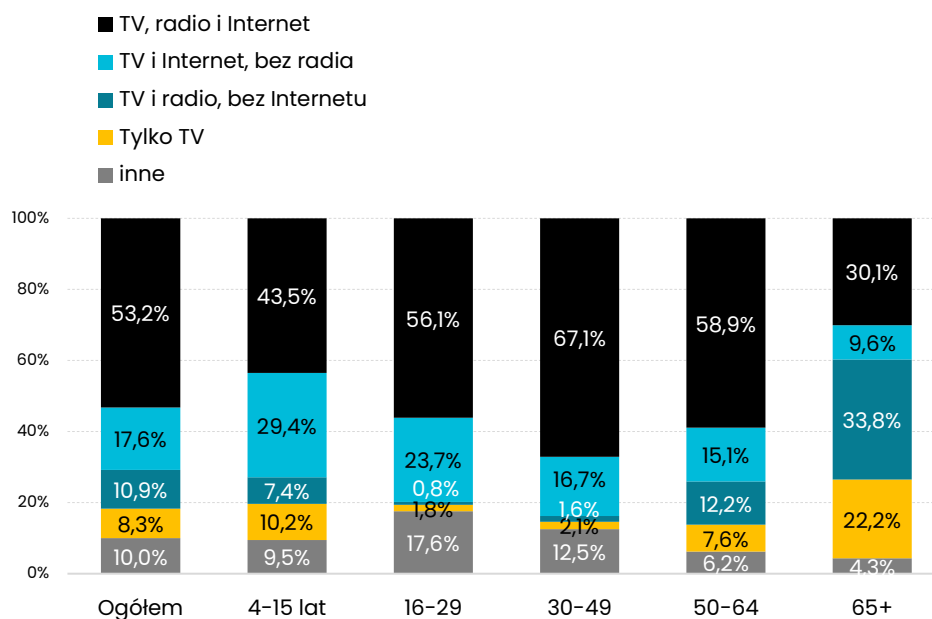


Rozdział 8: Typologia korzystania: telewizja, radio, internet

Analiza współkorzystania z mediów elektronicznych w okresie **ostatnich 30 dni** wskazuje, iż największą grupę stanowią osoby korzystające zarówno z telewizji, radia, jak i z internetu – odsetek osób korzystających z tych trzech typów mediów wynosi 53,2%.

Kolejną grupą, pod względem liczebności, są osoby korzystające z telewizji i internetu, ale nie korzystające z radia (17,6%). Niecałe 11% osób korzysta z telewizji i radia, ale bez internetu, a 8,3% tylko z telewizji.

Wykres 39. Typologia korzystania z telewizji, radia, internetu (30 dni) – podziale na wiek osoby



Najliczniejszą grupę stanowią osoby korzystające z 3 typów mediów elektronicznych. Udział grup jest różny w zależności od kategorii wiekowej.



A close-up photograph of a person's hand pointing at a smartphone screen. The hand is in the foreground, with the index finger extended towards the screen. The background is dark with several out-of-focus, warm-toned circular lights (bokeh). The smartphone screen is lit up, showing some faint, illegible text. The overall mood is modern and digital.

**Zjawiska
powiązane
z konsumpcją
usług medialnych**

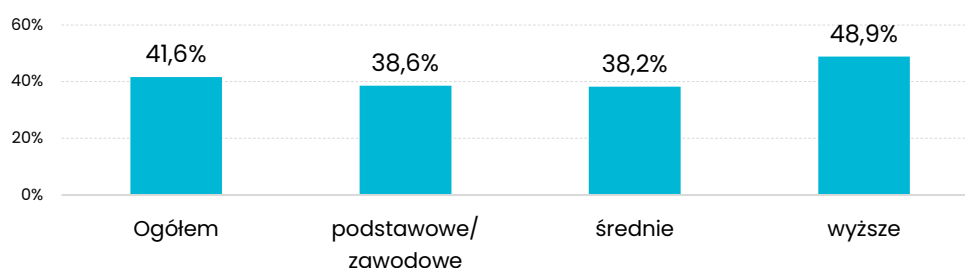
Część III. Zjawiska powiązane z konsumpcją usług medialnych

Rozdział I: Wideo fake newsy w internecie

Wśród osób w wieku 16+, korzystających z internetu – 41,6% **zetknęło się w internecie w ciągu ostatniego roku z nieprawdziwymi (ich zdaniem) treściami wideo**. Częściej takie treści dostrzegły osoby z wykształceniem wyższym (48,9%), a także osoby młode, między 16 a 29 rokiem życia, które są najbardziej intensywnymi użytkownikami internetu (również 48,9%).

