

Badanie: Media publiczne w ocenie polskiego odbiorcy

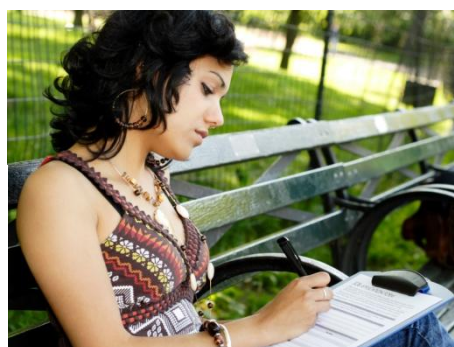


PRÓBA

Wyniki badania
dla



Związku Pracowników
Mediów Publicznych



REALIZACJA TERENOWA



ANALIZA

Wykonawca:



HOMO HOMINI
INSTYTUT BADANIA OPINII



WIEDZA

Warszawa, 11 lutego 2011r.

WPROWADZENIE

Media stanowią istotną część życia społecznego i jako takie nie tylko kreują zainteresowanie społeczne dla różnych obszarów, ale także same stanowią ważny punkt zainteresowania. Ze względu na swój specyficzny charakter media posługują się najrozmaitszymi badaniami, które wykorzystują dla celów dostosowania swojej oferty do oczekiwań odbiorców. Oprócz badań dotyczących słuchalności, oglądalności czy czytelnictwa niezwykle istotne są dane odnoszące się do obszarów zaufania, trafności oferty - zaspokajania potrzeb odbiorców. Projekty takie prowadzi się zarówno w odniesieniu do pojedynczych pozycji programowych, jak i dla całych anten, czy grup medialnych. Czytelnik, Widz, czy Słuchacz danego medium jest dokładnie zidentyfikowany. Znany jest nie tylko jego profil demograficzny, ale także przyzwyczajenia, zachowania komercyjne, a nawet sympatie polityczne. Dane te służą potem do profilowania oferty programowej w sposób, który będzie najbardziej atrakcyjny, przyciągnie i utrzyma odbiorcę, a jednocześnie pozwoli kształtować jego zachowania zgodnie z misją komercyjną (sprzedażową) lub publiczną mediów.

W badaniach mediów obserwujemy pełną różnorodność metod i technik badawczych. Dynamicznie rozwijające się media same stwarzają przestrzeń i potrzebę nowych badań - dla potrzeb telewizji powstały skomplikowane systemy telemetrii, a badania Internetu stały się jedną z najszybciej rozwijających się dziedzin badań komercyjnych. W profesjonalnym świecie mediów, nic nie pozostawia się przypadkowi - każdy element jest starannie zaplanowany na podstawie informacji dostarczonych przez rozbudowany aparat badawczy. Informacja o ocenie, zaufaniu i uwagach odbiorców jest kluczowa dla budowaniu sukcesu na rynku telewizyjnym, radiowym, internetowym i prasowym.

Potrzeba pogłębionych analiz wykraczających poza ogólnie dostępne, chociaż powierzchowne źródła wiedzy legła u podstaw przygotowania niniejszego projektu badawczego. Celem badania "Media publiczne w ocenie polskiego odbiorcy" są próbą sformułowania szerokiej oceny sektora rynku medialnego w Polsce tworzonego przez Telewizję Publiczną, Polskie Radio i 17 publicznych rozgłośni regionalnych.

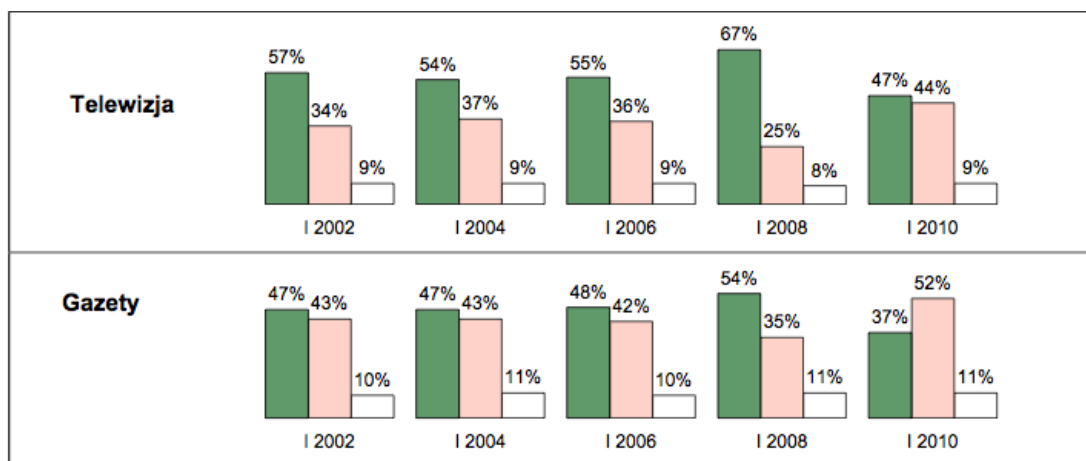
1. DOTYCHCZASOWE BADANIA - RYS SYTUACYJNY

Media publiczne podlegają regularnej ocenie badawczej, realizowanej zarówno na zlecenie podmiotów działających na rynku telewizyjnym, jak i radiowym. Badania te mają różnorodny charakter. Dzięki nim dostępne są między innymi szczegółowe dane o oglądalności programów telewizyjnych dostarczane przez TNS OBOP i AGB Nielsen, dane dotyczące słuchalności rozgłośni radiowych dostarczane w ramach standardu RadioTrack firmy Millward Brown SMG/KRC. Równolegle realizowane są projekty oceniające już emitowane programy, a także programy, które dopiero są przygotowywane do emisji. Dostępne są także wyniki cyklicznych badań zaufania do mediów działających w Polsce, chociaż w ogólnie dostępnych publikacjach ich wartość informacyjna jest niewielka i zawiera się jedynie w możliwości śledzenia trendów zmian tych wskaźników na przestrzeni ostatnich lat. W sferze wyłącznej dyspozycji poszczególnych nadawców pozostają bardziej szczegółowe analizy, które ze względu na wrażliwość zawartych danych oraz wynikające z nich przewagi konkurencyjne nie doczekały się publikacji. W próbach budowania odniesień i porównań jesteśmy zatem skazani na te dane, do których przy tworzeniu niniejszego raportu udało się dotrzeć.

Media publiczne stanowią czołówkę polskiego rynku mediowego. Pozycję tę potwierdzają zarówno badania oglądalności telewizji i słuchalności rozgłośni radiowych. Wyniki oceny publicznych radia i telewizji nie odbiegają od oceny ich komercyjnych konkurentów, a w ostatnich latach utrzymują stabilne, wysokie notowania.

1.1. Zaufanie do mediów

W ogólnodostępnych źródłach odnajdujemy także dane dotyczące poziomu zaufania do rodzajów poszczególnych mediów. Centrum Badania Opinii Publicznej od 2002 roku prowadzi regularnie badania zaufania do gazet i telewizji, jako kategorii mediów. Ostatnie dane z tego swoistego trackingu pochodzą ze stycznia 2010 roku.



CBOS, *Zaufanie Społeczne, styczeń 2010*

źródło:

Zarówno w przypadku prasy, jak i telewizji obserwujemy znaczący spadek zaufania do mediów. Należy jednak zauważyć, że w przypadku telewizji odsetek osób ufających telewizji jest nieznacznie wyższy od odsetka badanych deklarujących brak zaufania. Badanie nie zawiera danych dotyczących rodzaju medium jakim jest radio.

1.2. Badania telewizji - oglądalność

W czasie przeprowadzania badania dwie główne anteny naziemne (TVP1 i TVP2) telewizji publicznej były liderami rynku jeżeli chodzi o oglądalność (*zagregowany całodobowy udział w grupie 4+, TNS OBOP*), podobną pozycję miał TVP Info wśród telewizji informacyjnych. W przypadku kanału informacyjnego Telewizji Polskiej należy jednak zaznaczyć, że jako jedyny nadawany się w systemie telewizji naziemnej (analogowej i cyfrowej w niektórych regionach kraju).

| Wszyscy 4+ (bez gości) | | | | |
|------------------------|----------|--------|------------|--------|
| Lp. | | I 2011 | | I 2010 |
| 1 | TVP1 | 20,05 | TVP1 | 22,49 |
| 2 | TVP2 | 14,87 | TVP2 | 15,46 |
| 3 | TVN | 12,61 | Polsat | 13,71 |
| 4 | Polsat | 12,50 | TVN | 12,17 |
| 5 | TVP INFO | 4,55 | TVP INFO | 4,44 |
| 6 | TVN 24 | 4,10 | TVN 24 | 2,95 |
| 7 | TV4 | 2,22 | TV4 | 2,19 |
| 8 | TV Puls | 2,03 | TVN Siedem | 1,54 |

źródło: *Wirtualnemedi.pl* za TNS OBOP, 2 lutego 2011r.

Łączny udział anten i kanałów Telewizji Polskiej wyniósł w styczniu 2011r. 40,79 proc.

1.3. Badania telewizji - ocena instytucji

Źródłem danych dotyczących oceny mediów publicznych są badania CBOS o zaufaniu do instytucji publicznych pozwalających obserwować zmiany jakie na przestrzeni ostatnich lat (2006 - 2010) zachodziły w opinii publicznej na ten temat.

| Oceniane stacje telewizyjne | Oceny | Wskazania respondentów według terminów badań | | | | | | | | | | Zmiany III– IX 2009 |
|-----------------------------|-------------------|--|-------|-------|-------|--------|-------|-------|--------|---------|--------|---------------------|
| | | VI '06 | X '06 | I '07 | V '07 | IX '07 | I '08 | V '08 | IX '08 | III '09 | IX '09 | |
| | | w procentach | | | | | | | | | | |
| Telewizja publiczna | dobra | 82 | 83 | 84 | 85 | 82 | 82 | 81 | 82 | 85 | 83 | -2 |
| | zła | 10 | 11 | 11 | 10 | 12 | 13 | 14 | 14 | 11 | 12 | +1 |
| | Trudno powiedzieć | 8 | 6 | 5 | 4 | 7 | 5 | 6 | 4 | 4 | 5 | +1 |
| Telewizja Polsat | dobra | 77 | 78 | 84 | 80 | 83 | 81 | 81 | 79 | 80 | 81 | +1 |
| | zła | 9 | 11 | 7 | 9 | 7 | 10 | 8 | 12 | 11 | 9 | -2 |
| | Trudno powiedzieć | 14 | 12 | 10 | 11 | 10 | 10 | 11 | 10 | 9 | 10 | +1 |
| Telewizja TVN | dobra | 76 | 76 | 77 | 79 | 81 | 81 | 82 | 79 | 83 | 81 | -2 |
| | zła | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 8 | 8 | 5 | -3 |
| | Trudno powiedzieć | 20 | 19 | 19 | 17 | 15 | 14 | 13 | 13 | 10 | 13 | +3 |

źródło: CBOS, Oceny instytucji publicznych, marzec 2010

Telewizja Polska i dwie główne telewizje komercyjne (TVN i Polsat) cieszą się niemal jednakowym odsetkiem dobrych ocen. Różnice pojawiają się w odsetku osób źle oceniających telewizje oraz tych, które nie mają zdania. TVP ma najwyższy odsetek osób źle oceniających tę instytucję i najmniejszym odsetkiem nie badanych umiających określić swojego stosunku do niej. Dowodzi to, że oceny telewizji publicznej są bardziej zdecydowane od ocen komercyjnej konkurencji. Określenie powodów takiego zjawiska na gruncie dostępnych z badania danych nie jest możliwe. Należy także zauważyć, że ocena telewizji publicznej na przestrzeni ostatnich czterech lat jest bardzo stabilna.

Według innego badania, przeprowadzonego przez TNS OBOP w styczniu 2011 wynika, że Polacy w 69 proc. są przekonani o potrzebie istnienia TVP. Prawie dwie trzecie badanych (62 proc.) uważa też, że oferta TVP i telewizji komercyjnych jest różna. Według ankietowanych media publiczne są lepsze niż komercyjne w następujących kategoriach programów: w zakresie informacji regionalnych o wyższości TVP jest przekonanych 71 proc. respondentów, edukacji i kultury 59 proc., publicystyki 51 proc., wiadomości i informacji 46 proc., rozrywki 37 proc., a sportu 33 proc.

1.4. Badania radiowe - słuchalność

Podczas realizacji badania będącego przedmiotem niniejszego raportu sytuacja na rynku rozgłośni radiowych przedstawiała się następująco:

| | listopad - styczeń 2011 | listopad -styczeń 2010 | listopad -styczeń 2009 | listopad -styczeń 2008 | listopad - styczeń 2007 |
|--------------------------------------|----------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|----------------------------|
| Radio RMF FM | 25,50% | 25,70% | 23,87% | 22,50% | 22,60% |
| Radio ZET | 16,10% | 16,40% | 17,24% | 19,30% | 19,40% |
| Program 1 Polskiego Radia | 13,10% | 12,60% | 12,88% | 13,10% | 13,50% |
| Program 3 Polskiego Radia | 8,30% | 7,26% | 6,91% | 5,70% | 5,90% |
| Radio Maryja | 2,40% | 2,09% | 1,86% | 2,30% | 2,00% |
| ESKA ROCK | 1,50% | 1,40% | 0,80% | 0,20% | 0,20% |
| Radio TOK FM | 1,40% | 0,95% | 1,19% | 1,00% | 0,80% |
| Program 2 Polskiego Radia | 0,67% | 0,65% | 0,63% | 0,60% | 0,70% |
| CHILLI ZET | 0,47% | 0,50% | 0,16% | - | - |
| Program 4 Polskie Radio | 0,30% | 0,16% | 0,20% | 0,40% | 0,40% |
| Radio PiN | 0,18% | 0,12% | - | - | - |

Źródło: Wirtualnemedi za Radio Track SMG/KRC A Millward Brown Company, 10 lutego 2010r.

Programy Polskiego Radia zajęły 3 (PR I) i 4 (PR III) miejsce w rankingu słuchalności. Wyprzedziły je RMF FM oraz Radio Zet. Choć dystans między PR I a "Zetką" wynosi tylko 3 punkty proc., to jednak biorąc pod uwagę dynamikę zmian, w uznanym za standard badaniu RadioTrack, programy Polskiego Radia nie mają w najbliższym czasie szansy na zajęcie miejsc takich, jakie zajmują na rynku telewizyjnym TVP1 i TVP2.

Obserwując słuchalność rozgłośni publicznych, można powiedzieć, że cechował je stabilny udział w rynku, chociaż "Trójka" powoli, chociaż systematycznie poszerzała grono swoich słuchaczy.

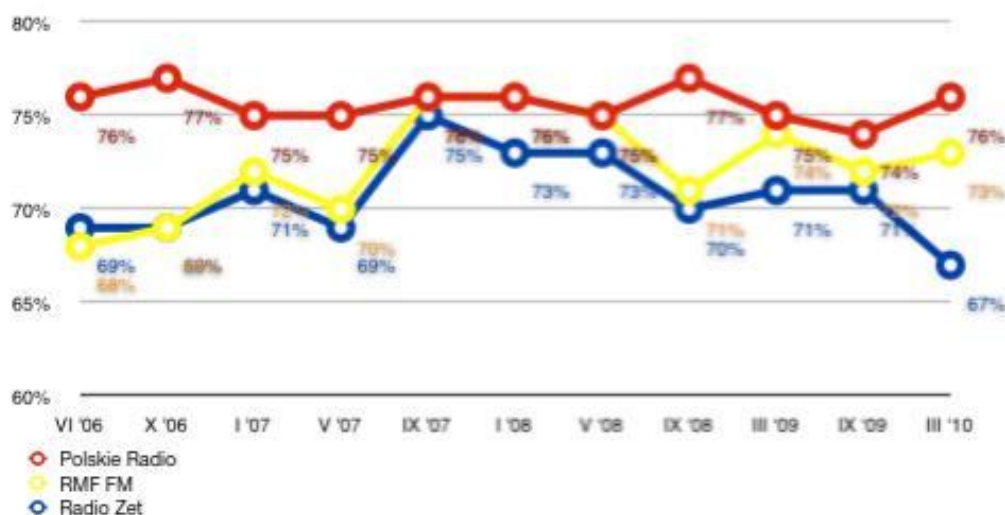
1.5. Badania radiowe - ocena rozgłośni

Korzystając z tego samego źródła danych (CBOS), co w przypadku telewizji, można stwierdzić, że w latach 2006 - 2010 ocena Polskiego Radia podlega jedynie niewielkim zmianom.

| Oceniane stacje radiowe | Oceny | Wskazania respondentów według terminów badań | | | | | | | | | | Zmiany IX '09 – III '10 | |
|---------------------------|-------------------|--|-------|-------|-------|--------|-------|-------|--------|---------|--------|-------------------------|---------|
| | | VI '06 | X '06 | I '07 | V '07 | IX '07 | I '08 | V '08 | IX '08 | III '09 | IX '09 | | III '10 |
| | | w procentach | | | | | | | | | | | |
| Polskie Radio (publiczne) | dobra | 76 | 77 | 75 | 75 | 76 | 76 | 75 | 77 | 75 | 74 | 76 | +2 |
| | zła | 4 | 5 | 4 | 5 | 6 | 7 | 7 | 6 | 8 | 6 | 5 | -1 |
| | Trudno powiedzieć | 20 | 18 | 21 | 20 | 18 | 17 | 18 | 17 | 17 | 20 | 19 | -1 |

źródło: CBOS, Oceny instytucji publicznych, marzec 2010

Wyniki publicznego radia są bliskie wynikom głównych nadawców komercyjnych. Badania te jednak dotyczą nie tylko nadawców, ale także ich głównych programów np. Radia Zet lub RMF FM. W wynikach jednak próżno szukać informacji o zaufaniu do ich publicznej konkurencji Programu I Polskiego Radia "Jedynki" lub Programu III Polskiego Radia, czyli słynnej radiowej "Trójki".



| | | | | | | | | | | | | | |
|--------------|-------------------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| Radio RMF FM | dobra | 68 | 69 | 72 | 70 | 76 | 76 | 75 | 71 | 74 | 72 | 73 | +1 |
| | zła | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 5 | 6 | 4 | 4 | 0 |
| | Trudno powiedzieć | 29 | 27 | 25 | 28 | 22 | 22 | 22 | 24 | 19 | 24 | 23 | -1 |
| Radio Zet | dobra | 69 | 69 | 71 | 69 | 75 | 73 | 73 | 70 | 71 | 71 | 67 | -4 |
| | zła | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 6 | 4 | 5 | +1 |
| | Trudno powiedzieć | 29 | 27 | 27 | 29 | 23 | 24 | 24 | 26 | 23 | 26 | 28 | +2 |

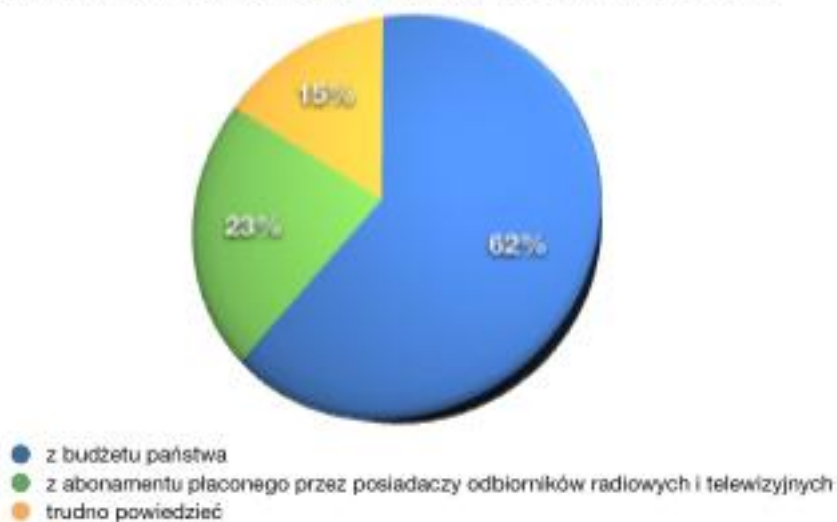
źródło: CBOS, Oceny instytucji publicznych, marzec 2010

Obserwujemy dwa etapy zmian w ocenie rozgłośni radiowych: pierwszy w latach 2006-2007, kiedy RMF FM i Radio Zet dogoniły Polskie Radio pod względem pozytywnych ocen, oraz drugi w latach 2008-2010, kiedy to RMF FM i PR zachowały w miarę stabilne notowania, a Radio Zet zaczęło tracić pozytywne oceny.

