



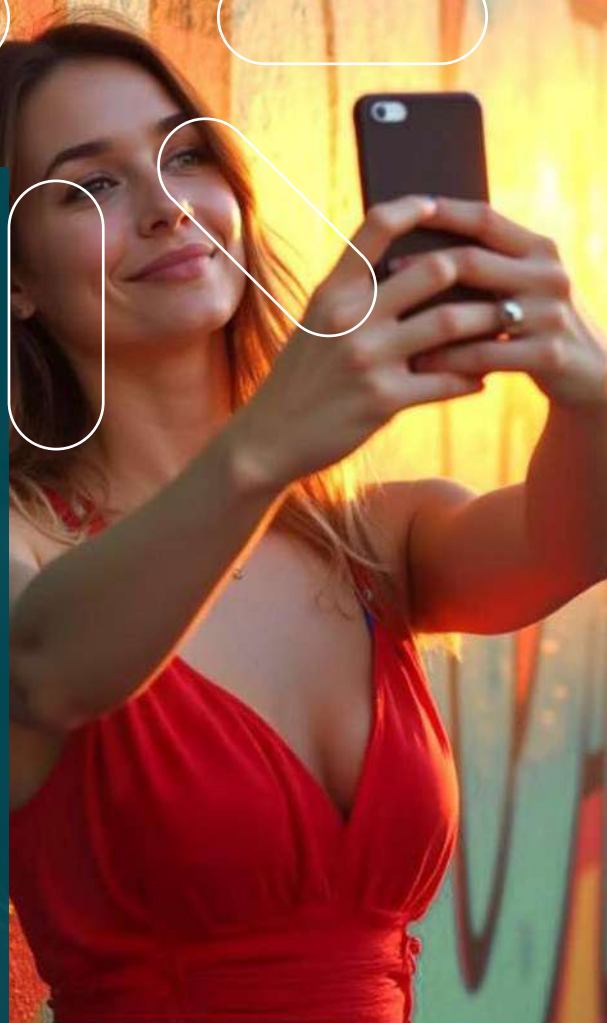
Krajowy
Instytut
Mediów

Usługi medialne i infrastruktura do ich odbioru w 2024 roku

Mieszkańcy Polski w wieku
4 lata i więcej.

Wyniki **Badania Założycielskiego**
Krajowego Instytutu Mediów

Warszawa, marzec 2025



Spis treści

Wstęp	3
Założenia i cele. Do czego służy Badanie Założycielskie?	4
Metodologia. Jak realizujemy Badanie Założycielskie?	5
Podsumowanie 2024 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. domowym – zbiorczo.....	24
1.6 Urządzenia wykorzystywane w gosp. domowym - 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 serwisów VOD lub streaming live.....	51
Rozdział 3: Słuchanie radia.....	54
Rozdział 4: Słuchanie – inne formy audio.....	56
Rozdział 5: Współkonsumpcja – telewizja, radio, treści VOD.....	58
Rozdział 6: Korzystanie z internetu.....	59
Rozdział 7. Wybrane aktywności w internecie.....	62
Rozdział 8: Typologia korzystania: telewizja, radio, internet	63
Część III. Zjawiska powiązane z konsumpcją usług medialnych	65
Rozdział 1: Fake newsy w internecie.....	65
Rozdział 2: Kontrola rodzicielska aktywności dzieci w internecie	66
Część IV. Inne aktywności	68
Rozdział 1: Czytelnictwo prasy.....	68
Rozdział 2: Czytelnictwo książek.....	70
Rozdział 3. Kultura – inne aktywności	71
Słownik pojęć metodologicznych.....	73

Wstęp

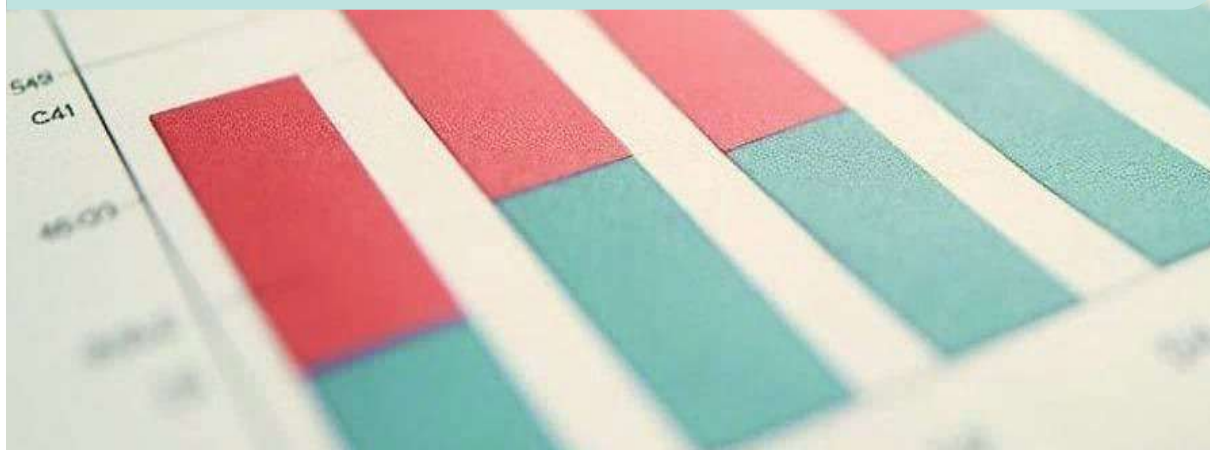


Podstawowym zadaniem **Krajowego Instytutu Mediów** jest realizacja ilościowego **Badania Założycielskiego**, jednoźródłowo opisującego użytkowników telewizji, radia, internetu.

Pomiar jest realizowany cyklicznie, na dużej próbie losowej, zgodnie najwyższymi standardami metodologicznymi, spełniającymi wymogi wysoce precyzyjnych badań przesiewowych gospodarstw domowych i osób. Badanie uzupełnia sprawozdawczość GUS w zakresie wyposażenia w urządzenia i media elektroniczne. Badanie Założycielskie realizuje cele wpisane w działalność KRRiIT, 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 2024**. 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 w 2024 roku – realizowane w trybie ciągłym, od stycznia do grudnia – objęło **ogólnopolską losową próbę 31 456 osób w wieku 4 lata i więcej**, reprezentującą populację mieszkańców Polski w tym wieku, posługujących się językiem polskim.



Założenia i cele. Do czego służy Badanie Założycielskie?

Przedmiotem badania jest stwierdzenie faktów dotyczących wyposażenia **w infrastrukturę niezbędną do odbioru usług medialnych i treści w internecie** oraz opisanie indywidualnej **konsumpcji tych usług** w oparciu o deklarowane (wywiad kwestionariuszowy), uświadomione wzory zachowań. Dane zbierane w trybie ciągłym prezentowane są jako wynik uśredniony, w pełni reprezentatywny dla roku objętego raportowaniem.



Badanie Założycielskie służy zebraniu kompleksowej wiedzy obejmującej *uniwersa*, rozumiane jako określona liczebnie grupa odbiorców poszczególnych usług medialnych, definiowane na podstawie cech różnicujących konsumpcję tych usług w populacji.

Badanie Założycielskie pozwala reagować na nowe zjawiska, mierzyć ich rozprzestrzenianie się 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 adresowych próbach losowych o proporcjonalnym pokryciu terytorialnym (reprezentacja wszystkich jednostek NUTS3) oraz dużym rozproszeniu (przy losowaniu w warstwach 3750 rejonów statystycznych).

Badanie jest realizowane na losowej próbie **gospodarstw domowych** oraz próbie **osób w wieku 4 lata i więcej**. Próba jest losowana przy zastosowaniu schematu losowania **warstwowego dwustopniowego**.

W pierwszym etapie jednostkami losowania są rejony statystyczne (wg zdefiniowanych proporcji klasy wielkości miejscowości wewnątrz poszczególnych województw), a w drugim – mieszkania. W mieszkaniu identyfikowane jest gospodarstwo domowe wg definicji ekonomicznej (osoby mieszkające i utrzymujące się razem), zbieżnej z danymi GUS dostępnymi w prognozie gospodarstw domowych na lata 2016–2050 wg NSP 2011.

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 odbywa się na podstawie spisu w gospodarstwie domowym, a liczba wymaganych wywiadów indywidualnych jest 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 wywiady 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 wszystkie wylosowane rejony statystyczne, co pozwala na ujęcie zjawisk występujących lokalnie.

Wielkość próby i estymacja parametrów populacji

Próba badawcza w Badaniu Założycielskim to **próba losowa, licząca w 2024 roku 31 456 respondentów, pozyskanych z 14 997 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 2024, NSP 2021 z korektą na podstawie BDL GUS z dnia 30.06.2024). 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 2024 roku

I. Infrastruktura do usług medialnych

Dostęp do sprawnego telewizora w domu posiada **93,9%** osób w wieku 4 lata i więcej. Wśród mieszkańców miast pow. 500 tys. wskaźnik posiadania spada do 90,1% (podobnie wśród osób z wykształceniem wyższym – 89,4%).

Telewizor nowszej generacji, z **funkcjonalnością Smart tv**, posiada 58,1% osób (w tym 1,6% poprzez przystawkę), przy czym 49,5% osób rzeczywiście podłącza funkcję Smart tv **do internetu**, zyskując dostęp do usług interaktywnych.

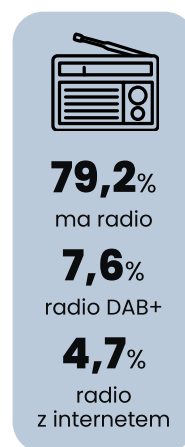
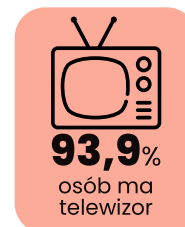
Dostęp do **odbiornika radiowego** w domu (nie wliczając smartfonów i aplikacji radiowych) posiada 79,2% osób w wieku 4+. Najczęściej posiadanym radioodbiornikiem jest radio samochodowe (64,1%, w tym 4,2% w samochodzie służbowym), a radio przenośne (niewbudowane) znajduje się w domach 37,6% osób w wieku 4+. Posiadanie radia częściej deklarują osoby pomiędzy 30 a 64 rokiem życia (80,5%), 50 a 64 rokiem życia (80,6%), a także osoby z wykształceniem wyższym (84,6%). Radio **w technologii DAB+** może odbierać 7,6% osób w wieku 4+. Częściej tego rodzaju odbiorniki posiadają mieszkańcy miast, w szczególności największych, pow. 500 tys. mieszkańców (11,7%). Odbiornik **podłączony do internetu** posiada 4,7% osób w wieku 4+.

Dostęp **zarówno** do odbiornika telewizyjnego, jak i radiowego w domu deklaruje **75%** osób w wieku 4+. Dostęp wyłącznie do telewizora posiada 18,8%, a tylko do radia – 4,2%. **Brak** zarówno telewizora jak i radia deklaruje **2%** osób. Częściej taka sytuacja ma miejsce wśród osób w wieku 16–29 lat (3,1% nie ma ani telewizora, ani radia).

Dostęp do **sprzętu komputerowego** w domu posiada 75,4% osób w wieku 4+. Najczęściej są to **laptopy** – dostępne dla 68,9% osób. Możliwość korzystania z **tabletów** w domu posiada 19,7% osób.

Wyposażenie w domowy sprzęt komputerowy jest istotnie wyższe wśród dzieci do 15 lat (90,6%), a także wśród młodych dorosłych, czyli osób w wieku 16–29 lat (89,1%).

Słuchawki (przewodowe lub bezprzewodowe) posiada w domu 42,9% osób w wieku 4+, w tym 3,5% posiada słuchawki z radiem.



Telefony komórkowe

Dostęp do telefonu komórkowego w domu deklaruje 98,5% osób w wieku 4+ (telefon w gosp. domowym).

Używa **telefonu komórkowego** 91,7% osób w wieku 4+. Odsetek ten jest istotnie wyższy w grupach wiekowych 16-29 lat i 30-49 lat (odpowiednio 98,7% i 98,6%).

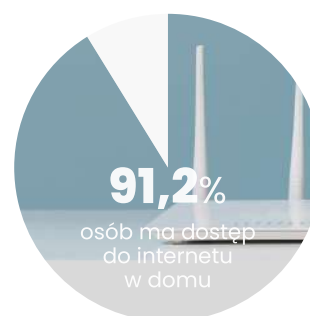
Wśród dzieci w wieku 4-6 lat odsetek korzystających z „komórki” sięga 24,7%, a w grupie 7-15 lat wynosi 76,5%.

Telefonu komórkowego **typu smartfon** używa 82,6% ogółu osób w wieku 4+. W grupie wiekowej 16-29 korzystanie rośnie do 98,3%, a w grupie osób w wieku 65+ maleje do 53,4%.

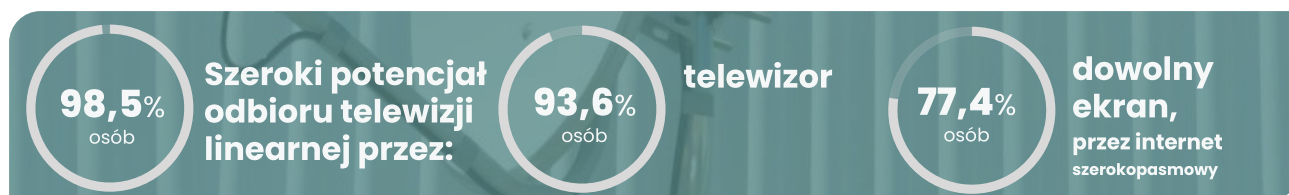
Dostęp do internetu

91,2% 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 i jest najwyższy wśród osób z gosp. domowych liczących min. 4 osoby (99,1%).

Najczęściej posiadanym rodzajem dostępu do internetu jest internet stacjonarny, obecny w domu u 61,4% osób w wieku 4+.



Infrastruktura do odbioru telewizji linearnej (nadawanej wg ramówki)



Rozwój technologii powoduje, iż obecnie **98,5%** osób w wieku 4+ posiada **możliwość odbioru telewizji linearnej**, dysponując przynajmniej 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 technologii jej odbioru.

Większość - **93,6%** - to osoby pochodzące z gospodarstw klasycznie „telewizyjnych”, wg definicji opartej na posiadaniu sprawnego **telewizora**.

Wśród tych osób (z gospodarstw klasycznie „telewizyjnych”) - **30,1%** korzysta z indywidualnego sygnału satelitarne, **45,6%** korzysta z dostępu kablowego (szeroko definiowanego¹, w tym łącza internetowe), a **27,8%** osób posiada dostęp do naziemnej telewizji cyfrowej (może mieć też inne dostępy).

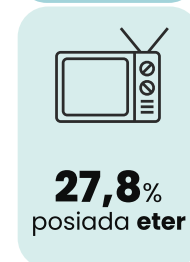
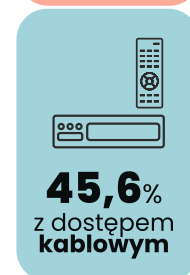
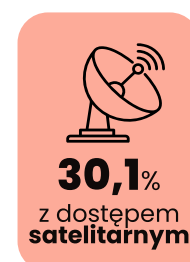
Użytkownicy sygnału satelitarne lub „kabla” stanowią **75,1%** populacji osób z gospodarstw „telewizyjnych”.

Już **5,2%** osób z gospodarstw „telewizyjnych” może odbierać telewizję za pomocą aplikacji z kanałami tv/ online, w tym 4,6% nie ma innych źródeł sygnału na telewizorze niż internet.

Grupując źródła sygnału w kategorii - **w ujęciu rozłącznym**² - 30,1% osób posiadających telewizor, ma dostęp do indywidualnej anteny satelitarnej, 44,9% osób - do szeroko definiowanego „kabla”, a **24,2%** posiada **tylko eter**.

Potencjał korzystania z **telewizji hybrydowej** obejmuje 9,5% osób w wieku 4+ (posiadających telewizor z naziemną telewizją cyfrową, jednocześnie podłączony do internetu, tzw. hbbtv).

Osób z gosp. domowych przystosowanych do odbioru telewizji linearnej przez internet domowy, na różne ekrany (łączy stałe lub mobilne domowe, nie licząc „komórki” jako jedyne źródła internetu domowego) jest **77,4%**.



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 **72,4%** osób w wieku 4 lata i więcej.

Dostęp **tylko do sygnału tv** na telewizor (bez dostępu do internetu szerokopasmowego) posiada **21,2%** osób w wieku 4 lata i więcej.

4,9% osób w wieku 4+ posiada tylko domowe łącze stałe lub mobilne, bez sygnału tv na telewizor, a **1,5%** 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 3,5 ekranu**, na których można oglądać telewizję linearną.

Multiscreening (więcej ekranów jednocześnie)

81,3% osób w wieku 13+ korzysta - przynajmniej od czasu do czasu - z więcej niż jednego ekranu w tym samym czasie, a **31,4%** robi to **codziennie**.

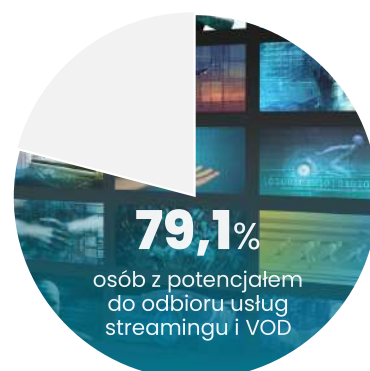
Najczęściej z więcej niż jednego ekranu w tym samym czasie, korzystają osoby w przedziale wieku 16-29 lat (88,5% - choć od czasu do czasu, a **39,3%** - **codziennie**).



Potencjał do odbioru streamingu i treści VOD

Potencjał do odbioru usług streamingu i VOD w postaci niezbędnej infrastruktury, posiada **79,1%** osób w wieku 4+, dysponując w domu co najmniej jedną z dwóch opcji: internet stacjonarny/ mobilny domowy lub telewizor podłączony do internetu.

Potencjał do odbioru VOD jest najwyższy w grupach wiekowych 4-15 lat (93,2%) oraz 16-29 lat (91,2%) i spada z wiekiem, osiągając najniższy poziom wśród osób 65 lat i więcej (48,2%).



II. Wzory konsumpcji usług medialnych (deklarowany kontakt)

Oglądanie telewizji

W perspektywie ostatnich 30 dni, telewizję ogląda 88,4% osób w wieku 4+ (niezależnie od urzędzenia i technologii odbioru). Relatywnie **rzadziej** kontakt z telewizją deklarują osoby z wykształceniem wyższym (80,9%), a także osoby w wieku 16–29 lat (80,6%) oraz mieszkańcy miast, szczególnie miast pomiędzy 200 a 500 tys. (81,6%) oraz pow. 500 tys. (85,9%).

W perspektywie 30 dni, **z telewizji linearnej przez internet** (niezależnie od typu usługi) korzysta 5,7% osób w wieku 4+. W ujęciu ostatnich 12 miesięcy - włączając także korzystających sporadycznie - jest to 11,5% 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 9,9%.



Oglądanie treści VOD lub streaming live



Niezależnie od regularności, korzystanie **z treści VOD lub streamingu live³** - w perspektywie ostatnich 12 miesięcy - zadeklarowało **75,9%** osób w wieku 4+, w tym 75,5% korzystało z płatnych lub bezpłatnych serwisów VOD, a 33,8% choć raz oglądało streaming live (transmisje nadawane przez internet „na żywo”, interaktywnie).

W ujęciu ostatnich 30 dni, poziom korzystania z treści VOD lub streaming live wynosi **68,6%**, w tym 67,7% osób zadeklarowało korzystanie z serwisów VOD (bezpłatnych lub płatnych), a 21,7% z transmisji na żywo (streaming live).

Korzystanie z VOD spada wraz z wiekiem. Wśród osób w wieku 65+, kontakt z VOD lub streamingiem live w ciągu ostatnich 30 dni deklaruje 28,5% osób (16–29 lat: 90,7%).

³Kategoria obejmuje serwisy VOD, w tym You Tube (bez innych social mediów) – płatne lub bezpłatne lub streaming live (tzw. video „streamy/ live” w internecie, czyli przekazy „na żywo”, gdzie w trakcie transmisji możliwa jest interakcja z widzami, tworzone przez osoby prywatne lub nadawców, nie licząc streamingu kanałów telewizyjnych).

W ujęciu 30 dni, z **płatnych serwisów VOD** (niezależnie od modelu płatności) korzysta **35,1%** osób w wieku 4 lata i więcej, a w grupie 16–29 lat wskaźnik korzystania sięga 48,3%.

Słuchanie radia i inne formy audio

Odsetek osób w wieku 4+, które deklarują **słuchanie radia** (niezależnie od sposobu i miejsca) w ujęciu ostatnich 12 miesięcy, wynosi **81,7%** (niezależnie od regularności).

W perspektywie ostatnich 30 dni, wskaźnik ten wynosi 72,8% i rośnie do 80,8% wśród osób z wykształceniem wyższym, a wśród osób 30–49 lat – do 78%.

Wśród osób w wieku 4+ odsetek korzystających w ciągu ostatnich 12 miesięcy **z treści audio innych niż radio** wynosi **51,5%**, w tym **muzyki online** słucha **32,7%**, a **podcastów – 31,1%** osób. Rzadziej słuchana jest muzyka/ słuchowiska na nośnikach analogowych (19,4%) oraz audiobooki (12,2%).

W ujęciu ostatnich 30 dni, wskaźnik korzystania z treści audio innych niż radio wynosi 36%, przy czym 22,7% osób słucha online muzyki, a 18,6% podcastów. W grupie wiekowej 16–29 lat wskaźnik korzystania z podcastów sięga 35,1% (korzystanie w ciągu 30 dni).



Współkonsumpcja: telewizja, radio, treści VOD

Największą grupę stanowią osoby, korzystające zarówno z telewizji, radia, i treści VOD – 45,7% populacji osób 4+. Częściej **ze wszystkich trzech typów** usług medialnych korzystają osoby w grupie wiekowej 30–49 lat (57,8%).

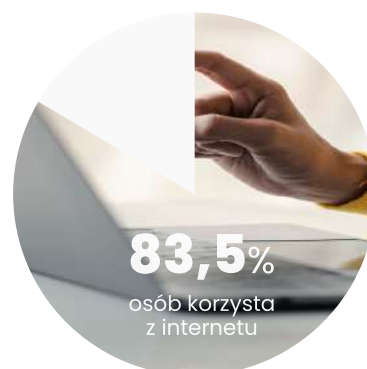
Grupa osób 4+ korzystających z telewizji i radia, ale bez treści VOD, obejmuje 20,5%.

Trzecią, pod względem rozmiaru, jest grupa osób korzystających z telewizji i VOD, bez korzystania z radia, stanowiąca 12,4% populacji osób 4+.

Aktywne korzystanie z internetu – częstotliwość i urządzenia

Wśród ogółu osób w wieku 4 lata i więcej, **83,5% korzysta z internetu** (niezależnie od celu i poszukiwanych treści). W grupie wiekowej 16–29 lat wskaźnik ten sięga 99,4%.

