



Krajowy
Instytut
Mediów

Usługi medialne i infrastruktura do ich odbioru, w 1 połowie 2024 roku

Mieszkańcy Polski w wieku 4 lata i więcej

Wyniki połówkowe
Badania Założycielskiego KIM

Warszawa, 30 września 2024

Wstęp



Podstawowym zadaniem **Krajowego Instytutu Mediów** jest realizacja ilościowego **Badania Założycielskiego**, opisującego użytkowników telewizji, radia i internetu, realizowanego cyklicznie, na dużej próbie losowej, zgodnie najwyższymi standardami metodologicznymi, spełniającymi wymogi wysoce precyzyjnych badań przesiewowych, reprezentatywnych dla populacji Polski.

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

Badanie jest realizowane w trybie ciągłym, na próbie rozłożonej na 12 miesięcy. Niniejszy raport podsumowuje wyniki uzyskane od stycznia do czerwca 2024 roku. Dane podsumowujące rok 2024 będą publikowane po zebraniu danych grudniowych.

Pomiar realizowany od stycznia do czerwca 2024 roku, objął ogólnopolską **losową próbę 14 964 osób w wieku 4 lata i więcej**, reprezentującą populację mieszkańców Polski w tym wieku.

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 rok 2024, NSP 2021, BDL GUS).



Metodologia.

Jak realizujemy Badanie Założycielskie?

Badanie jest unikatowym studium wykonalności badań bezpośrednich (realizowanych w domu respondenta), na próbach losowych, adresowych, proporcjonalnych, warstwowych, o dużym rozproszeniu terytorialnym (do poziomu NUTS3, i losowania 3750 rejonów statystycznych), obejmujących mieszkańców Polski, w ujęciu gospodarstw domowych, jak i osób indywidualnych.

Badanie jest realizowane corocznie, **na losowej próbie** obejmującej **n=15 000 gospodarstw domowych** oraz minimum **n=30 000 osób w wieku 4 lata i więcej**.

Próba została wylosowana przy zastosowaniu schematu losowania warstwowego – dwustopniowego. W pierwszym etapie jednostkami losowania były rejony statystyczne, a w drugim – mieszkania. W dalszym kroku wyłaniano gospodarstwa domowe. Dobór osób do badania odbywał się na podstawie spisu w gospodarstwie domowym, a liczba wymaganych wywiadów była określona w zależności od wielkości gospodarstwa domowego¹.



¹ Szczegółowy opis metodologii, losowania próby, estymacji wyników i realizacji Badania Założycielskiego zamieszczono w Podręczniku Badania Założycielskiego, dostępnym na stronie KIM.

Podsumowanie 1 połowy 2024 roku



radio

MEDIA



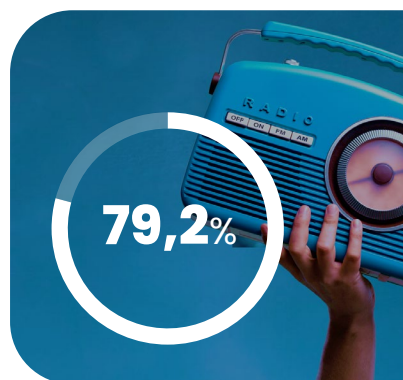
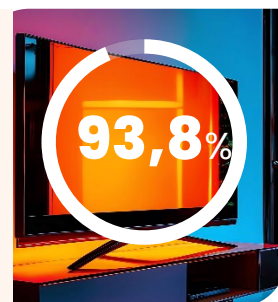
TV



internet

Urządzenia do odbioru usług medialnych

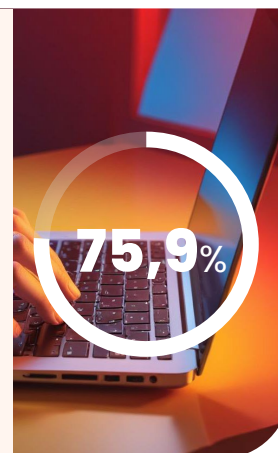
93,8% osób w wieku 4 lata i więcej posiada w domu **telewizor**, a 57,5% osób posiada dostęp do **funkcji Smart tv**, przy czym 48,8% osób posiada funkcjonalność Smart tv faktycznie **podłączoną do internetu**, pozwalającą na korzystanie z usług „na życzenie”.