1.6. Opinia społeczna na temat finansowania mediów publicznych

Oddzielnym zagadnieniem jest sposób finansowania mediów publicznych. Według badania przeprowadzonego przez CBOS w 2008 roku wynika, że ponad połowa Polaków, (62 proc.) uważa, że radio i telewizja publiczne powinny być finansowane ze środków budżetu państwa, na abonament jako źródło finansowania wskazało już tylko 23 proc. badanych.

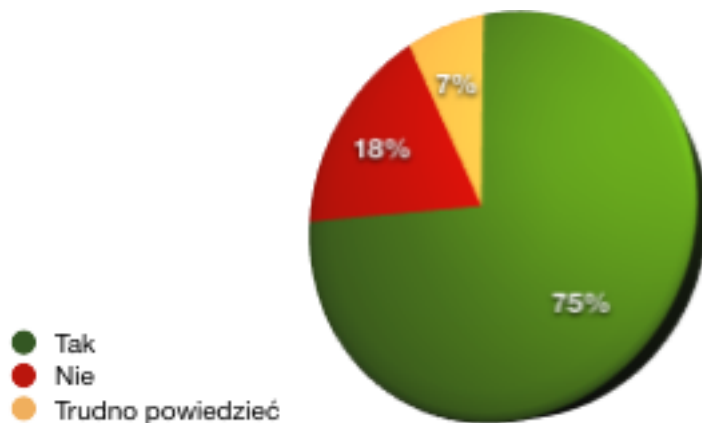
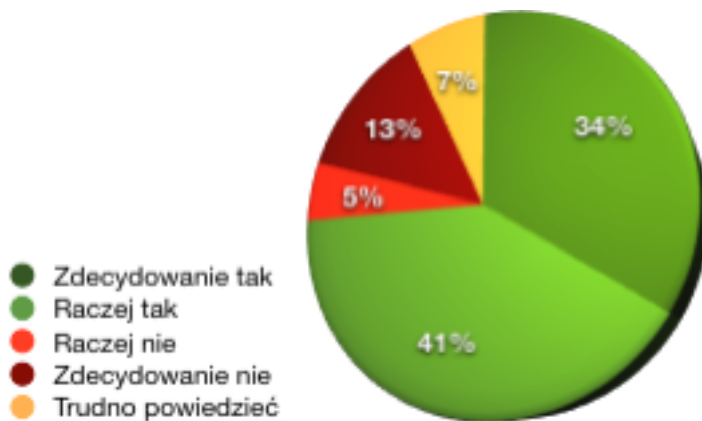
Czy publiczne radio i telewizji powinny być finansowane:



Dane: CBOS, Finansowanie mediów publicznych, marzec 2008

Zwolennikami czerpania funduszy przez media publiczne z abonamentu radiowo-telewizyjnego są szczególnie osoby młode, o wysokim statusie materialnym, mieszkające w dużych miastach (CBOS, Finansowanie mediów publicznych, marzec 2008). Ponadto, 34 proc. badanych uważa zdecydowanie, że media publiczne powinny mieć prawo do pozyskiwania pieniędzy z reklam. Umiarkowanymi zwolennikami takiego rozwiązania jest natomiast 41 proc. respondentów. Przeciwników takiej możliwości jest w sumie 18 proc. (CBOS, Finansowanie mediów publicznych, marzec 2008).

Czy publiczne radio i telewizja, które są finansowane z pieniędzy publicznych, powinny mieć prawo pozyskiwania pieniędzy z reklam?



Dane: CBOS, Finansowanie mediów publicznych, marzec 2008

Podobne wyniki uzyskano w badaniu przeprowadzonym w 2008 roku wśród dziennikarzy i specjalistów PR. Według 48,5 proc. z nich najlepszym rozwiązaniem jest finansowanie mediów publicznych zarówno ze środków budżetowych, jak i z reklam. Najmniej popularną możliwością było natomiast finansowanie mediów publicznych tylko z abonamentu – takiemu rozwiązaniu sprzeciwiało się 77,2 proc. badanych. Finansowaniu mediów jedynie ze środków pozyskanych z reklam przeciwnych było 75,2 proc. respondentów, a finansowaniu ich wyłącznie z budżetu sprzeciwiało się 65,7 proc. (K. Nowakowski, Społeczna odpowiedzialność mediów w systemie gospodarki rynkowej, IS UW 2008). Mieszana forma finansowania ma więc zdecydowanie najwięcej zwolenników. Reasumując, Polacy są zwolennikami finansowania mediów publicznych bezpośrednio z budżetu państwa, co jednak nie wyklucza ich zdaniem prawa do pozyskiwania środków z reklam. Taki właśnie system jest najbardziej popularny w Europie.

1.7. Finansowanie mediów publicznych - funkcjonujące modele

Media publiczne są pozbawione prawa do pozyskiwania środków z reklam w państwach skandynawskich (Szwecja, Norwegia, Dania, Finlandia), w Estonii oraz Wielkiej Brytanii. Są one finansowane z budżetu państwa, opłat abonamentowych lub z obu źródeł łącznie. Przeciwny model finansowania znajduje się w Luksemburgu, w którym media publiczne finansują się same, wyłącznie z wpływów z reklam. W większości pozostałych państw media publiczne korzystają zarówno z opłat abonamentowych, subwencji lub dotacji budżetowych oraz wpływów z reklam (A. Woźniak, P. Stęпка, M. Borkowska, E. Murawska-Najmiec, Systemy poboru opłat abonamentowych w wybranych państwach europejskich – aktualizacja, Analiza Biura KRRiT nr 5/2007). Sytuacja Polski nie jest więc w tym kontekście w żadnym stopniu wyjątkowa. Co więcej, w Polsce udział środków przeznaczanych na finansowanie mediów publicznych w stosunku do PKB jest jednym z najniższych w Europie – w 2007 roku wyniósł 0,77 promila. Dla porównania w Niemczech był on na poziomie 2,87 promila, a europejska średnia to 1,67 promila (P. Stęпка, A. Woźniak, Finansowanie mediów elektronicznych ze środków publicznych – analiza porównawcza na przykładzie wybranych państw europejskich, Analiza Biura KRRiT nr 4/2009). Udział środków publicznych w budżecie mediów publicznych był w 2007 roku w Polsce na najniższym poziomie spośród dwudziestu jeden analizowanych krajów europejskich i wyniósł 24,7 proc. Dla porównania udział środków publicznych w budżecie mediów publicznych w Finlandii wyniósł 95,7 proc., a w Szwecji 93 proc. (P. Stęпка, A. Woźniak, Finansowanie mediów elektronicznych ze środków publicznych – analiza porównawcza na przykładzie wybranych państw europejskich, Analiza Biura KRRiT nr 4/2009). Co ciekawe, w krajach o niskim udziale środków publicznych w budżecie publicznych mediów mamy do czynienia z dużym udziałem w rynku mediów. Na przykład TVP w 2007 roku miała 46,6 proc. udziałów w rynku, a publiczna telewizja włoska 41,8 proc. W krajach o wysokim udziale środków publicznych w budżecie publicznych mediów udziały w rynku są niższe – na przykład w Szwecji 32,9 proc. (P. Stęпка, A. Woźniak, Finansowanie mediów elektronicznych ze środków publicznych – analiza porównawcza na przykładzie wybranych państw europejskich, Analiza Biura KRRiT nr 4/2009).

METODOLOGIA

2.1. CELE BADANIA

Celem badania jest przedstawienie holistycznego wizerunku mediów publicznych – Polskiego Radia, Telewizji Polskiej oraz rozgłośni regionalnych Polskiego Radia.

Całościowo raport opisuje oczekiwania wobec publicznego radia i telewizji, a także prezentuje porównanie tych problemów w odniesieniu do mediów komercyjnych. Tym samym na podstawie zawartych w nim danych możliwa będzie odpowiedź na kluczowe pytanie - jaka powinna być przyszłość mediów publicznych w Polsce?

W szczególności badanie dotyka tematyki:

- zaufanie i istotność mediów publicznych na tle nadawców komercyjnych,
- ocena oferty programowej mediów publicznych,
- oczekiwania wobec oferty programowej mediów publicznych,
- poziom istotności publicznych mediów regionalnych,
- preferencji odbiorców (widzów i słuchaczy) dotyczących sposobu finansowania mediów publicznych.

Dodatkowym elementem jest próba oceny niedawno wprowadzonych projektów internetowych Polskiego Radia i Telewizji Polskiej, z uwzględnieniem ich znajomości oraz poziomu satysfakcji z oferowanych usług.

Wszystkie powyższe aspekty zostaną przeanalizowane za względu na charakteryzujące cechy demograficzne respondentów (wiek, wykształcenie, miejsce zamieszkania oraz sytuację na rynku pracy). Zależności mogą też występować w odniesieniu do czasu poświęcanego na oglądanie telewizji bądź słuchanie radia, opłacanie abonamentu radiowo-telewizyjnego oraz kontakt z mediami publicznymi lub komercyjnymi.

2.2. Dobór próby

Badania zaplanowano w celu uzyskania informacji na poziomie ogólnopolskim. Dlatego też zastosowano system kwotowo-losowy. Kwotowaniu podlegał geograficzny rozkład próby wg danych GUS dotyczących województw oraz rozkład wielkości populacji zamieszkujących wsie, małe, średnie i duże miasta zgodnie z danymi GUS. Ewentualne odchylenia próby od rozkładu populacji ogólnej wynikają z deklaracji o byciu odbiorcą radia lub telewizji.

Badaniem zostali objęci wszyscy mieszkańcy Polski powyżej szesnastego roku życia. Warunkiem uczestnictwa w badaniu było deklarowane przez respondenta przynajmniej okazjonalne słuchanie radia, bądź oglądanie telewizji. W przypadku pytań o projekty internetowe dodatkowym warunkiem było deklarowane korzystanie z Internetu. Pytania o

zaufanie do rozgłośni radiowych zostało rozbite na szesnaście regionów, w których została wyodrębniona dostępna tam technicznie lista stacji radiowych.

Kwalifikacja do badania odbywała się za pomocą serii pytań selekcyjnych zadawanych przez ankietera potencjalnemu respondentowi.

2.3. Procedura badań

Badania polegały na przeprowadzeniu wywiadu telefonicznego (CATI) z respondentem na podstawie standaryzowanego kwestionariusza. Ankieter za pomocą komputerowego systemu obsługującego badanie, łączył się z wylosowanym numerem abonenta telefonii stacjonarnej lub komórkowej i przeprowadzał wywiad. W przypadku odmowy lub w przypadku, gdy respondent nie spełniał kryteriów udziału w badaniu ankieter łączył się z kolejnym wylosowanym numerem.

System losowania oparty był na procedurze Random Digit Dialing polegającej na losowym zestawianiu liczb tworzących numer telefonu komórkowego lub stacjonarnego. Kwotowanie w przypadku tej metody oparte jest na obowiązującym w Polsce systemie geograficznej alokacji rozwiniętych prefiksów numerów abonentów.

Przed badaniami właściwymi, w celu weryfikacji kwestionariusza, zostały przeprowadzone badania pilotażowe na próbie 100 respondentów. Badania te potwierdziły właściwy sposób ułożenia analizowanych zagadnień, dobre rozumienie treści pytań kwestionariusza i przejrzystość instrukcji dotyczącej sposobu udzielania odpowiedzi. Badani nie mieli kłopotów z odpowiadaniem na zadawane pytania, robili to sprawnie, a zebrane wywiady wykazywały różnorodność udzielanych odpowiedzi.

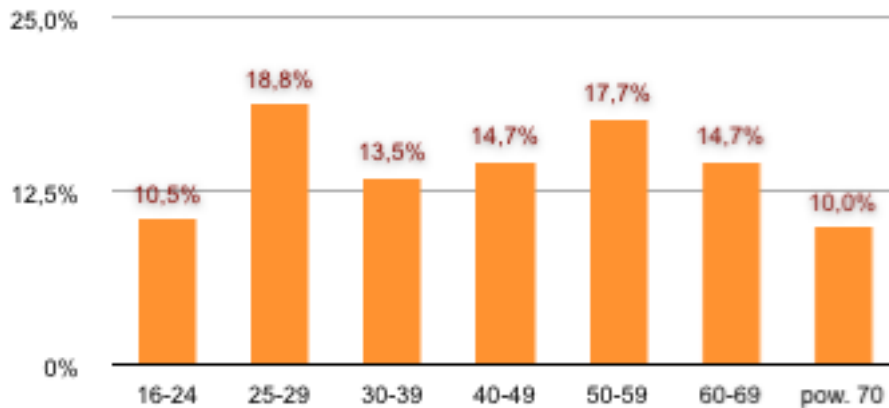
2.4. Opis cech zbadanej próby

Badanie przeprowadzono w dniach 3 - 9 stycznia 2011r. na próbie 1072 osób.

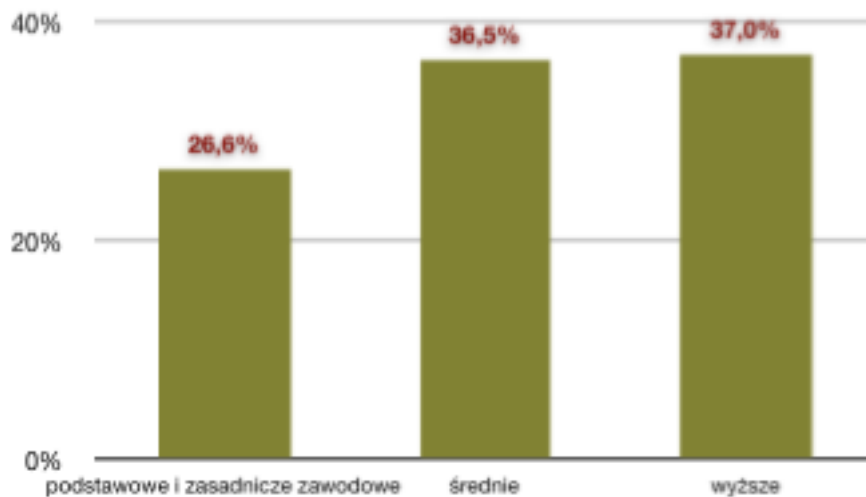
Respondenci w grupie wiekowej 16-49 (tzw. *grupa docelowa*) stanowią 57,5 proc. ogółu przebadanych osób. Pozostali ankietowani w wieku powyżej 50-tego roku życia to 42,5 proc. zrealizowanej próby. W próbie obserwujemy niewielką nadwyżkę osób w wieku 25-29 lat, oraz niewielki deficyt w grupie wiekowej 16-24 i 30-39 lat w stosunku do populacji generalnej.



Wiek respondentów

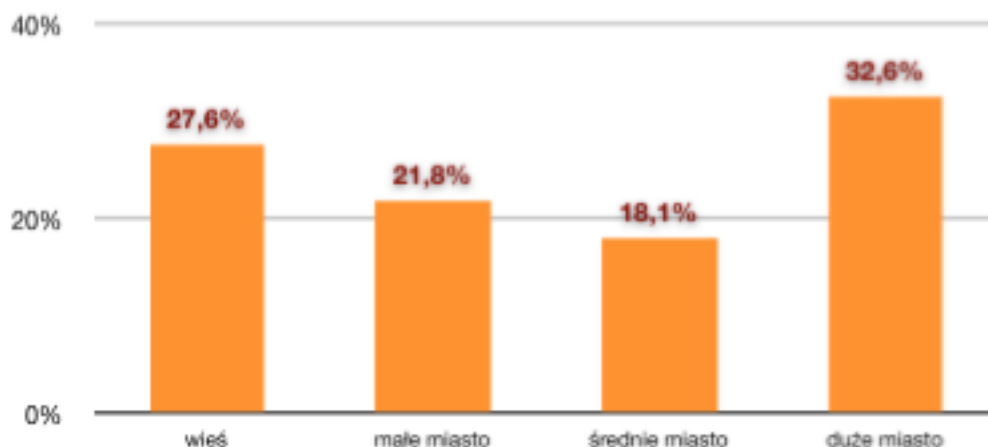


Wykształcenie respondentów



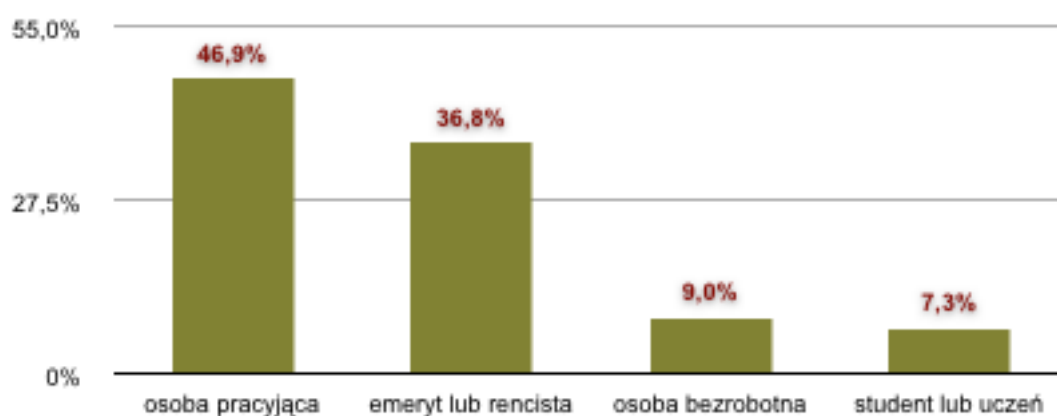
Wyższe wykształcenie zadeklarowało 37 proc. respondentów i niemal tyle samo średnie 36,5 proc., natomiast najmniejszą grupę stanowią osoby z wykształceniem podstawowym lub zasadniczym zawodowym 26,6 proc. Należy jednakże pamiętać, że respondenci chętnie zawiązują posiadane wykształcenie, stąd taki obserwowany rozkład tej cechy w zrealizowanej próbie.

Miejsce zamieszkania respondentów



Ponad jedna czwarta z osób, które wzięły udział w badaniu (28 proc.) mieszka na wsi, 22 proc. w małych miastach. Najmniej liczną grupę ankietowanych stanowią mieszkańcy średnich miast, a najliczniejszą respondenci z dużych ośrodków miejskich.

Sytuacja respondentów na rynku pracy



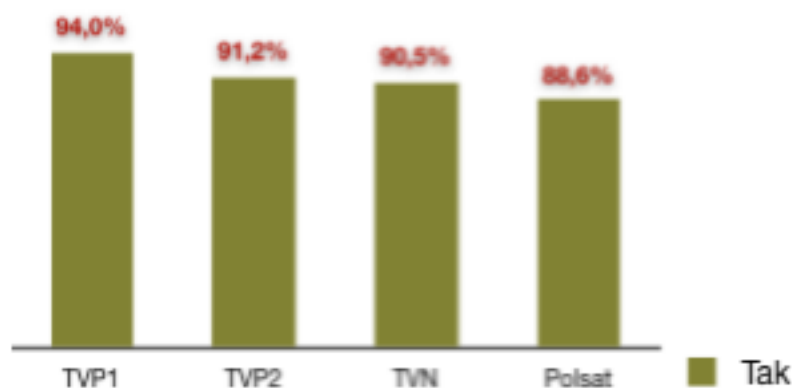
Nimal połowa badanych (47 proc.) to osoby aktywne zawodowo. Wśród ankietowanych odsetek emerytów i rencistów stanowi 37 proc. próby. Prawie co dziesiąty (9 proc.) z badanych określił swój status jako bezrobotny, uczniowie lub studenci stanowią 7 proc. ogółu badanych.

WYNIKI OGÓLNE

3.1. Oglądalność głównych anten i kanałów informacyjnych

Zdecydowana większość badanych zadeklarowała, że w ciągu ostatnich trzech miesięcy oglądała każdą z 4 głównych anten telewizyjnych. Najwięcej wskazań otrzymał pierwszy program telewizji polskiej TVP1, który w ciągu ostatniego kwartału zeszłego roku oglądało 94 proc. ankieterowanych. Drugą najczęściej oglądaną przez respondentów anteną było TVP2 (91 proc.) respondentów, TVN oglądało 9 na 10 badanych (90,5 proc.) Najmniejszy odsetek badanych zadeklarował oglądanie w ciągu ostatnich trzech miesięcy Polsatu (89 proc.). Wyniki dla wszystkich anten są do siebie bardzo zbliżone i istotną przewagę daje wyłącznie wynik TVP1.

Czy oglądał(a) Pan(i) te kanały w ciągu ostatnich 3 miesięcy?