Największą grupę stanowią tzw. **heavy users** (definiowani jako korzystający z internetu codziennie lub prawie codziennie), obejmujący **84,9%** internautów. Medium users, czyli korzystający z internetu kilka razy w tygodniu, stanowią **13,3%** wszystkich korzystających, natomiast light users, czyli korzystający kilka razy w miesiącu lub rzadziej, to jedynie **1,8%** korzystających.



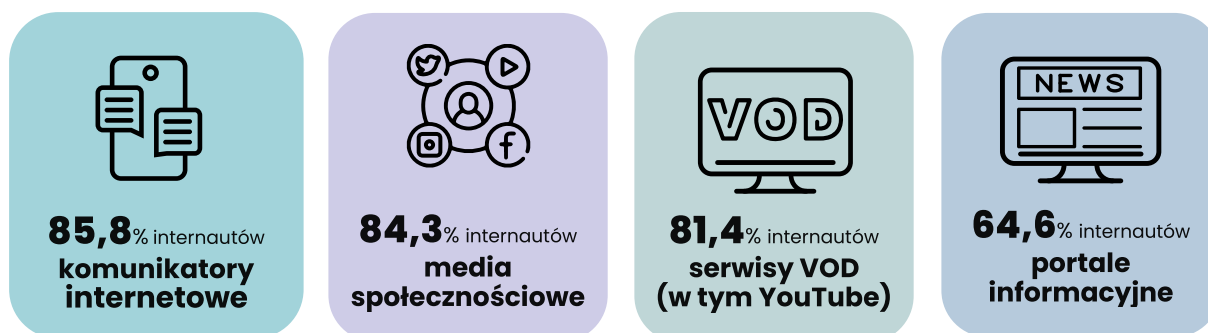
W ujęciu ostatnich 30 dni, korzystanie z internetu deklaruje 82,9% osób w wieku 4+. W grupie wiekowej 16–29 lat korzystanie z internetu sięga 96,3%, zaś wśród osób w wieku 65 lat i więcej – już tylko 44,4%.

Wśród korzystających z internetu w ciągu ostatnich 30 dni, najczęściej wykorzystywany do tego celu jest **smartfon** (90%), w dalszej kolejności – komputer/ laptop w domu (62,4%) oraz tablet – 12,8%. Z internetu na komputery poza domem korzysta 29,7% osób (sprzęt w pracy/ w szkole/ u kogoś innego), a 36,8% osób korzysta z internetu przez TV Smart (wśród korzystających z internetu).

Wybrane aktywności w internecie (ostatnie 30 dni)

Wśród korzystających z internetu w wieku 4+, do najczęściej deklarowanych aktywności – w ujęciu ostatnich 30 dni – należy korzystanie z komunikatorów internetowych (85,8%), wykorzystywanie mediów społecznościowych (84,3%), kontakt z szeroko rozumianymi treściami VOD (włączając YouTube: 81,4%; bez YouTube: 43,3%) oraz korzystanie z portali ogólnoinformacyjnych (64,6%).

Rzadziej wskazywanymi aktywnościami w internecie – w perspektywie korzystania w ciągu ostatnich 30 dni – jest słuchanie muzyki online (27,3%), oglądanie streamów live (26,2%), słuchanie podcastów (22,4%), a także korzystanie z prasy online (15,6%) i oglądanie telewizji przez internet (6,9%).



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

Wśród osób w wieku 16+, korzystających z internetu, **46,2%** zetknęło się z w ciągu ostatniego roku z nieprawdziwymi (ich zdaniem) treściami (**fake news**). 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.

Systemy **kontroli rodzicielskiej** – nadzorujące **rodzaje odwiedzanych stron i aplikacji** bądź kontrolujące **czas** spędzony przed ekranem – są znane przez ponad 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 – wydania papierowe lub internetowe – w ujęciu ostatnich 12 miesięcy deklaruje 56,8% populacji w wieku 4+. Osób potwierdzających czytanie prasy w ujęciu ostatnich 30 dni jest 38,1% osób w wieku 4+, przy czym 27,9% osób deklaruje kontakt z gazetami (wydania papierowe lub internetowe), a 28% – 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 (56,2%), osoby młode, w wieku 16–29 lat (64,5%), osoby z wyższym wykształceniem (73,3%), a także mieszkańcy miast (51,7%).

Biorąc pod uwagę innego rodzaju aktywności – 69,3% osób w wieku 16+ deklaruje korzystanie z restauracji/ barów/ kawiarni co najmniej raz w roku. W kinie, choć raz w ostatnim roku, było 44,4% osób w wieku 16+, a na festynie – 45,6%.

W koncertach uczestniczyło 26,5%, a obiekty historyczne odwiedziło 26%. 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 2024 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 gospodarstw domowych pochodzą z deklaracji liderów technologicznych (najczęściej bezpośrednio od głowy gospodarstwa 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 2024 roku wynika, że **93,9%** osób w wieku 4 lata i więcej posiada w domu **dostęp do sprawnego telewizora**.

Dostępność telewizora jest silnie zróżnicowana w zależności od wieku respondenta. Najniższą odnotowano wśród osób pomiędzy 30 a 49 rokiem życia – 92%, a także wśród młodzieży i młodych dorosłych (pomiędzy 16 a 29 rokiem życia) – 92,2%.

Niższy wskaźnik wyposażenia w telewizor odnotowano także wśród osób z wyższym wykształceniem (89,4%), osób z gospodarstw jednoosobowych (92,1%) oraz wśród mieszkańców miast pow. 500 tys. (90,1%).

Dostęp do telewizora w domu jest wyższy wśród osób z wykształceniem podstawowym/zawodowym (96,9%), wśród osób w przedziale wieku 50–64 lata (95,4%) oraz 65 lat i więcej (97,4%), a także wśród mieszkańców wsi (94,8%) i miast do 50 tys. mieszkańców (95,4%).

Funkcjonalność smart

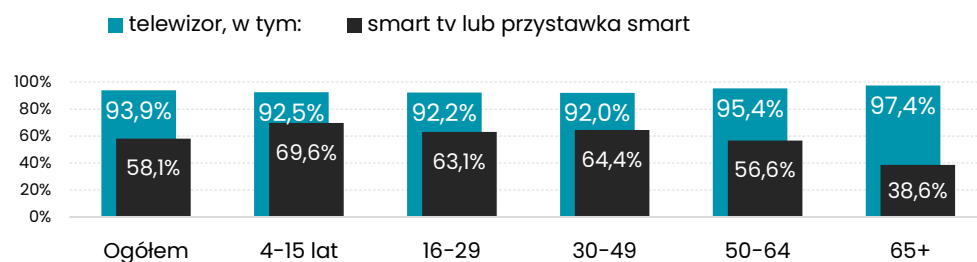
W grupie osób 4+ dostęp do telewizora z funkcjonalnością TV Smart posiada w domu 58,1%, w tym zewnętrzna przystawka Smart tv/ tv box – 1,6%.

Wyposażenie w funkcjonalność TV Smart rośnie wraz wielkością gospodarstwa domowego. Wśród osób z gospodarstw 1-osobowych funkcję TV Smart posiada 36,1% osób, a wśród osób z gospodarstw 4-osobowych lub większych – 67,7% osób. Dostęp do telewizora z funkcjonalnością smart mają częściej osoby z wykształceniem średnim (58,2%) i wyższym (65,5%), a rzadziej – z podstawowym lub zawodowym (49,9%).



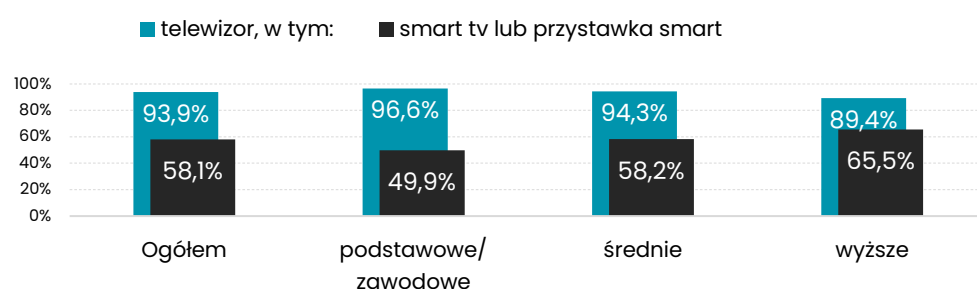
Wykres 1. Odbiorniki telewizyjne w gosp. domowym:

1a. w podziale na wiek osoby

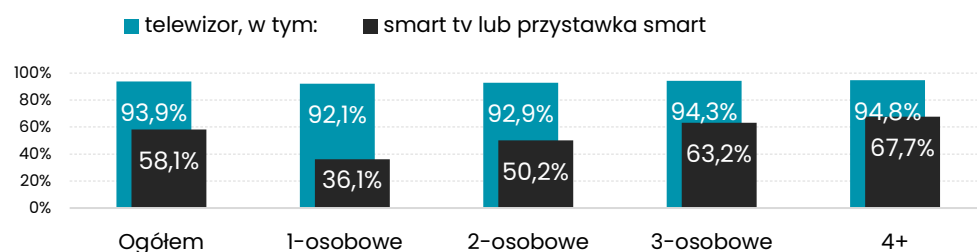


1b. w podziale na wykształcenie

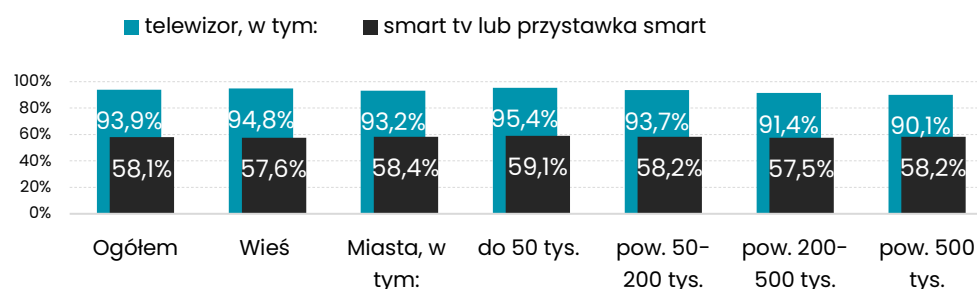
Podstawa: osoby 13+



1c. w podziale na wielkość gosp. domowego



1d. w podziale na miejsce zamieszkania



Wśród osób w wieku 4 lata i więcej, 6,1% osób nie posiada w domu dostępu do odbiornika telewizyjnego.

Posiadanie telewizora jest zróżnicowane ze względu na wiek - wśród młodych dorosłych (16-29 lat) i osób w wieku 30-49 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. mieszkańców.

Dostęp do telewizora z funkcjonalnością TV Smart posiada w domu 58,1% osób w wieku 4 lata i więcej.

Wyposażenie w funkcjonalność TV Smart rośnie wraz z 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 **79,2%** (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 z wykształceniem wyższym (84,6%), osoby z gospodarstw domowych liczących 3 osoby (83,1%) lub 4 osoby+ (83%) oraz mieszkańcy wsi (84,6%).



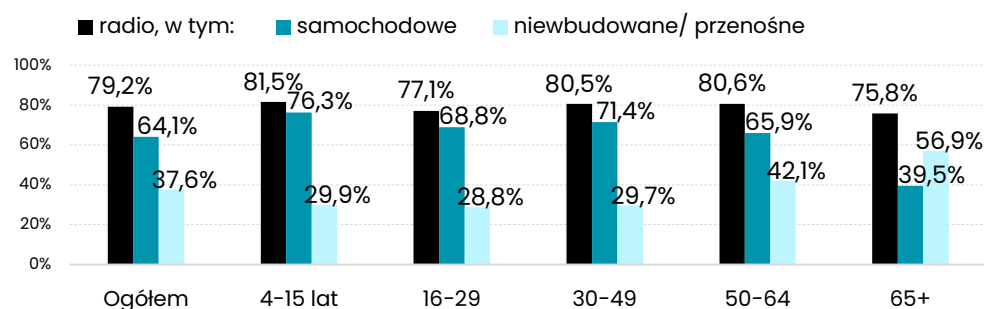
Najczęściej posiadanym radioodbiornikiem jest **radio samochodowe** (64,1%). **Radio przenośne** (niewbudowane) jest obecne w domach 37,6% osób w wieku 4+.

Odsetek posiadających radio w samochodzie spada wraz z wiekiem. Najrzadziej radio w samochodzie posiadają osoby w wieku 65 lat i więcej (39,5%), co wiąże się oczywiście z dostępem i korzystaniem z samochodu. W tej grupie wiekowej istotnie częściej natomiast deklarowano posiadanie odbiorników przenośnych (56,9%).

Wyposażenie w radio samochodowe jest wyższe wśród osób z wykształceniem wyższym (73,6%), rośnie także wraz z wielkością gospodarstwa domowego - wśród osób z gospodarstw liczących 3 osoby wynosi 71,5%, a wśród osób z gospodarstw liczących 4 osoby i więcej - 77,2%.

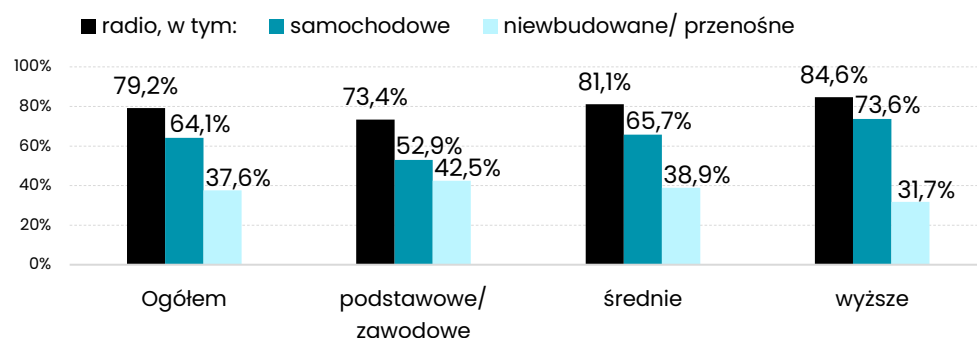
Wykres 2. Odbiorniki radiowe w gosp. domowym:

2a. w podziale na wiek osoby



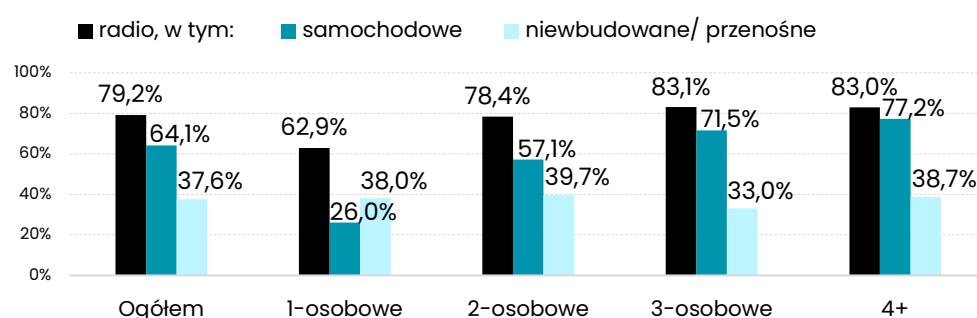
2b. w podziale na wykształcenie

Podstawa: osoby 13+



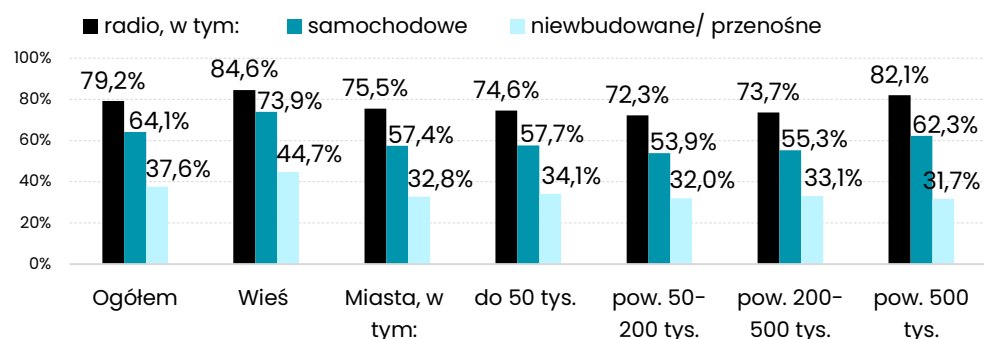
Wskaźnik wyposażenia w odbiornik radiowy w domu sięga 79,2% populacji osób w wieku 4+ (nie wliczając smartfonów i aplikacji radiowych).

2c. w podziale na wielkość gosp. domowego



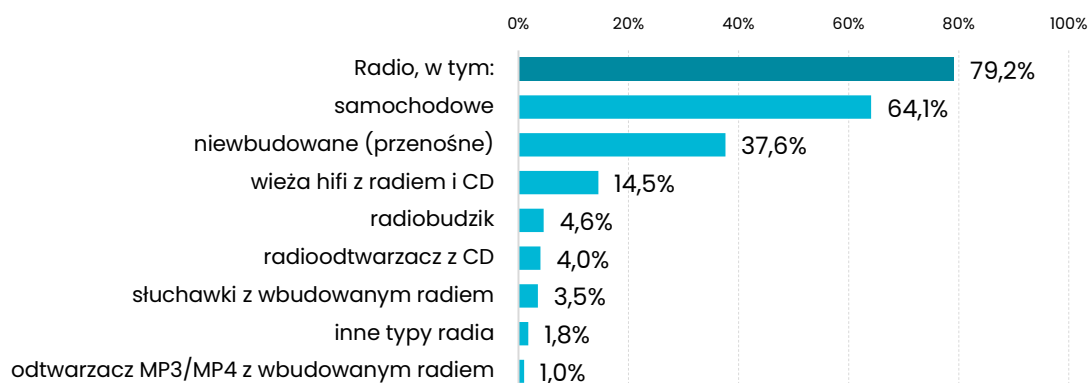
Najczęściej posiadanym radioodbiornikiem jest radio samochodowe. Najrzadziej posiadanie radia samochodowego deklarują osoby w wieku 65 lat i więcej. W tej grupie wiekowej istotnie częściej wskazywany jest natomiast odbiornik przenośny.

2d. w podziale na miejsce zamieszkania



Wśród posiadanych urządzeń z wbudowanym radiem, relatywnie najrzadziej wskazywane są radiobudzik (4,6%), radioodtwarzacz z CD (4%), słuchawki z wbudowanym radiem (3,5%) oraz odtwarzacze mp3/4 z radiem (1%). Pytanie o urządzenia, na których słucha się radia, nie obejmuje telefonów komórkowych wyposażonych w aplikacje do słuchania radia.

Wykres 3. Typy odbiorników w gosp. domowym:

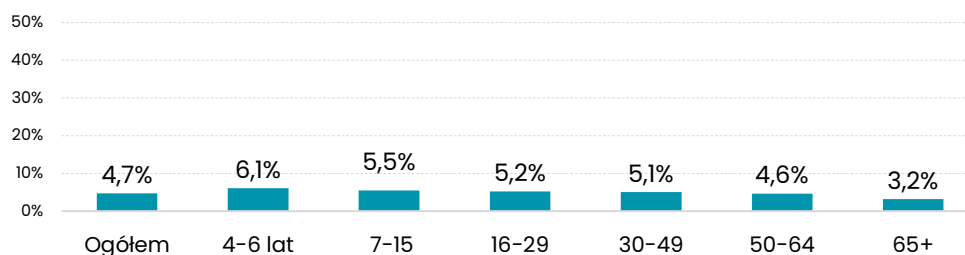


Radio podłączone do internetu

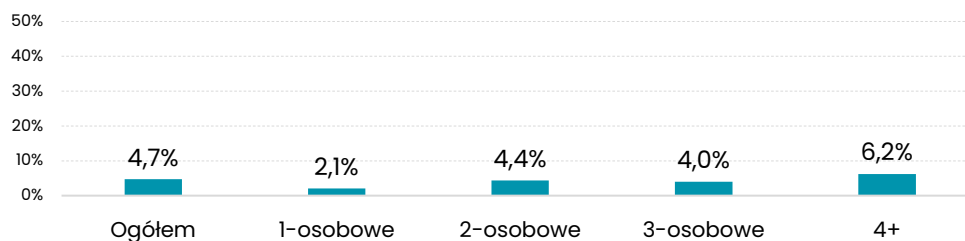
Dostęp do **radia podłączonego do internetu** posiada 4,7% osób w wieku 4+. Nieco częściej dostęp do takiego radia posiadają osoby w wieku 16–29 lat (5,2%) oraz 30–49 lat (5,1%). Wśród osób po 65 roku życia posiada taki odbiornik jedynie 3,2%. Dostęp wśród dzieci jest pochodną dostępu wśród rodziców.

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

4a. w podziale na wiek osoby



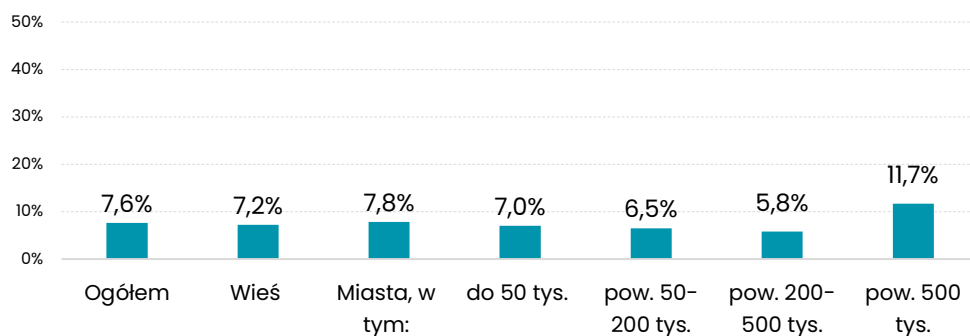
4b. w podziale na wielkość gosp. domowego



Radio w systemie DAB+

Dostęp do odbiornika działającego w systemie DAB+ deklaruje 7,6% ogółu osób w wieku 4+. Zdecydowanie częściej tego rodzaju odbiorniki posiadają mieszkańcy miast pow. 500 tys. (11,7%).