Wykres 40. Zetknięcie się z wideo fake newsami w internecie (12 mies.) – w podziale na wykształcenie

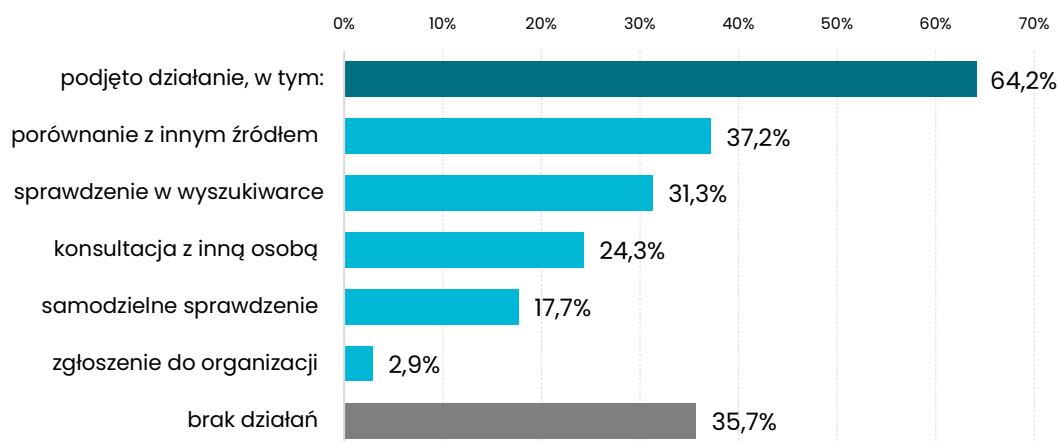
Podstawa: Korzystający z internetu (12 mies.), wiek 16+



Prawie 2/3 osób, które doświadczyły zjawiska wideo fake newsów podjęła jakieś działanie w celu zweryfikowania informacji (64,2%). Najczęściej było to porównanie z innym konkretnym źródłem (37,2%), szukanie informacji na ten sam temat w wyszukiwarce, np. Google (31,3%), a 24,3% osób skonsultowało się z inną osobą.

Wykres 41. Działania podjęte po zetknięciu się z wideo fake newsami

Podstawa: Korzystający z internetu (12 mies.), w wieku 16+, stykający się z wideo fake newsami



Rozdział 2: Kontrola rodzicielska aktywności dzieci w internecie

Systemy **kontroli rodzicielskiej** umożliwiają rodzicom nadzorowanie aktywności ich dzieci w internecie. System kontroli może nadzorować zarówno **rodzaje odwiedzanych stron i korzystanie z aplikacji**, jak i **czas** spędzony przed ekranem.

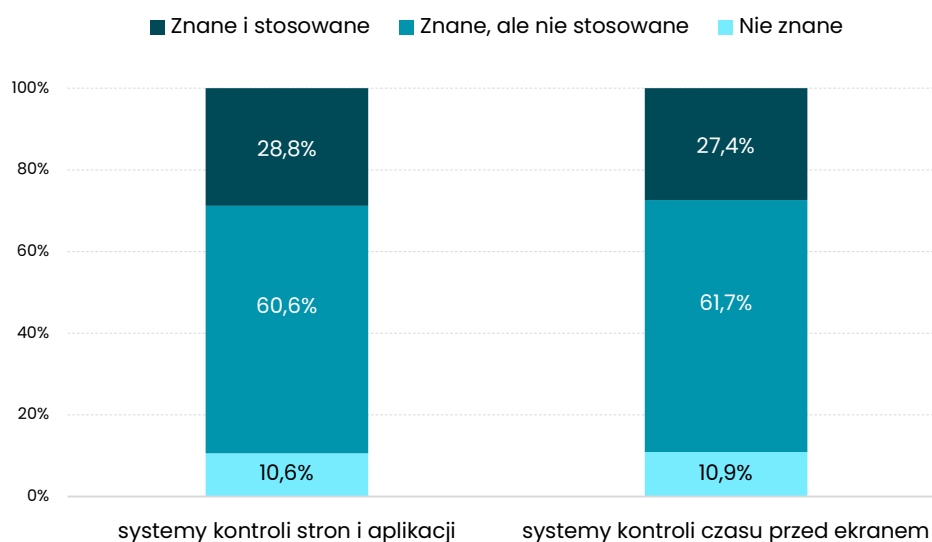
Wśród rodziców posiadających dzieci do 18 roku życia, które korzystają z internetu, **28,8% zna i stosuje systemy kontrolujące rodzaje stron i aplikacji**. 60,6% je zna, ale nie stosuje. Jedynie 10,6% rodziców dzieci korzystających z internetu nie zna takich systemów.