Czy oglądał(a) Pan(i) te kanały w ciągu ostatnich 3 miesięcy? / TVP1

| | | n | % |
|-------|--------|-----|-------|
| ważne | tak | 872 | 94,0 |
| | nie | 56 | 6,0 |
| | Ogółem | 928 | 100,0 |

Czy oglądał(a) Pan(i) te kanały w ciągu ostatnich 3 miesięcy? / TVP2

| | | n | % |
|-------|--------|-----|-------|
| ważne | tak | 846 | 91,2 |
| | nie | 82 | 8,8 |
| | Ogółem | 928 | 100,0 |

Czy oglądał(a) Pan(i) te kanały w ciągu ostatnich 3 miesięcy? / TVN

| | | n | % |
|-------|--------|-----|-------|
| ważne | tak | 836 | 90,5 |
| | nie | 88 | 9,5 |
| | Ogółem | 924 | 100,0 |

Czy oglądał(a) Pan(i) te kanały w ciągu ostatnich 3 miesięcy? / Polsat

| | | n | % |
|-------|--------|-----|-------|
| ważne | tak | 815 | 88,6 |
| | nie | 105 | 11,4 |
| | Ogółem | 920 | 100,0 |

Spośród telewizyjnych kanałów informacyjnych najbardziej popularny był TVP Info (80 proc. proc.). TVN24 oglądało o 8 punktów proc. mniej badanych (72 proc.). Natomiast zdecydowanie rzadziej badani mieli kontakt z dwoma pozostałymi telewizyjnymi kanałami informacyjnymi. Polsat News oglądało w ciągu ostatnich trzech miesięcy 36,9 proc. respondentów, a Superstację 34,2 proc.

Czy oglądał(a) Pan(i) te programy w ciągu ostatnich 3 miesięcy?



Czy oglądał(a) Pan(i) te programy w ciągu ostatnich 3 miesięcy? / TVP Info

| | | n | % |
|-------|--------|-----|-------|
| ważne | tak | 736 | 79,7 |
| | nie | 188 | 20,3 |
| | Ogółem | 924 | 100,0 |

Czy oglądał(a) Pan(i) te programy w ciągu ostatnich 3 miesięcy? / TVN 24

| | | n | % |
|-------|--------|-----|-------|
| ważne | tak | 661 | 71,9 |
| | nie | 258 | 28,1 |
| | Ogółem | 919 | 100,0 |

Czy oglądał(a) Pan(i) te programy w ciągu ostatnich 3 miesięcy? / Polsat News

| | | n | % |
|-------|--------|-----|-------|
| ważne | tak | 333 | 36,9 |
| | nie | 569 | 63,1 |
| | Ogółem | 902 | 100,0 |

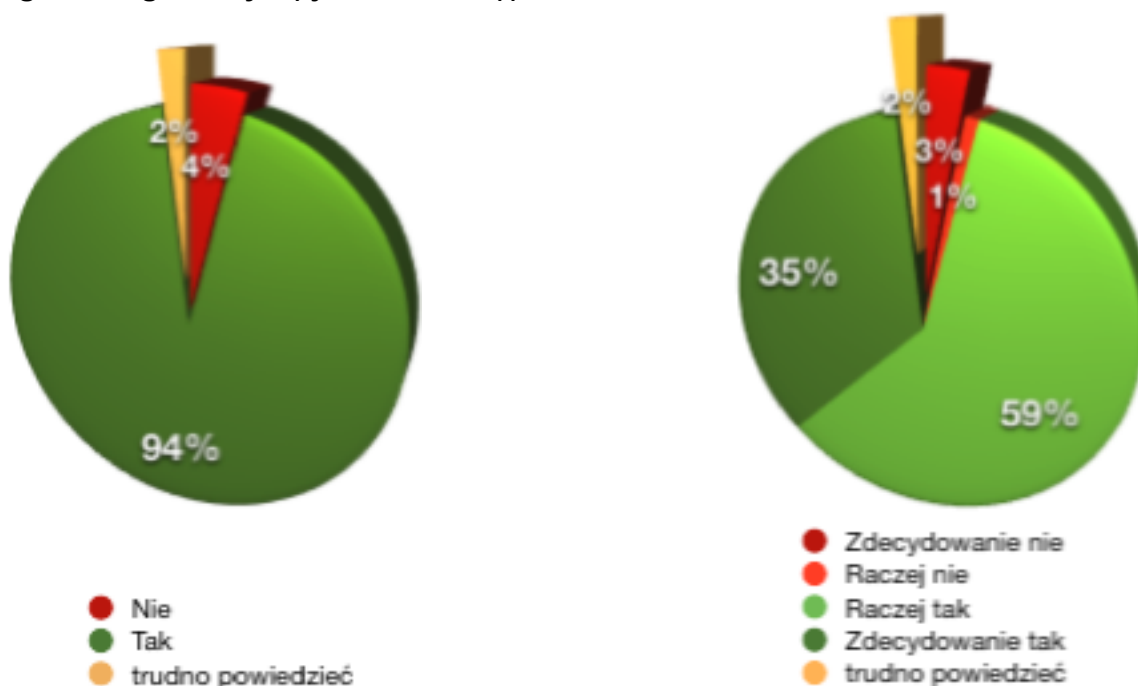
Czy oglądał(a) Pan(i) te programy w ciągu ostatnich 3 miesięcy? / Superstacja

| | | n | % |
|-------|--------|-----|-------|
| ważne | tak | 311 | 34,2 |
| | nie | 599 | 65,8 |
| | Ogółem | 910 | 100,0 |

3.2. Istotność funkcjonowania mediów publicznych oraz ogólny poziom zaufania do nich

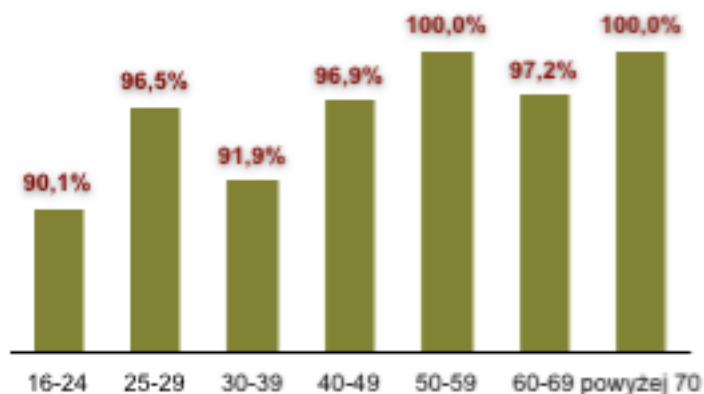
Dla zdecydowanej większości badanych (94 proc.) działalność mediów publicznych jest ważna. Zdecydowanie pozytywne odpowiedzi stanowią 35 proc. badanych, a umiarkowanie pozytywne 59 proc. Wartości odsetka odpowiedzi niezdecydowanych i poszczególnych segmentów odpowiedzi negatywnych są nieistotne.

Czy działalność mediów publicznych (Polskiego Radia, Telewizji Polskiej oraz rozgłośni regionalnych) jest dla Pana(i) ważna?



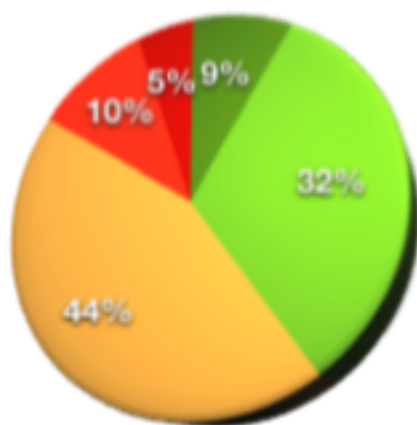
Czy działalność mediów publicznych (Polskiego Radia, Telewizji Polskiej oraz rozgłośni regionalnych) jest dla Pana(i) ważna?

| | | n | % |
|-------|------------------|-----|-------|
| Ważne | zdecydowanie tak | 335 | 36,1 |
| | raczej tak | 558 | 60,1 |
| | raczej nie | 10 | 1,1 |
| | zdecydowanie nie | 25 | 2,7 |
| | Ogółem | 928 | 100,0 |

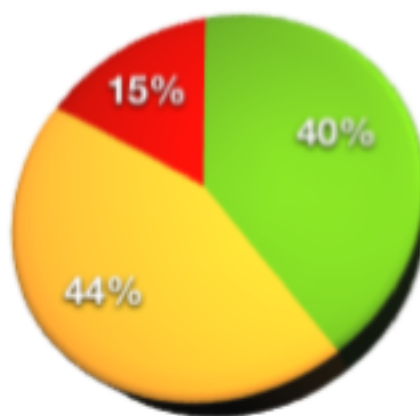


Zdecydowanymi zwolennikami takiej opinii jest ponad jedna trzecia (36 proc.) ankietowanych, a umiarkowanymi zwolennikami 60 proc. z nich. Jedynie 4 proc. uznało działalność mediów publicznych za nieistotną. Odsetek osób przekonanych o istotności działań mediów publicznych jest najwyższy wśród respondentów rekrutujących się ze starszych grup wiekowych. W grupach wiekowych 50-59 lat oraz powyżej 70 lat wszyscy badani byli przekonani do tezy o istotności mediów publicznych. Największy odsetek osób, dla których działalność mediów publicznych jest nieistotna lub mało istotna było w najmłodszej grupie wiekowej (9 proc.), chociaż znacząca większość młodych uważa media publiczne za ważne.

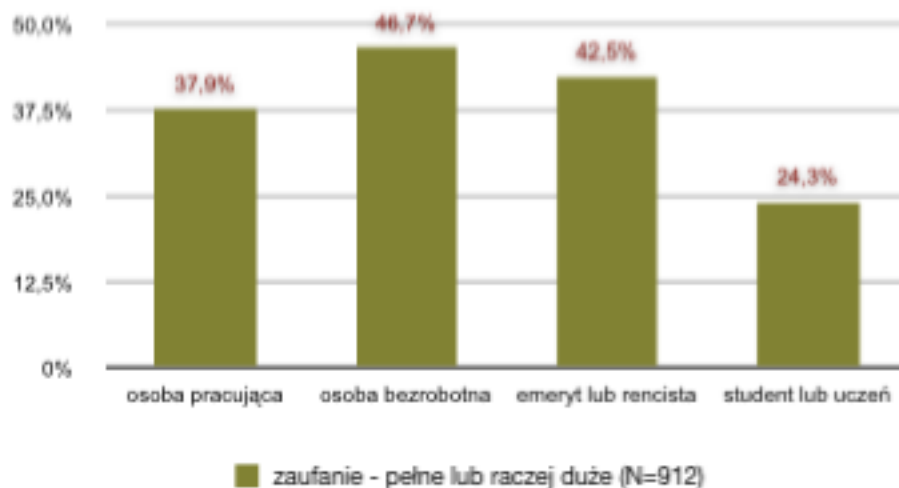
Czy uważa Pan(i), że media publiczne (Polskie Radio, Telewizja Polska oraz rozgłośnie regionalne) są godne zaufania? Gdzie na skali zaufania by je Pan(i) umieścił(a)?



- pełne zaufanie
- raczej duże zaufanie
- umiarkowane zaufanie
- mierne zaufanie
- brak zaufania (N=933)



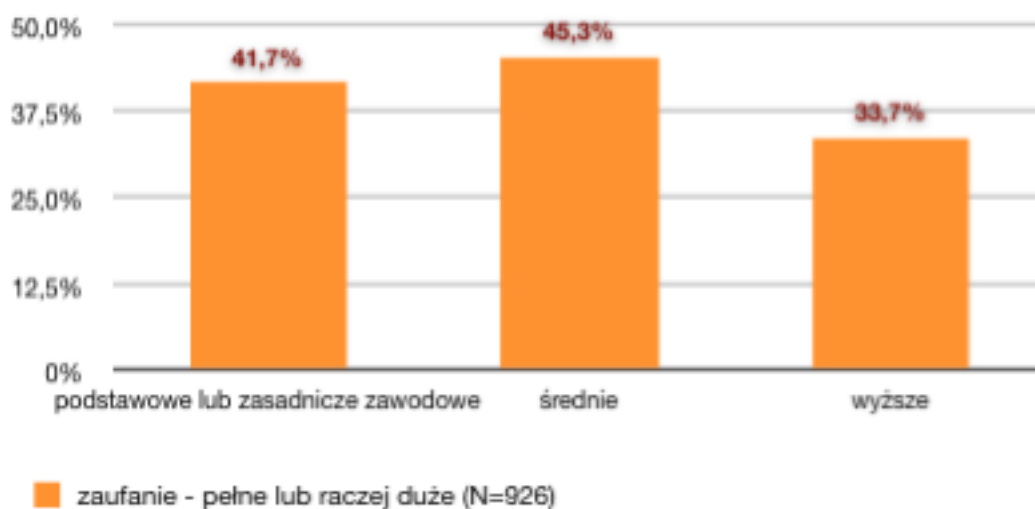
- pozytywne
- neutralne
- negatywne (N=933)



ośnie regionalne) są
)?

| % | |
|---|-------|
| | 5,0 |
| | 10,3 |
| | 44,4 |
| | 31,6 |
| | 8,7 |
| | 100,0 |

Tylko 15 proc. ankietowanych ufa mediom publicznym w niewielkim stopniu lub wcale. Pełne lub duże zaufanie do mediów publicznych deklaruje 40 proc. badanych. Umiarkowanym zaufaniem media publiczne obdarza 44 proc. z uczestniczących w badaniu osób.



Zaufanie jest stosunkowo najniższe w grupie osób z wykształceniem wyższym - tam pełnym lub dużym zaufaniem obdarza media publiczne tylko 33,7 proc. respondentów. W gronie osób z wykształceniem średnim odsetek ten wynosi 45,3 proc., a z podstawowym lub zasadniczym zawodowym 41,7 proc.

Zaufanie do mediów publicznych jest stosunkowo najniższe wśród osób uczących się lub studiujących (24 proc.). Wśród osób aktywnych zawodowo (38 proc.) niemal o 14 punktów

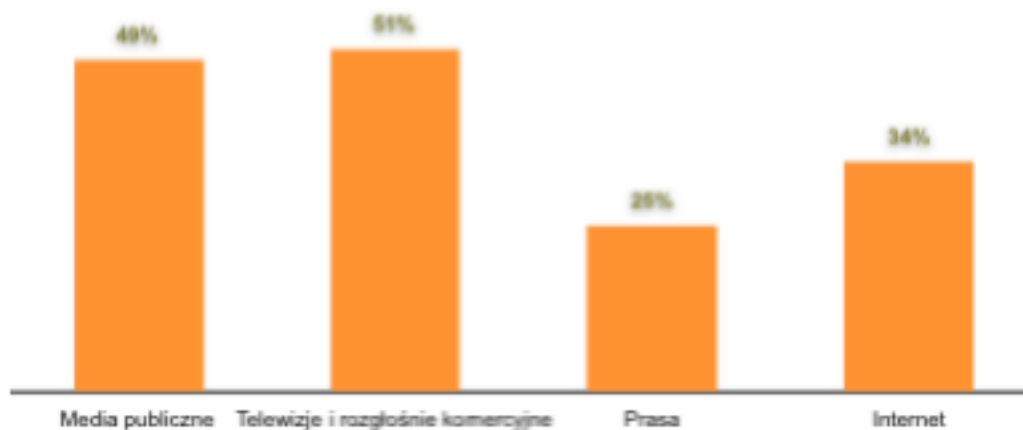
proc. wyższe. Najwyższy odsetek osób ufających mediom publicznym obserwuje się w grupie emerytów i rencistów (42 proc.) oraz osób niepracujących zawodowo (47 proc.).

Główny źródłem informacji dla Polaków o wydarzeniach w ich kraju oraz na świecie są telewizji i rozgłośnie komercyjne (51 proc.), nie mniej istotne są media publiczne, które wskazało 49 proc. respondentów. Różnica w wynikach nadawców publicznych oraz prywatnych pozostaje w granicach błędu oszacowania.

Internet jest głównym źródłem informacji dla co trzeciego badanego (34 proc.), co należy wiązać z postępującą, ale wciąż niewystarczającą informatyzacją kraju, a także z tym, że nowe technologie są bardziej dostępne dla młodszej części społeczeństwa.

Nie zaskakuje niski odsetek wskazań na prasę jako źródło wiedzy o wydarzeniach - czytelnictwo w Polsce jest na niskim poziomie, sprzedaż gazet maleje, a ich obecnie sprzedawany nakład jest raczej mały w stosunku do wielkości populacji.

Co jest dla Pana(i) głównym źródłem informacji o wydarzeniach w Polsce i na świecie?



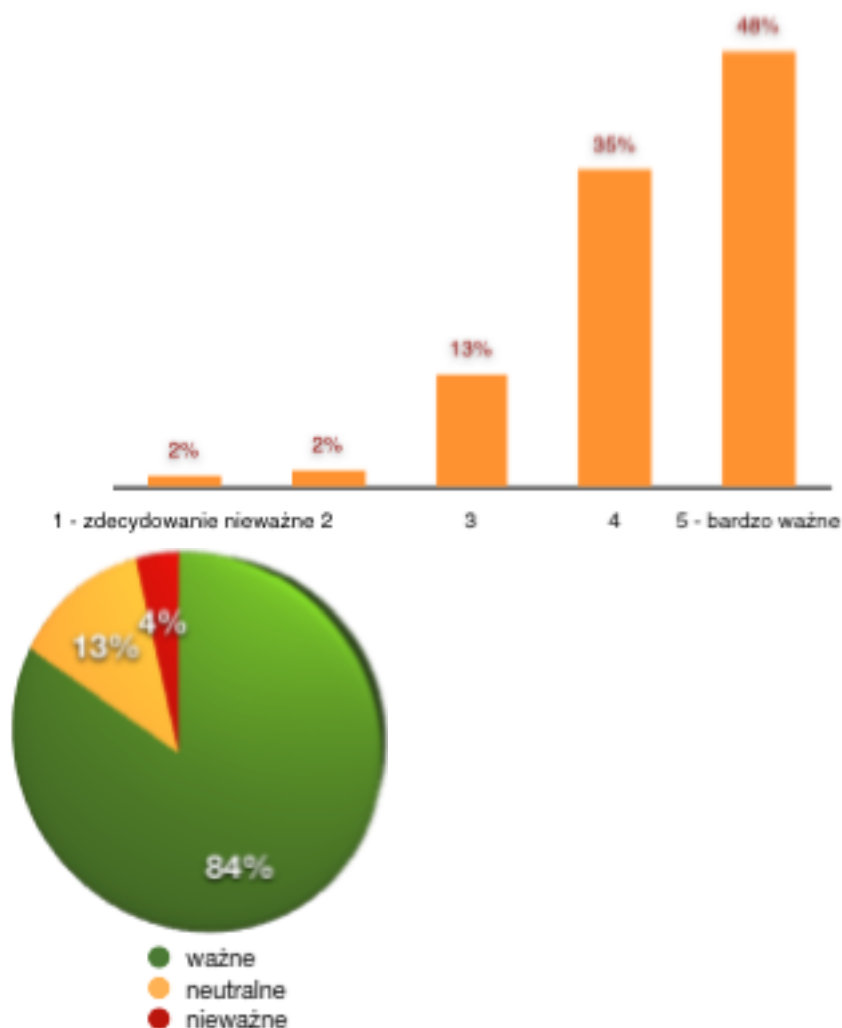
| | n | % z obserwacji | % z odpowiedzi |
|-----------------------------------|------|----------------|----------------|
| Media publiczne | 454 | 48,9 | 30,99 |
| Telewizje i rozgłośnie komercyjne | 467 | 50,5 | 31,88 |
| Prasa | 228 | 24,6 | 15,56 |
| Internet | 316 | 34,1 | 21,57 |
| Ogółem | 1465 | 158,1 | 100,00 |

3.3. Jakie informacje ukazujące się w mediach są dla Pana(i) ważne?

Proszę ocenić na skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza "nieważne", a 5 "bardzo ważne"

Informacje ogólnopolskie

Najistotniejsze z punktu widzenia badanych informacje, to informacje ogólnopolskie, takiego zdania jest aż 84 proc., deklaracje "bardzo ważne" stanowią niemal 48 proc. wszystkich deklaracji. Informacje te są średnio ważne dla 13 proc. badanych. Za nieważne uznaje je jedynie 4 proc. badanych.