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



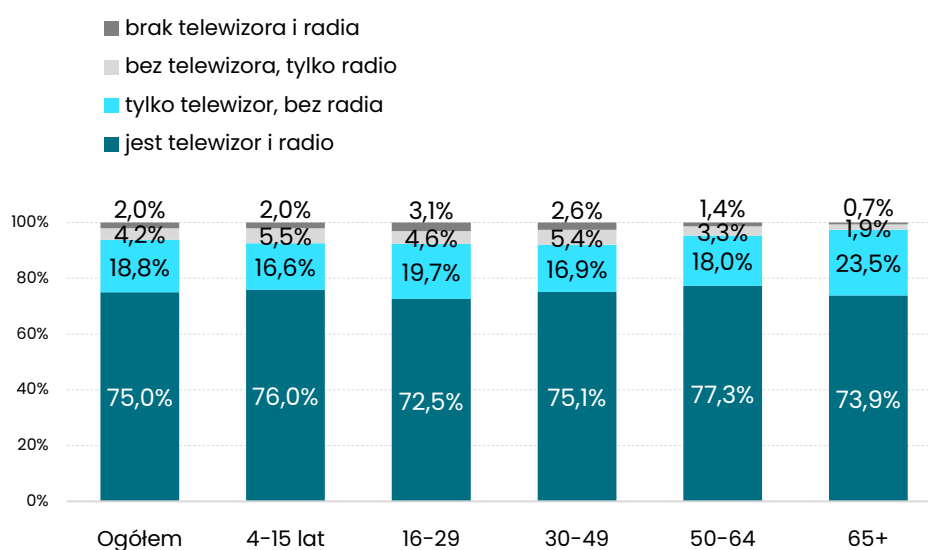
1.3 Typologia wg odbiorników radiowych i telewizyjnych

Dostęp w domu **zarówno** do odbiornika telewizyjnego, jak i radiowego deklaruje 75% osób w wieku 4+. **Tylko telewizor** (bez radia) posiada 18,8% populacji osób w wieku 4+, a **tylko radio** (bez telewizora) – 4,2%.



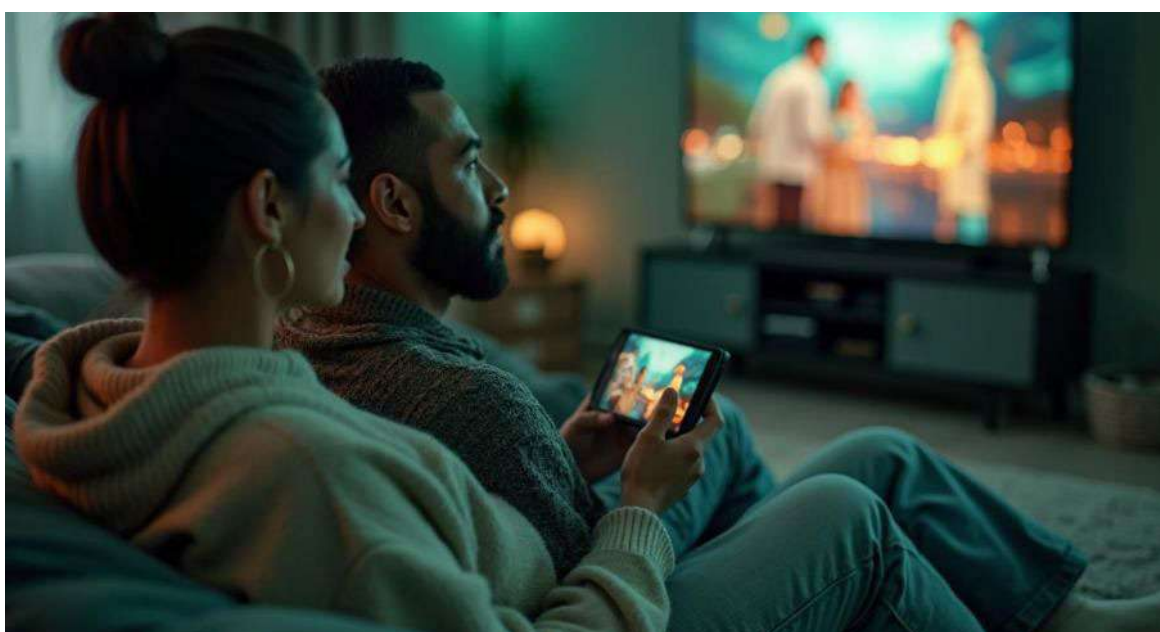
Brak zarówno telewizora, jak i radia deklaruje jedynie 2% osób. Częściej taka sytuacja ma miejsce wśród osób w wieku 16–29 lat (3,1% nie ma dostępu w domu ani do radia, ani do telewizora).

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



75% 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.

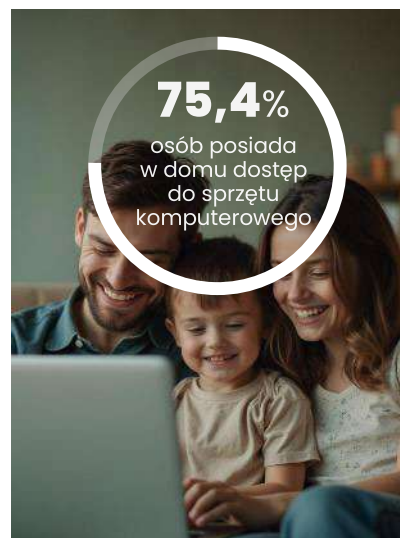


1.4 Sprzęt komputerowy

Dostęp do sprzętu komputerowego w domu posiada 75,4% osób w wieku 4+. Najczęściej są to **laptopy**, których posiadanie w domu deklaruje 68,9% osób. Tablety posiada 19,7% osób.

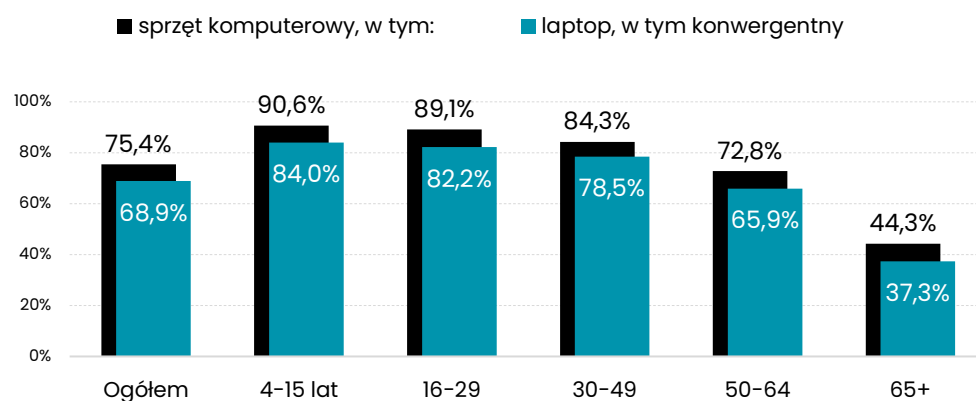
Wyposażenie w domu w sprzęt komputerowy jest istotnie wyższe wśród dzieci oraz młodzieży i młodych dorosłych. Wśród dzieci pomiędzy 4 a 15 rokiem życia wynosi 90,6%, a wśród osób pomiędzy 16 a 29 rokiem życia – 89,1%.

Dostęp do sprzętu komputerowego w domu spada w grupie wiekowej 65+ i wynosi 44,3%.

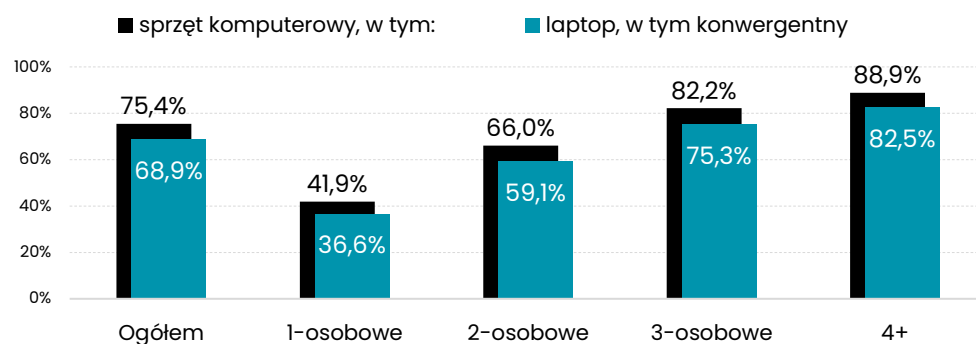


Wykres 7. Sprzęt komputerowy w gosp. domowym:

7a. w podziale na wiek osoby



7b. w podziale na wielkość gosp. domowego

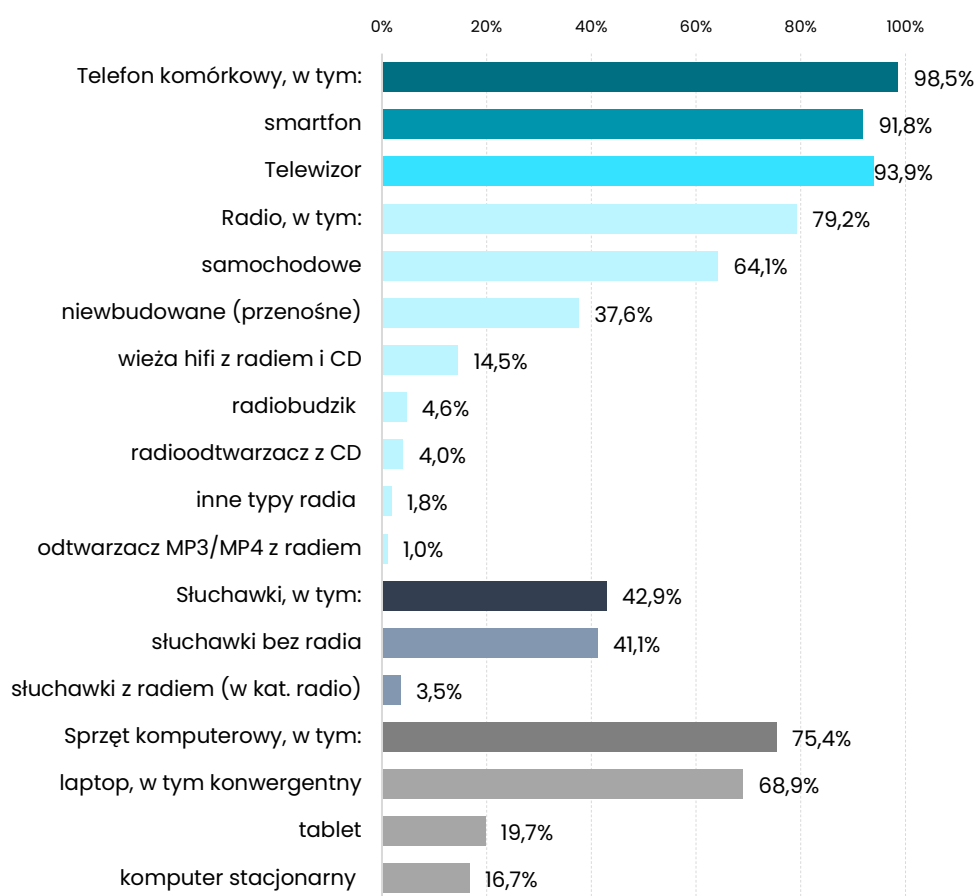


1.5 Dostępne urządzenia w gosp. domowym – zbiorczo

Telefon komórkowy jest obecnie podstawowym urządzeniem, dostępnym w domu dla 98,5% populacji osób w wieku 4 lata i więcej, występującym częściej niż telewizor (93,9%) i radio (79,2%).

Słuchawki (w tym bezprzewodowe) posiada w domu 42,9% osób w wieku 4 lata i więcej, w tym 3,5% posiada w domu słuchawki z radiem.

Wykres 8. Urządzenia dostępne w gosp. domowym



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

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

	Ogółem	4-15 lat	16-29	30-49	50-64	65+
Telefon komórkowy, w tym:	98,5%	99,3%	99,5%	99,3%	98,8%	95,7%
smartfon	91,8%	99,0%	98,9%	98,2%	94,5%	69,6%
Telewizor	93,9%	92,5%	92,2%	92,0%	95,4%	97,4%
Radio, w tym:	79,2%	81,5%	77,1%	80,5%	80,6%	75,8%
samochodowe	64,1%	76,3%	68,8%	71,4%	65,9%	39,5%
niewbudowane (przenośne)	37,6%	29,9%	28,8%	29,7%	42,1%	56,9%
wieża hifi z radiem	14,5%	14,1%	17,5%	15,8%	16,3%	8,7%
radiobudzik	4,6%	4,8%	4,0%	4,6%	5,0%	4,4%
radioodtwarzacz z CD	4,0%	3,8%	4,2%	4,1%	4,2%	3,4%
inne typy radia	1,8%	1,4%	1,9%	1,7%	2,1%	1,8%
odtwarzacz MP3/MP4 z radiem	1,0%	1,2%	1,5%	1,3%	0,6%	0,4%
Słuchawki, w tym:	42,9%	54,7%	58,7%	51,1%	36,0%	17,7%
słuchawki bez radia	41,1%	52,6%	55,9%	48,9%	34,5%	17,1%
słuchawki z radiem (w kat. radio)	3,5%	3,5%	6,2%	4,1%	3,0%	1,0%
Sprzęt komputerowy, w tym:	75,4%	90,6%	89,1%	84,3%	72,8%	44,3%
laptop, w tym konwergentny	68,9%	84,0%	82,2%	78,5%	65,9%	37,3%
tablet	19,7%	36,4%	21,3%	23,3%	13,4%	8,3%
komputer stacjonarny	16,7%	17,8%	24,3%	16,6%	16,0%	11,5%

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

1.6 Urządzenia wykorzystywane w gosp. domowym – 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 gospodarstwie domowym.

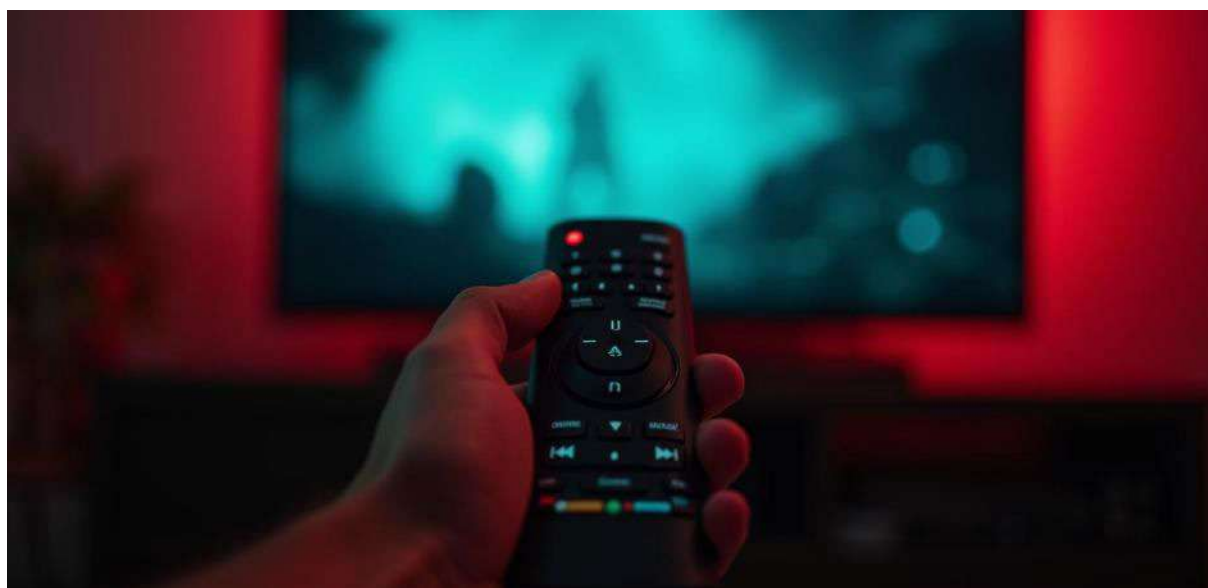
Z telewizora, będącego na wyposażeniu gospodarstwa domowego, korzysta 91,2% osób w wieku 4+ (niezależnie od celu wykorzystania – oglądanie telewizji, czy korzystanie z innych funkcji „dużego ekranu”).

Korzystanie z odbiorników radiowych, będących na wyposażeniu gospodarstwa (wliczając radio samochodowe), deklaruje 71,9% osób.

Odsetek osób, korzystających ze sprzętu komputerowego, znajdującego się na stanie gospodarstwa (laptopy, tablety, PC), wynosi 62,8%.

Poziom korzystania ze sprzętów jest skorelowany z wiekiem osób.

Z telewizorów korzystają najrzadziej osoby w wieku 16–29 lat (86,8%), najczęściej natomiast osoby w wieku 65 lat i więcej (95,7%). Z odbiorników radiowych najrzadziej korzystają dzieci w przedziale wieku 4–15 lat (57,6%), a najczęściej osoby w wieku 30–49 i 50–64 lata (w każdej z tych grup: 76,8%). Ze sprzętu komputerowego korzysta 85,3% osób w wieku 16–29 lat i tylko 27,8% osób w wieku 65 lat i więcej (choć 44,3% z nich ma do takiego sprzętu w domu dostęp).



Wykres 9. Wykorzystywane urządzenia w gosp. domowym

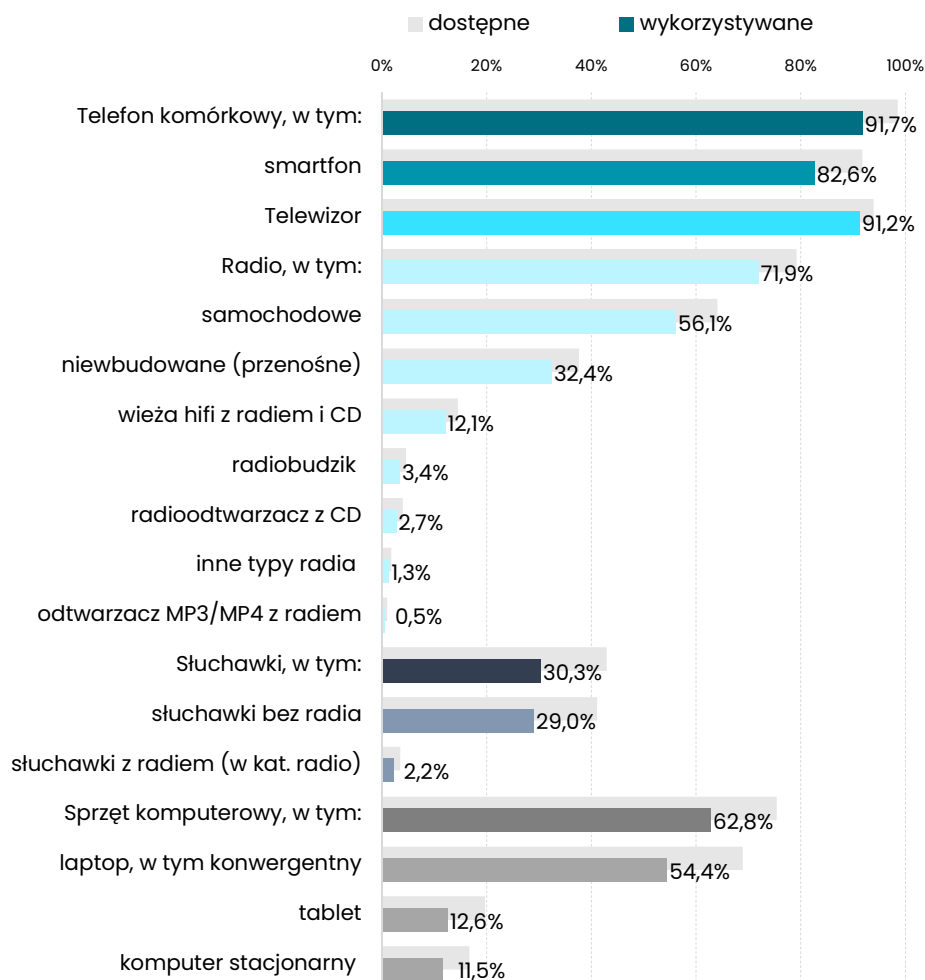


Tabela 2. Wykorzystywane urządzenia w gosp. domowym – w podziale na wiek osoby

	Ogółem	4-15 lat	16-29	30-49	50-64	65+
Telefon komórkowy, w tym:	91,7%	65,1%	98,7%	98,6%	97,0%	87,8%
Smartfon	82,6%	64,6%	98,3%	97,4%	89,2%	53,4%
Telewizor	91,2%	90,4%	86,8%	89,1%	93,8%	95,7%
Radio, w tym:	71,9%	57,6%	69,0%	76,8%	76,8%	71,1%
samochodowe	56,1%	51,1%	60,3%	68,3%	61,1%	32,6%
niewbudowane (przenośne)	32,4%	17,9%	21,1%	25,8%	38,7%	54,0%
wieża hifi z radiem i CD	12,1%	9,7%	14,5%	13,9%	14,0%	7,1%
radiobudzik	3,4%	2,3%	2,3%	3,9%	4,2%	3,3%
radioodtwarzacz z CD	2,7%	1,7%	2,6%	3,0%	3,1%	2,5%
inne typy radia	1,3%	0,6%	1,1%	1,2%	1,8%	1,5%
odtwarzacz MP3/MP4 z radiem	0,5%	0,4%	0,9%	0,7%	0,2%	0,1%
Słuchawki, w tym:	30,3%	33,6%	55,2%	38,8%	19,6%	7,6%
słuchawki bez radia	29,0%	32,3%	52,5%	37,0%	18,9%	7,3%
słuchawki z radiem (w kat. radio)	2,2%	1,7%	5,1%	2,7%	1,4%	0,5%
Sprzęt komputerowy, w tym:	62,8%	70,1%	85,3%	75,8%	56,2%	27,8%
laptop, w tym konwergentny	54,4%	53,8%	75,4%	68,9%	48,9%	22,2%
tablet	12,6%	28,9%	15,1%	13,5%	6,9%	4,3%
komputer stacjonarny	11,5%	10,2%	17,4%	12,2%	11,0%	7,4%

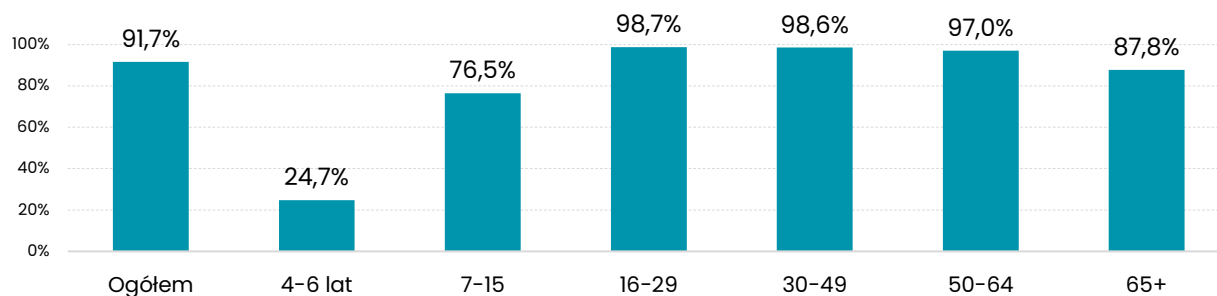
Legenda: istotnie **częściej**/ **rzadziej** w porównaniu do ogółu populacji.

1.7 Korzystanie z telefonów komórkowych

Telefonu komórkowego używa 91,7% osób w wieku 4 lata i więcej. Odsetek ten jest znacząco wyższy w grupach wiekowych 16-29 lat oraz 30-49 lat (odpowiednio 98,7% i 98,6%).