Wskaźnik dostępu do **odbiornika radiowego** sięga 79,2% osób w wieku 4+ (nie wliczając smartfonów i aplikacji radiowych). Najczęściej posiadanym radioodbiornikiem jest radio samochodowe (64,8% osób), a radio przenośne (niewbudowane) jest obecne w domach 36,5% osób w wieku 4+.

Dostęp do **sprzętu komputerowego w domu** posiada 75,9% osób w wieku 4+. Najczęściej są to laptopy, dostępne dla 69% osób. Możliwość korzystania z tabletów posiada 19,6% osób w wieku 4+.

Wyposażenie w sprzęt komputerowy w domu jest istotnie wyższe wśród dzieci 4-15 lat (90,9%), a także wśród młodych dorosłych, czyli osób w wieku 16-29 lat (90,0%).



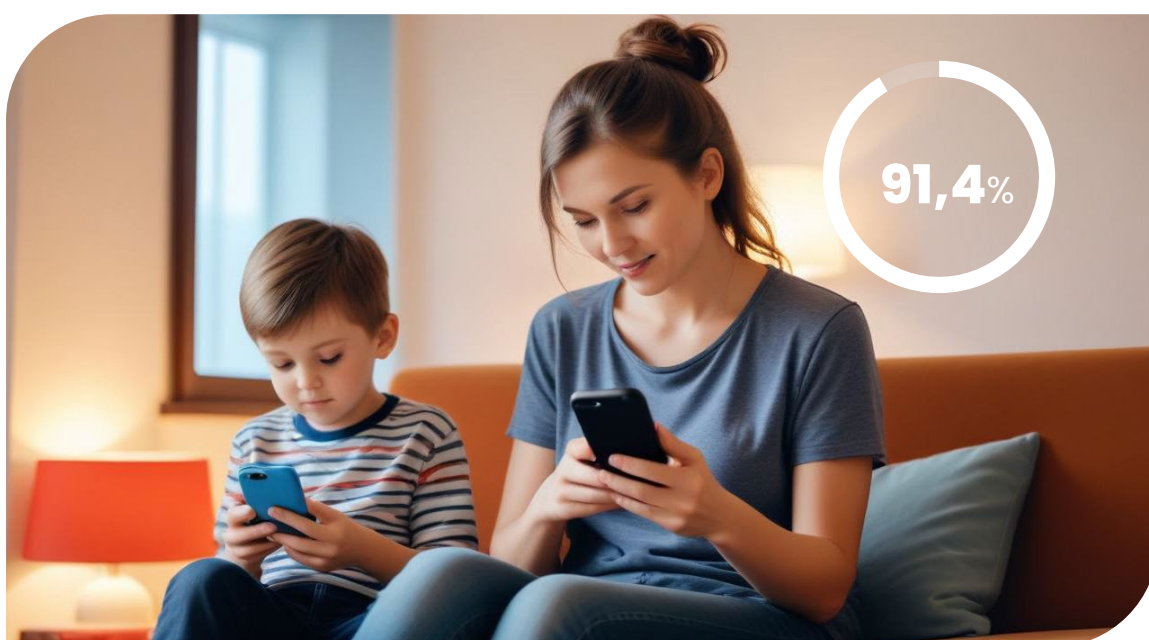
Telefonu komórkowego używa 91,3% osób w wieku 4+. Odsetek ten jest istotnie wyższy w grupach wiekowych 16-29 lat i 30-49 lat (odpowiednio 98,3% i 98,6%).

Wśród dzieci w wieku 4-6 lat odsetek korzystających z „komórki” wynosi 20,9%, a w grupie 7-15 lat sięga 75,1%.