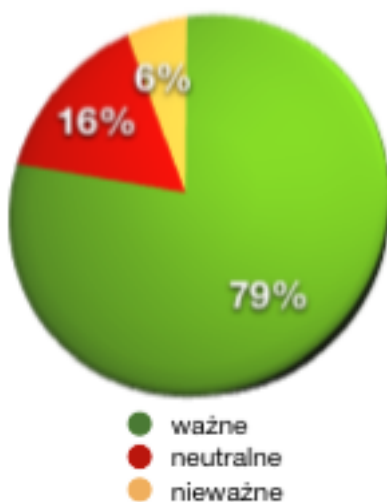
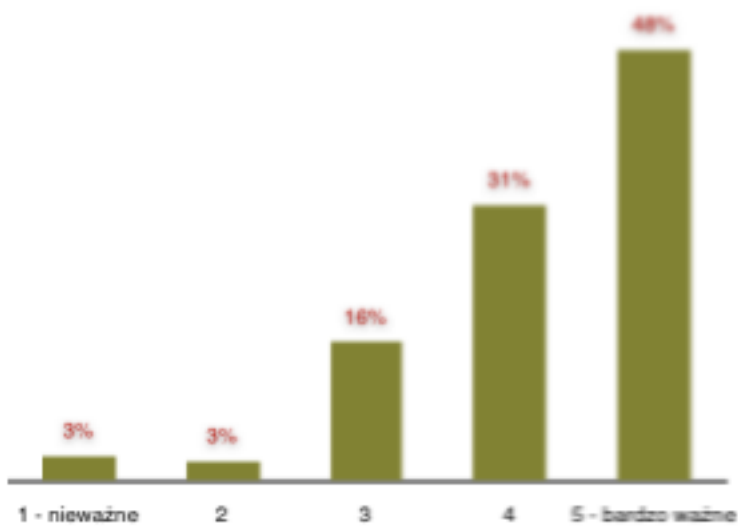


| | n | % |
|---------------------------|-----|-------|
| Ważne | | |
| 1 - zdecydowanie nieważne | 14 | 1,5 |
| 2 | 21 | 2,2 |
| 3 | 118 | 12,7 |
| 4 | 328 | 35,2 |
| 5 - bardzo ważne | 451 | 48,3 |
| Ogółem | 933 | 100,0 |



Informacje regionalne

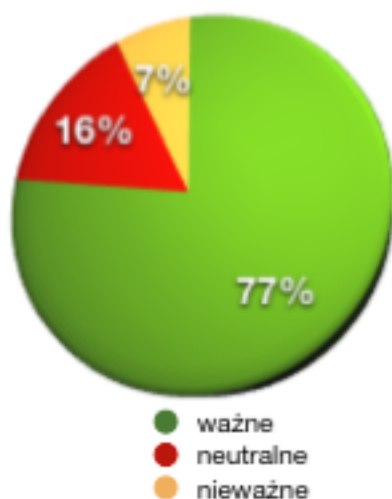
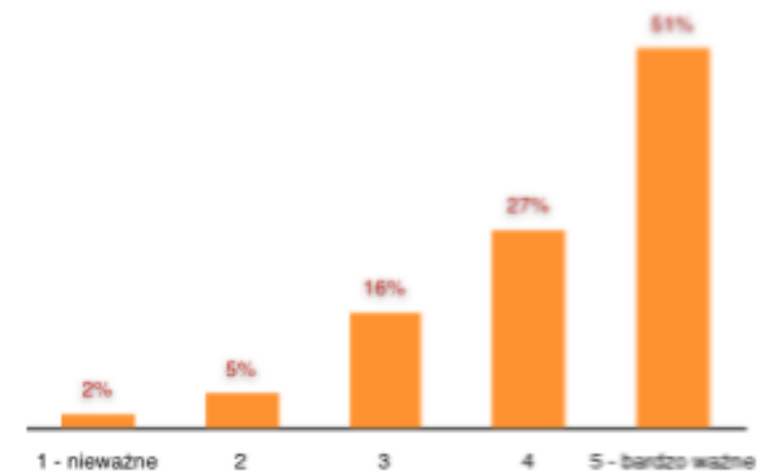
Niewiele mniej ważną dla respondentów kategorią informacji są informacje dotyczące ich regionu (regionalne), takiego zdania jest 79 proc. badanych, z czego aż 48 proc. to opinie zdecydowane. Przekazy o wydarzeniach regionalnych są średnio interesujące dla 16 proc. ankietowanych, a nieinteresujące dla 6 proc.



| | n | % |
|--------------------|-----|-------|
| Ważne 1 - nieważne | 28 | 3,1 |
| 2 | 23 | 2,5 |
| 3 | 142 | 15,6 |
| 4 | 281 | 30,8 |
| 5 - bardzo ważne | 437 | 48,0 |
| Ogółem | 911 | 100,0 |

Informacje lokalne

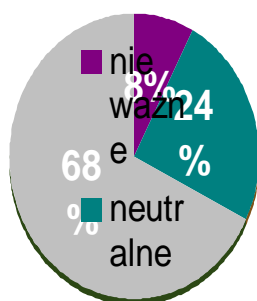
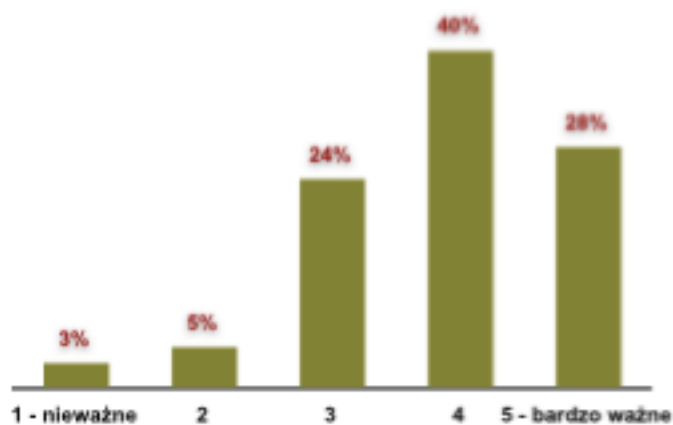
Na trzecim miejscu istotności respondenci umieścili informacje lokalne. Należy jednak zauważyć, że różnice między istotnościami informacji lokalnych i regionalnych mieszczą się w granicach błędu oszacowania. 77 proc. badanych uważa informacje lokalne za ważne, dla 16 proc. są one średnio istotne, a dla 7 proc. nieważne.



| | n | % |
|------------------|-----|-------|
| Ważne | | |
| 1 - nieważne | 20 | 2,2 |
| 2 | 43 | 4,8 |
| 3 | 139 | 15,6 |
| 4 | 238 | 26,7 |
| 5 - bardzo ważne | 450 | 50,6 |
| Ogółem | 890 | 100,0 |

Informacje ze świata

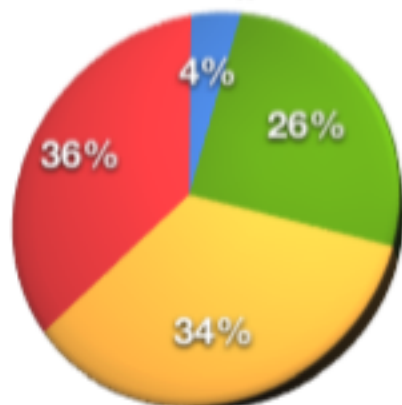
Ostatnią kategorią informacji są informacje dotyczące wydarzeń na świecie. Zainteresowanie nimi deklaruje 68 proc. badanych, z czego 28 proc. uważa je za bardzo ważne. Jako średnio istotne postrzega je niemal co czwarty z respondentów, a 8 proc. uznaje je za nieważne.



■ ważne

| | n | % |
|--------------------|-----|------|
| Ważne 1 - nieważne | 28 | 3,0 |
| 2 | 46 | 4,9 |
| 3 | 228 | 24,4 |
| 4 | 369 | 39,5 |
| 5 - bardzo ważne | 263 | 28,2 |

Jak powinny być finansowane Pana(i) zdaniem media publiczne?



- Budżet państwa plus wkład własny np. wpływy z reklam
- Z budżetu państwa - abonament powinien zostać zniesiony
- Tak, jak dotychczas - z abonamentu radiowo-telewizyjnego płaconego przez każde gospodarstwo domowe oraz reklam
- Powinny finansować się same - na przykład poprzez reklamy

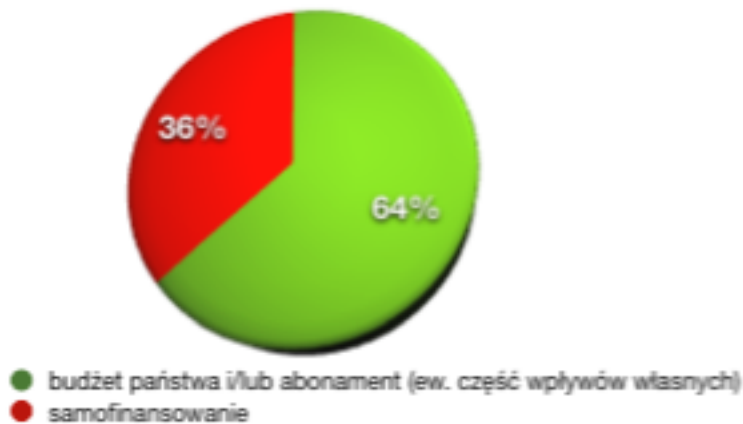
| | | |
|--------|-----|-------|
| Ogółem | 933 | 100,0 |
|--------|-----|-------|

3.4. Finansowanie mediów publicznych

Ponad jedna trzecia respondentów (36 proc.) jest zdania, że finansowanie mediów publicznych powinno być oparte tylko i wyłącznie o wpływy z reklam. Niewiele mniejszy odsetek (34 proc.) uważa, że nie powinno się wprowadzać zmian w systemie finansowania mediów publicznych i powinno się ono opierać na abonamencie radiowo-telewizyjnym płaconym przez każde gospodarstwo domowe oraz na wpływach z reklam. Ponad jedna czwarta (26 proc.) jest za zniesieniem abonamentu i finansowaniem mediów publicznych tylko z budżetu państwa, a 4 proc. jest za systemem mieszanym opartym o wpływy z reklam oraz środki budżetowe. Podsumowując, 66,3 proc. respondentów widzi potrzebę zmian w sposobie finansowania mediów publicznych. Podstawą tej zmiany miałyby być zniesienie

abonamentu radiowo-telewizyjnego.

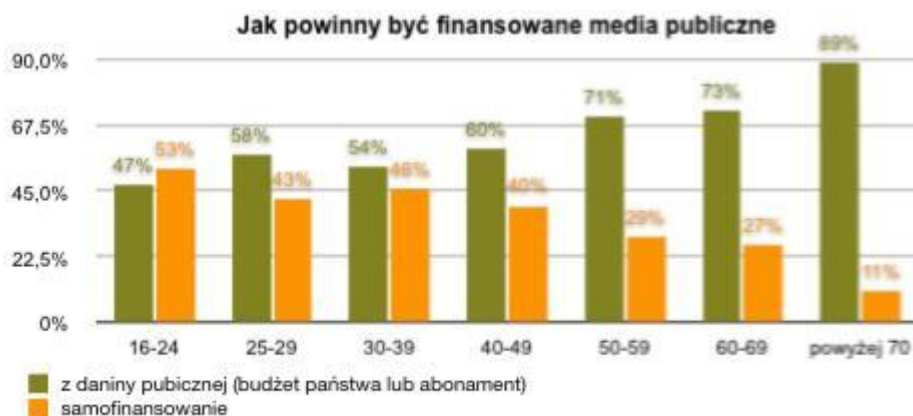
Jak powinny być finansowane media publiczne?



Jak powinny być finansowane media publiczne

| | n | % |
|---|-----|-------|
| Ważne budżet państwa i/lub abonament (ew. część wpływów własnych) | 590 | 64,0 |
| samofinansowanie | 332 | 36,0 |
| Ogółem | 922 | 100,0 |

Odsetek zwolenników samodzielnego finansowania się mediów publicznych spada wraz z wiekiem respondenta. Wśród najmłodszych zwolenników takiego rozwiązania jest 53 proc., natomiast wśród najstarszych tylko 11 proc. Im starsza grupa wiekowa, do której należy respondent, tym mniejsze prawdopodobieństwo, że będzie on zwolennikiem właśnie takiego rozwiązania.

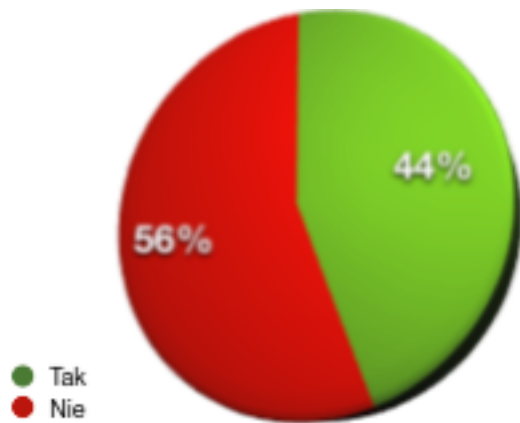


| | | | Jak powinny być finansowane media publiczne | | Ogółem |
|-------------------------|------------|---|---|------------------|--------|
| | | | budżet państwa i/lub abonament (ew. część wpływów własnych) | samofinansowanie | |
| Proszę podać swój wiek. | 16-24 | n | 37 | 41 | 78 |
| | | % | 47,4% | 52,6% | 100,0% |
| | 25-29 | n | 100 | 74 | 174 |
| | | % | 57,5% | 42,5% | 100,0% |
| | 30-39 | n | 63 | 54 | 117 |
| | | % | 53,8% | 46,2% | 100,0% |
| | 40-49 | n | 82 | 55 | 137 |
| | | % | 59,9% | 40,1% | 100,0% |
| | 50-59 | n | 115 | 48 | 163 |
| | | % | 70,6% | 29,4% | 100,0% |
| | 60-69 | n | 100 | 37 | 137 |
| | | % | 73,0% | 27,0% | 100,0% |
| | powyżej 70 | n | 82 | 10 | 92 |
| | | % | 89,1% | 10,9% | 100,0% |
| Ogółem | n | | 579 | 319 | 898 |
| | % | | 64,5% | 35,5% | 100,0% |

Niezależnie od swoich poglądów, 44 proc. ankieterów deklaruje, że w ich gospodarstwie domowym jest opłacany abonament radiowo-telewizyjny.



Czy w Pana(i) gospodarstwie opłacany jest abonament radiowo-telewizyjny?



Czy w Pana(i) gospodarstwie opłacany jest abonament radiowo-telewizyjny?

| | | n | % |
|-------|--------|-----|-------|
| Ważne | tak | 404 | 44,2 |
| | nie | 511 | 55,8 |
| | Ogółem | 915 | 100,0 |



HOMO HOMINI
INSTYTUT BADANIA OPINII



Jedyńska
POLSKIE RADIO

WYNIKI

POLSKIE RADIO S.A.



dwójka
POLSKIE RADIO



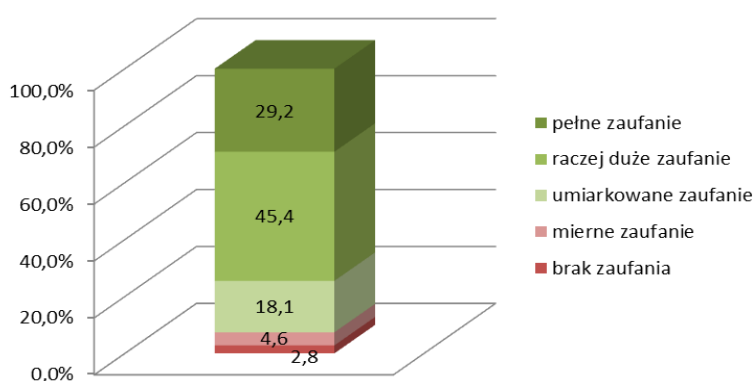
Trójka
POLSKIE RADIO



4.1. Skala zaufania do Polskiego Radia i zależności z nią związane

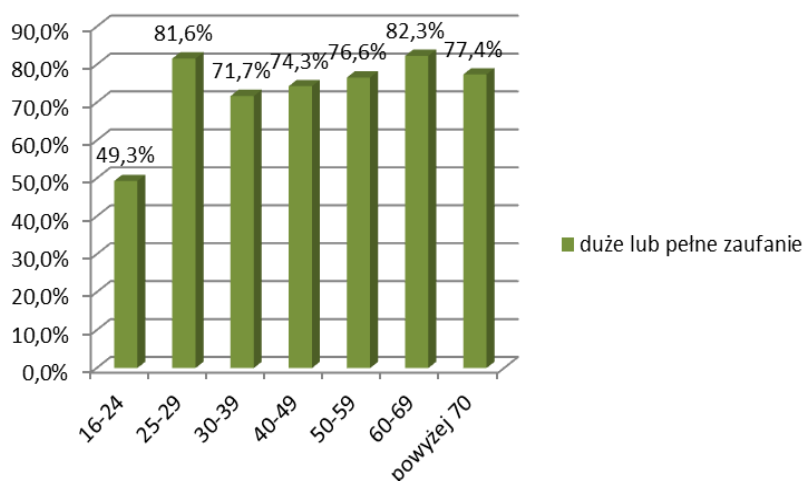
Poziom zaufania do Polskiego Radia jako całości jest na stosunkowo wysokim poziomie. Pełnym lub dużym zaufaniem obdarza je 74,6 proc. badanych. Umiarkowane zaufanie do Polskiego Radia ma 18,1 proc. respondentów. Małe zaufanie lub jego brak deklaruje 7,4 proc. ankietowanych.

Skala zaufania do Polskiego Radia

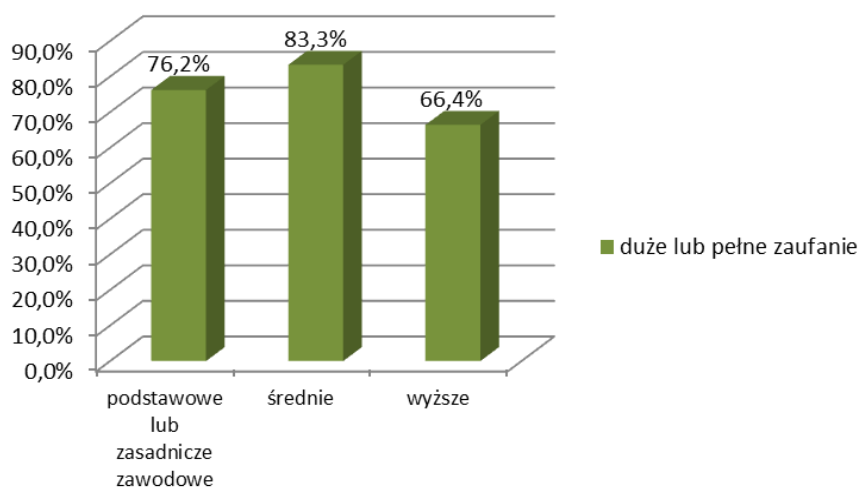


Skala zaufania do Polskiego Radia.

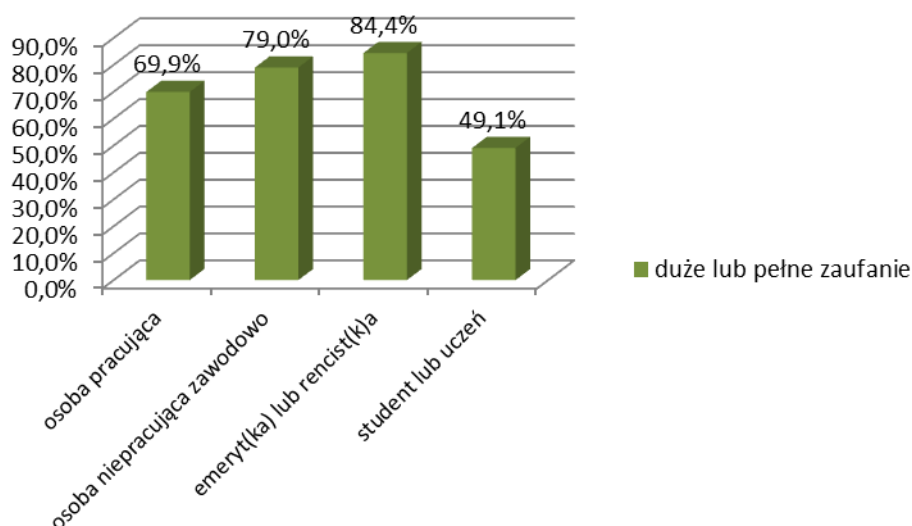
| | n | % |
|----------------------|-----|-------|
| ważne brak zaufania | 19 | 2,8 |
| mierne zaufanie | 31 | 4,6 |
| umiarkowane zaufanie | 123 | 18,1 |
| raczej duże zaufanie | 309 | 45,4 |
| pełne zaufanie | 199 | 29,2 |
| Ogółem | 681 | 100,0 |



Odsetek osób deklarujących pełne lub duże zaufanie do Polskiego Radia najwyższe jest wśród najstarszych respondentów oraz w grupie wiekowej 25-29 lat. W tej ostatniej wynosi on 81,6 proc., w najstarszej grupie 77,4 proc., a wśród osób pomiędzy 60 a 69 rokiem życia 82,3 proc. Najniższy odsetek osób obdarzających zaufaniem Polskie Radio odnajdujemy wśród najmłodszych badanych (49,3 proc.).