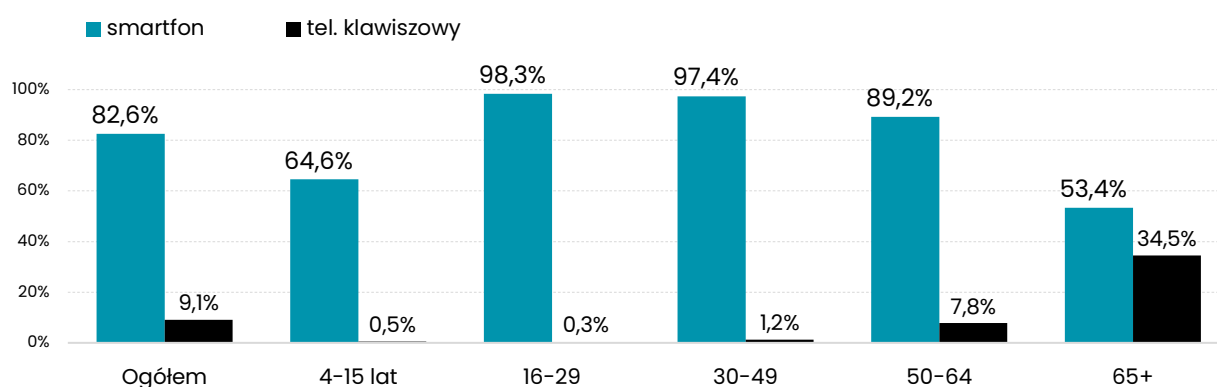
Wśród dzieci w wieku 4-6 lat odsetek korzystających z „komórki” sięga 24,6%, a w grupie 7- 15 lat wynosi już 76,5%.

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



82,6% osób w wieku 4+ to użytkownicy telefonów **typu smartfon**, a 9,1% populacji w wieku 4+ posiada klawiszowe telefony komórkowe. Są one rzadziej spotykane w grupach do 50 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 7,8% osób, a w grupie 65 lat i więcej – wskaźnik ten rośnie do 34,5%.

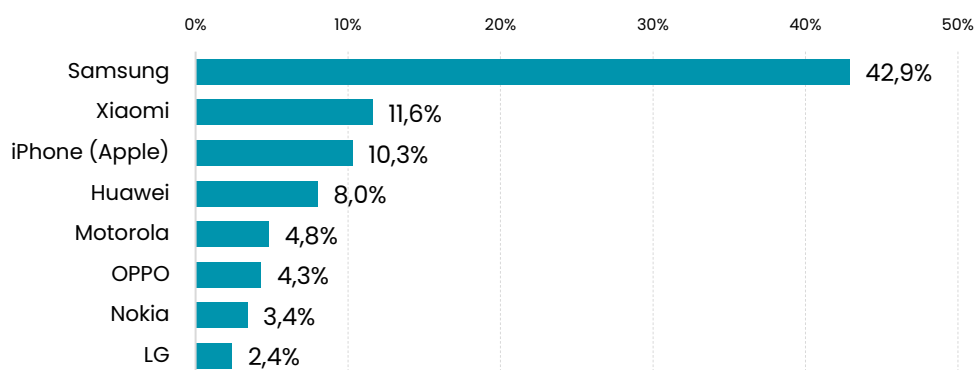
Wykres 11. Typ tel. komórkowych - w podziale na wiek osoby



Najczęściej posiadaną marką telefonu jest marka Samsung, wskazywana przez 42,9% użytkowników telefonów komórkowych. Istotnie rzadziej użytkownicy deklarują posiadanie telefonów marki Xiaomi (11,6%), iPhone (10,3%) oraz Huawei (8%).

Wykres 12. Marka telefonów komórkowych (2 p. p. i więcej)

Podstawa: Użytkownicy telefonów komórkowych



Rozdział 2. Dostęp do internetu

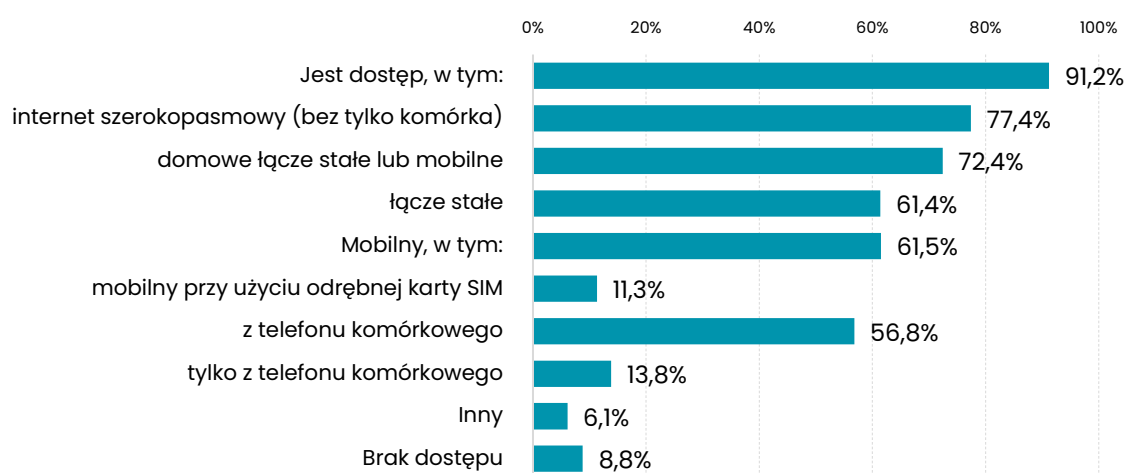
Posiadanie dostępu do internetu w domu (włączając transmisję danych w telefonie komórkowym, jako jedyne źródło internetu) deklaruje **91,2%** osób w wieku 4 lata i więcej.

61,4% deklaruje posiadanie internetu stacjonarnego (łącza stałego), a 61,5% mobilnego, w tym 11,3% mobilnego domowego (przy użyciu odrębnej karty SIM i dedykowanego urządzenia/ routera). Grupa osób, wykorzystujących transmisję danych w telefonie komórkowym jako jedyne źródło internetu w domu, obejmuje 13,8% ogółu 4+.

Dostęp do internetu w domu rośnie wraz z wielkością gospodarstwa domowego. Najwyższy wskaźnik dostępu do internetu obserwujemy wśród osób z gospodarstw domowych liczących co najmniej 4 osoby (99,1%). W gospodarstwach dwuosobowych odsetek ten jest niższy i wynosi 87,4%. Zdecydowanie częściej z internetu korzystają gospodarstwa z dziećmi do 15 roku życia (99,5%).

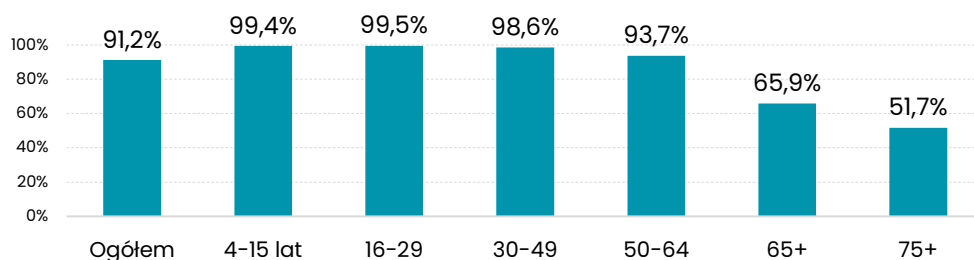
Wskaźnik dostępu do internetu w domu spada wraz z wiekiem – wśród osób w wieku 65 lat i więcej wynosi 65,9%, a w grupie 75 lat i więcej, już tylko 51,7%.

Wykres 13. Rodzaje dostępu do internetu w domu



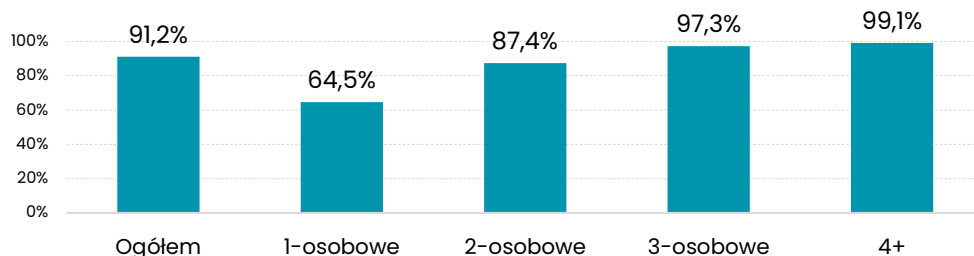
Wykres 14. Dostęp do internetu w domu:

14a. w podziale na wiek osoby



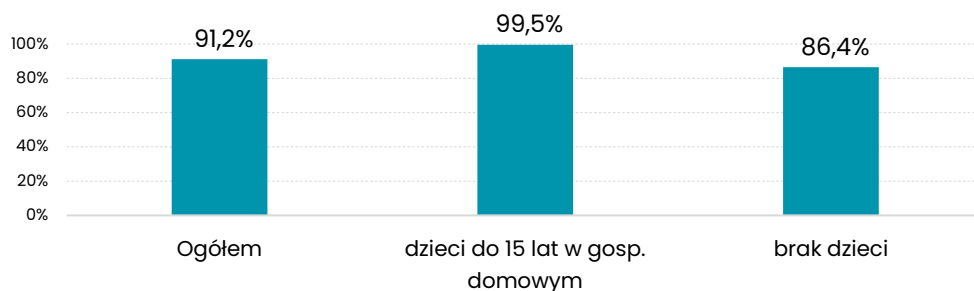
91,2% osób w wieku 4+ posiada dostęp do internetu w domu.

14b. w podziale na wielkość gosp. domowego



Poziom dostępu do internetu w domu spada wraz z wiekiem – wśród osób w wieku 75+ nieco ponad połowa ma dostęp do internetu. Wskaźnik dostępu do internetu rośnie wraz z wielkością gosp. domowego. W gosp. liczących co najmniej 4 osoby wynosi 99,1%.

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)



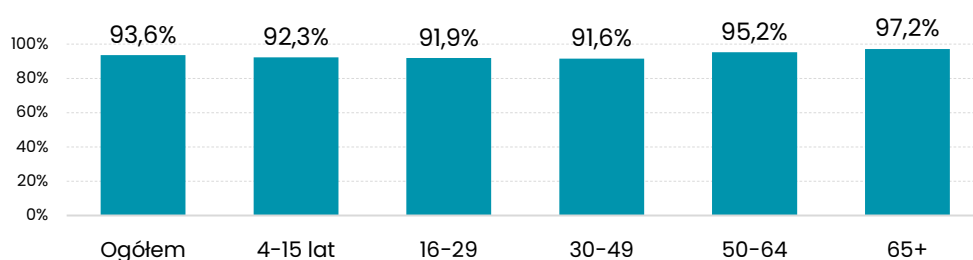
Do celów poznawczych oraz do szacowania uniwersów w przeliczeniu na wszystkie gospodarstwa domowe w Polsce, skonstruowano wskaźnik, mówiący o możliwości odbioru telewizji linearnej. Wskaźnik szacuje potencjał odbioru w oparciu o **dostęp do telewizora** podłączonego do: sygnału tv (satelita, kabel, eter)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

Z pomiaru dokonanego między styczniem a grudniem 2024 wynika, iż **93,6%** osób w wieku 4 lata i więcej, to **osoby pochodzące z gospodarstw „telewizyjnych”** wg definicji opartej o posiadanie sprawnego, podłączonego telewizora (do sygnału tv lub internetu).

Dostęp do podłączonego telewizora w domu jest rzadszy wśród osób w wieku 30–49 i 16–29 lat (odpowiednio 91,6% i 91,9%), wśród osób z wyższym wykształceniem (89,1%), a także w miastach pow. 500 tys. (89,8%).

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

15a. w podziale na wiek osoby

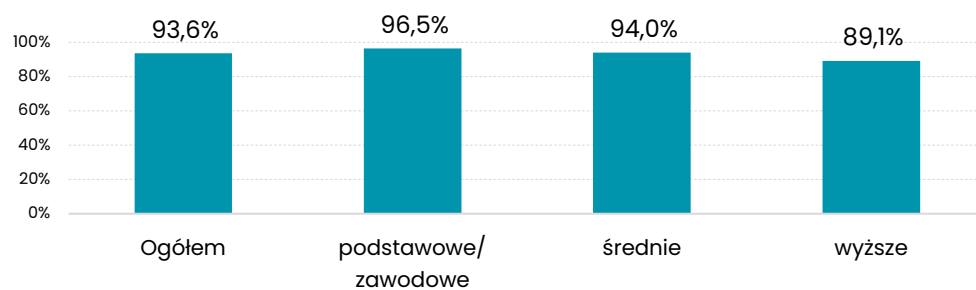


93,6% osób w wieku 4+ posiada w domu **podłączony** telewizor (do sygnału tv lub internetu).

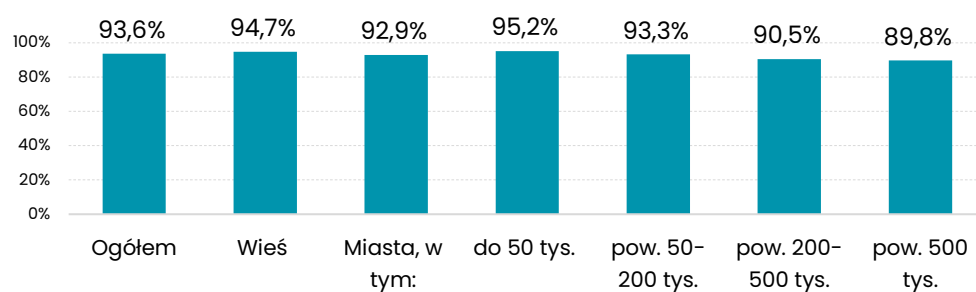
Dostęp w domu do podłączonego telewizora jest rzadszy wśród osób w wieku 16–29 i 30–49 lat, wśród osób z wyższym wykształceniem, a także w miastach pow. 500 tys.

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.

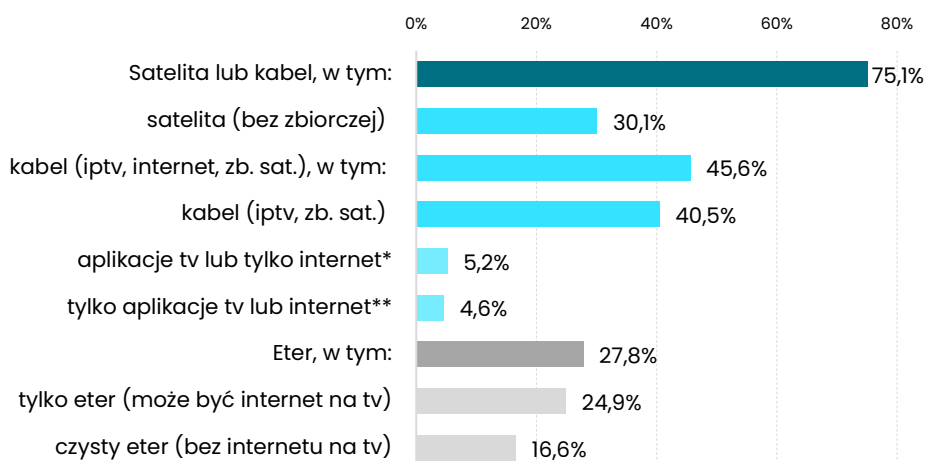
Podział ze względu na **wszystkie dostępne** w domu źródła sygnału tv wskazuje, iż **30,1%** osób 4+ z gospodarstw „telewizyjnych” korzysta z indywidualnego sygnału satelitarnego, **45,6%** korzysta z dostępu kablowego (zwyczajowo zliczającego wszystkie rodzaje łącza iptv, internetowych oraz zbiorcze anteny satelitarne doprowadzane jako kabel), a **27,8%** osób posiada dostęp do naziemnej telewizji cyfrowej (eter).

Użytkownicy sygnału satelitarnego lub kablowego (w tym łącza tylko internetowe) stanowią 75,1% populacji osób z gospodarstw „telewizyjnych”.

Już 5,2% osób z gospodarstw „telewizyjnych” może odbierać telewizję na telewizorze za pomocą aplikacji z kanałami tv/ online, w tym 4,6% nie ma innych źródeł sygnału na telewizorze niż internet.

Wykres 16. Kategorie sygnału tv – podział nierozłączny

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



75,1% osób z gospodarstw „telewizyjnych” odbiera sygnał od dostawców telewizji satelitarnej lub kablowej (analogowo, cyfrowo, iptv, w tym łącza tylko internetowe). W tej grupie 5,2% odbiera telewizję w technologii strumieniowej (tzw. streaming).

*mogą być dostępne inne rodzaje sygnału tv

**brak dostępnych innych rodzajów sygnału tv

3.3 Kategorie sygnału telewizyjnego – podział rozłączny



Innym sposobem kategoryzacji źródeł sygnału jest podział **rozłączny**, klasyfikujący gospodarstwa domowe do jednej grupy na zasadzie nadrzędności. Zastosowane kryterium to pierwszeństwo satelity nad kablem (jeśli obydwa obecne) oraz kabla, jeśli gospodarstwo wskazywało kabel i eter. Przy takim przyporządkowaniu dane sumują się do 100%.

Grupując źródła sygnału w kategorii w ujęciu rozłącznym, **30,1%** osób posiada dostęp do indywidualnej anteny satelitarnej, **44,9%** – do telewizji kablowej/ iptv/ łącze internetowe oraz **24,9%** – do naziemnej telewizji cyfrowej (eter), jako jedyne źródła sygnału tv (choć mogą mieć także internet).

W podziale rozłącznym, dostęp **wyłącznie do cyfrowej telewizji naziemnej** (eter) deklarują częściej osoby w wieku 65 lat i więcej (34,7%) oraz mieszkańcy terenów wiejskich (32,7%), a także osoby z gospodarstw jednoosobowych (36,6%) i z gospodarstw bez dzieci (26,6%).

Dostęp do telewizji kablowej istotnie częściej, ze względu na ograniczenia w infrastrukturze kablowej, wykorzystywany jest w miastach (59,7%), szczególnie w miastach pow. 200 do 500 tys. (70,6%).

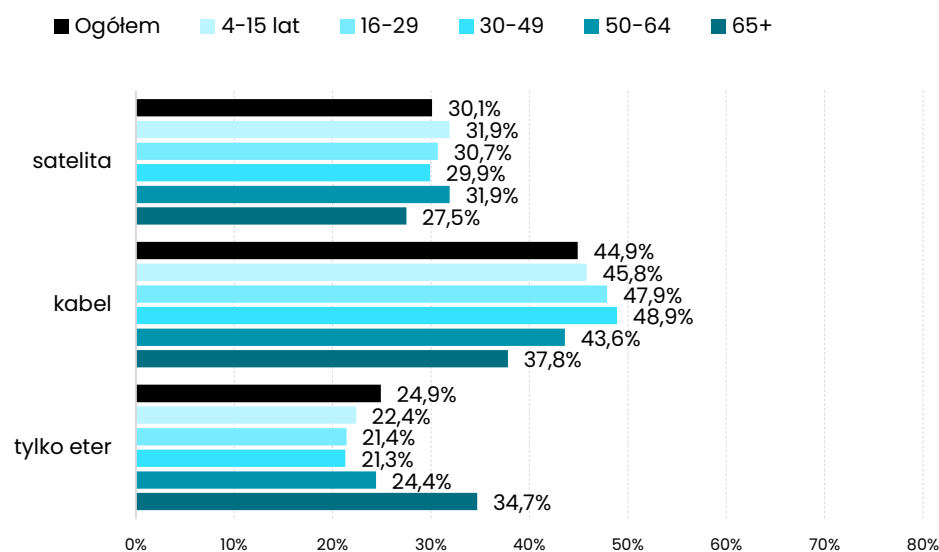
Dostęp do telewizji satelitarnej natomiast częściej wykorzystywany jest na terenach wiejskich (43,7%). Ponadto, posiadanie dostępu do telewizji satelitarnej częściej deklarowały osoby z gospodarstw min. czteroosobowych (34,7%) oraz z gospodarstw z dziećmi w wieku do 15 lat (32,5%).



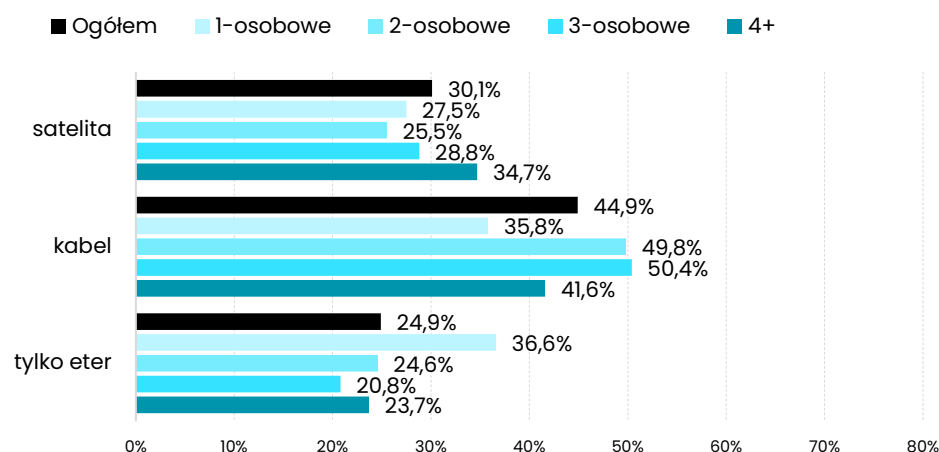
Wykres 17. Kategorie sygnału tv – grupy rozłączne:

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

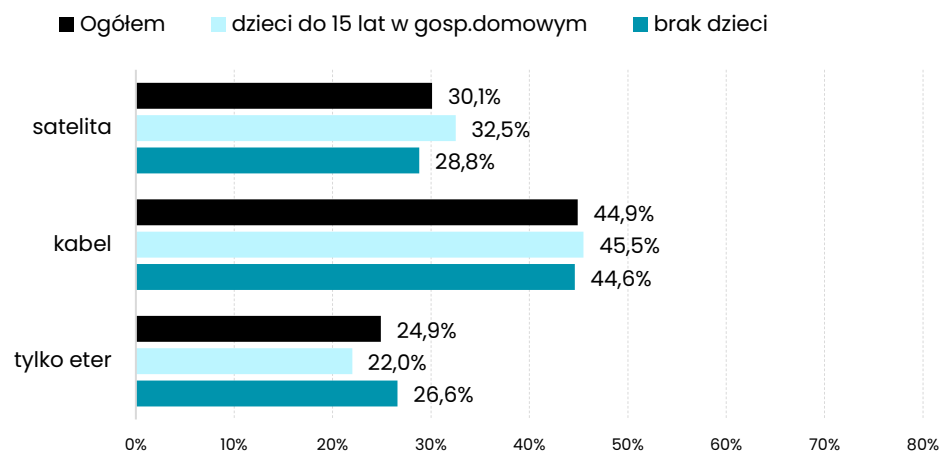
17a. w podziale na wiek osoby



17b. w podziale na wielkość gosp. domowego



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



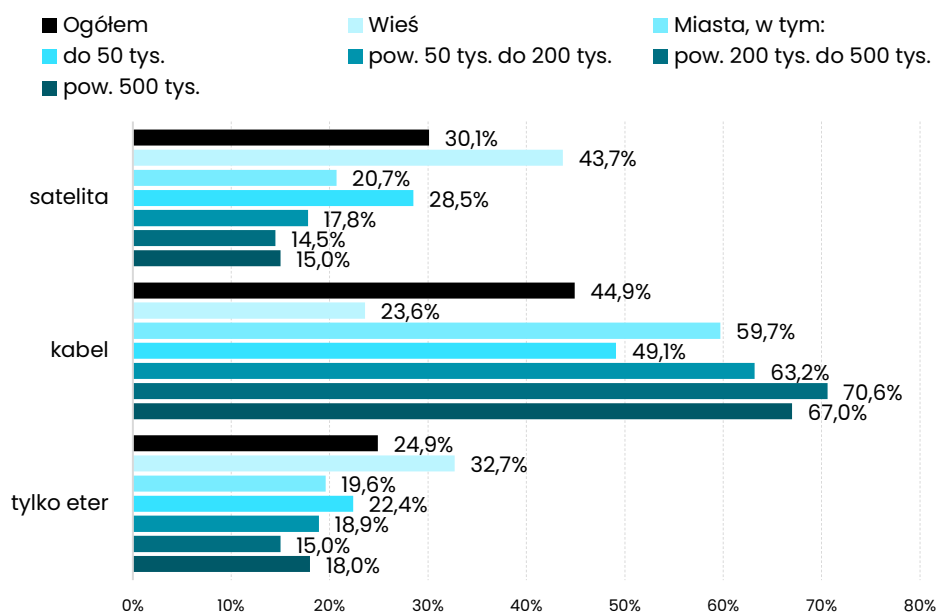
Grupując źródła sygnału w kategorii w ujęciu rozłącznym, 30,1% osób posiada dostęp do indywidualnej anteny satelitarnej, 44,9% – do telewizji kablowej (iptv/ łącze internetowe) oraz 24,9% – do naziemnej telewizji cyfrowej (eter), jako jedyne źródła sygnału tv.