Prawie tak samo często znane i stosowane są systemy **kontrolujące czas przed ekranem**. **27,4% rodziców zna i stosuje takie systemy**, 61,7% zna, ale nie stosuje, a 10,9% nie zna takich systemów.



Wykres 42. Znajomość i korzystanie z systemów kontroli rodzicielskiej

Podstawa: Rodzice dzieci do 18 roku życia korzystających z internetu



Inne aktywności



Część IV. Inne aktywności

Rozdział 1: Czytelnictwo prasy

Kontakt z prasą w ciągu ostatnich 12 miesięcy deklaruje 65,5% populacji w wieku 4 lata i więcej. Regularnie czytających (czytanie prasy w ciągu ostatnich 30 dni) jest 41,8% osób w wieku 4+, przy czym 31,6% osób deklaruje kontakt z gazetami (wydania papierowe lub internetowe), a 29,9% – z czasopismami (wydania papierowe lub internetowe).

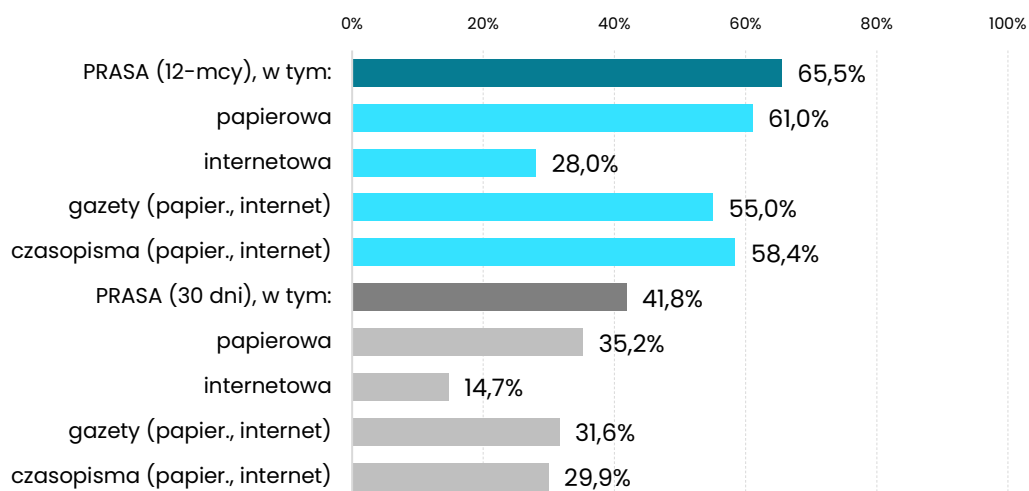


Czytanie prasy częściej deklarują kobiety (68,3% w okresie ostatnich 12 miesięcy), a także osoby w wieku 50-64 lata (73,6%), osoby z wyższym wykształceniem (78,3%) oraz mieszkańcy miast (67,1%).

Biorąc pod uwagę rodzaj nośnika, 61% osób deklaruje kontakt w okresie ostatnich 12 miesięcy z prasą papierową, a 28% – z prasą dostępną przez internet. W okresie ostatnich 30 dni, wskaźniki te wynoszą odpowiednio 35,2% (prasa papierowa) i 14,7% (internetowa).

Prasę papierową istotnie częściej czytają osoby starsze (w okresie ostatnich 12 miesięcy: 50-64 lata -73,6%, 65 lat i więcej – 73,3%), zaś internetową, częściej osoby w wieku 16-29 lat (38,2%) i 30-49 lat (38,8%).



Wykres 43. Czytelność prasy

Tabela 7. 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:	65,5%	36,8%	61,6%	69,2%	73,6%	73,3%
papierowa	61,0%	34,5%	54,0%	62,1%	70,6%	72,3%
internetowa	28,0%	15,3%	38,2%	38,8%	26,7%	13,0%
gazety (papier., internet)	55,0%	21,7%	50,3%	59,4%	64,5%	63,9%
czasopisma (papier., internet)	58,4%	32,4%	55,4%	62,2%	65,4%	64,7%

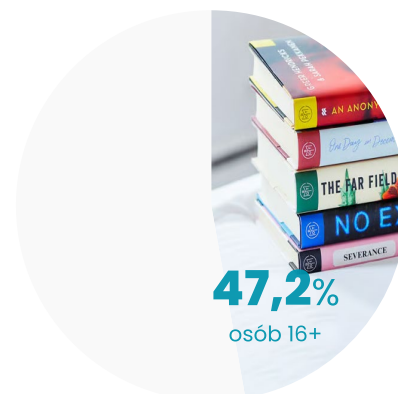
Legenda: istotnie **częściej**/**rzadziej** w porównaniu do ogółu populacji mieszkańców Polski w wieku 4+.