Zaufanie do Polskiego Radia jest też zróżnicowane ze względu na wykształcenie. Najbardziej ufni są badani z wykształceniem średnim (83,3 proc.), mniej osoby z wykształceniem podstawowym lub zasadniczym zawodowym (76,2 proc.), natomiast najmniej osób deklarujących zaufanie można odnaleźć w gronie ankietowanych z wykształceniem wyższym (66,4 proc.).



Polskiemu Radiu najbardziej ufają emeryci i renciści (84,4 proc.) oraz osoby niepracujące zawodowo (79 proc.). Niższy odsetek respondentów deklarujących zaufanie znajduje się w grupie osób pracujących (69,9) oraz wśród studentów i uczniów (49,1 proc.). Szczególnie zwraca uwagę niski poziom zaufania do Polskiego Radia wśród osób młodych i uczących się. Można też zauważyć istotną, dodatnią i bardzo silną korelację (na poziomie 0,429) pomiędzy poziomem zaufania do Polskiego Radia, a ilością godzin poświęconych na słuchanie radia w ogóle. Oznacza ona, że im więcej dany respondent poświęca czasu na słuchanie radia, w tym większym stopniu ufa Polskiemu Radiu.

Korelacja pomiędzy czasem poświęcanym na słuchanie radia a poziomem zaufania do Polskiego Radia

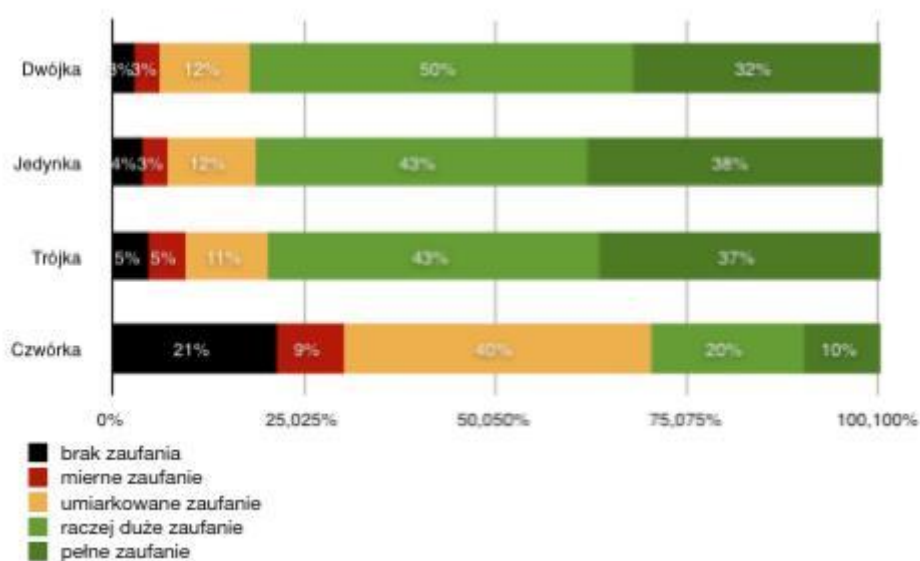
| | |
|-------------------------------------|---|
| | Ile godzin dziennie poświęca Pan(i) na słuchanie radia? |
| Poziom zaufania do Polskiego Radia* | 0,429 |

* *R Spearmana istotne na poziomie 0,01*

4.2. Zaufanie do stacji radiowych - zaufanie do poszczególnych programów

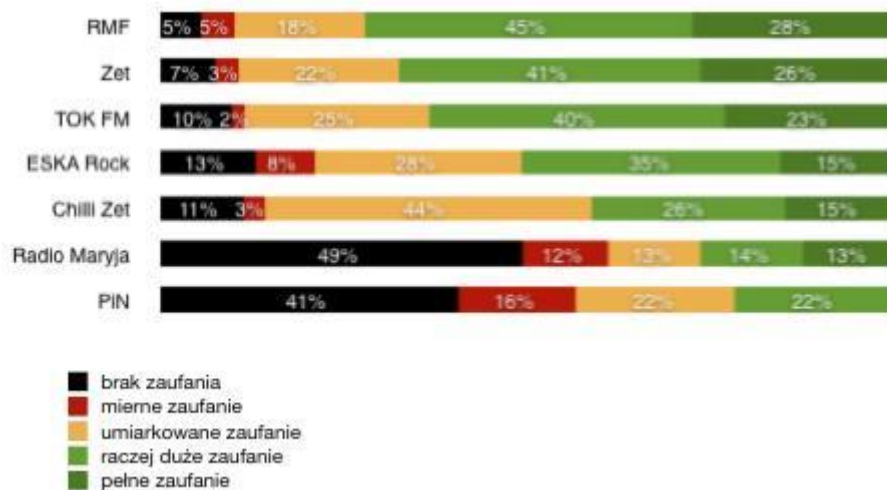
Porównanie oceny zaufania poszczególnych stacji radiowych wskazuje, że pierwsze trzy programy Polskiego Radia są najwyżej oceniane spośród wszystkich badanych rozgłośni. Dla Dwójki zaufanie deklaruje 82 proc. dla Jedynki i Trójki odpowiednio 81 proc. i 80 proc. badanych.

Najsłabiej spośród programów Polskiego Radia oceniana jest Czwórka, której ufa zaledwie 30 proc. badanych, a brak zaufania deklaruje niemal taki sam odsetek badanych.



| | Odpowiedzi | | | |
|----------------------|------------|--------|--------|---------|
| | Jedynka | Dwójka | Trójka | Czwórka |
| rozgłośnie publiczne | | | | |
| brak zaufania | 3,6% | 2,7% | 4,5% | 21,3% |
| mierne zaufanie | 3,4% | 3,4% | 5,0% | 8,8% |
| umiarkowane zaufanie | 11,5% | 11,7% | 10,7% | 40,0% |
| raczej duże zaufanie | 43,2% | 50,0% | 43,2% | 20,0% |
| pełne zaufanie | 38,4% | 32,2% | 36,7% | 10,0% |
| Ogółem | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

Wśród rozgłośni komercyjnych największym zaufaniem cieszy się RMF FM (72 proc.), z wynikiem o 4,5 punktów proc. niższym, na drugim miejscu znalazło się Radio Zet (67,5 proc.). Wysokim zaufaniem cieszy się także TOK FM (63 proc.). Do grona “zaufanych” rozgłośni należy jeszcze ESKA Rock, której ufa 51 proc. badanych. Najwięcej odpowiedzi o braku zaufania lub miernym zaufaniu zanotowała rozgłośnia nadawcy społecznego - Radio Maryja, któremu nie ufa aż 61 proc. badanych.

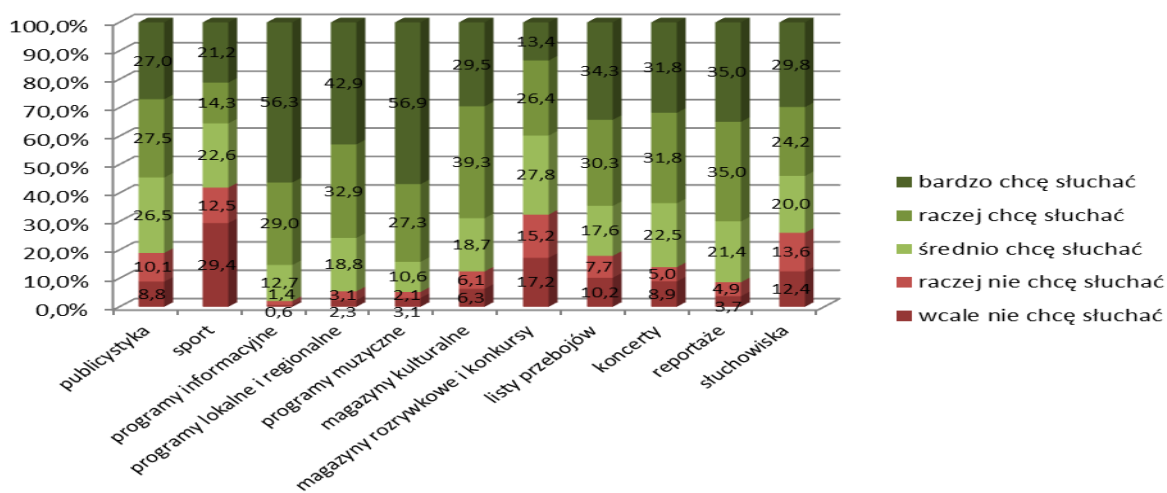


| | Odpowiedzi | | | | | | |
|--------------------------|------------|--------|--------|-----------|------------|--------------|--------|
| | RMF | Zet | TOK FM | ESKA Rock | Chilli Zet | Radio Maryja | PiN |
| rozgłośnię brak zaufania | 5,4% | 7,5% | 9,5% | 12,8% | 11,1% | 49,2% | 40,5% |
| mierne zaufanie | 4,7% | 3,2% | 2,0% | 8,3% | 3,0% | 11,8% | 16,2% |
| umiarkowane zaufanie | 17,8% | 21,9% | 25,2% | 28,2% | 44,4% | 12,6% | 21,6% |
| raczej duże zaufanie | 44,5% | 41,1% | 40,1% | 35,3% | 26,3% | 13,8% | 21,6% |
| pełne zaufanie | 27,6% | 26,4% | 23,1% | 15,4% | 15,2% | 12,6% | 0,0% |
| Ogółem | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

4.3. Profil idealnej stacji – czego chcą słuchać badani?

Badani od stacji radiowej oczekują przede wszystkim programów informacyjnych – chce ich słuchać 85,3 proc. z nich. Programów muzycznych chce słuchać 84,2 proc. respondentów, a programów lokalnych i regionalnych 75,8 proc. Pożądaną kategorią audycji są też reportaże, których chce słuchać w radiu 70 proc. badanych oraz magazyny kulturalne (68,8 proc.), listy przebojów (64,3 proc.) i koncerty (63,6 proc.). Spośród kategorii negatywnych, których nie chcą słuchać badani największy odsetek odpowiedzi uzyskał sport (41,9 proc.), magazyny rozrywkowe i konkursy (32,4 proc.) oraz słuchowiska (25,6 proc.). Badani oczekują więc od stacji radiowej przede wszystkim informacji oraz muzyki.

Czego najbardziej chciał(a)by Pan(i) słuchać w radiu?



Dane w ujęciu procentowym

Jakich audycji chciał(a)by Pan(i) najbardziej słuchać w radiu? Proszę umieścić poszczególne rodzaje audycji na skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza „wcale nie chcę słuchać”, a 5 „bardzo chcę słuchać” / publicystyka

| | Frequency | Ważne Percent | Cumulative Percent |
|------------------------------|-----------|---------------|--------------------|
| Ważne wcale nie chcę słuchać | 61 | 8,8 | 8,8 |
| raczej nie chcę słuchać | 70 | 10,1 | 19,0 |
| średnio chcę słuchać | 183 | 26,5 | 45,5 |
| raczej chcę słuchać | 190 | 27,5 | 73,0 |
| bardzo chcę słuchać | 186 | 27,0 | 100,0 |
| Ogółem | 690 | 100,0 | |

Jakich audycji chciał(a)by Pan(i) najbardziej słuchać w radiu? Proszę umieścić poszczególne rodzaje audycji na skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza „wcale nie chcę słuchać”, a 5 „bardzo chcę słuchać” / sport

| | | N | % | % skumulowany |
|-------|-------------------------|-----|-------|---------------|
| ważne | wcale nie chcę słuchać | 198 | 29,4 | 29,4 |
| | raczej nie chcę słuchać | 84 | 12,5 | 41,9 |
| | średnio chcę słuchać | 152 | 22,6 | 64,5 |
| | raczej chcę słuchać | 96 | 14,3 | 78,8 |
| | bardzo chcę słuchać | 143 | 21,2 | 100,0 |
| | Ogółem | 673 | 100,0 | |

Jakich audycji chciał(a)by Pan(i) najbardziej słuchać w radiu? Proszę umieścić poszczególne rodzaje audycji na skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza „wcale nie chcę słuchać”, a 5 „bardzo chcę słuchać” / programy informacyjne

| | | N | % | % skumulowany |
|-------|-------------------------|-----|-------|---------------|
| ważne | wcale nie chcę słuchać | 4 | 0,6 | 0,6 |
| | raczej nie chcę słuchać | 10 | 1,4 | 2,0 |
| | średnio chcę słuchać | 89 | 12,7 | 14,7 |
| | raczej chcę słuchać | 204 | 29,0 | 43,7 |
| | bardzo chcę słuchać | 396 | 56,3 | 100,0 |
| | Ogółem | 703 | 100,0 | |

Jakich audycji chciał(a)by Pan(i) najbardziej słuchać w radiu? Proszę umieścić poszczególne rodzaje audycji na skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza „wcale nie chcę słuchać”, a 5 „bardzo chcę słuchać” / programy lokalne i regionalne

| | | N | % | % skumulowany |
|-------|-------------------------|-----|-------|---------------|
| ważne | wcale nie chcę słuchać | 16 | 2,3 | 2,3 |
| | raczej nie chcę słuchać | 21 | 3,1 | 5,4 |
| | średnio chcę słuchać | 128 | 18,8 | 24,2 |
| | raczej chcę słuchać | 224 | 32,9 | 57,1 |
| | bardzo chcę słuchać | 292 | 42,9 | 100,0 |
| | Ogółem | 681 | 100,0 | |

Jakich audycji chciał(a)by Pan(i) najbardziej słuchać w radiu? Proszę umieścić poszczególne rodzaje audycji na skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza „wcale nie chcę słuchać”, a 5 „bardzo chcę słuchać” / programy muzyczne

| | | N | % | % skumulowany |
|-------|--------------------------|-----|-------|---------------|
| ważne | wcalnie nie chcę słuchać | 22 | 3,1 | 3,1 |
| | raczej nie chcę słuchać | 15 | 2,1 | 5,3 |
| | średnio chcę słuchać | 74 | 10,6 | 15,9 |
| | raczej chcę słuchać | 191 | 27,3 | 43,1 |
| | bardzo chcę słuchać | 398 | 56,9 | 100,0 |
| | Ogółem | 700 | 100,0 | |

Jakich audycji chciał(a)by Pan(i) najbardziej słuchać w radiu? Proszę umieścić poszczególne rodzaje audycji na skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza „wcale nie chcę słuchać”, a 5 „bardzo chcę słuchać” / magazyny kulturalne

| | | N | % | % skumulowany |
|-------|-------------------------|-----|-------|---------------|
| ważne | wcale nie chcę słuchać | 43 | 6,3 | 6,3 |
| | raczej nie chcę słuchać | 42 | 6,1 | 12,4 |
| | średnio chcę słuchać | 128 | 18,7 | 31,1 |
| | raczej chcę słuchać | 269 | 39,3 | 70,5 |
| | bardzo chcę słuchać | 202 | 29,5 | 100,0 |
| | Ogółem | 684 | 100,0 | |

Jakich audycji chciał(a)by Pan(i) najbardziej słuchać w radiu? Proszę umieścić poszczególne rodzaje audycji na skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza „wcale nie chcę słuchać”, a 5 „bardzo chcę słuchać” / magazyny rozrywkowe konkursy

| | | N | % | % skumulowany |
|-------|-------------------------|-----|-------|---------------|
| Ważne | wcale nie chcę słuchać | 115 | 17,2 | 17,2 |
| | raczej nie chcę słuchać | 102 | 15,2 | 32,4 |
| | średnio chcę słuchać | 186 | 27,8 | 60,1 |
| | raczej chcę słuchać | 177 | 26,4 | 86,6 |
| | bardzo chcę słuchać | 90 | 13,4 | 100,0 |
| | Ogółem | 670 | 100,0 | |

Jakich audycji chciał(a)by Pan(i) najbardziej słuchać w radiu? Proszę umieścić poszczególne rodzaje audycji na skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza „wcale nie chcę słuchać”, a 5 „bardzo chcę słuchać” / listy przebojów

| | | N | % | % skumulowany |
|-------|-------------------------|-----|-------|---------------|
| ważne | wcale nie chcę słuchać | 70 | 10,2 | 10,2 |
| | raczej nie chcę słuchać | 53 | 7,7 | 17,9 |
| | średnio chcę słuchać | 121 | 17,6 | 35,4 |
| | raczej chcę słuchać | 209 | 30,3 | 65,7 |
| | bardzo chcę słuchać | 236 | 34,3 | 100,0 |
| | Ogółem | 689 | 100,0 | |

Jakich audycji chciał(a)by Pan(i) najbardziej słuchać w radiu? Proszę umieścić poszczególne rodzaje audycji na skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza „wcale nie chcę słuchać”, a 5 „bardzo chcę słuchać” / koncerty

| | | N | % | % skumulowany |
|-------|-------------------------|-----|-------|---------------|
| ważne | wcale nie chcę słuchać | 61 | 8,9 | 8,9 |
| | raczej nie chcę słuchać | 34 | 5,0 | 13,9 |
| | średnio chcę słuchać | 154 | 22,5 | 36,4 |
| | raczej chcę słuchać | 218 | 31,8 | 68,2 |
| | bardzo chcę słuchać | 218 | 31,8 | 100,0 |
| | Ogółem | 685 | 100,0 | |

Jakich audycji chciał(a)by Pan(i) najbardziej słuchać w radiu? Proszę umieścić poszczególne rodzaje audycji na skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza „wcale nie chcę słuchać”, a 5 „bardzo chcę słuchać” / reportaże

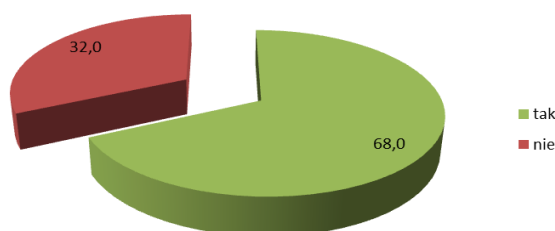
| | | N | % | % skumulowany |
|-------|-------------------------|-----|-------|---------------|
| ważne | wcale nie chcę słuchać | 26 | 3,7 | 3,7 |
| | raczej nie chcę słuchać | 34 | 4,9 | 8,6 |
| | średnio chcę słuchać | 149 | 21,4 | 30,1 |
| | raczej chcę słuchać | 243 | 35,0 | 65,0 |
| | bardzo chcę słuchać | 243 | 35,0 | 100,0 |
| | Ogółem | 695 | 100,0 | |

Jakich audycji chciał(a)by Pan(i) najbardziej słuchać w radiu? Proszę umieścić poszczególne rodzaje audycji na skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza „wcale nie chcę słuchać”, a 5 „bardzo chcę słuchać” / słuchowiska

| | | N | % | % skumulowany |
|-------|-------------------------|-----|-------|---------------|
| Ważne | wcale nie chcę słuchać | 82 | 12,4 | 12,4 |
| | raczej nie chcę słuchać | 90 | 13,6 | 26,0 |
| | średnio chcę słuchać | 132 | 20,0 | 46,0 |
| | raczej chcę słuchać | 160 | 24,2 | 70,2 |
| | bardzo chcę słuchać | 197 | 29,8 | 100,0 |
| | Ogółem | 661 | 100,0 | |

Ponad dwie trzecie respondentów (68 proc.) oczekuje, że Radio Publiczne będzie zajmować się innymi kwestiami niż rozgłośnie komercyjne. Pogląd ten najbardziej rozpowszechniony jest wśród uczniów i studentów (86,8 proc.), mniej wśród emerytów i rencistów (71,6 proc.) oraz osób pracujących (66,9 proc.). Najniższy odsetek zwolenników tej opinii można odnaleźć wśród niepracujących zawodowo (51,7 proc.).

Czy radio publiczne powinno zajmować się innymi kwestiami niż rozgłośnie komercyjne?



Dane w ujęciu procentowym

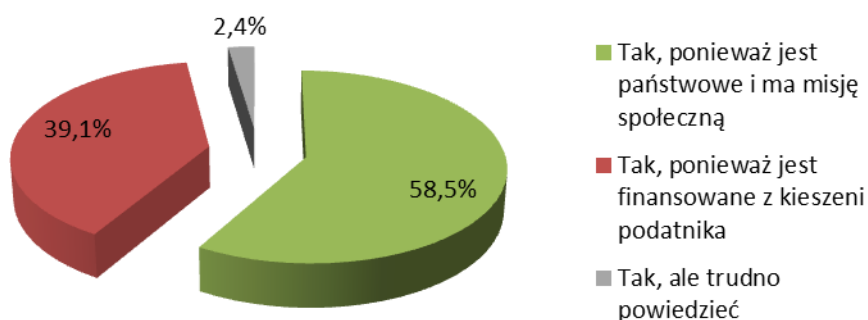
Czy radio publiczne powinno zajmować się innymi kwestiami niż rozgłośnie komercyjne?

| | | N | % |
|-------|--------|-----|-------|
| Ważne | tak | 440 | 68,0 |
| | nie | 207 | 32,0 |
| | Ogółem | 647 | 100,0 |

Wśród powodów, dla których publiczne radio powinno się zajmować innymi kwestiami badani

najczęściej podają, że jest ono państwowe i ma misję społeczną (58,5 proc.) oraz, że jest finansowane z kieszeni podatnika (39,1 proc.).