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

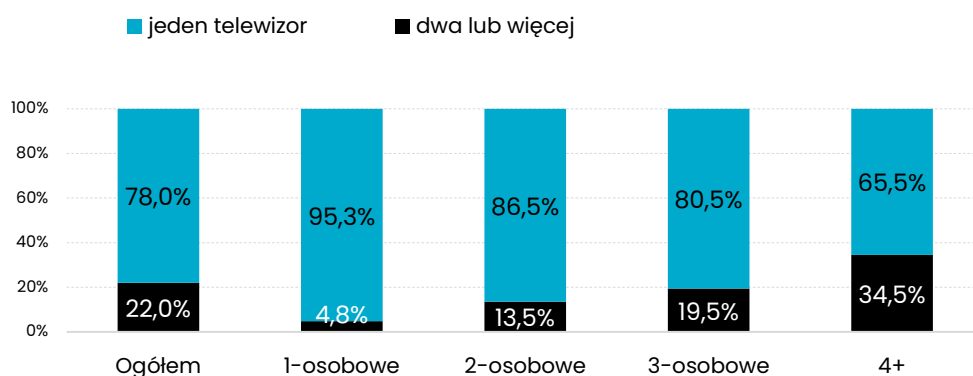


3.4 Charakterystyka telewizorów

78% osób z gospodarstw „telewizyjnych” w wieku 4 lata i więcej posiada w domu jeden czynny telewizor, a 22% dwa telewizory lub więcej.

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

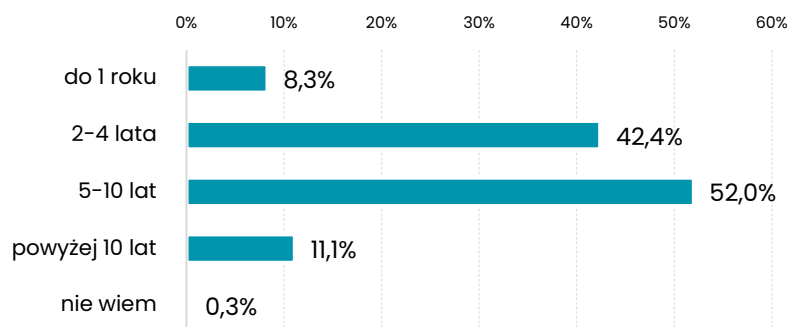
Podstawa: osoby z gospodarstw „telewizyjnych” (ekran telewizora)



Z danych wynika, iż 8,3% osób z gospodarstw „telewizyjnych” posiada w domu telewizor, który ma nie więcej niż 12 miesięcy, zaś 42,4% osób posiada telewizor 2-4 letni. Telewizor w wieku 5-10 lat posiada 52% osób, a 11,1% 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% osób z gospodarstw „telewizyjnych”. Telewizory największe – 60 cali i więcej – posiada w domu 14,6% osób.

Telewizor w rozdzielczości full HD posiada 45,7% osób, zaś 29% osób deklaruje posiadanie w domu telewizora o rozdzielczości minimum 4K.

Telewizor podłączony do internetu

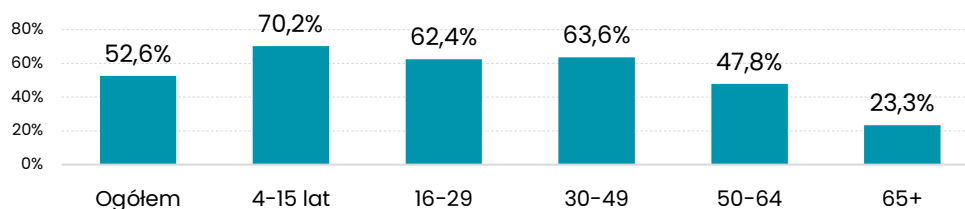
Wśród osób z gospodarstw „telewizyjnych”, 52,6% posiada dostęp do telewizora podłączonego do sygnału telewizyjnego i do internetu.

Wskaźnik dostępu do takiego telewizora jest wyższy wśród osób w przedziale wieku 16-29 lat (62,4%) i 30-49 lat (63,6%), a także wśród osób z wykształceniem wyższym (66,4%), wśród osób z gospodarstw min. czteroosobowych (65,6%) oraz wśród osób z gospodarstw z dziećmi (69,5%) – co wyjaśnia wysoki poziom wskaźnika w grupie dzieci 4-15 lat (70,2%).

Wykres 20. Telewizor podłączony do sygnału tv i internetu:

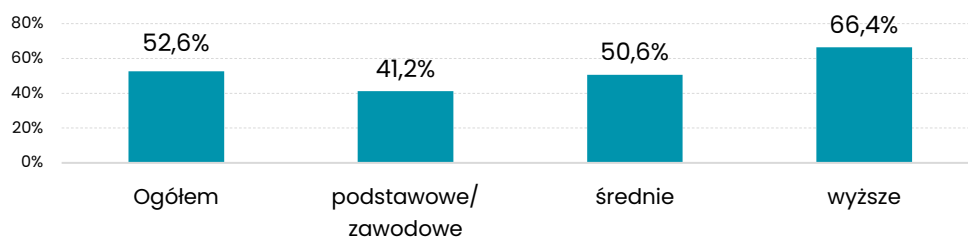
Podstawa: osoby z gospodarstw „telewizyjnych” (ekran telewizora)

20a. w podziale na wiek osoby

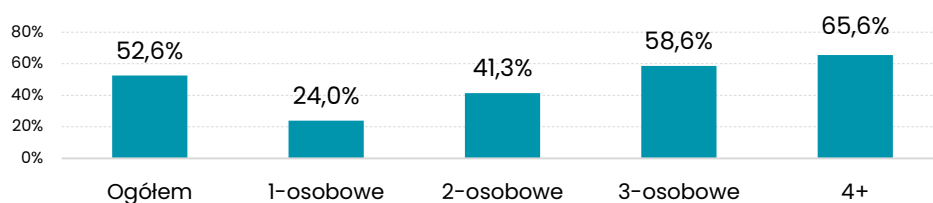


20b. w podziale na wykształcenie

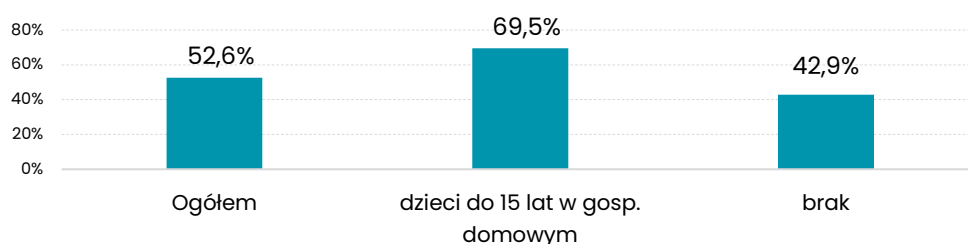
Podstawa: osoby 13+



20c. w podziale na wielkość gosp. domowego



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



Wśród osób z gospodarstw „telewizyjnych”, 52,6% 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 i inne ekrany) ujęciu dostępności telewizji linearnej – **98,5%** populacji osób w wieku 4+ w Polsce ma możliwość korzystania z telewizji w domu, posiadając co najmniej **jedną z dwóch opcji**: odbiór telewizji na telewizorze (przez sygnał tv lub internet) lub przez internet na jakimkolwiek urządzeniu z ekranem.

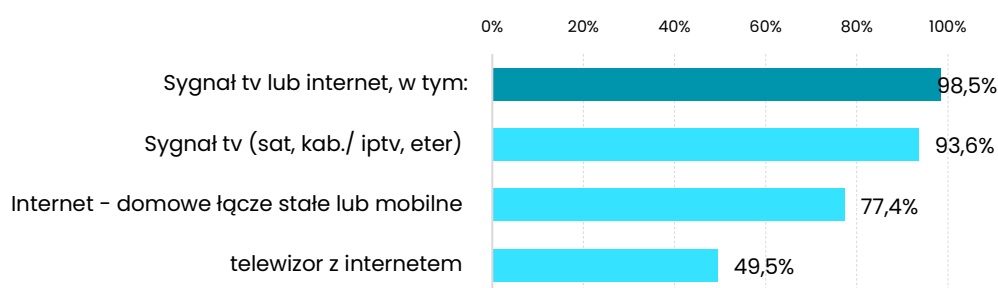
Większość w tej grupie – **93,6%** – pochodzi z tzw. gospodarstw **klasycznie „telewizyjnych”** wg definicji opartej o posiadanie podłączonego telewizora.

Osób z gospodarstw domowych przystosowanych do odbioru telewizji linearnej przez internet domowy, na różne ekrany (łączy stałe lub mobilne domowe, nie licząc „komórki” jako jedyne internetu domowego) jest **77,4%**.

49,5% 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 1,5% 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

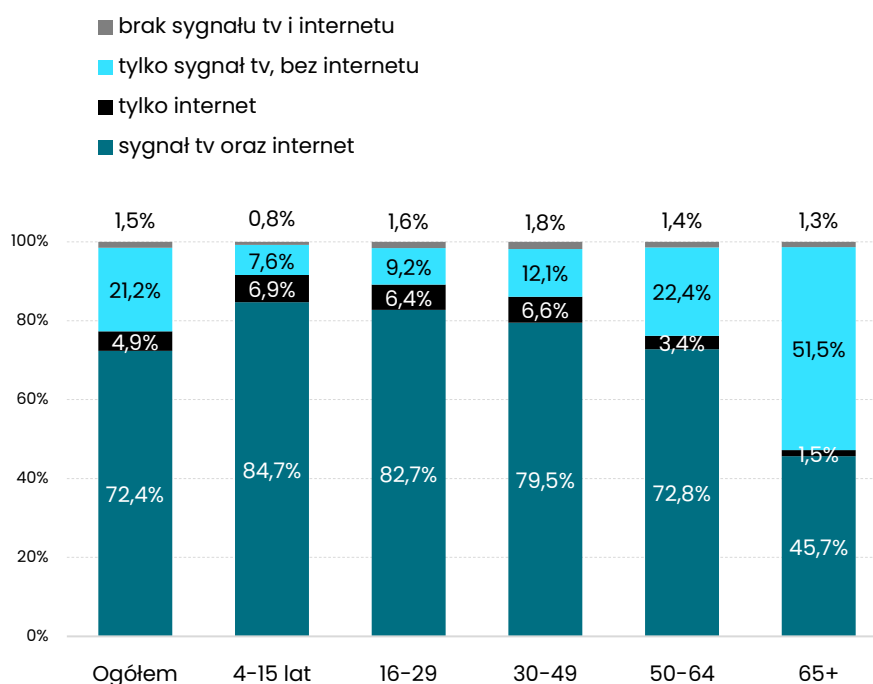
Telewizję **zarówno** przez sygnał tv, jak i internet szerokopasmowy (domowe łącze stałe lub mobilne) może odbierać **72,4%** osób 4+.

Dostęp **tylko do sygnału tv** na telewizor (bez dostępu do internetu szerokopasmowego) posiada **21,2%** osób w wieku 4 lata i więcej, a 4,9% posiada tylko domowe łącze stałe lub mobilne, **bez** sygnału tv na telewizor.

Poza zasięgiem jest 1,5% 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 dzieci 4-15 lat, co oczywiście ma związek ze strukturą wiekową gospodarstw, z których pochodzą.

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 3,5 ekranu**, na których można oglądać telewizję linearną, korzystając z obecnie dostępnych technologii odbioru.



Multiscreening (korzystanie z więcej niż jednego ekranu jednocześnie)

81,3% osób w wieku 13 lat i więcej, przynajmniej od czasu do czasu, korzysta w tym samym czasie z więcej niż jednego ekranu, w tym 31,4% robi to codziennie. Najczęściej z więcej niż jednego ekranu w tym samym czasie korzystają osoby w wieku 16–29 lat (39,3% 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:	81,3%	84,8%	88,5%	84,7%	76,9%	65,6%
codziennie (lub prawie)	31,4%	36,7%	39,3%	35,2%	23,9%	18,7%
kilka razy w tygodniu	28,4%	28,5%	30,4%	29,7%	27,5%	22,4%
kilka razy w miesiącu	14,4%	12,6%	13,0%	14,4%	15,9%	14,0%
raz w miesiącu lub rzadziej	7,1%	6,9%	5,8%	5,4%	9,6%	10,5%
Nie	18,7%	15,2%	11,5%	15,3%	23,1%	34,4%

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.

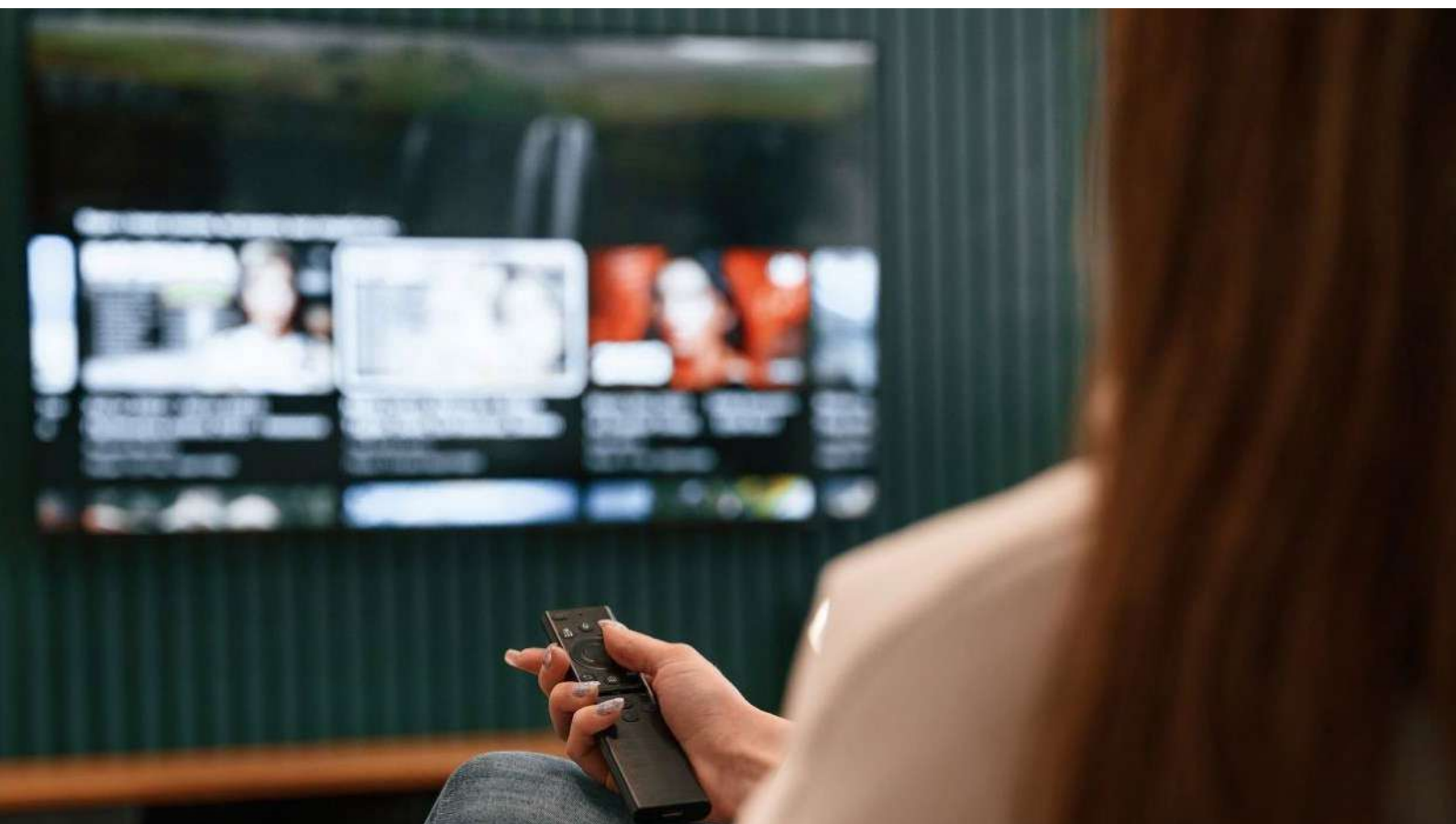
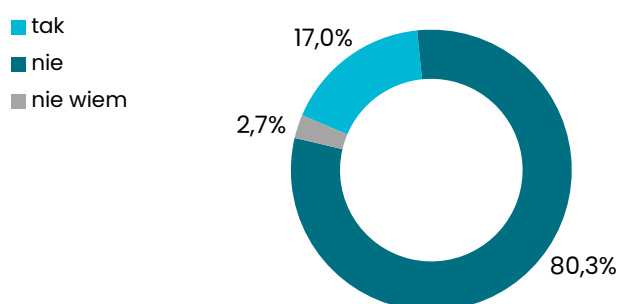
Wśród tych osób, 17% deklaruje możliwość odbioru oferty kanałów w technologii hybrydowej (pochodna świadomości istnienia takich usług, jak i możliwości technicznych telewizora).



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 23. 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 **79,1%** osób w wieku 4 lat i więcej, **dysponując** w domu co najmniej jedną **z dwóch opcji**: internetem stacjonarnym/mobilnym domowym lub telewizorem podłączony do internetu.


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:	79,1%	93,2%	91,2%	88,2%	77,9%	48,2%
ekrany podłączone do internetu szerokopasmowego	77,4%	91,5%	89,2%	86,1%	76,2%	47,2%
telewizor podłączony do internetu	49,5%	65,2%	57,9%	58,5%	45,7%	22,7%
Nie	20,9%	6,8%	8,8%	11,8%	22,1%	51,8%

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 deklaratywnie, pytając o nią w szerokiej perspektywie ostatnich 12 miesięcy oraz w krótszych ujęciach czasowych. Dane deklaratywne, 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 88,4% osób w wieku 4 lata i więcej. W ujęciu ostatnich 12 miesięcy, kontakt z telewizją nadawaną wg programu (niezależnie od urządzenia i technologii odbioru) potwierdza 92,4% osób

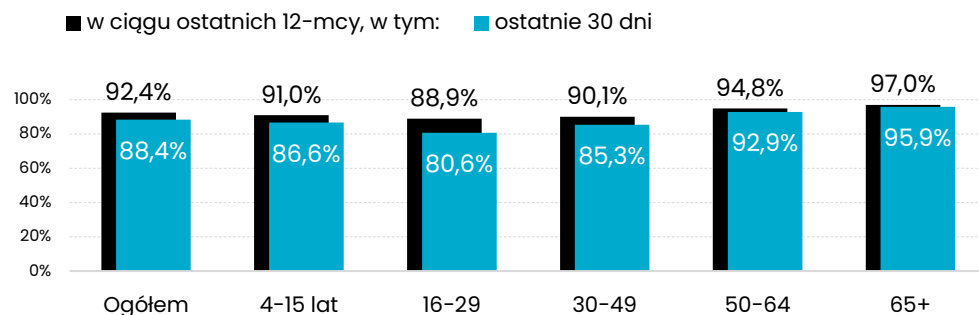
Analiza danych dotyczących konsumenta telewizji w zależności od parametrów, takich jak wiek, wykształcenie i miejsce zamieszkania, wskazuje, że w każdej z opisywanych perspektyw czasowych konsumpcja telewizji jest najwyższa w grupach wiekowych 50-64 lata oraz 65+, a najniższa w grupie wiekowej 16-29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

W każdej z perspektyw czasowych, osoby z wykształceniem wyższym deklarują oglądanie telewizji rzadziej niż osoby z niższym poziomem wykształcenia. Ponadto, w miastach (szczególnie w miastach pow. 200 tys. mieszkańców) telewizja oglądana jest rzadziej niż na wsiach.