Rozdział 2: Czytelność książek

Przeczytanie **minimum jednej książki w roku** (w postaci drukowanej lub elektronicznej – ebook) deklaruje 47,2% populacji **osób w wieku 16+**. Jedną książkę przeczytało 5,5% populacji 16+, 2-3 książki – 14,5%, a 4 książki i więcej – 27,1%. Średnio, **osoby czytające**, przeczytały w ciągu roku 8 książek.

Czytanie książek częściej deklarują kobiety (56,1%) i młodzi dorośli (16-29 lat) – 64,8%. Poziom czytelnictwa jest wyższy wśród osób z wyższym wykształceniem (70,4%), a także wśród mieszkańców miast (51,1%). Odsetek czytających wśród mieszkańców wsi wynosi 41,3%.



Wykres 44. Liczba przeczytanych książek

Podstawa: osoby 16 lat i więcej

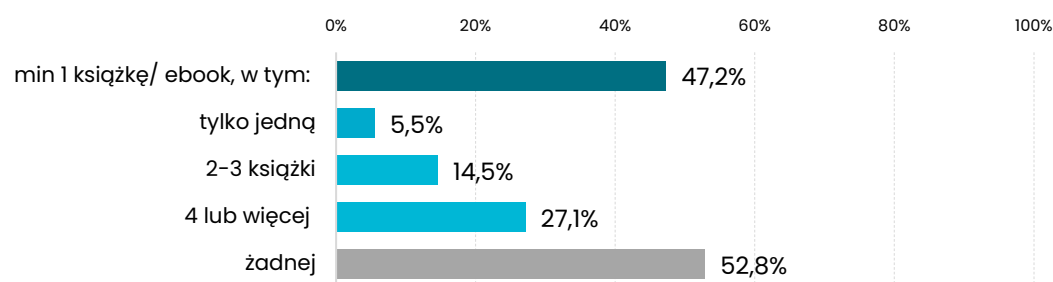


Tabela 8. Liczba przeczytanych książek – w podziale na wiek osoby

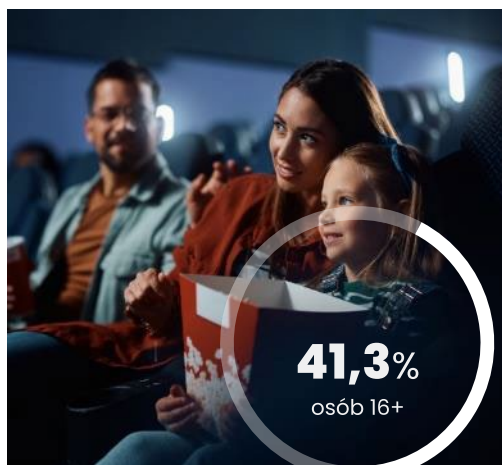
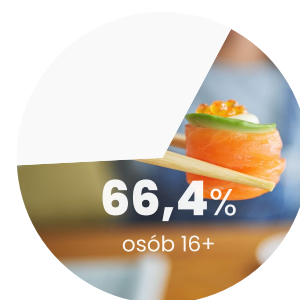
Podstawa: osoby 16 lat i więcej

	Ogółem	16-29	30-49	50-64	65+
min 1 książkę/ ebook, w tym:	47,2%	64,8%	47,1%	42,0%	39,4%
tylko jedną	5,5%	7,3%	5,6%	5,5%	4,2%
2-3 książki	14,5%	18,9%	15,9%	13,0%	10,5%
4 lub więcej	27,1%	38,6%	25,5%	23,5%	24,7%
żadnej	52,8%	35,2%	52,9%	58,0%	60,6%

Legenda: istotnie **częściej/ rzadziej** w porównaniu do ogółu populacji mieszkańców Polski w wieku 4+.