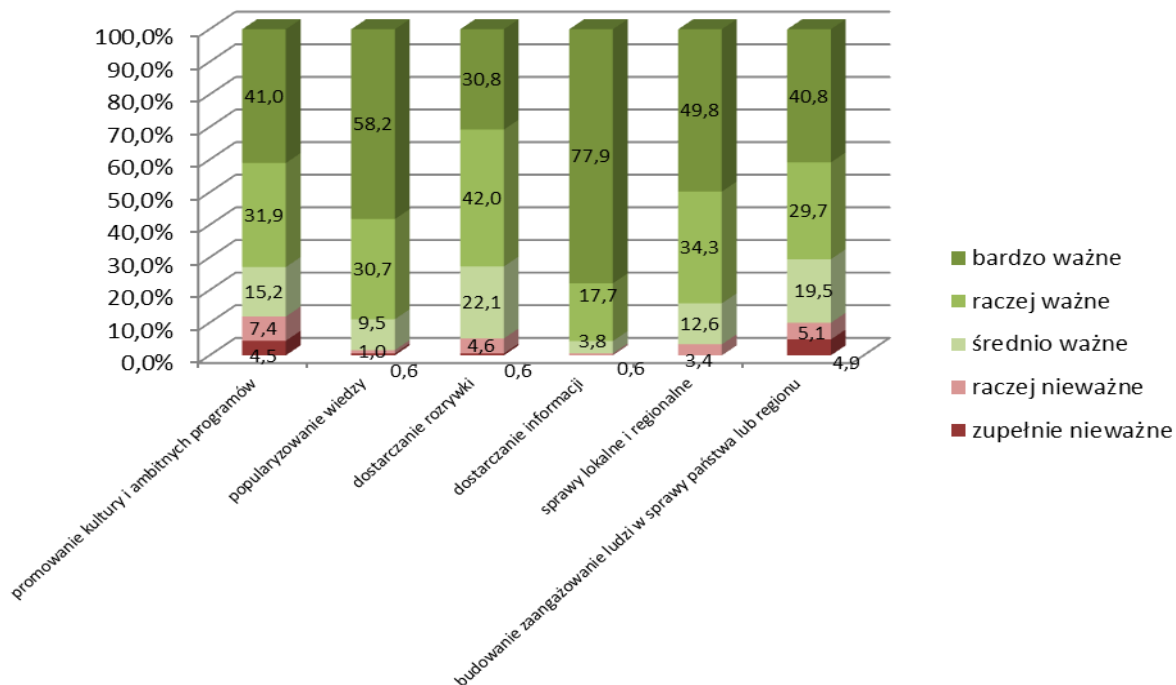
Dlaczego radio publiczne powinno mieć inne zadania?



| | | Odpowiedzi | | % z obserwacji |
|--------|---|------------|--------|----------------|
| | | N | % | |
| ważne | Tak, ponieważ jest państwowe i ma misję społeczną | 274 | 58,5% | 68,5% |
| | Tak, ponieważ jest finansowane z kieszeni podatnika | 183 | 39,1% | 45,8% |
| | Tak, ale trudno powiedzieć | 11 | 2,4% | 2,8% |
| Ogółem | | 468 | 100,0% | 117,0% |

Respondenci zapytani o wagę poszczególnych zadań mogących stać przed Radiem Publicznym za najważniejsze uznali dostarczanie informacji – 95,6 proc. z nich uznało to zadanie za raczej ważne lub bardzo ważne. Istotne jest też popularyzowanie wiedzy (88,9 proc.) oraz zajęcie się sprawami lokalnymi i regionalnymi (84,1 proc.). Najmniej ważne dla badanych okazało się promowanie kultury i ambitnych programów – to zadanie uzyskało 11,9 proc. odpowiedzi negatywnych. Mało popularne było też budowanie zaangażowania ludzi w sprawy państwa lub regionu – było to nieważne dla 10 proc. ankietowanych.

Jak duże znaczenie mają dla Pana(i) poszczególne zadania?



Dane w ujęciu procentowym

Jak duże znaczenie mają dla Pana(i) poszczególne zadania – proszę ocenić na skali /

Promowanie kultury, ambitnych programów

| | | N | % |
|--------|-------------------|-----|-------|
| ważne | zupełnie nieważne | 31 | 4,5 |
| | raczej nieważne | 51 | 7,4 |
| | średnio ważne | 105 | 15,2 |
| | raczej ważne | 220 | 31,9 |
| | bardzo ważne | 283 | 41,0 |
| Ogółem | | 690 | 100,0 |

Jak duże znaczenie mają dla Pana(i) poszczególne zadania – proszę ocenić na skali /

Popularyzowanie wiedzy

| | | N | % |
|-------|-------------------|-----|-------|
| ważne | zupełnie nieważne | 4 | 0,6 |
| | raczej nieważne | 7 | 1,0 |
| | średnio ważne | 64 | 9,5 |
| | raczej ważne | 207 | 30,7 |
| | bardzo ważne | 393 | 58,2 |
| | Ogółem | 675 | 100,0 |

Jak duże znaczenie mają dla Pana(i) poszczególne zadania – proszę ocenić na skali /

Dostarczanie rozrywki

| | | N | % |
|-------|-------------------|-----|-------|
| ważne | zupełnie nieważne | 4 | 0,6 |
| | raczej nieważne | 31 | 4,6 |
| | średnio ważne | 150 | 22,1 |
| | raczej ważne | 285 | 42,0 |
| | bardzo ważne | 209 | 30,8 |
| | Ogółem | 679 | 100,0 |

Jak duże znaczenie mają dla Pana(i) poszczególne zadania – proszę ocenić na skali /

Dostarczanie informacji

| | | N | % |
|-------|-----------------|-----|-------|
| ważne | raczej nieważne | 4 | 0,6 |
| | średnio ważne | 26 | 3,8 |
| | raczej ważne | 121 | 17,7 |
| | bardzo ważne | 532 | 77,9 |
| | Ogółem | 683 | 100,0 |

Jak duże znaczenie mają dla Pana(i) poszczególne zadania – proszę ocenić na skali /

Sprawy lokalne i regionalne

| | | N | % |
|-------|-----------------|-----|-------|
| ważne | raczej nieważne | 23 | 3,4 |
| | średnio ważne | 85 | 12,6 |
| | raczej ważne | 232 | 34,3 |
| | bardzo ważne | 337 | 49,8 |
| | Ogółem | 677 | 100,0 |

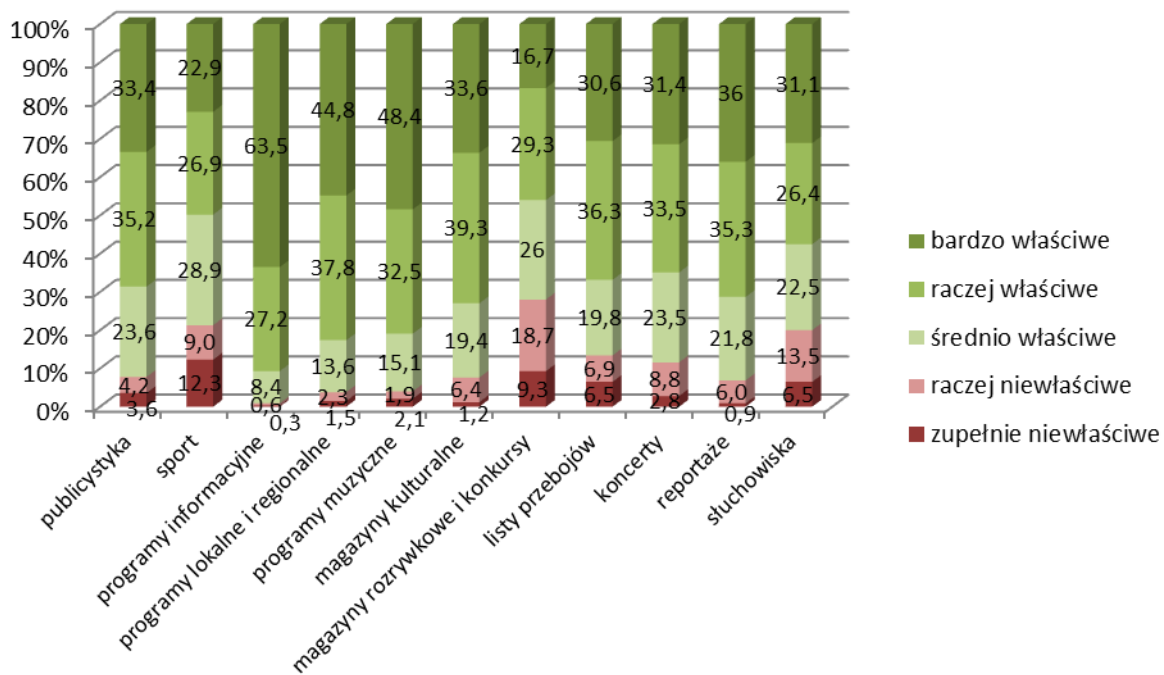
Jak duże znaczenie mają dla Pana(i) poszczególne zadania – proszę ocenić na skali /

Budowanie zaangażowania ludzi sprawy państwa lub regionu

| | | N | % |
|--------|-------------------|-------|------|
| ważne | zupełnie nieważne | 32 | 4,9 |
| | raczej nieważne | 33 | 5,1 |
| | średnio ważne | 126 | 19,5 |
| | raczej ważne | 192 | 29,7 |
| | bardzo ważne | 264 | 40,8 |
| Ogółem | 647 | 100,0 | |

Ankietowani zostali też poproszeni o określenie stopnia właściwości danego rodzaju audycji do ramówki publicznego radia. Ich zdaniem najbardziej odpowiednim rodzajem audycji dla radia publicznego są programy informacyjne. Za bardzo właściwe lub raczej właściwe uznało je 90,7 proc. badanych. Programy lokalne i regionalne uzyskały 82,6 proc. pozytywnych wskazań, a programy muzyczne 80,9 proc. Jest to zgodne z dwoma przedstawionymi powyżej tendencjami. Zgodnie z pierwszą badani oczekują od stacji radiowej jako takiej przede wszystkim informacji i muzyki. Po drugie od radia publicznego oczekują również informacji, ale także zaangażowania w sprawy lokalne. Te dwie tendencje są widoczne w odpowiedzi na powyższe pytanie. Natomiast za najmniej odpowiednie do ramówki radia publicznego respondenci uznali magazyny rozrywkowe i konkursy – 28 proc. wskazań negatywnych, sport (21,3 proc.) oraz słuchowiska (20 proc.).

Jakiego rodzaju audycje powinny być emitowane w radiu publicznym (Polskim Radiu)? Proszę ocenić stopień właściwości danego programu do ramówki publicznego radia.



Dane w ujęciu procentowym

Jakiego rodzaju audycje powinny być emitowane w radiu publicznym (Polskim Radiu)?

Proszę ocenić stopień właściwości danego programu do ramówki publicznego radia(...) /

publicystyka

| | | N | % |
|-------|----------------------|-----|-------|
| ważne | zupełnie niewłaściwe | 24 | 3,6 |
| | raczej niewłaściwe | 28 | 4,2 |
| | średnio właściwe | 158 | 23,6 |
| | raczej właściwe | 236 | 35,2 |
| | bardzo właściwe | 224 | 33,4 |
| | Ogółem | 670 | 100,0 |

Jakiego rodzaju audycje powinny być emitowane w radiu publicznym (Polskim Radiu)?

Proszę ocenić stopień właściwości danego programu do ramówki publicznego radia(...) /

sport

| | | N | % |
|-------|----------------------|-----|-------|
| Ważne | zupełnie niewłaściwe | 82 | 12,3 |
| | raczej niewłaściwe | 60 | 9,0 |
| | średnio właściwe | 193 | 28,9 |
| | raczej właściwe | 180 | 26,9 |
| | bardzo właściwe | 153 | 22,9 |
| | Ogółem | 668 | 100,0 |

Jakiego rodzaju audycje powinny być emitowane w radiu publicznym (Polskim Radiu)?

Proszę ocenić stopień właściwości danego programu do ramówki publicznego radia(...) /

programy informacyjne

| | | N | % |
|-------|----------------------|-----|-------|
| Ważne | zupełnie niewłaściwe | 2 | 0,3 |
| | raczej niewłaściwe | 4 | 0,6 |
| | średnio właściwe | 56 | 8,4 |
| | raczej właściwe | 181 | 27,2 |
| | bardzo właściwe | 423 | 63,5 |
| | Ogółem | 666 | 100,0 |

Jakiego rodzaju audycje powinny być emitowane w radiu publicznym (Polskim Radiu)? Proszę ocenić
Proszę ocenić stopień właściwości danego programu do ramówki publicznego radia(...) / programy
programy lokalne i regionalne

Jakiego rodzaju audycje powinny być emitowane w radiu publicznym (Polskim Radiu)?

Proszę ocenić stopień właściwości danego programu do ramówki publicznego radia(...) /
programy lokalne i regionalne

| | | N | % |
|-------|----------------------|-----|-------|
| Ważne | zupełnie niewłaściwe | 10 | 1,5 |
| | raczej niewłaściwe | 15 | 2,3 |
| | średnio właściwe | 90 | 13,6 |
| | raczej właściwe | 250 | 37,8 |
| | bardzo właściwe | 296 | 44,8 |
| | Ogółem | 661 | 100,0 |

Jakiego rodzaju audycje powinny być emitowane w radiu publicznym (Polskim Radiu)?

Proszę ocenić stopień właściwości danego programu do ramówki publicznego radia(...) /

programy muzyczne

| | | N | % |
|-------|----------------------|-----|-------|
| Ważne | zupełnie niewłaściwe | 14 | 2,1 |
| | raczej niewłaściwe | 13 | 1,9 |
| | średnio właściwe | 102 | 15,1 |
| | raczej właściwe | 219 | 32,5 |
| | bardzo właściwe | 326 | 48,4 |
| | Ogółem | 674 | 100,0 |

Jakiego rodzaju audycje powinny być emitowane w radiu publicznym (Polskim Radiu)?

Proszę ocenić stopień właściwości danego programu do ramówki publicznego radia(...) /

magazyny kulturalne

| | | N | % |
|-------|----------------------|-----|-------|
| Ważne | zupełnie niewłaściwe | 8 | 1,2 |
| | raczej niewłaściwe | 42 | 6,4 |
| | średnio właściwe | 127 | 19,4 |
| | raczej właściwe | 257 | 39,3 |
| | bardzo właściwe | 220 | 33,6 |
| | Ogółem | 654 | 100,0 |

Jakiego rodzaju audycje powinny być emitowane w radiu publicznym (Polskim Radiu)?

Proszę ocenić stopień właściwości danego programu do ramówki publicznego radia(...) / magazyny rozrywkowe konkursy

| | | N | % |
|-------|----------------------|-----|-------|
| Ważne | zupełnie niewłaściwe | 60 | 9,3 |
| | raczej niewłaściwe | 121 | 18,7 |
| | średnio właściwe | 168 | 26,0 |
| | raczej właściwe | 189 | 29,3 |
| | bardzo właściwe | 108 | 16,7 |
| | Ogółem | 646 | 100,0 |

Jakiego rodzaju audycje powinny być emitowane w radiu publicznym (Polskim Radiu)?

Proszę ocenić stopień właściwości danego programu do ramówki publicznego radia(...) / listy przebojów

| | | N | % |
|-------|----------------------|-----|-------|
| Ważne | zupełnie niewłaściwe | 42 | 6,5 |
| | raczej niewłaściwe | 45 | 6,9 |
| | średnio właściwe | 128 | 19,8 |
| | raczej właściwe | 235 | 36,3 |
| | bardzo właściwe | 198 | 30,6 |
| | Ogółem | 648 | 100,0 |

Jakiego rodzaju audycje powinny być emitowane w radiu publicznym (Polskim Radiu)?

Proszę ocenić stopień właściwości danego programu do ramówki publicznego radia(...) / koncerty

| | | Frequency | Ważne Percent |
|-------|----------------------|-----------|---------------|
| Ważne | zupełnie niewłaściwe | 18 | 2,8 |
| | raczej niewłaściwe | 57 | 8,8 |
| | średnio właściwe | 153 | 23,5 |
| | raczej właściwe | 218 | 33,5 |
| | bardzo właściwe | 204 | 31,4 |
| | Ogółem | 650 | 100,0 |

Jakiego rodzaju audycje powinny być emitowane w radiu publicznym (Polskim Radiu)?

**Proszę ocenić stopień właściwości danego programu do ramówki publicznego radia(...) /
reportaże**

| | | Frequency | Ważne Percent |
|-------|----------------------|-----------|---------------|
| Ważne | zupełnie niewłaściwe | 6 | 0,9 |
| | raczej niewłaściwe | 39 | 6,0 |
| | średnio właściwe | 143 | 21,8 |
| | raczej właściwe | 231 | 35,3 |
| | bardzo właściwe | 236 | 36,0 |
| | Ogółem | 655 | 100,0 |

Jakiego rodzaju audycje powinny być emitowane w radiu publicznym (Polskim Radiu)?

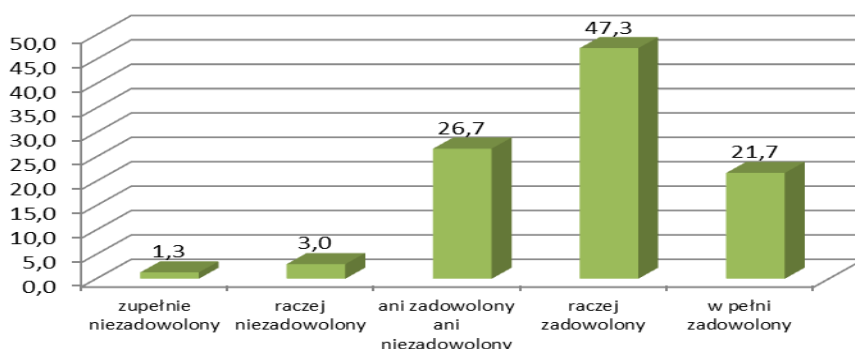
**Proszę ocenić stopień właściwości danego programu do ramówki publicznego radia(...) /
słuchowiska**

| | | N | % |
|-------|----------------------|-----|-------|
| Ważne | zupełnie niewłaściwe | 42 | 6,5 |
| | raczej niewłaściwe | 87 | 13,5 |
| | średnio właściwe | 145 | 22,5 |
| | raczej właściwe | 170 | 26,4 |
| | bardzo właściwe | 200 | 31,1 |
| | Ogółem | 644 | 100,0 |

Poziom satysfakcji z oferty Polskiego Radia

Większość badanych jest zadowolona z oferty Polskiego Radia. Pozytywnej odpowiedzi udziela 69 proc. respondentów. Ponad jedna piąta (21,7 proc.) jest zadowolona w pełni, a prawie połowa (47,3 proc.) jest raczej zadowolona. Odpowiedzi negatywnej udzieliło natomiast tylko 4,3 proc. ankietowanych.

Biorąc pod uwagę całość oferty oraz całość Pana(i) oczekiwań proszę określić swój stopień satysfakcji z oferty publicznego radia (Polskiego Radia)?