Dostęp do internetu

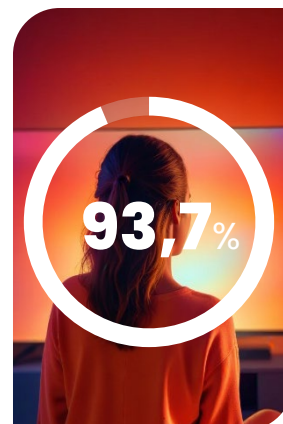
91,4% osób w wieku 4 lata i więcej posiada dostęp do internetu w domu (włączając korzystanie z transmisji danych na „komórcę” jako jedyne źródła internetu). Korzystanie z internetu rośnie wraz z wielkością gospodarstwa domowego i jest najwyższe wśród osób z gospodarstw liczących minimum 4 osoby (99,1%).



Infrastruktura do odbioru telewizji

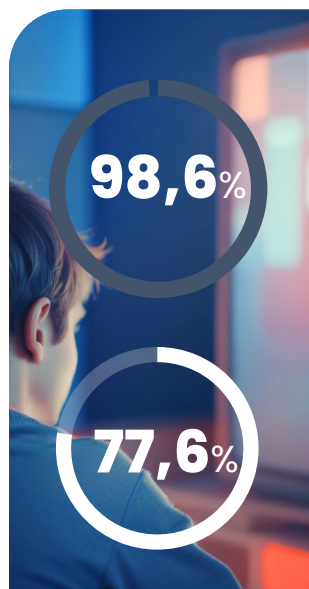
93,7% osób w wieku 4+ posiada w domu sprawny **telewizor** przygotowany do **odbioru sygnału** telewizji linearnej (telewizor podłączony do źródła sygnału telewizyjnego, do internetu lub z wbudowaną anteną).

Wskaźnik wyposażenia w telewizor jest niższy wśród osób w przedziale wiekowym 16–29 lat (91,6%), a także wśród osób z wykształceniem wyższym (88,6%) oraz wśród osób zamieszkałych w miastach pow. 500 tys. mieszkańców (90,4%), a także pomiędzy 200 a 500 tys. mieszkańców (88,8%).



Grupując źródła sygnału w kategorii – w ujęciu rozłącznym² – **30,3%** osób, posiadających telewizor, ma dostęp do indywidualnej anteny satelitarnej, **44,1%** osób – do szeroko definiowanego „kabela”³, **25,6%** wyłącznie do naziemnej telewizji cyfrowej (eter). Łącznie 74,4% osób posiada dostęp do telewizji nie-eterowej (satelita lub kabel/iptv/internet tv).

Szeroki potencjał do odbioru telewizji (różne ekrany)



Rozwój technologii powoduje, iż obecnie 98,6% osób w wieku 4+ posiada możliwość **odbioru telewizji** w domu (niezależnie od wykorzystywanego ekranu), posiadając co najmniej **jedną z opcji**: odbiór na telewizorze lub na innym ekranie, podłączonym do internetu.

Większość osób – bo aż 93,7% – stanowią osoby z gospodarstw „telewizyjnych”. Jednocześnie rośnie potencjał **odbioru telewizji przez internet**. Z takiej opcji może już z powodzeniem korzystać **77,6%** osób, osiadając Internet szerokopasmowy na dowolnym urządzeniu z ekranem.

² Podział rozłączny klasyfikuje osoby z gospodarstw domowych do jednej grupy na zasadzie nadrzędności, w której zastosowano kryterium nadrzędności satelity nad kablem (jeśli obydwa obecne), oraz kabla, jeśli wskazano kabel i eter.

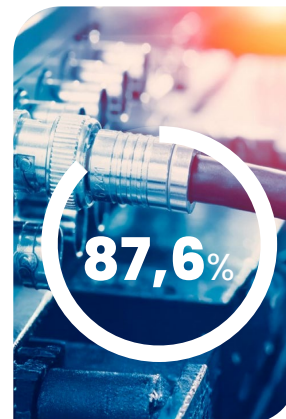
³ Szeroko definiowany kabel wlicza łącza analogowe, cyfrowe, iptv, smatv, tv mobilną z dekodery lub tylko internet (jako jedyne źródło dostępu do telewizji, tzw. streaming/ tv online).

Wzory konsumpcji usług medialnych i treści w internecie, deklarowany kontakt

Telewizja linearna

W perspektywie ostatnich 30 dni, oglądanie telewizji deklaruje 87,6% osób w wieku 4+ (niezależnie od regularności oraz urządzenia), a 86% osób wykorzystuje do tego **telewizor**.