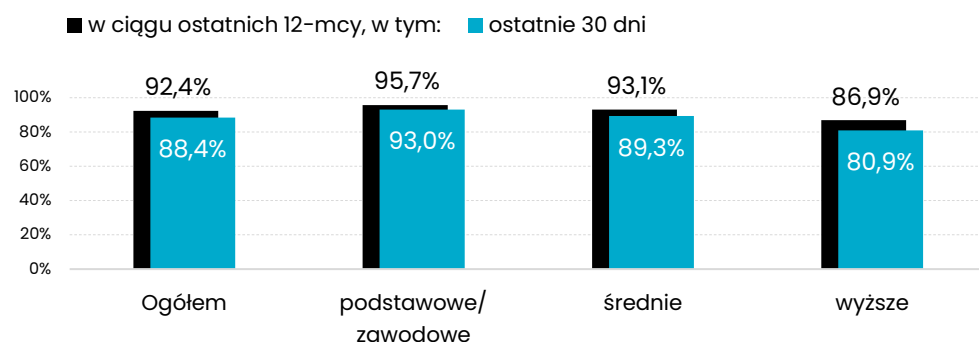
Wykres 24. Oglądanie telewizji linearnej:

24a. w podziale na wiek osoby

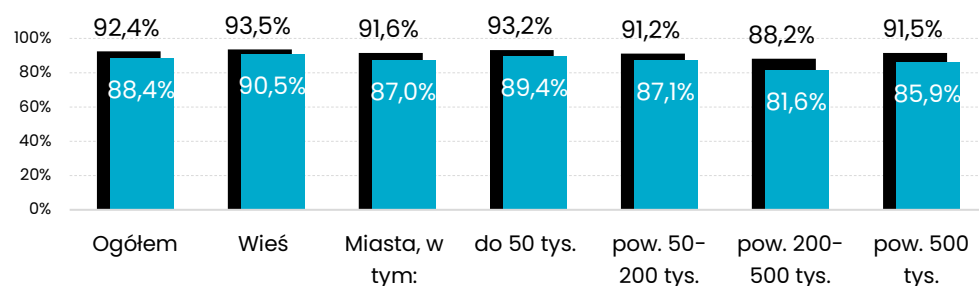


24b. w podziale na wykształcenie

Podstawa: osoby 13+



24c. 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. Oglądanie telewizji deklarują rzadziej osoby z wykształceniem wyższym. Telewizja jest też rzadziej oglądana w miastach.

Telewizja linearna przez internet



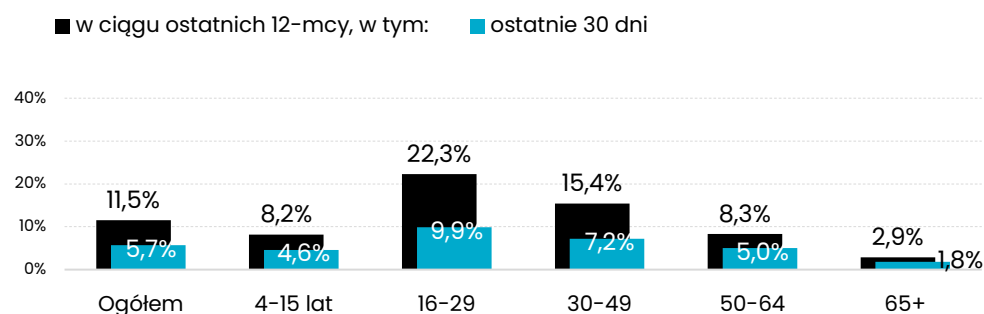
Oglądanie telewizji linearnej przez internet deklarowano niezależnie od źródła usługi. Mogło być to łącze iptv podłączone do telewizora lub serwisy ze streamingiem kanałów tv, oglądane na jakimkolwiek ekranie, a także aplikacje telewizyjne dostawców sygnału płatnej tv.

Korzystanie z telewizji przez internet w perspektywie ostatnich 12 miesięcy deklaruje 11,5% osób w wieku 4+, a w ciągu ostatnich 30 dni – 5,7% osób.

Relatywnie częściej po tę formę nadawania telewizji linearnej (nadawanej wg ramówki) sięgają ludzie młodzi. W grupie osób w przedziale wieku 16-29 lat telewizję przez internet w ciągu ostatnich 30 dni oglądało 9,9%. Wśród osób z wyższym wykształceniem wskaźnik ten wynosi 8,1%.

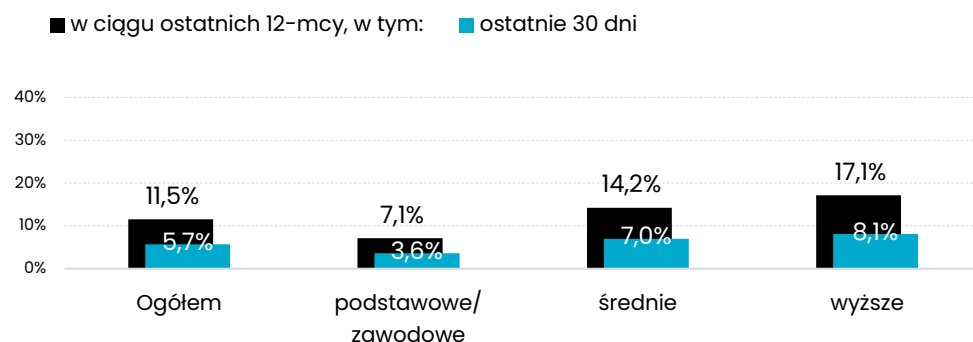
Wykres 25. Oglądanie telewizji linearnej przez internet:

25a. w podziale na wiek osoby



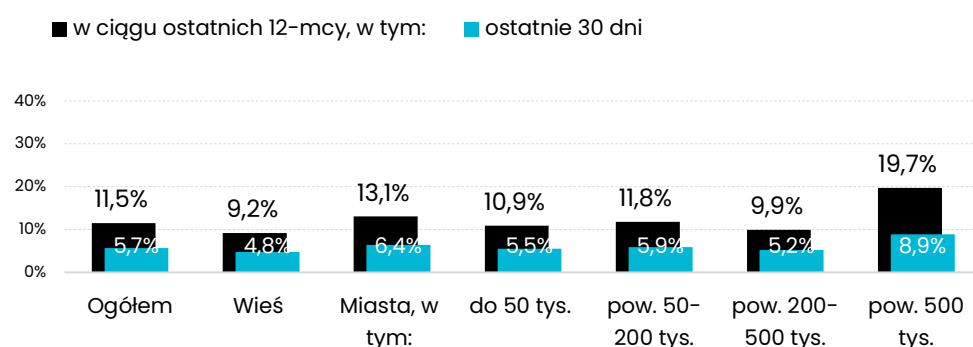
25b. w podziale na wykształcenie

Podstawa: osoby 13+

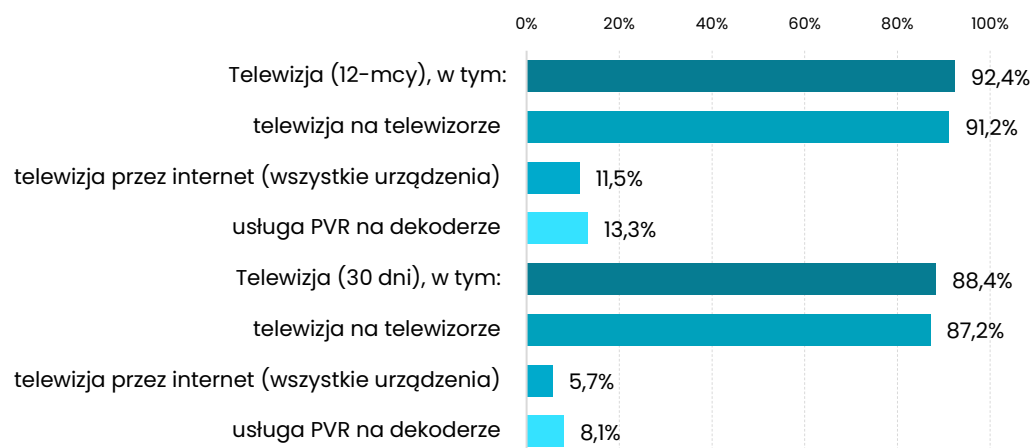


Oglądanie telewizji przez internet relatywnie częściej deklarują osoby w przedziale wiekowym 16-29 lat oraz osoby z wykształceniem wyższym, a także osoby z miast pow. 500 tys. mieszkańców.

25c. w podziale na miejsce zamieszkania



Wykres 24/25. Oglądanie telewizji linearnej – podsumowanie



Rozdział 2: Oglądanie serwisów VOD lub streaming live

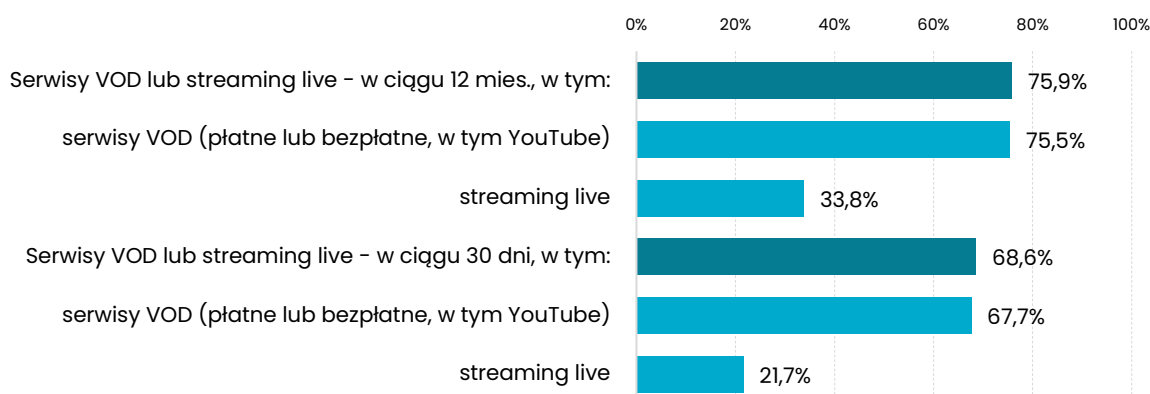


Szeroka kategoria obejmująca serwisy VOD oferowane płatnie lub bezpłatnie, w tym platformę YouTube, bez innych mediów społecznościowych, w tym streaming live (tzw. „streamy/ lajwy”), rozumiany jako jakakolwiek forma przekazywania informacji lub rozrywki w formie wideo, nadawana przez internet „na żywo”, zarówno przez osoby prywatne, jak i oficjalne media, w aplikacjach udostępniających transmisje w czasie rzeczywistym, gdzie w trakcie transmisji możliwa jest interakcja z widzem – nie wliczając streamingu kanałów telewizji linearnej.

Niezależnie od regularności, 75,9% osób w wieku 4 lata i więcej deklaruje korzystanie z serwisów VOD lub streamingu live w ciągu ostatnich 12 miesięcy, w tym 75,5% korzysta z serwisów VOD (płatnie lub bezpłatnie), a 33,8% deklaruje oglądanie streamingu live.

W ujęciu ostatnich 30 dni, poziom korzystania z treści VOD lub streamingu live wynosi 68,6%, przy czym 67,7% korzysta z serwisów VOD (płatnie lub bezpłatnie), a 21,7% deklaruje korzystanie ze streamingu live.

Wykres 26. Oglądanie treści VOD lub streaming live, bez TV:



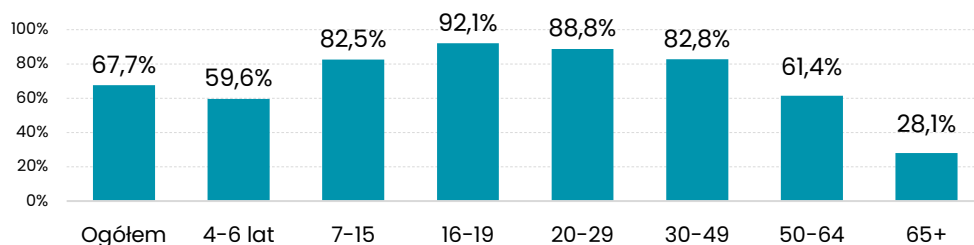
Korzystanie z serwisów VOD (wliczając YouTube) – przynajmniej raz w ciągu ostatnich 30 dni, jest częstsze wśród dzieci, młodzieży i młodych dorosłych. Wśród 4-6 latków treści VOD oglądało 59,6%, a w grupach: 7-15, 16-29, 20-29 lat wskaźnik ten oscyluje wokół 80%-90%.

Wskaźnik korzystania z VOD spada wraz z wiekiem. Wśród osób starszych, w wieku 65 lat i więcej, kontakt z VOD w ciągu ostatnich 30 dni deklaruje 28,1% osób.

Konsumpcja VOD (ostatnie 30 dni) jest częstsza wśród osób z wykształceniem wyższym (81,1%), a także wśród osób z gospodarstw liczących 3 osoby (72,2%) oraz wśród osób z gospodarstw liczących 4 osoby i więcej (75,6%). Wskaźnik korzystania z VOD wśród mieszkańców miast wynosi 69,4%, a wśród mieszkańców wsi – 65,3%.

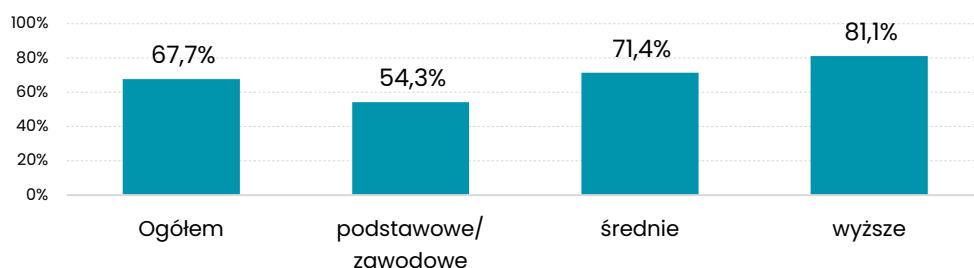
Wykres 27. Oglądanie serwisów VOD – w ciągu 30 dni:

27a. w podziale na wiek osoby

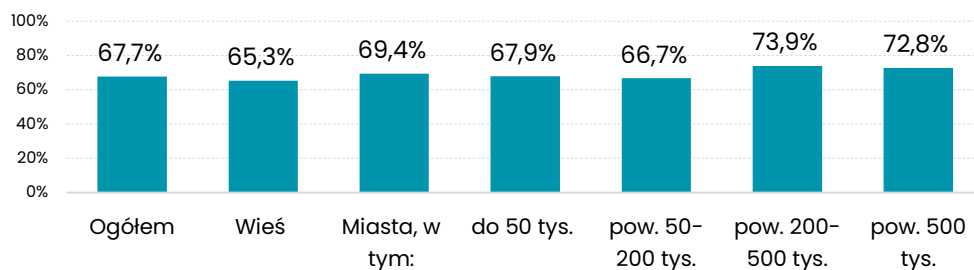


27b. w podziale na wykształcenie

Podstawa: osoby 13+



27c. w podziale na miejsce zamieszkania

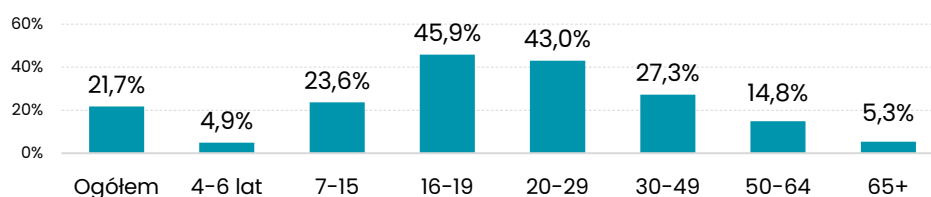


Wskaźnik korzystania z treści VOD jest najwyższy wśród osób między 16 a 29 rokiem życia i spada wraz z wiekiem. Wśród osób starszych, w wieku 65 lat i więcej kontakt z VOD lub streamingiem w ciągu ostatnich 30 dni deklaruje mniej niż 1/3. Konsumpcja VOD jest częstsza wśród osób z wykształceniem wyższym, a także w dużych miastach.

Oglądanie w czasie rzeczywistym treści nadawanych na żywo (streaming live)

Poziom korzystania ze streamingu live, na stronach internetowych lub w aplikacjach (np. YouTube) zmienia się istotnie wraz z wiekiem. Wśród ogółu osób w wieku 4 lata i więcej korzystanie ze streamingu live w ciągu ostatnich 30 dni deklaruje 21,7% osób. W grupie wiekowej 16-19 lat wskaźnik ten jest dużo wyższy i osiąga poziom 45,9%.

Wykres 28. Streaming live: oglądanie w czasie rzeczywistym treści nadawanych na żywo (30 dni) – w podziale na wiek osoby



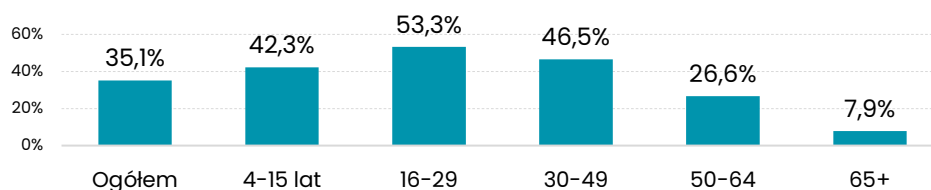
Płatne serwisy VOD

W ujęciu 30 dni, z płatnych serwisów VOD (do których oglądania potrzebna jest subskrypcja, login i hasło) **korzysta 35,1%** osób w wieku 4+, a w grupie 16-29 lat wskaźnik korzystania sięga 53,3%.

Mieszkańcy największych miast, pow. 500 tys., korzystają z płatnych serwisów VOD częściej niż mieszkańcy wsi (odpowiednio 41,9% i 31,9%).



Wykres 29. Oglądanie płatnych serwisów VOD (30 dni) – w podziale na wiek osoby



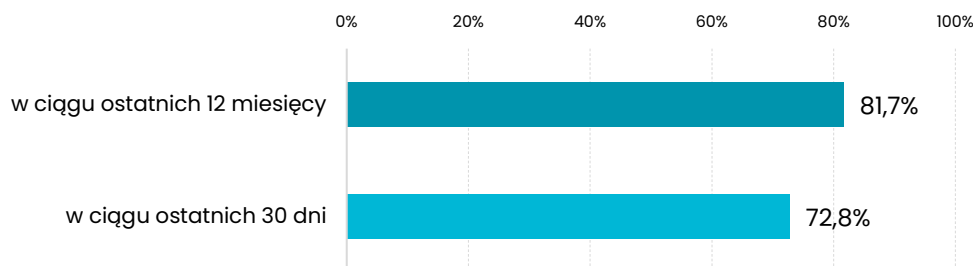
Rozdział 3: Słuchanie radia



Analiza konsumpcji radia jest prowadzona z wykorzystaniem podobnej metodyki jak w przypadku telewizji. Wskazania użytkowników opierają się na deklaracjach i odwołują się do **uświadomionych, zapamiętanych wzorów zachowań**, obejmując słuchanie radia niezależnie od sposobu i miejsca, bez kontekstu słuchania konkretnych stacji radiowych.

Odsetek populacji osób 4+, która deklaruje słuchanie radia w ciągu ostatnich 12 miesięcy wynosi 81,7%. W ujęciu ostatnich 30 dni, wskaźnik słuchalności radia wynosi 72,8%.

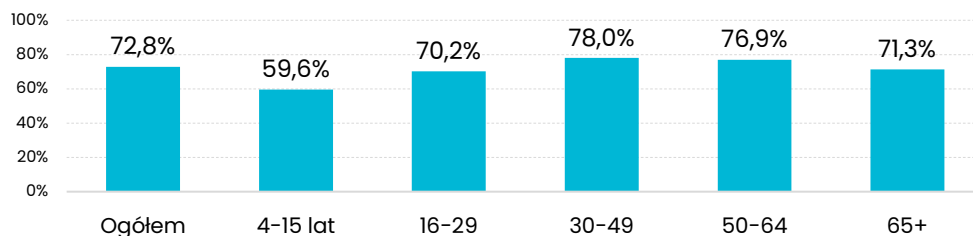
Wykres 30. Słuchanie radia



Analiza zebranych danych pokazuje, że słuchanie radia – w kontekście ostatnich 30 dni – częściej deklarują osoby w wieku 30-49 lat (78%) oraz 50-64 lata (76,9%), a także osoby z wykształceniem wyższym (80,8%). Nie odnotowano znaczącej różnicy w poziomie słuchalności radia pomiędzy mieszkańcami wsi i mieszkańcami miast ogółem (odpowiednio 74,2% i 71,9%).

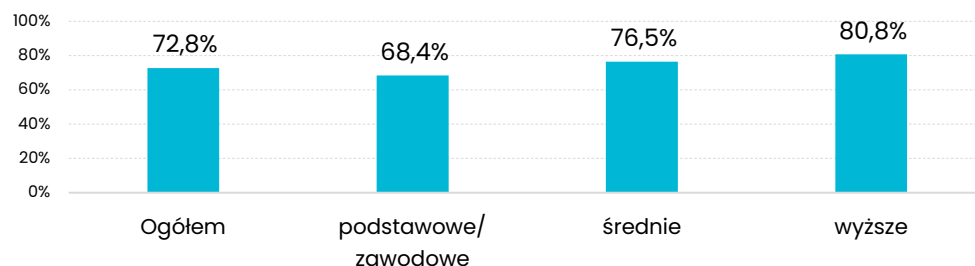
Wykres 31. Słuchanie radia – w ciągu 30 dni:

31a. w podziale na wiek osoby

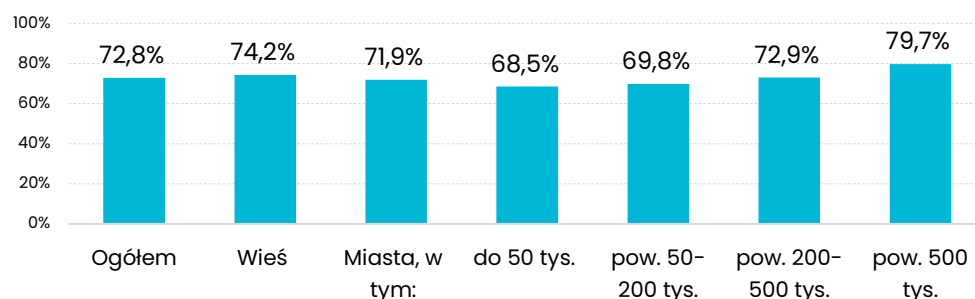


31b. w podziale na wykształcenie

Podstawa: osoby 13+



31c. w podziale na miejsce zamieszkania

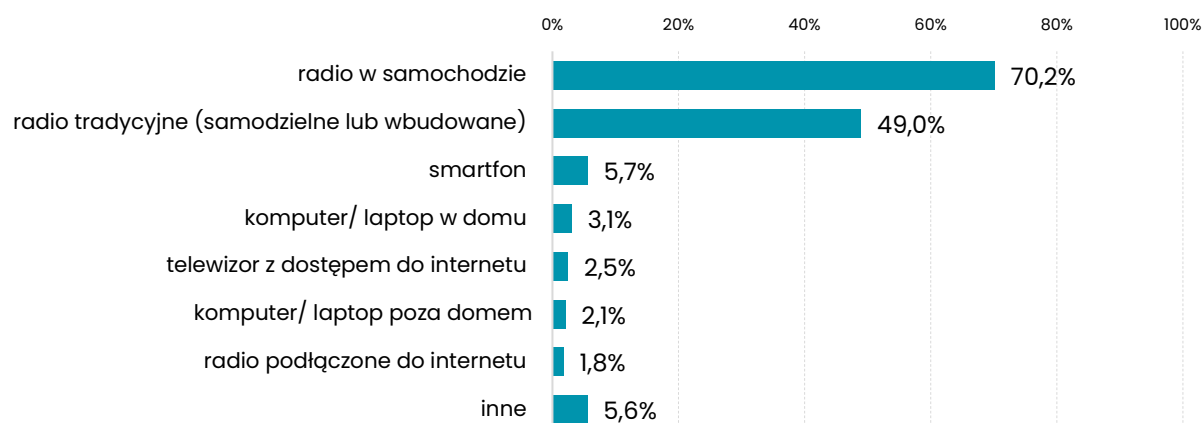


Słuchanie radia – wykorzystywane urządzenia (30 dni)

Biorąc pod uwagę urządzenia do słuchania radia, używane w ciągu 30 dni, najczęściej wykorzystywane jest radio w samochodzie (70,2% osób słuchających radia w ciągu 30 dni) oraz radio tradycyjne (49%). Niecałe 6% słucha radia na smartfonie.