Rozdział 3. Kultura – inne aktywności

Biorąc pod uwagę innego rodzaju aktywności, 66,4% osób **w wieku 16+** deklaruje korzystanie z restauracji/ barów/ kawiarni co najmniej raz w roku. W kinie, choć raz w ostatnim roku, było 41,3% osób w wieku 16+, a na festynie – 38,6%. Obiekty historyczne odwiedziło 22,4%, w koncertach uczestniczyło 20,3%. Po mniej niż 20% osób w wieku 16 lat i więcej brało udział w wydarzeniu sportowym, odwiedziło muzeum, bibliotekę, dom kultury, teatr czy operę.

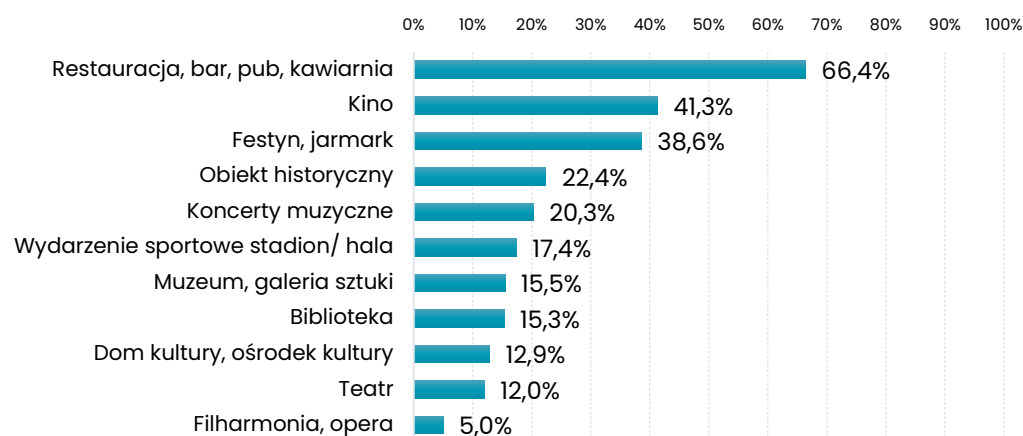


Najbardziej aktywne, pod względem konsumpcji kultury, są osoby w wieku 16-29 lat, które istotnie częściej w ciągu ostatniego roku choć raz odwiedziły restaurację/ bar (82,8%), a także były w kinie (68,4%), czy na koncercie (36,3%). Najmniej aktywne są osoby starsze, w wieku 65 lat i więcej. Na poziom korzystania z obiektów kultury wpływa także miejsce zamieszkania. Mieszkańcy wsi, z racji braku łatwej dostępności, nie korzystają tak często jak mieszkańcy miast z obiektów takich jak

kinie, teatry, restauracje.

Wykres 45. Konsumpcja kultury – różne aktywności

Podstawa: osoby 16 lat i więcej



Słownik

Pojęć

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 2023 próba roczna objęła 15 000 gospodarstw i ponad 30 000 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 w 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 2023 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 w populacji generalnej dla dowolnych przekrojów terytorialnych i grup typologicznych gospodarstw domowych oraz respondentów. Należy jednak mieć świadomość, że 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 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 usługach 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 – z danych ze spisu pantry check podano liczbę wszystkich działających (nie zepsutych długotrwale) telewizorów w gospodarstwach domowych, niezależnie od przeznaczenia. Szczegółowe informacje o telewizorach podano w odniesieniu do czynnych telewizorów przeznaczonych do oglądania telewizji, czyli podłączonych do sygnału telewizyjnego.

Gospodarstwo „telewizyjne” definiowane w oparciu o dostęp do telewizora podłączonego do sygnału tv (satelita, kabel, eter) lub tylko internetu jako źródła telewizji (przez internet) – to gospodarstwo z minimum jednym odbiornikiem telewizyjnym podłączonym do źródła sygnału telewizyjnego (satelita, kabel/iptv, eter) lub tylko internetu.

Gospodarstwo „telewizyjne” w oparciu o szerszą definicję (różne ekrany) definiuje gospodarstwo telewizyjne, jako posiadające dostęp w oparciu o klasyczny sygnał tv lub internet.

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, odbierający telewizję przez aplikację i strony www
 - 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 do 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 posiadanymi, brak nadrzędności.

VOD – (Video on Demand) – serwis zapewnia swobodny dostęp do pełnej oferty wideo danego dostawcy po opłaceniu regularnej opłaty subskrypcyjnej (np. miesięcznej). Technologia do przesyłu to usługa strumieniowa (streaming) stosowana do nadawania kanałów telewizji przez internet.



**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.