Relatywnie **rzadziej** kontakt z telewizją deklarują osoby z wykształceniem wyższym (79,8%), a także osoby w wieku 16–29 lat (79,7%) oraz mieszkańcy miast, szczególnie z miast pow. 500 tys. (86,1%). W perspektywie ostatnich 7 dni, oglądanie telewizji deklaruje 70,6% osób w wieku 16–29 lat.



W perspektywie 30 dni, korzystanie z **telewizji linearnej przez internet** (niezależnie od urządzenia i typu usługi np. IPTV, VOD, GO, www) deklaruje 6,5% osób w wieku 4 lata i więcej (w najszerszej perspektywie, ostatnich 12 miesięcy jest to 12,4%).

W grupie osób w wieku 16–29 lat, odsetek oglądających telewizję przez internet w ciągu ostatnich 30 dni jest relatywnie najwyższy i wynosi 10,8%.

Treści VOD/ płatne VOD



Niezależnie od regularności, korzystanie z **treści VOD⁴** w najszerszej perspektywie, choć raz w ciągu ostatnich 12 miesięcy zadeklarowało 75,5% osób w wieku 4 lata i więcej, w tym 74,3% korzystało z YouTube, a 45,6% z płatnych lub bezpłatnych serwisów VOD, niezależnie od regularności (nie licząc YouTube, TikTok i innych społecznościowych).

W ujęciu ostatnich 30 dni, poziom korzystania z VOD wyniósł 67,8%, przy czym 64,8% osób zadeklarowało korzystanie z YouTube, a 37,5% ogląda treści na serwisach VOD.

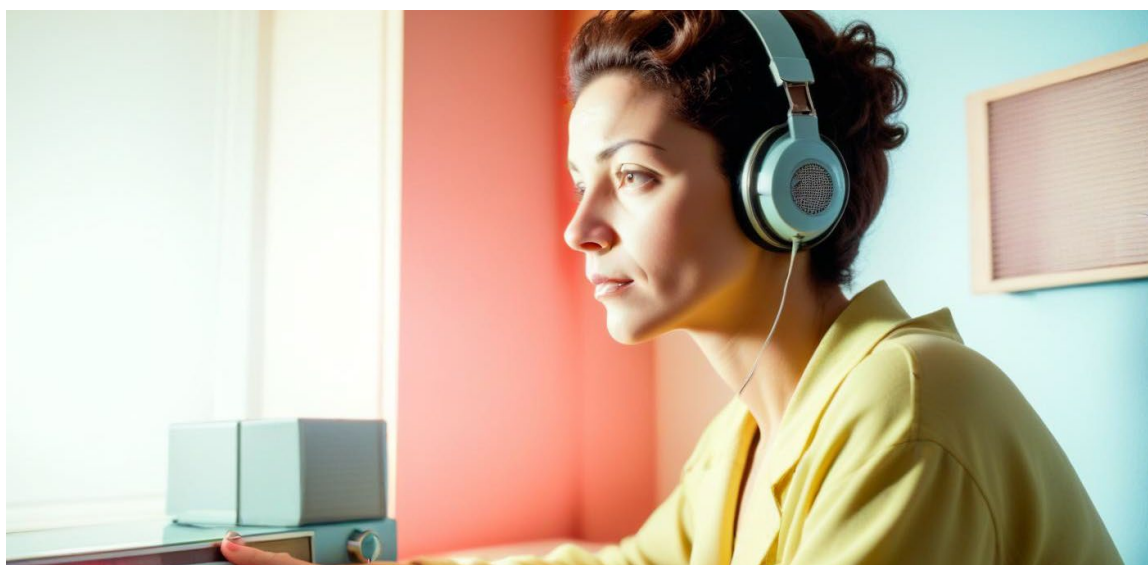
Korzystanie z VOD spada wraz z wiekiem. Wśród osób w wieku 65+, kontakt z VOD (ostatnie 30 dni) deklaruje 27,7% osób, a w grupie 75+ jest to jedynie 14,8%. W grupie 16–19 oraz 20–29 lat ten sam wskaźnik wynosi odpowiednio 93,7% i 89,4%.