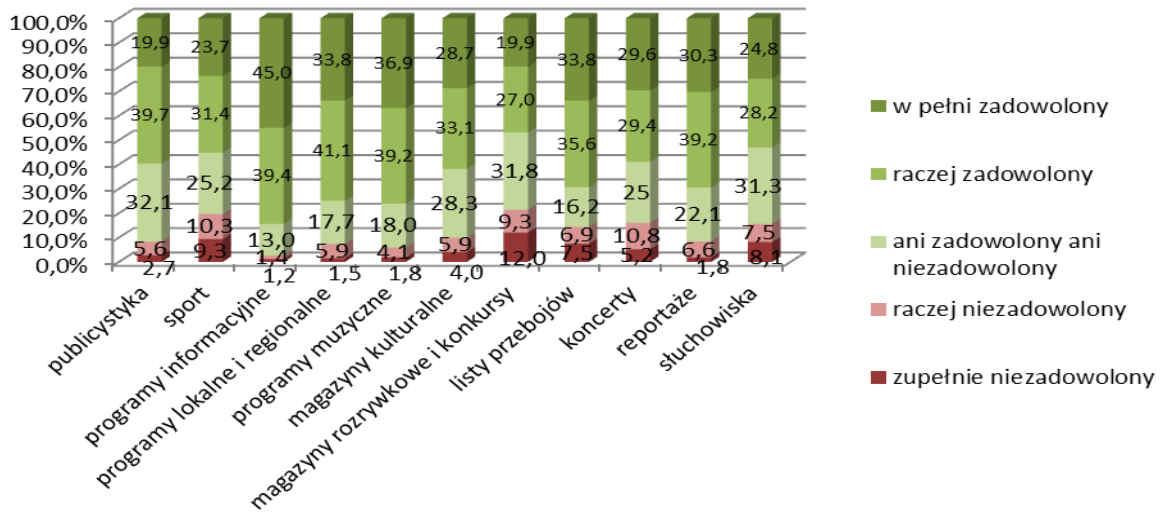
Dane w ujęciu procentowym

Biorąc pod uwagę całość oferty oraz całość Pana(i) oczekiwań proszę określić swój stopień satysfakcji z oferty publicznego radia (Polskiego Radia), gdzie 1 oznacza „zupełnie niezadowolony(a)”, a 5 „w pełni zadowolony(a)”.

| | N | % | % skumulowany |
|----------------------------------|-----|-------|---------------|
| Ważne zupełnie niezadowolony | 8 | 1,3 | 1,3 |
| raczej niezadowolony | 19 | 3,0 | 4,3 |
| ani zadowolony ani niezadowolony | 168 | 26,7 | 31,0 |
| raczej zadowolony | 298 | 47,3 | 78,3 |
| w pełni zadowolony | 137 | 21,7 | 100,0 |
| Ogółem | 630 | 100,0 | |

Spośród rodzajów programów znajdujących się w ramówce Polskiego Radia ankietowani najbardziej zadowoleni są z programów informacyjnych (84,6 proc. wskazań pozytywnych), programów muzycznych (76,1 proc.) oraz programów lokalnych i regionalnych (74,9 proc.). Najniższy poziom satysfakcji odnosi się do programów sportowych (19,6 proc. wskazań negatywnych) oraz magazynów rozrywkowych i konkursów (21,3 proc.). Warto zauważyć, że badani najbardziej usatysfakcjonowani są z tych rodzajów audycji, które uznają za najbardziej właściwe dla ramówki publicznego radia. Najniższa satysfakcja dotyczy natomiast takich rodzajów programów, które są najmniej właściwe dla Polskiego Radia.

Proszę ocenić poziom swojej satysfakcji z oferty publicznego radia (Polskiego Radia) jeśli chodzi o poszczególne kategorie audycji.



Dane w ujęciu procentowym

Proszę ocenić poziom swojej satysfakcji z oferty publicznego radia (Polskiego Radia) jeśli chodzi o poszczególne kategorie audycji, gdzie 1 oznacza „zupełnie niezadowolony(a)”, a 5 „w pełni zadowolony(a)” / publicystyka

| | | N | % |
|-------|----------------------------------|-----|-------|
| ważne | zupełnie niezadowolony | 15 | 2,7 |
| | raczej niezadowolony | 31 | 5,6 |
| | ani zadowolony ani niezadowolony | 176 | 32,1 |
| | raczej zadowolony | 218 | 39,7 |
| | w pełni zadowolony | 109 | 19,9 |
| | Ogółem | 549 | 100,0 |

Proszę ocenić poziom swojej satysfakcji z oferty publicznego radia (Polskiego Radia) jeśli chodzi o poszczególne kategorie audycji, gdzie 1 oznacza „zupełnie niezadowolony(a)”, a 5 „w pełni zadowolony(a)” / sport

| | | N | % |
|-------|----------------------------------|-----|-------|
| ważne | zupełnie niezadowolony | 46 | 9,3 |
| | raczej niezadowolony | 51 | 10,3 |
| | ani zadowolony ani niezadowolony | 124 | 25,2 |
| | raczej zadowolony | 155 | 31,4 |
| | w pełni zadowolony | 117 | 23,7 |
| | Ogółem | 493 | 100,0 |

Proszę ocenić poziom swojej satysfakcji z oferty publicznego radia (Polskiego Radia) jeśli chodzi o poszczególne kategorie audycji, gdzie 1 oznacza „zupełnie niezadowolony(a)”, a 5 „w pełni zadowolony(a)” / programy informacyjne

| | | N | % |
|-------|----------------------------------|-----|-------|
| ważne | zupełnie niezadowolony | 7 | 1,2 |
| | raczej niezadowolony | 8 | 1,4 |
| | ani zadowolony ani niezadowolony | 74 | 13,0 |
| | raczej zadowolony | 225 | 39,4 |
| | w pełni zadowolony | 257 | 45,0 |
| | Ogółem | 571 | 100,0 |

Proszę ocenić poziom swojej satysfakcji z oferty publicznego radia (Polskiego Radia) jeśli chodzi o poszczególne kategorie audycji, gdzie 1 oznacza „zupełnie niezadowolony(a)”, a 5 „w pełni niezadowolony(a)”, a 5 „w pełni zadowolony(a)” / programy lokalne i regionalne

Proszę ocenić poziom swojej satysfakcji z oferty publicznego radia (Polskiego Radia) jeśli chodzi o poszczególne kategorie audycji, gdzie 1 oznacza „zupełnie niezadowolony(a)”, a 5 „w pełni zadowolony(a)” / programy lokalne i regionalne

| | | N | % |
|-------|----------------------------------|-----|-------|
| ważne | zupełnie niezadowolony | 8 | 1,5 |
| | raczej niezadowolony | 32 | 5,9 |
| | ani zadowolony ani niezadowolony | 97 | 17,7 |
| | raczej zadowolony | 225 | 41,1 |
| | w pełni zadowolony | 185 | 33,8 |
| | Ogółem | 547 | 100,0 |

Proszę ocenić poziom swojej satysfakcji z oferty publicznego radia (Polskiego Radia) jeśli chodzi o poszczególne kategorie audycji, gdzie 1 oznacza „zupełnie niezadowolony(a)”, a 5 „w pełni zadowolony(a)” / programy muzyczne

| | | N | % |
|-------|----------------------------------|-----|-------|
| ważne | zupełnie niezadowolony | 10 | 1,8 |
| | raczej niezadowolony | 23 | 4,1 |
| | ani zadowolony ani niezadowolony | 100 | 18,0 |
| | raczej zadowolony | 218 | 39,2 |
| | w pełni zadowolony | 205 | 36,9 |
| | Ogółem | 556 | 100,0 |

Proszę ocenić poziom swojej satysfakcji z oferty publicznego radia (Polskiego Radia) jeśli chodzi o poszczególne kategorie audycji, gdzie 1 oznacza „zupełnie niezadowolony(a)”, a 5 „w pełni zadowolony(a)” / magazyny kulturalne

| | | N | % |
|-------|----------------------------------|-----|-------|
| ważne | zupełnie niezadowolony | 21 | 4,0 |
| | raczej niezadowolony | 31 | 5,9 |
| | ani zadowolony ani niezadowolony | 148 | 28,3 |
| | raczej zadowolony | 173 | 33,1 |
| | w pełni zadowolony | 150 | 28,7 |
| | Ogółem | 523 | 100,0 |

Proszę ocenić poziom swojej satysfakcji z oferty publicznego radia (Polskiego Radia) jeśli chodzi o poszczególne kategorie audycji, gdzie 1 oznacza „zupełnie niezadowolony(a)”, a 5 „w pełni zadowolony(a)” / magazyny rozrywkowe konkursy

| | | N | % |
|-------|----------------------------------|-----|-------|
| ważne | zupełnie niezadowolony | 61 | 12,0 |
| | raczej niezadowolony | 47 | 9,3 |
| | ani zadowolony ani niezadowolony | 161 | 31,8 |
| | raczej zadowolony | 137 | 27,0 |
| | w pełni zadowolony | 101 | 19,9 |
| | Ogółem | 507 | 100,0 |

Proszę ocenić poziom swojej satysfakcji z oferty publicznego radia (Polskiego Radia) jeśli chodzi o poszczególne kategorie audycji, gdzie 1 oznacza „zupełnie niezadowolony(a)”, a 5 „w pełni zadowolony(a)” / listy przebojów

| | | N | % |
|-------|----------------------------------|-----|-------|
| ważne | zupełnie niezadowolony | 40 | 7,5 |
| | raczej niezadowolony | 37 | 6,9 |
| | ani zadowolony ani niezadowolony | 87 | 16,2 |
| | raczej zadowolony | 191 | 35,6 |
| | w pełni zadowolony | 181 | 33,8 |
| | Ogółem | 536 | 100,0 |

Proszę ocenić poziom swojej satysfakcji z oferty publicznego radia (Polskiego Radia) jeśli chodzi o poszczególne kategorie audycji, gdzie 1 oznacza „zupełnie niezadowolony(a)”, a 5 „w pełni zadowolony(a)” / koncerty

| | | N | % |
|-------|----------------------------------|-----|-------|
| ważne | zupełnie niezadowolony | 27 | 5,2 |
| | raczej niezadowolony | 56 | 10,8 |
| | ani zadowolony ani niezadowolony | 130 | 25,0 |
| | raczej zadowolony | 153 | 29,4 |
| | w pełni zadowolony | 154 | 29,6 |
| | Ogółem | 520 | 100,0 |

Proszę ocenić poziom swojej satysfakcji z oferty publicznego radia (Polskiego Radia) jeśli chodzi o poszczególne kategorie audycji, gdzie 1 oznacza „zupełnie niezadowolony(a)”, a 5 „w pełni zadowolony(a)” / reportaże

| | | N | % |
|-------|----------------------------------|-----|-------|
| ważne | zupełnie niezadowolony | 10 | 1,8 |
| | raczej niezadowolony | 36 | 6,6 |
| | ani zadowolony ani niezadowolony | 120 | 22,1 |
| | raczej zadowolony | 213 | 39,2 |
| | w pełni zadowolony | 165 | 30,3 |
| | Ogółem | 544 | 100,0 |

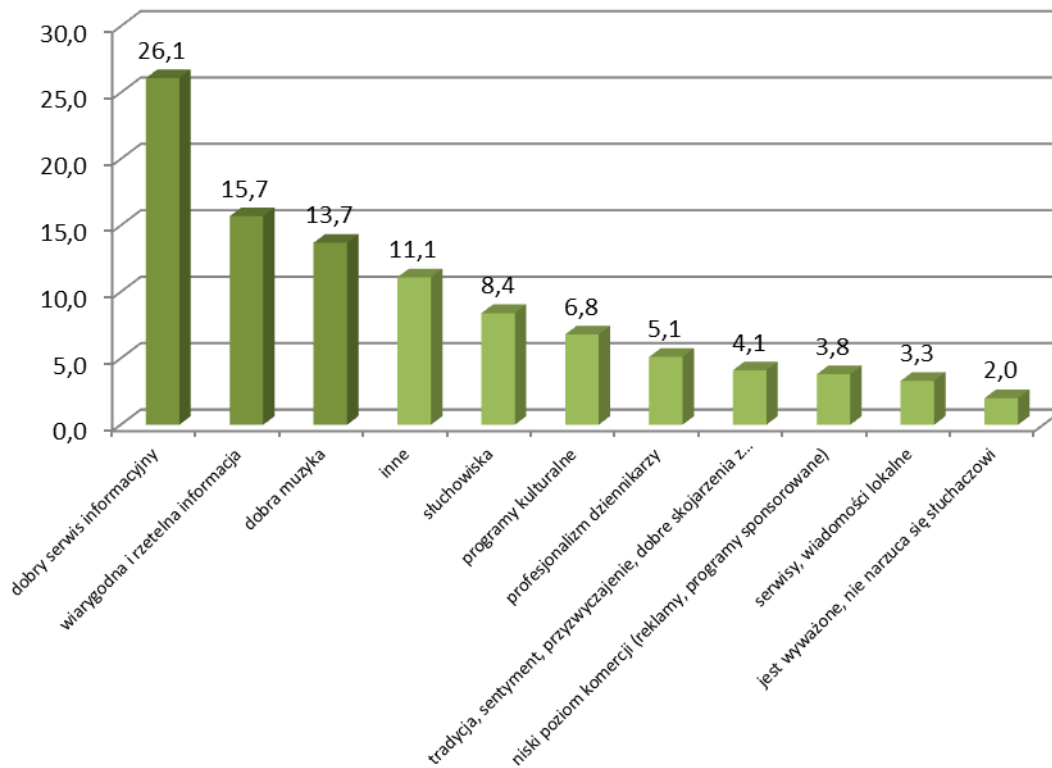
Proszę ocenić poziom swojej satysfakcji z oferty publicznego radia (Polskiego Radia) jeśli chodzi o poszczególne kategorie audycji, gdzie 1 oznacza „zupełnie niezadowolony(a)”, a 5 „w pełni zadowolony(a)” / słuchowiska

| | | N | % |
|-------|----------------------------------|-----|-------|
| ważne | zupełnie niezadowolony | 42 | 8,1 |
| | raczej niezadowolony | 39 | 7,5 |
| | ani zadowolony ani niezadowolony | 162 | 31,3 |
| | raczej zadowolony | 146 | 28,2 |
| | w pełni zadowolony | 128 | 24,8 |
| | Ogółem | 517 | 100,0 |

Spośród rzeczy, które powodują, że ankietowani lubią Polskie Radio najważniejszy jest dobry serwis informacyjny, na który wskazuje 26,1 proc. z nich. O wiarygodnej i rzetelnej informacji wspomina 15,7 proc. badanych, a o dobrej muzyce 13,7 proc. Po raz kolejny jest widoczne, że informacje i muzyka to najbardziej istotne dla badanych aspekty ramówki.



Za co lubi Pan(i) radio publiczne (Polskie Radio)?



Dane w ujęciu procentowym

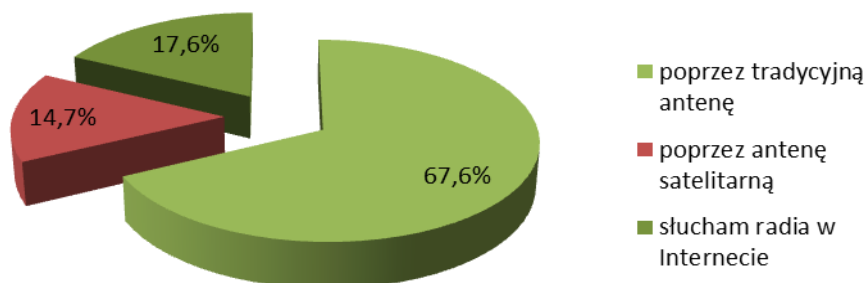
Za co lubi Pan(i) radio publiczne (Polskie Radio)?

| | N | % | % skumulowany |
|---|-----|-------|---------------|
| ważne | | | |
| dobry serwis informacyjny | 103 | 26,1 | 26,1 |
| słuchowiska | 33 | 8,4 | 34,4 |
| wiarygodna i rzetelna informacja | 62 | 15,7 | 50,1 |
| dobra muzyka | 54 | 13,7 | 63,8 |
| profesjonalizm dziennikarzy | 20 | 5,1 | 68,9 |
| programy kulturalne | 27 | 6,8 | 75,7 |
| niski poziom komercji (reklamy, programy sponsorowane) | 15 | 3,8 | 79,5 |
| jest wyważone, nie narzuca się słuchaczowi | 8 | 2,0 | 81,5 |
| serwisy, wiadomości lokalne | 13 | 3,3 | 84,8 |
| tradycja, sentyment, przyzwyczajenie, dobre skojarzenia z dzieciństwa | 16 | 4,1 | 88,9 |
| inne | 44 | 11,1 | 100,0 |
| Ogółem | 395 | 100,0 | |

4.4. Techniczne warunki odbioru radia oraz sposoby jego słuchania

Ponad dwie trzecie ankietowanych (67,7 proc.) odbiera radio poprzez tradycyjną antenę. Z anteny satelitarnej korzysta 14,7 proc. z nich, natomiast 17,6 proc. słucha radia w Internecie.

W jaki sposób odbiera Pan(i) radio?



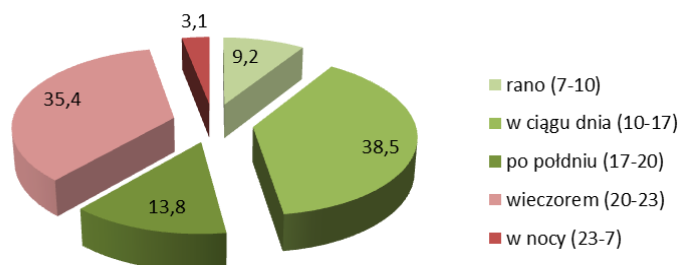
Dane w ujęciu procentowym

W jaki sposób odbiera Pan(i) radio?

| | | Odpowiedzi | |
|--------|----------------------------|------------|---------|
| | | N | Percent |
| Ważne | poprzez tradycyjną antenę | 510 | 67,6% |
| | poprzez antenę satelitarną | 111 | 14,7% |
| | słucham radia w Internecie | 133 | 17,6% |
| Ogółem | | 754 | 100,0% |

Spośród słuchających radia w Internecie największy odsetek (38,5 proc.) robi to w ciągu dnia, a nieco mniej (35,4 proc.) wieczorem. Po południu z Internetu do słuchania radia korzysta 13,8 proc. badanych, a 9,2 proc. robi to rano. Najmniej słucha radia w Internecie w nocy (3,1 proc.).

W jakich godzinach najczęściej słucha Pan(i) radia w Internecie?



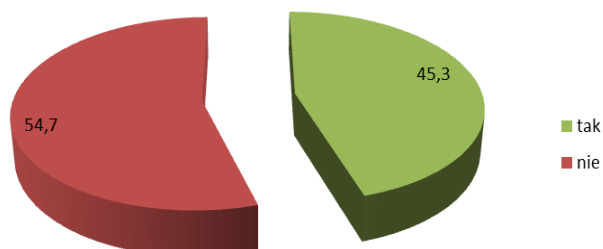
Dane w ujęciu procentowym

W jakich godzinach najczęściej słucha Pan(i) radia w Internecie?

| | | N | % |
|-------|----------------------|-----|-------|
| Ważne | rano (7-10) | 12 | 9,2 |
| | w ciągu dnia (10-17) | 50 | 38,5 |
| | po południu (17-20) | 18 | 13,8 |
| | wieczorem (20-23) | 46 | 35,4 |
| | w nocy (23-7) | 4 | 3,1 |
| | Ogółem | 130 | 100,0 |

45,3 proc. respondentów deklaruje, że byłaby zainteresowana korzystaniem z internetowego serwisu informacyjnego, prowadzonego przez dziennikarzy Polskiego Radia, który byłby aktualizowany na bieżąco, przez całą dobę.

Czy był(a)by Pan(i) zainteresowany(a) korzystaniem z internetowego serwisu informacyjnego, prowadzonego przez dziennikarzy Polskiego Radia, który byłby aktualizowany na bieżąco, przez całą dobę?



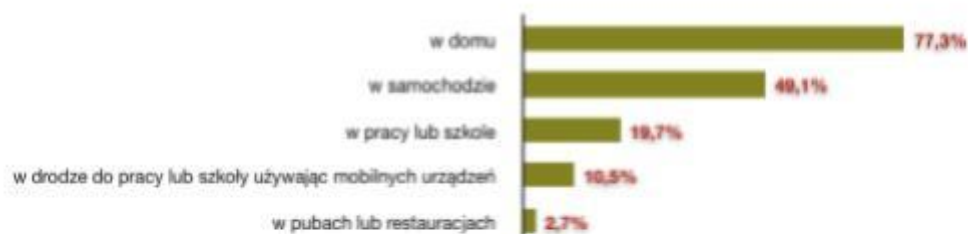
Dane w ujęciu procentowym

Czy był(a)by Pan(i) zainteresowany(a) korzystaniem z internetowego serwisu informacyjnego, prowadzonego przez dziennikarzy Polskiego Radia, który byłby aktualizowany na bieżąco, przez całą dobę?

| | | N | % |
|--------|-----|-----|-------|
| ważne | tak | 170 | 45,3 |
| | nie | 205 | 54,7 |
| Ogółem | | 375 | 100,0 |

Miejscem, w którym najczęściej słucha się radia jest dom. Odpowiada tak 77 proc. badanych. Prawie połowa z nich (49 proc.) słucha radia w samochodzie, a 20 proc. robi to w pracy lub szkole. W drodze, używając mobilnych urządzeń radia słucha 10,5 proc. respondentów, a w pubach i restauracjach 3 proc.

Gdzie najczęściej słucha Pan(i) radia?