Wykres 32. Urządzenia wykorzystywane do słuchania radia (30 dni)

Podstawa: Słuchający radia w ciągu ostatnich 30 dni



Rozdział 4: Słuchanie – inne formy audio

Kategoria audio obejmuje, prócz radia, także słuchanie muzyki i podcastów online, audiobooków oraz muzyki/ słuchowisk z nośników analogowych.

Odsetek populacji osób 4+ korzystających z różnego rodzaju treści audio w ciągu ostatnich 12 miesięcy **wynosi 51,5%** (niezależnie od regularności).

W ujęciu ostatnich 30 dni, odsetek ten wynosi 36%, przy czym 22,7% osób 4+ deklaruje słuchanie muzyki online, a 18,6% słuchanie podcastów.

Rzadziej słuchana jest muzyka/ słuchowiska na nośnikach analogowych (8,4%) oraz audiobooki (5,4%).

Wykres 33. Słuchanie innego audio

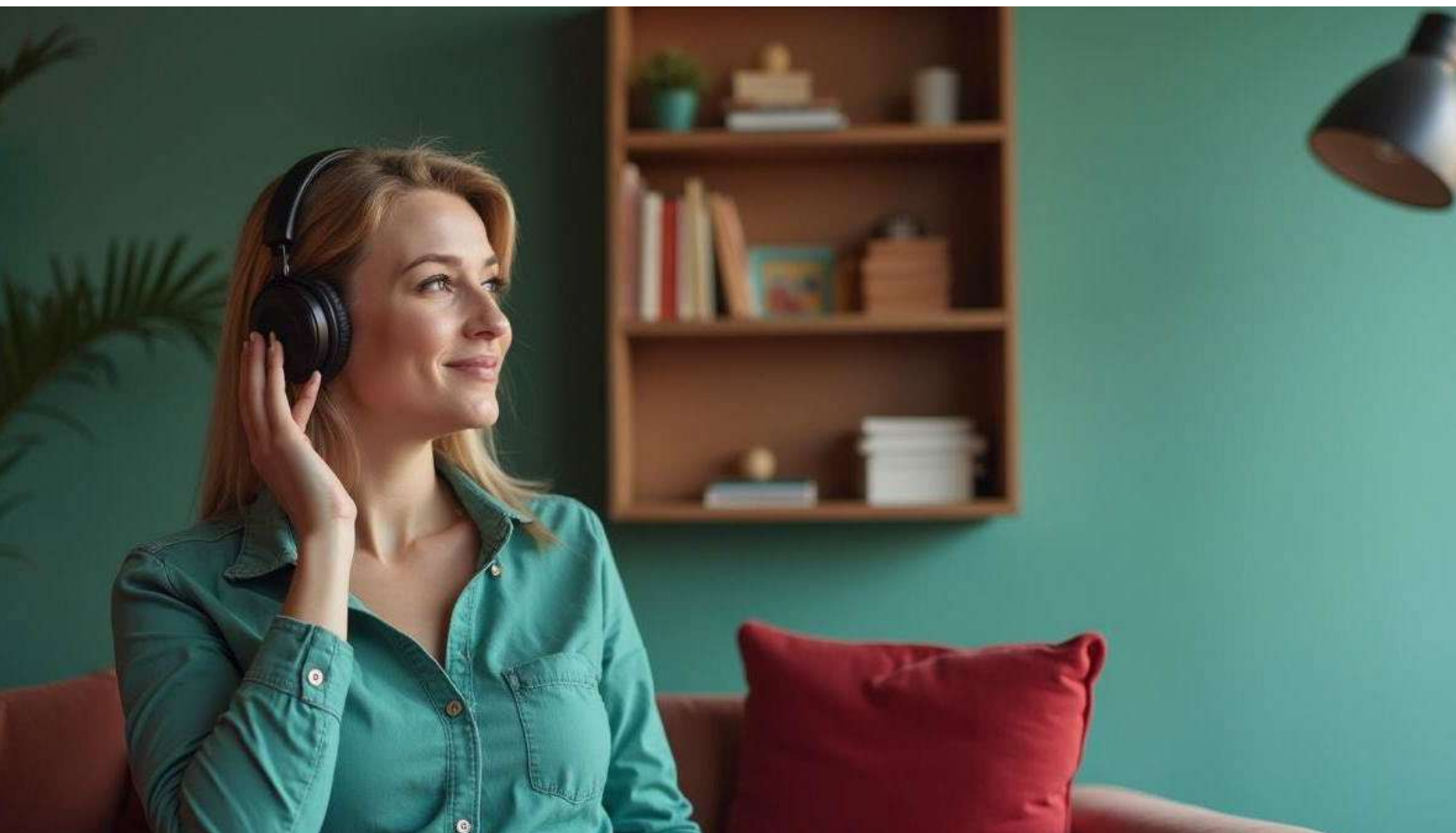
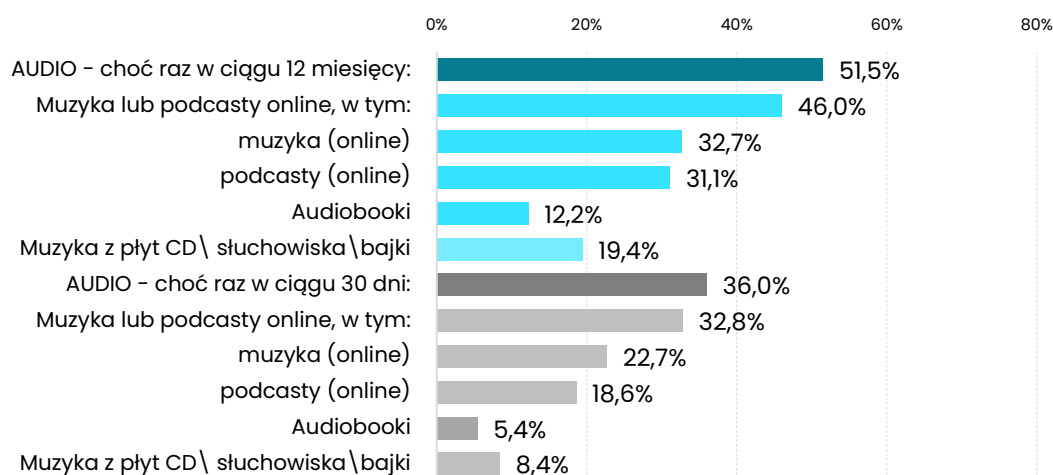


Tabela 5. Słuchanie innego audio – w podziale na wiek osoby

	Ogółem	4-15 lat	16-29	30-49	50-64	65+
Audio (12-mcy), w tym:	51,5%	53,2%	80,4%	64,0%	41,8%	19,7%
Muzyka lub podcasty online, w tym:	46,0%	43,1%	78,5%	59,2%	35,6%	14,0%
muzyka (online)	32,7%	30,9%	65,0%	42,8%	20,9%	6,3%
podcasty (online)	31,1%	20,7%	57,3%	40,9%	24,6%	9,9%
Audiobooki	12,2%	16,8%	23,7%	13,9%	7,2%	2,9%
Muzyka z płyt CD \ słuchowiska \ bajki	19,4%	25,0%	23,2%	22,5%	17,2%	10,3%
Audio (30 dni), w tym:	36,0%	39,6%	63,1%	44,0%	25,8%	11,6%
Muzyka lub podcasty online, w tym:	32,8%	33,4%	61,2%	40,8%	22,6%	9,4%
muzyka (online)	22,7%	24,1%	49,4%	28,4%	12,4%	3,7%
podcasty (online)	18,6%	13,5%	35,1%	23,6%	14,4%	6,3%
Audiobooki	5,4%	9,7%	9,6%	5,5%	3,1%	1,6%
Muzyka z płyt CD \ słuchowiska \ bajki	8,4%	13,1%	9,8%	9,6%	7,2%	3,7%

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

Rozdział 5: Współkonsumpcja – telewizja, radio, treści VOD

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. Odsetek osób korzystających z tych **trzech typów usług** stanowi 45,7% populacji osób 4+.

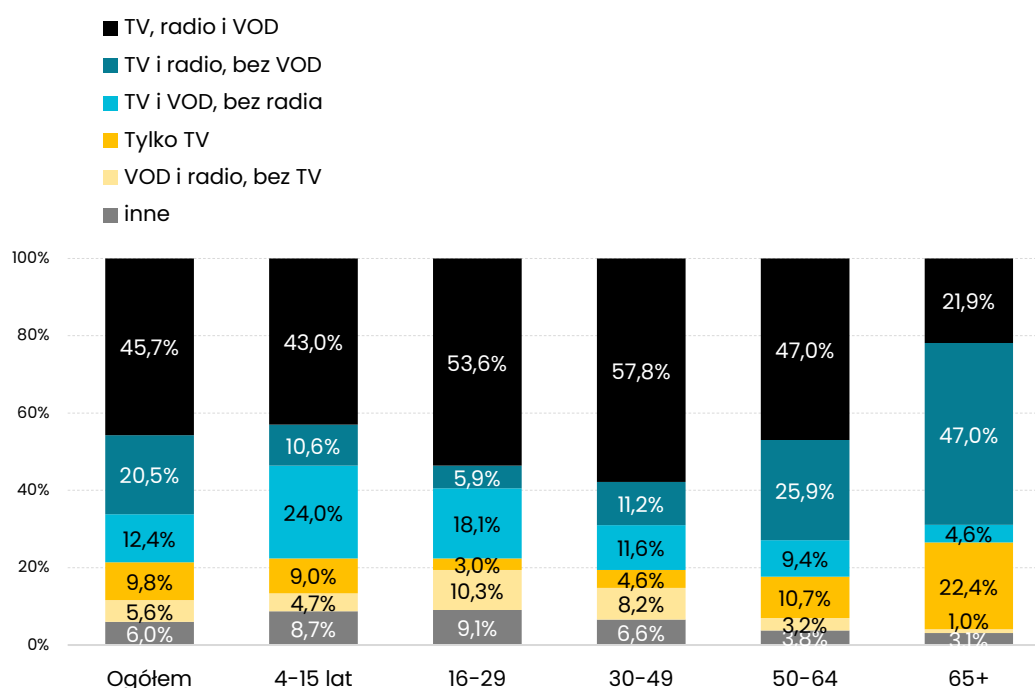
Kolejną grupę, pod względem liczebności (20,5%), stanowią osoby korzystające z telewizji i radia, ale nie korzystające z VOD.

Trzecią, pod względem rozmiaru, jest grupa osób korzystających z telewizji i VOD, bez korzystania z radia, stanowiąca 12,4% 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 (30 dni) – w podziale na wiek osoby



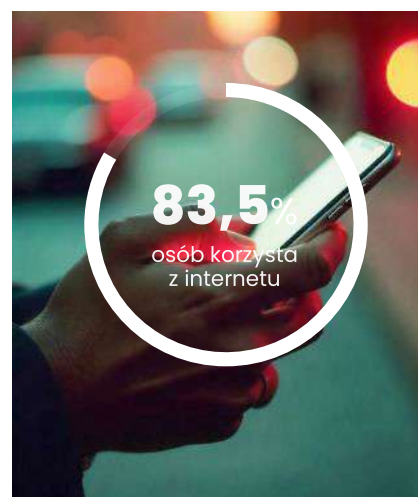
45,7% populacji osób w wieku 4+ korzysta z trzech typów usług: telewizji, radia i VOD. Zdecydowanie najczęściej ze wszystkich trzech typów usług korzystają osoby pomiędzy 30-49 rokiem życia.

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 83,5%, a korzystanie w okresie ostatnich 30 dni deklaruje 82,9% osób.

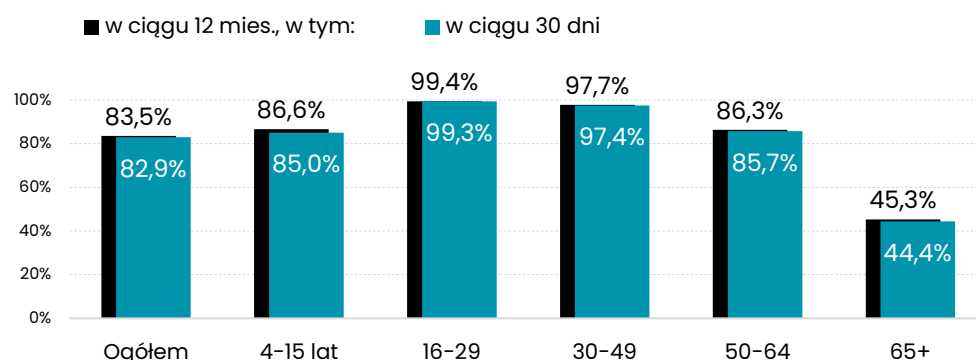
Analiza zebranych danych pokazuje, iż poziom korzystania z internetu nie jest równomierny i ma ścisły związek z wiekiem.

W grupie wiekowej 16-29 lat wskaźnik korzystania z internetu w ciągu ostatnich 30 dni sięga 99,3%, zaś wśród osób w wieku 65 lat i więcej – wynosi 44,4%.



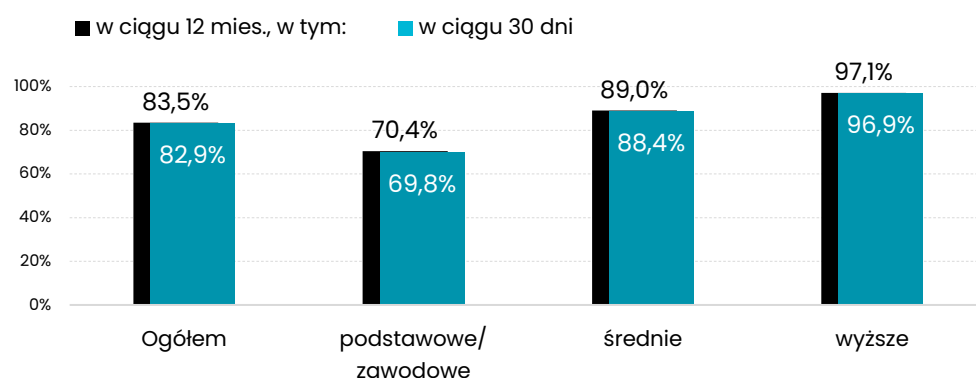
Wykres 35. Korzystanie z internetu – konsumpcja treści:

35a. w podziale na wiek osoby



35b. w podziale na wykształcenie

Podstawa: osoby 13+



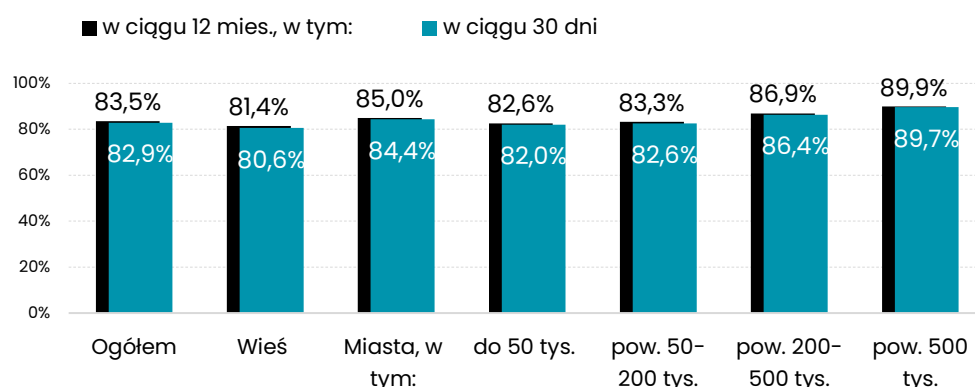
Korzystanie z internetu w okresie ostatnich 30 dni deklaruje 82,9% osób w wieku 4+.

Wśród osób pomiędzy 16 a 49 rokiem życia z internetu – w ujęciu 30 dni – korzystają niemal wszyscy, zaś wśród osób w wieku 65 lat i więcej – blisko 45%.

Częściej z internetu korzystają osoby z wykształceniem wyższym.

Miejsce zamieszkania różnicuje konsumpcję internetu w mniejszym stopniu.

35c. w podziale na miejsce zamieszkania



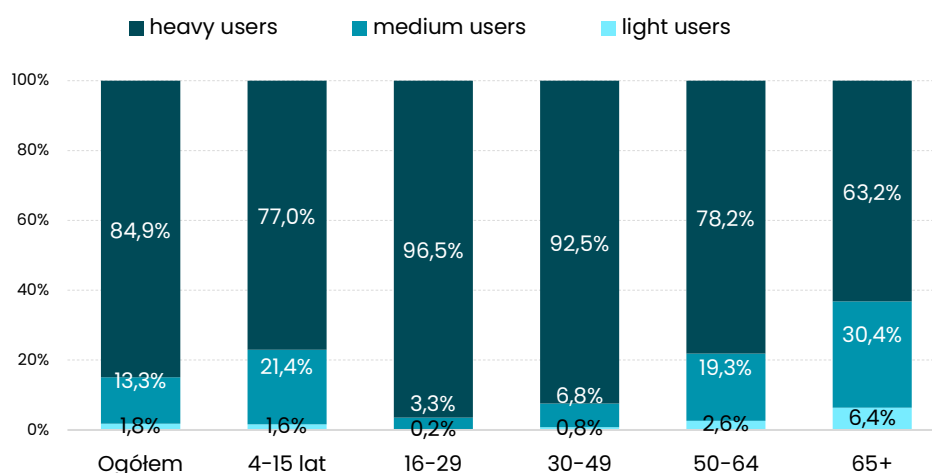
Użytkownicy internetu – częstotliwość korzystania

Analiza częstotliwości korzystania z internetu wskazuje, że zdecydowanie największą grupę wśród korzystających stanowią tzw. **heavy users**, czyli osoby, definiowane jako korzystający z internetu codziennie lub prawie codziennie (84,9%). **Medium users** – korzystający z internetu kilka razy w tygodniu, stanowią 13,3% wszystkich korzystających, natomiast **light users** – korzystający kilka razy w miesiącu lub rzadziej, to jedynie 1,8% korzystających.

Częstotliwość korzystania z internetu jest **silnie skorelowana z wiekiem** internautów. Najintensywniejszymi użytkownikami są osoby w wieku 16–29 lat. W tej grupie odsetek heavy users wynosi 96,5%. Z kolei wśród osób w wieku 65 lat i więcej – choć heavy userzy nadal stanowią większość (63,2%) – 30,4% korzysta z internetu mniej intensywnie (medium users).

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 – heavy, medium, light – jest różny w zależności od kategorii wiekowej.

Użytkownicy internetu – wykorzystywane urządzenia (30 dni)

Biorąc pod uwagę urządzenia do odbioru internetu używane w ciągu 30 dni, najczęściej wykorzystywany jest smartfon (90% osób korzystających z internetu), w dalszej kolejności komputer/ laptop w domu (62,4%) oraz tablet (12,8%). Na komputerze, poza domem, z internetu korzysta 29,7% internautów (sprzęt w pracy/ w szkole/ u kogoś innego).

36,8% osób korzysta z treści w internecie za pomocą podłączonego do internetu TV Smart. Rzadziej w tym kontekście wskazywana jest konsola do gier (7,5%).

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

Podstawa: Korzystający z internetu w ciągu ostatnich 30 dni

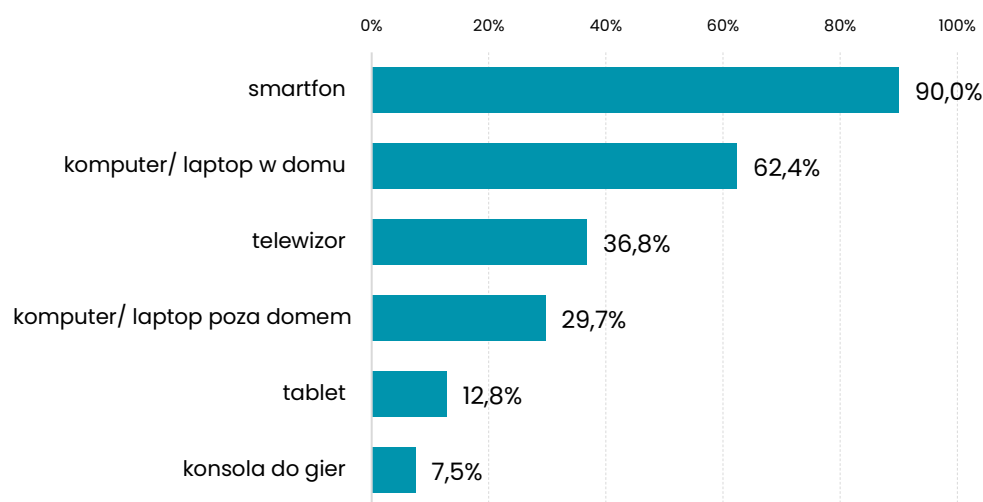


Tabela 6: Urządzenia do korzystania z internetu (30 dni) – w podziale na wiek osoby

Podstawa: Korzystający z internetu w ciągu ostatnich 30 dni.