⁴ Kategoria obejmuje serwisy VOD płatne lub bezpłatne (seriale, filmy, programy, kanały tv). Nie wliczamy mediów społecznościowych z wyjątkiem platformy YouTube jako usługi hybrydowej (VOD).

W ujęciu ostatnich 30 dni, z płatnych serwisów VOD (do których oglądania potrzebna jest subskrypcja, login i hasło) korzysta 30,1% osób w wieku 4 lata lub więcej. W grupie 16–29 lat wskaźnik korzystania z płatnych serwisów VOD sięga 50,5%.

Subskrypcje

Licząc ogół populacji w wieku 4 lata i więcej, w 1 połowie 2024 z płatnych subskrypcji (video, audio, inne) korzystało 31,2% osób. Najwięcej subskrypcji użytkuje **grupa 16–29 lat**, w której **52,9% osób korzysta** z jakiejś subskrypcji (50,5% korzysta z płatnego VOD, a 11,9% z innych subskrypcji).



Radio

Odsetek osób w wieku 4+, deklarujących słuchanie radia w ciągu ostatnich 12 miesięcy, wynosi 80,9% (niezależnie jak, i gdzie). W ujęciu ostatnich 30 dni, wskaźnik ten wynosi 72,7% i jest wyższy wśród osób z wykształceniem wyższym (81,2%) oraz wśród osób pracujących (79,4%).



Najczęściej wykorzystuje się w tym celu radio samochodowe (51,4%), radia tradycyjne (34,6%) lub komórki – 4,5% ogółu populacji 4+.

Inne źródła audio

Wśród osób w wieku 4+ odsetek korzystających (w ciągu ostatnich 12 miesięcy) z innych niż radio źródeł **treści audio** wynosi 51%. **Z muzyki** online korzysta 32,4%, a **z podcastów**

– 30,3% osób. Rzadziej słuchana jest muzyka/ słuchowiska na nośnikach analogowych (20,2%) oraz audiobooki (12,9%).

W ujęciu ostatnich 30 dni, wskaźnik korzystania z treści audio wynosi 36,1%, przy czym 32,5% osób 4+ korzysta z muzyki na platformach streamingowych, a 17,9% z podcastów (niezależnie na jakich platformach).

Treści w internecie

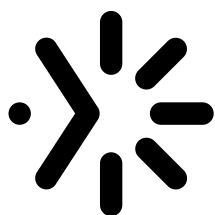


Wśród ogółu osób w wieku 4 lata i więcej, 83,5% korzysta aktywnie z internetu. W tym, 70,8% osób korzysta z internetu codziennie/ kilka razy dziennie, co stanowi 85% użytkowników internetu.

W ujęciu ostatnich 30 dni, korzystanie z internetu deklaruje porównywalnie, bo 83% ogółu osób w wieku 4 lata i więcej, przy czym w grupie wiekowej 16-29 lat korzystanie z internetu **sięga 99,4%**, zaś wśród osób w wieku 65 lat i więcej - **44,8%**.

Wśród korzystających z internetu, najczęściej wykorzystywany do tego celu jest smartfon (89,9%), w dalszej kolejności – komputer/ laptop w domu (61,5%), komputer/ laptop oraz tablet – 12,7%. Z internetu na komputerze poza domem korzysta 29,2% osób (sprzęt w pracy/ w szkole/ u kogoś innego), a 34,9% osób korzysta z internetu przez TV Smart.

W ujęciu **ostatnich 30 dni**, do najczęściej deklarowanych **aktywności internautów** należy wykorzystywanie komunikatorów internetowych (85,1%) oraz mediów społecznościowych (83%), kontakt z treściami VOD (81%), korzystanie z portali informacyjnych (64,1%). Nieco rzadziej wskazywana jest muzyka online (27,3%), oglądanie „streamów/ live” w mediach społecznościowych i innych platformach (25,8%) oraz podcasty (21,4%). Podcasty najczęściej wskazuje grupa wiekowa 16-29 lat, wśród której 34,2% wskazuje na słuchanie podcastów online.



**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.