	Ogółem	4-15 lat	16-29	30-49	50-64	65+
smartfon	90,0%	72,1%	93,6%	94,4%	92,1%	87,2%
komputer/ laptop – w domu	62,4%	59,5%	75,4%	66,4%	53,3%	48,2%
telewizor	36,8%	48,9%	38,7%	40,6%	29,8%	18,9%
komputer/ laptop – poza domem	29,7%	25,9%	41,2%	36,0%	23,0%	6,6%
tablet	12,8%	29,4%	13,2%	11,2%	7,3%	7,3%
konsola do gier	7,5%	16,6%	13,1%	6,9%	1,4%	0,6%

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

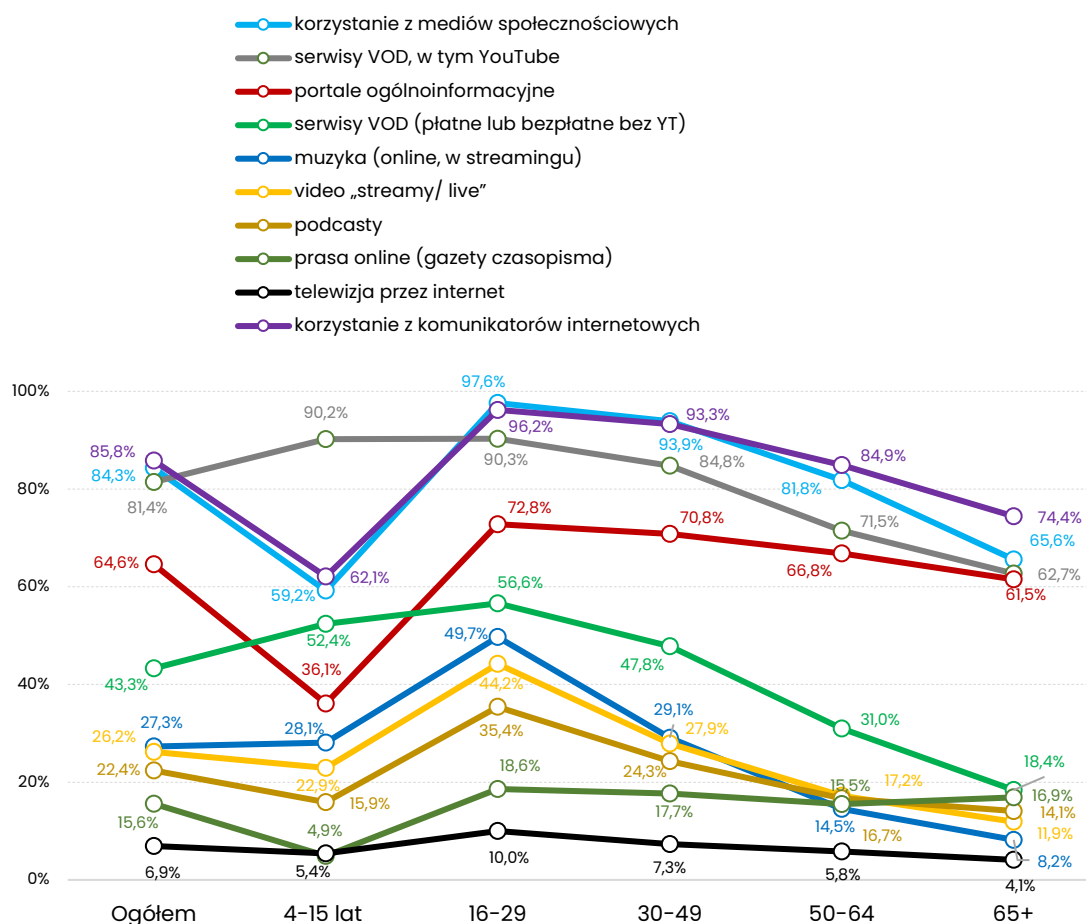
Rozdział 7. Wybrane aktywności w internecie

Wśród korzystających z internetu, do **najczęściej wskazywanych aktywności** (w ujęciu ostatnich 30 dni) należą korzystanie z komunikatorów internetowych (85,8%), wykorzystywanie mediów społecznościowych (84,3%), kontakt z treściami VOD/streamingiem (wliczając YouTube: 81,4%; bez YouTube: 43,3%) oraz korzystanie z portali informacyjnych (64,6%). Rzadziej wskazywane jest słuchanie muzyki online (27,3%), oglądanie video streamów/ live (26,2%) oraz słuchanie podcastów (22,4%). Najrzadziej wskazywanymi aktywnościami w internecie w perspektywie 30 dni jest korzystanie z prasy online (15,6%) oraz oglądanie telewizji przez internet (6,9%).

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 głównie korzystają z portali internetowych i komunikatorów.

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

Podstawa: Korzystający z internetu (30 dni)

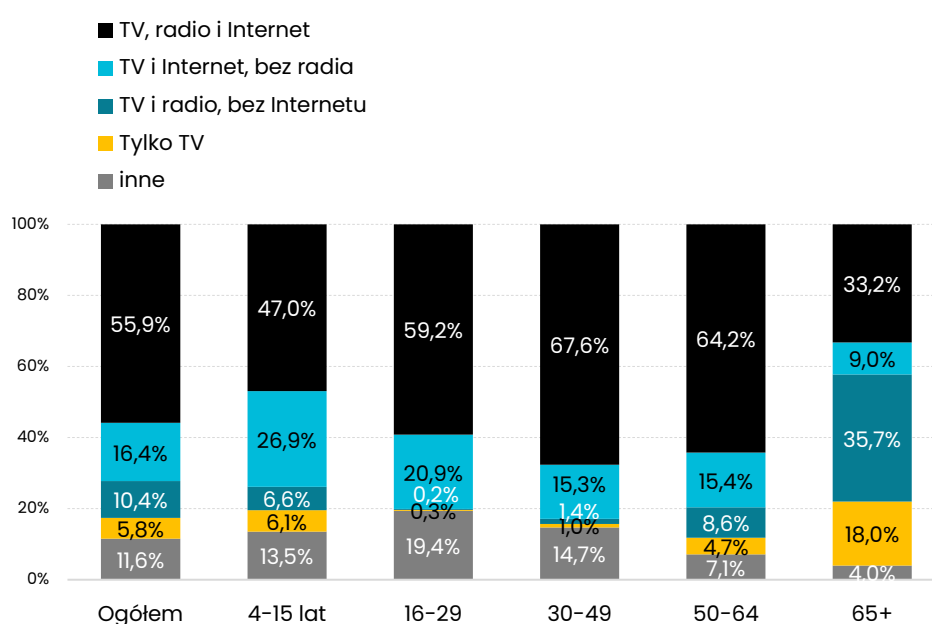


Rozdział 8: Typologia korzystania: telewizja, radio, internet

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 55,9%.

Kolejną grupą, pod względem liczebności, są osoby korzystające z telewizji i internetu, ale nie korzystające z radia (16,4%). Nieco ponad 10% osób korzysta z telewizji i radia, ale bez internetu, a 5,8% 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 – telewizji, radia i internetu. Udział grup użytkowników poszczególnych mediów jest różny w zależności od kategorii wiekowej.



A man with light-colored hair is shown in profile, looking down at a smartphone he is holding. The background is dark with out-of-focus, colorful bokeh lights in shades of teal, yellow, and red, suggesting a city street at night. The overall mood is focused and modern.

**Zjawiska
powiązane
z konsumpcją
usług medialnych**

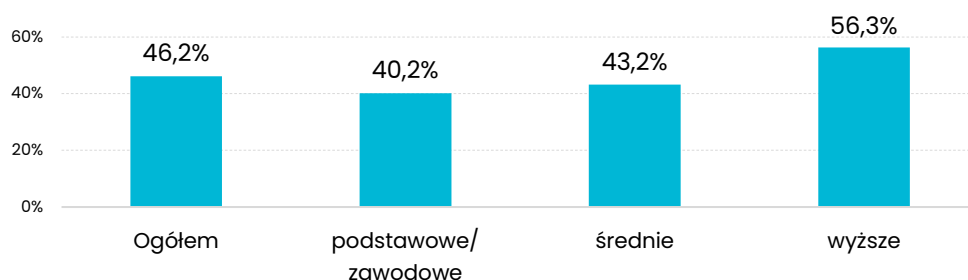
Część III. Zjawiska powiązane z konsumpcją usług medialnych

Rozdział I: Fake newsy w internecie

Wśród osób w wieku 16+ korzystających z internetu – 46,2% **zetknęło się w internecie w ciągu ostatniego roku z nieprawdziwymi (ich zdaniem) treściami**. Częściej takie treści dostrzegły osoby z wykształceniem wyższym (56,3%), a także osoby młode, między 16 a 29 rokiem życia, które są najbardziej intensywnymi użytkownikami internetu (53,3%).

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

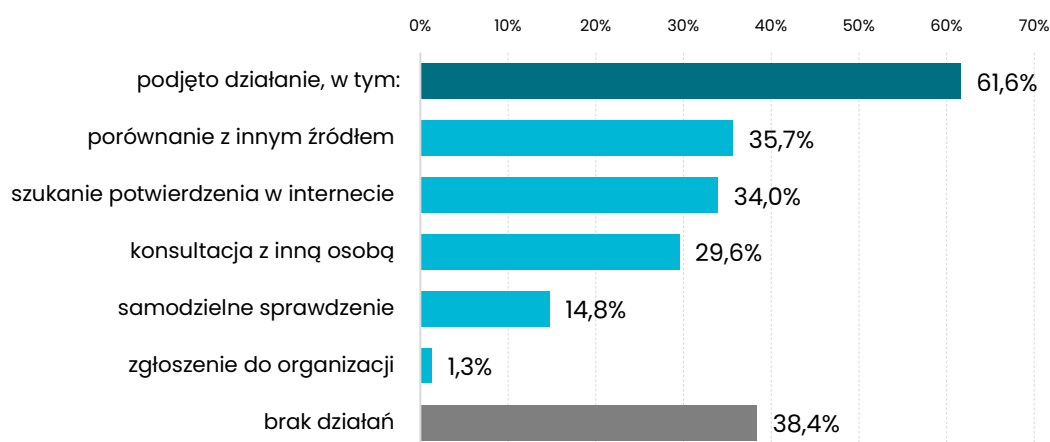
Podstawa: Korzystający z internetu (12 mies.), wiek 16+



Ponad 60% osób, które doświadczyły zjawiska fake newsów podjęła jakieś działanie w celu zweryfikowania informacji (61,6%). Najczęściej było to porównanie z innym konkretnym źródłem (35,7%), szukanie informacji na ten sam temat w internecie (34%), a 29,6% osób skonsultowało się z inną osobą.

Wykres 41. Działania podjęte po zetknięciu się z fake newsami

Podstawa: Korzystający z internetu (12 mies.), w wieku 16+, stykający się z nieprawdziwymi treściami



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.

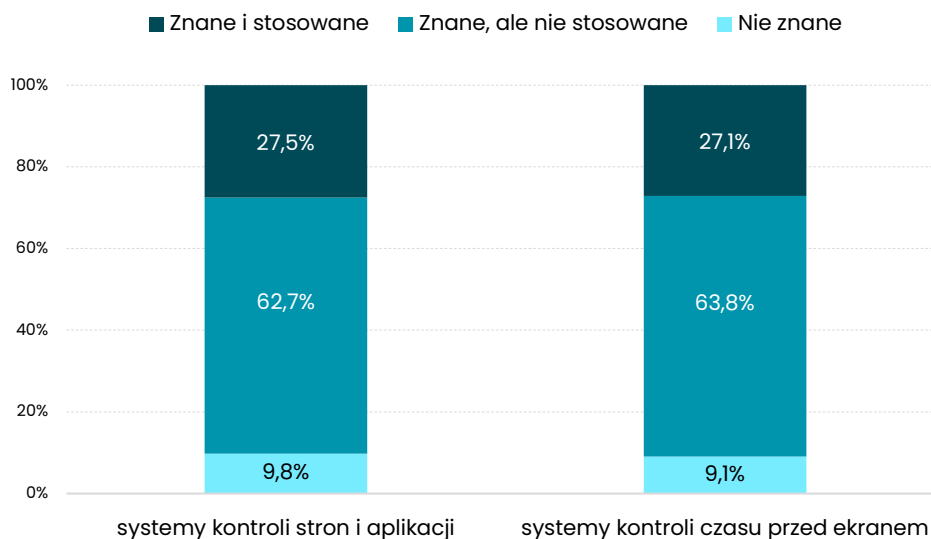
Wśród rodziców posiadających dzieci do 18 roku życia, które korzystają z internetu, **27,5% zna i stosuje systemy kontrolujące rodzaje stron i aplikacji**. 62,7% je zna, ale nie stosuje. Jedynie 9,8% rodziców dzieci korzystających z internetu nie zna takich systemów.

Prawie tak samo często znane i stosowane są systemy **kontrolujące czas przed ekranem**. **27,1% rodziców zna i stosuje takie systemy**, 63,8% zna, ale nie stosuje, a 9,1% 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 I: Czytelnictwo prasy

Kontakt z prasą w ciągu ostatnich 12 miesięcy deklaruje 56,8% populacji w wieku 4 lata i więcej. Regularnie czytających (czytanie prasy w ciągu ostatnich 30 dni) jest 38,1% osób w wieku 4+, przy czym 27,9% osób deklaruje kontakt z gazetami (wydania papierowe lub internetowe), a 28% – z czasopismami (wydania papierowe lub internetowe).

Czytanie prasy częściej deklarują kobiety (60% w okresie ostatnich 12 miesięcy), a także osoby w wieku 50–64 lata (64,7%) i 65 lat i więcej (65%), osoby z wyższym wykształceniem (72,4%) oraz mieszkańcy miast pow. 500 tys. mieszkańców (70,8%).

Biorąc pod uwagę rodzaj nośnika, 51,1% osób deklaruje kontakt w okresie ostatnich 12 miesięcy z prasą papierową, a 23,4% – z wydaniem internetowym. W okresie ostatnich 30 dni, wskaźniki te wynoszą odpowiednio 32% (prasa papierowa) i 12,9% (wydania internetowe).

Prasę papierową istotnie częściej czytają osoby starsze (w okresie ostatnich 12 miesięcy: 50–64 lata – 60,3%, 65 lat i więcej – 63,2%), zaś wydania internetowe, częściej osoby w wieku 16–29 lat (34,9%) i 30–49 lat (31,3%).



Wykres 43. Czytelnictwo prasy

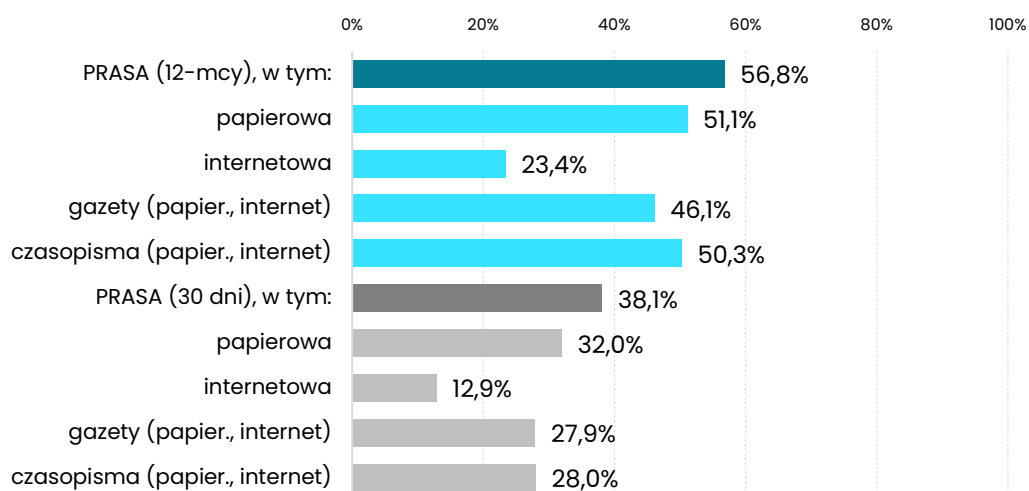


Tabela 7. Czytelnictwo prasy (12 mies.) – w podziale na wiek osoby

	Ogółem	4-15 lat	16-29	30-49	50-64	65+
PRASA (12-mcy), w tym:	56,8%	29,1%	54,8%	59,0%	64,7%	65,0%
papierowa	51,1%	27,6%	43,3%	50,9%	60,3%	63,2%
internetowa	23,4%	8,5%	34,9%	31,3%	24,3%	11,8%
gazety (papier., internet)	46,1%	14,2%	42,7%	48,9%	55,3%	55,9%
czasopisma (papier., internet)	50,3%	25,7%	47,8%	52,8%	57,5%	56,9%

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



Rozdział 2: Czytelnictwo książek

Przeczytanie **minimum jednej książki w roku** (w postaci drukowanej lub elektronicznej (ebook)) deklaruje 47,2% populacji **osób w wieku 16+**. Jedną książkę przeczytało 4,4% populacji 16+, 2-3 książki - 13,1%, a 4 książki i więcej - 29,8%. Średnio, **osoby czytające**, przeczytały w ciągu roku 8 książek.

Czytanie książek częściej deklarują kobiety (56,2%) i młodzi dorośli (16-29 lat) - 64,5%. Poziom czytelnictwa jest wyższy wśród osób z wyższym wykształceniem (73,3%). Wskaźnik czytelnictwa wśród mieszkańców miast wynosi 51,7%, zaś wśród mieszkańców wsi - 40,3%.



Wykres 44. Liczba przeczytanych książek

Podstawa: osoby 16 lat i więcej

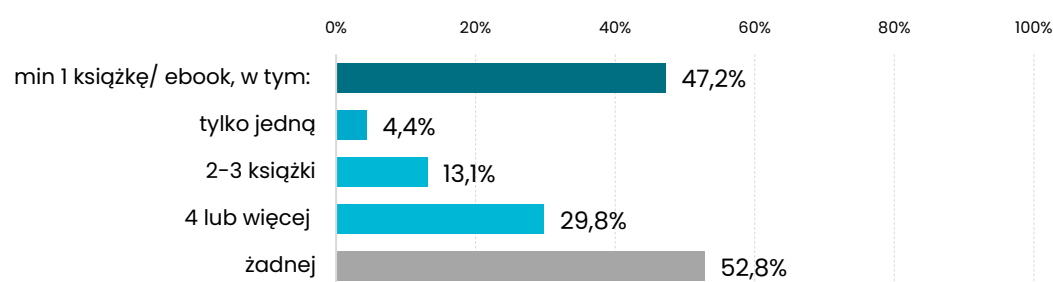


Tabela 8. Liczba przeczytanych książek - w podziale na wiek osoby

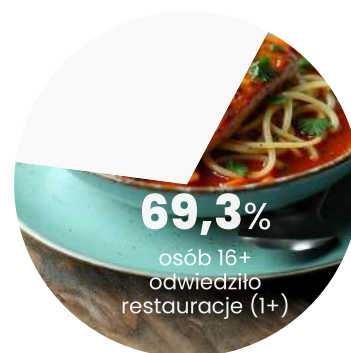
Podstawa: osoby 16 lat i więcej

	Ogółem	16-29	30-49	50-64	65+
min 1 książkę/ ebook, w tym:	47,2%	64,5%	47,9%	43,1%	37,5%
tylko jedną	4,4%	4,8%	5,1%	3,3%	3,8%
2-3 książki	13,1%	17,4%	13,6%	11,8%	10,4%
4 lub więcej	29,8%	42,3%	29,2%	28,0%	23,3%
żadnej	52,8%	35,5%	52,1%	56,9%	62,5%

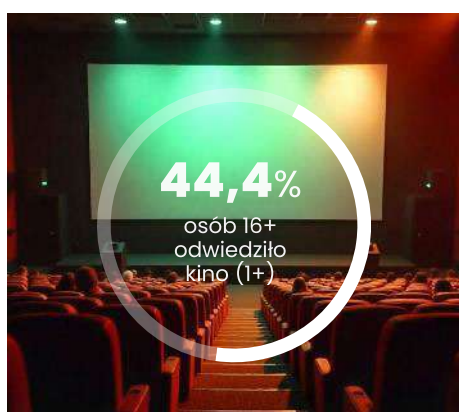
Legenda: istotnie **częściej/ rzadziej** w porównaniu do ogółu populacji mieszkańców Polski w wieku 4+.

Rozdział 3. Kultura – inne aktywności

Biorąc pod uwagę innego rodzaju aktywności, 69,3% osób w wieku 16+ deklaruje korzystanie z restauracji/ barów/ kawiarni co najmniej raz w roku. Na festynie, choć raz w ostatnim roku, było 45,6% osób w wieku 16+, a w kinie – 44,4%. W koncertach muzycznych uczestniczyło 26,5%, a obiekty historyczne odwiedziło 26%. Po mniej niż 20% osób w wieku 16 lat i więcej brało udział w wydarzeniu sportowym, odwiedziło muzeum, bibliotekę, dom kultury, teatr czy operę.



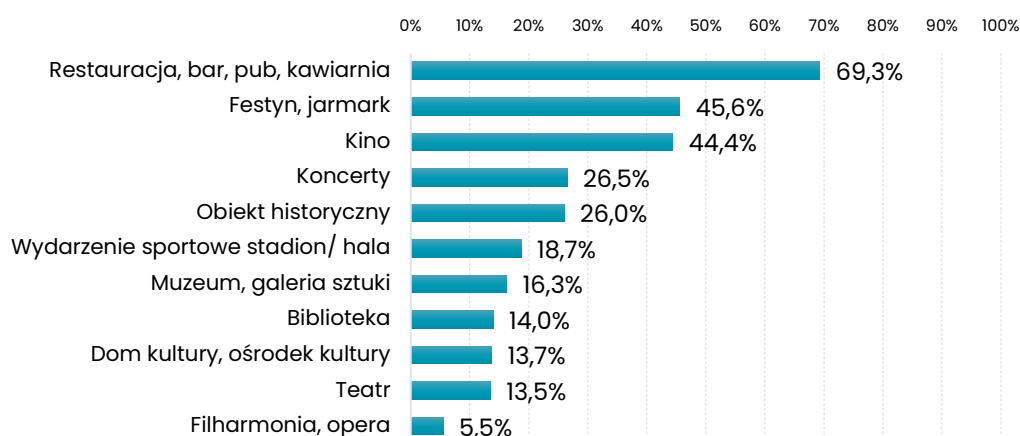
Najbardziej aktywne, pod względem konsumpcji kultury, są



osoby w wieku 16-29 lat, które istotnie częściej w ciągu ostatniego roku choć raz odwiedziły restaurację/ bar (87,6%), choć raz były w kinie (72,3%), czy na koncercie (49,2%). 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 ograniczonej dostępności, nie korzystają tak często, jak mieszkańcy miast, z obiektów takich jak kino, teatr czy 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 liczbie 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 częstotliwości korzystania z 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 2024 próba roczna obejmie prawie 15 000 gospodarstw i ponad 30 000 osób.

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 2024 próba roczna objęła prawie 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 stanowi system TERYT (Urządowy Rejestr Podziału Terytorialnego Kraju), prowadzony przez Główny Urząd Statystyczny, który jako jedyny dostępny operat losowania może być zastosowany do losowego doboru próby przy założeniu, że podstawową jednostką badania jest gospodarstwo domowe. System TERYT obejmuje 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 obejmuje zatem populację osób 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, zmniejszonej 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 w 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, uzupełnionego 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 jest 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 usług medialnych i wykorzystywanych usług 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 na pytania w asyście lidera technologicznego, wskazanego spośród innych członków gospodarstwa domowego.

Liczba telewizorów – z danych ze spisu pantry check oszacowano 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 do telewizora podłączonego tylko do internetu jako źródła telewizji (przez internet) – to gospodarstwo z minimum jednym odbiornikiem telewizyjnym podłączonym do źródła sygnału telewizyjnego (satelita, kabel/iptv, eter) lub podłączonym tylko do 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: <ul style="list-style-type: none">- 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 posiadania 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 posiadania więcej niż jednego rodzaju sygnału telewizyjnego, gospodarstwo domowe jest przypisane do więcej niż jednego typu sygnału zgodnie z posiadanym (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.