W jaki sposób słucha Pan(i) najczęściej radia?

| | Odpowiedzi | | % z obserwacji | |
|--------|--|--------|----------------|-------|
| | N | % | | |
| ważne | w domu | 466 | 48,5% | 77,3% |
| | w pracy lub szkole | 119 | 12,4% | 19,7% |
| | w drodze do pracy lub szkoły używając mobilnych urządzeń | 63 | 6,6% | 10,4% |
| | w samochodzie | 296 | 30,8% | 49,1% |
| | w pubach lub restauracjach | 16 | 1,7% | 2,7% |
| Ogółem | 960 | 100,0% | 159,2% | |

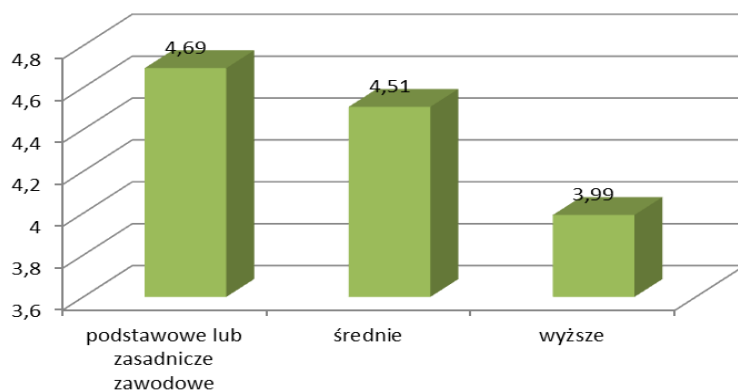
| Ile średnio godzin poświęca Pan(i) na słuchanie radia? | |
|--|------|
| dziennie | 4,3 |
| tygodniowo | 27,6 |

N=728

Respondent przeznaczają przeciętnie 4,3 godziny na słuchanie radia dziennie. W tygodniu poświęcają na to 27,6 godziny.

Najmniej czasu w ciągu dnia przeznaczają badani z wykształceniem wyższym (3,99 h), więcej osoby z wykształceniem średnim (4,51 h) oraz podstawowym lub zasadniczym zawodowym (4,69 h).

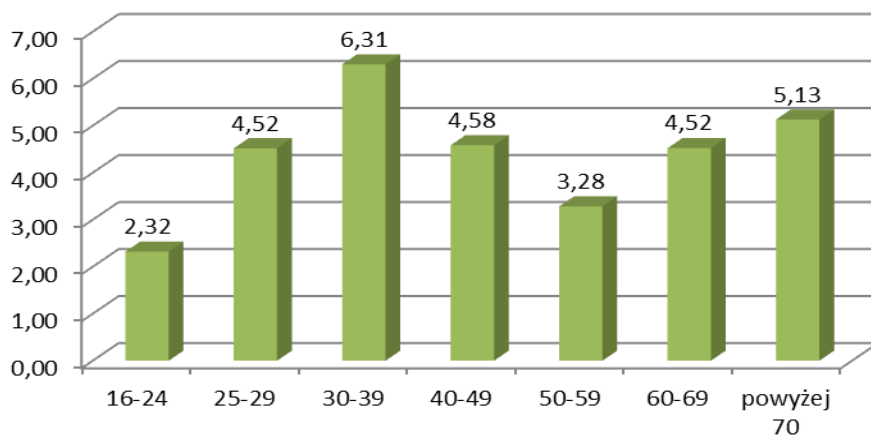
Ile godzin dziennie poświęca Pan(i) na słuchanie radia?



N=728

Czas poświęcany na słuchanie radia zależy też od wieku. Najwięcej słuchają osoby pomiędzy 30 a 39 rokiem życia (6,31 h dziennie) oraz po 70 roku życia (5,13 h). Najmniej natomiast badani pomiędzy 50 a 59 rokiem (3,28 h) oraz najmłodsi respondenci (2,32 h).

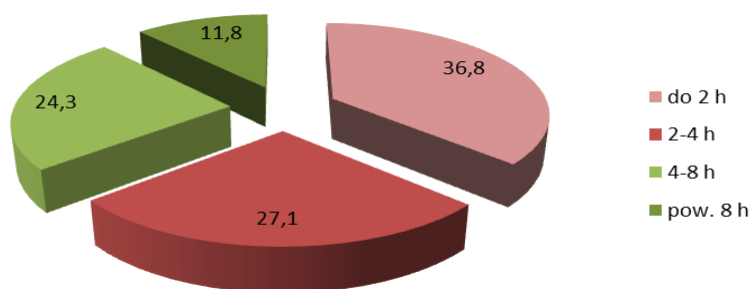
Ilość czasu poświęca Pan(i) na słuchanie radia?



N=724

Ponad dwie trzecie badanych (36,8 proc.) słucha radia nie więcej niż dwie godziny dziennie. Od dwóch do czterech godzin poświęca na słuchanie radia 27,1 proc., a od czterech do ośmiu godzin 24,3 proc. Ponad osiem godzin dziennie za słuchanie radia poświęca 11,8 proc. respondentów.

Ile godzin dziennie poświęca Pan(i) na słuchanie radia?

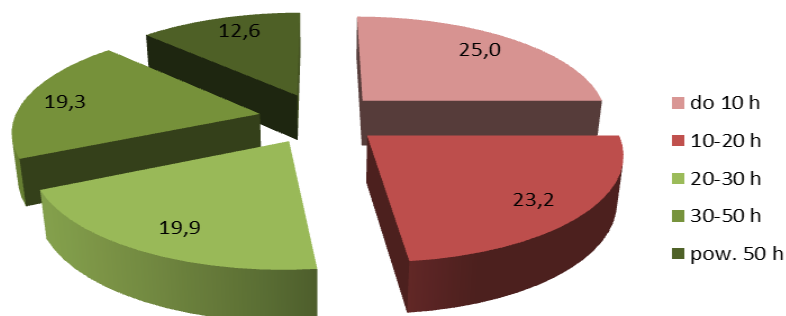


Dane w ujęciu procentowym

| Ile średnio godzin poświęca Pan(i) na słuchanie radia? / dziennie | | N | % |
|---|---------|-----|-------|
| Ważne | do 2h | 268 | 36,8 |
| | 2-4h | 197 | 27,1 |
| | 4-8h | 177 | 24,3 |
| | pow. 8h | 86 | 11,8 |
| | Ogółem | 728 | 100,0 |

Jedna czwarta badanych (25 proc.) słucha radia maksymalnie dziesięć godzin tygodniowo. Prawie jedna czwarta (23,2 proc.) poświęca na to od dziesięciu do dwudziestu godzin w tygodniu. Nieco mniej niż jedna piąta słucha radia od dwudziestu do trzydziestu godzin w tygodniu (19,9 proc.) oraz od trzydziestu do pięćdziesięciu godzin (19,3 proc.). Ponad pięćdziesiąt godzin na słuchanie radia przeznaczają tygodniowo 12,6 proc. ankietowanych.

Ile godzin tygodniowo poświęca Pan(i) na słuchanie radia?



Dane w ujęciu procentowym

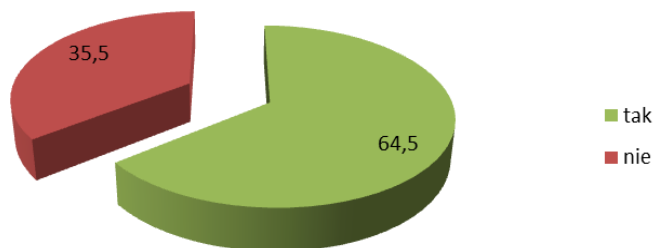
Ile średnio godzin poświęca Pan(i) na słuchanie radia? / tygodniowo

| | | N | % |
|-------|----------|-----|-------|
| ważne | do 10h | 181 | 25,0 |
| | 10-20h | 168 | 23,2 |
| | 20-30h | 144 | 19,9 |
| | 30-50h | 140 | 19,3 |
| | pow. 50h | 91 | 12,6 |
| | Ogółem | 724 | 100,0 |

4.5. Projekty internetowe Polskiego Radia

Spośród badanych słuchaczy rozgłośni radiowych 64,5 proc. deklaruje, że korzysta z Internetu. Spośród nich 19 proc. zna projekt internetowy Radio na Wizji, a 22,1 proc. projekt Moje Polskie Radio.

Czy korzysta Pan(i) z Internetu?

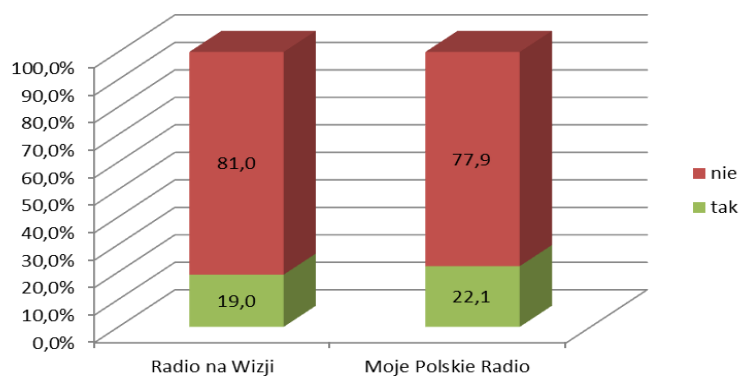


Dane w ujęciu procentowym

Czy korzysta Pan(i) z Internetu?

| | | N | % |
|-------|--------|-----|-------|
| Ważne | tak | 446 | 64,5 |
| | nie | 245 | 35,5 |
| | Ogółem | 691 | 100,0 |

Czy słyisał(a) Pan(i) o następujących, internetowych projektach Polskiego Radia?



Dane w ujęciu procentowym

Czy słyisał(a) Pan(i) o następujących, internetowych projektach Polskiego Radia? /

Radio na Wizji

| | | N | % |
|-------|--------|-----|-------|
| Ważne | tak | 81 | 19,0 |
| | nie | 345 | 81,0 |
| | Ogółem | 426 | 100,0 |

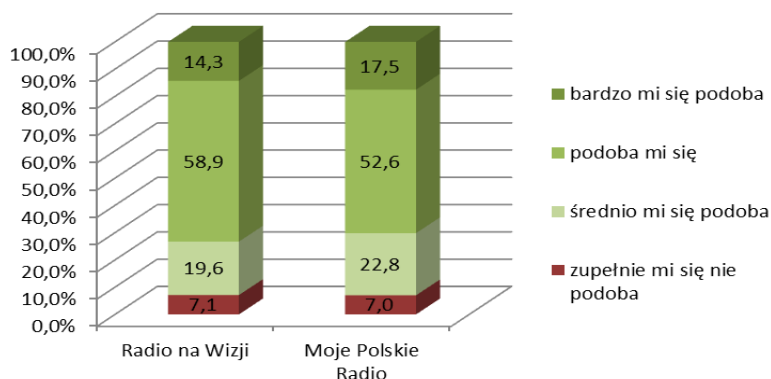
Czy słyszał(a) Pan(i) o następujących, internetowych projektach Polskiego Radia? /

Moje Polskie Radio

| | | N | % |
|-------|--------|-----|-------|
| Ważne | tak | 94 | 22,1 |
| | nie | 332 | 77,9 |
| | Ogółem | 426 | 100,0 |

Badani, którzy znali projekty zostali poproszeni o ich ocenę. Nieco lepiej ocenili oni projekt Radio na Wizji, który uzyskał 73,2 proc. pozytywnych ocen - 14,3 proc. bardzo się on podoba, a 58,9 proc. podoba się umiarkowanie. Natomiast projekt Moje Polskie Radio uzyskał 70,1 proc. ocen pozytywnych - 17,5 proc. bardzo pozytywnych oraz 52,6 proc. umiarkowanie pozytywnych.

Czy podobają się Panu(i) te projekty?



Dane w ujęciu procentowym

Czy podobają się Panu(i) te projekty? Proszę ocenić na skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza „zupełnie mi się nie podoba”, a 5 „bardzo mi się podoba” / Radio na Wizji

| | | N | % |
|--------|----------------------------|----|-------|
| ważne | zupełnie mi się nie podoba | 4 | 7,1 |
| | średnio mi się podoba | 11 | 19,6 |
| | podoba mi się | 33 | 58,9 |
| | bardzo mi się podoba | 8 | 14,3 |
| Ogółem | | 56 | 100,0 |

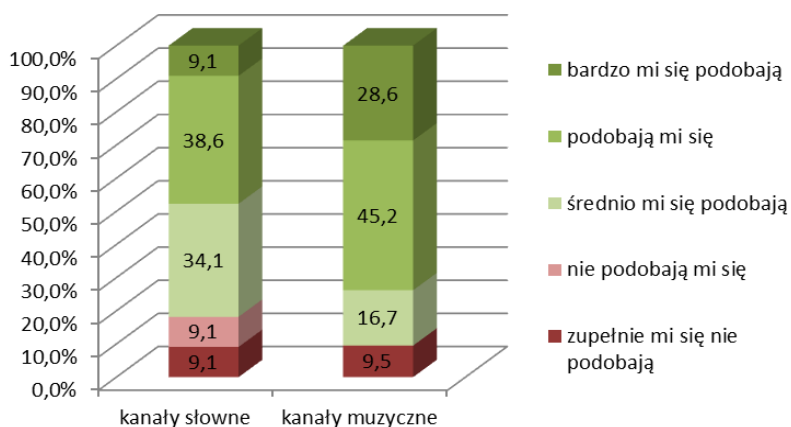
Czy podobają się Panu(i) te projekty? Proszę ocenić na skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza „zupełnie mi się nie podoba”, a 5 „bardzo mi się podoba” / Moje Polskie

Radio

| | | N | % |
|-------|----------------------------|----|-------|
| Ważne | zupełnie mi się nie podoba | 4 | 7,0 |
| | średnio mi się podoba | 13 | 22,8 |
| | podoba mi się | 30 | 52,6 |
| | bardzo mi się podoba | 10 | 17,5 |
| | Ogółem | 57 | 100,0 |

Respondenci ocenili też kanały słowne oraz muzyczne Mojego Polskiego Radia. Te pierwsze bardzo pozytywnie oceniło 9,1 proc. badanych, a umiarkowanie pozytywnie 38,6 proc., co daje 47,7 proc. odpowiedzi pozytywnych. Znacznie lepiej ocenione zostały kanały muzyczne. Bardzo pozytywnie wypowiedziało się o nich 28,6 proc. ankietowanych, a umiarkowanie pozytywnie 45,2 proc. - w sumie oceniło je pozytywnie 73,8 proc. użytkowników.

Jak Pan(i) ocenia kanały serwisu Moje Polskie Radio?



Dane w ujęciu procentowym

A jak Pan ocenia poszczególne kanały serwisu Moje Polskie Radio? Proszę ocenić na skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza „zupełnie mi się nie podoba”, a 5 „bardzo mi się podoba” / kanały słowne

| | | N | % |
|-------|----------------------------|----|-------|
| Ważne | zupełnie mi się nie podoba | 4 | 9,1 |
| | nie podoba mi się | 4 | 9,1 |
| | średnio mi się podoba | 15 | 34,1 |
| | podoba mi się | 17 | 38,6 |
| | bardzo mi się podoba | 4 | 9,1 |
| | Ogółem | 44 | 100,0 |

A jak Pan ocenia poszczególne kanały serwisu Moje Polskie Radio? Proszę ocenić na skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza „zupełnie mi się nie podoba”, a 5 „bardzo mi się podoba” / kanały muzyczne

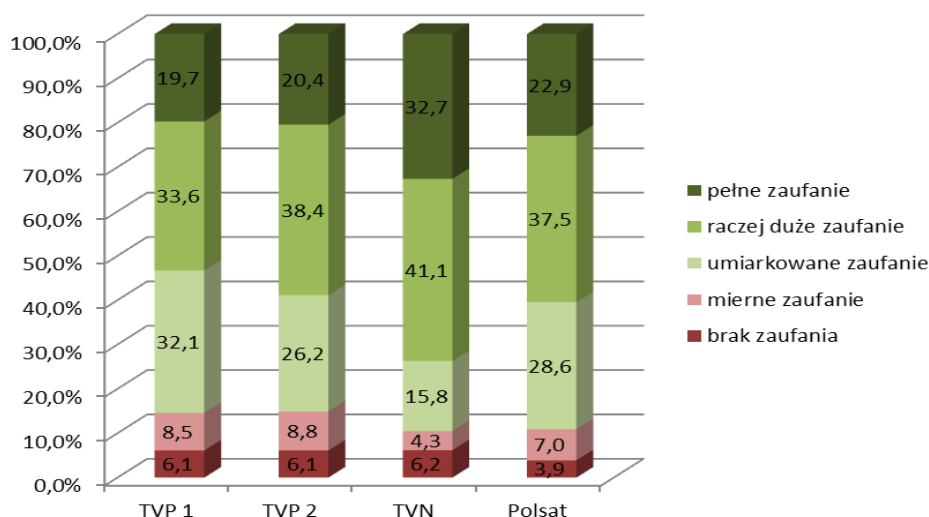
| | | N | % |
|-------|----------------------------|----|-------|
| Ważne | zupełnie mi się nie podoba | 4 | 9,5 |
| | średnio mi się podoba | 7 | 16,7 |
| | podoba mi się | 19 | 45,2 |
| | bardzo mi się podoba | 12 | 28,6 |
| | Ogółem | 42 | 100,0 |



5.1. Zaufanie do telewizji

Największym zaufaniem cieszy się TVN. Odsetek badanych ufających mu w pełni lub w dużym stopniu wynosi 73,8 proc. Polsat obdarza zaufaniem 60,4 proc. respondentów. Anteny telewizji publicznej uzyskały niższe wyniki w ocenie zaufania - TVP2 ufa 58,8 proc. ankieterów, a TVP1 tylko nieco ponad połowa (53,3 proc.) z badanych.

Przeczytam Panu(i) listę stacji telewizyjnych? Proszę określić swój poziom zaufania do tych stacji.



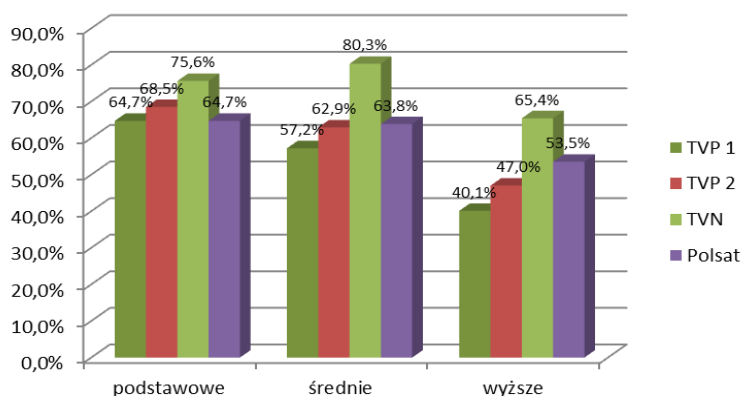
Dane w ujęciu procentowym

Przeczytam Panu(i) listę stacji telewizyjnych? Proszę określić swój poziom zaufania do tych stacji na skali, gdzie 1 oznacza brak zaufania, a 5 pełne zaufanie

| | TVP1 | TVP2 | TVN | Polsat |
|----------------------|-------|-------|-------|--------|
| ważne brak zaufania | 6,1 | 6,1 | 6,2 | 3,9 |
| mierne zaufanie | 8,5 | 8,8 | 4,3 | 7,0 |
| umiarkowane zaufanie | 32,1 | 26,2 | 15,8 | 28,6 |
| raczej duże zaufanie | 33,6 | 38,4 | 41,1 | 37,5 |
| pełne zaufanie | 19,7 | 20,4 | 32,7 | 22,9 |
| Ogółem | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Zaufanie do stacji telewizyjnych jest zróżnicowane ze względu na wykształcenie. Badani z wykształceniem wyższym są stosunkowo najmniej ufni. Wśród nich nie zmienia się jednak hierarchia poziomu zaufania do stacji telewizyjnych. Największy odsetek spośród nich ufa TVN (65,4 proc.), nieco mniejszy Polsatowi (53,5 proc.), TVP2 (47 proc.) i najmniej TVP1 (40,1 proc.). Większe zaufanie do stacji telewizyjnych mają osoby z wykształceniem podstawowym lub zasadniczym zawodowym. Wśród nich liderem rankingu zaufania również jest TVN (75,6 proc.), drugie miejsce należy do TVP2 (68,5 proc.), natomiast Polsatowi i TVP1 ufa po 64,7 proc. badanych. Ankietowani z wykształceniem średnim ufają stacjom telewizyjnym bardziej niż badani z wykształceniem wyższym, ale mniej niż osoby z podstawowym lub zasadniczym zawodowym. Wyjątkiem jest zaufanie do TVN wśród tych osób, które jest wyjątkowo wysokie (80,3 proc.). Polsatowi ufa 63,8 proc. z nich, TVP2 62,9 proc., a TVP1 najmniej – 57,2 proc.

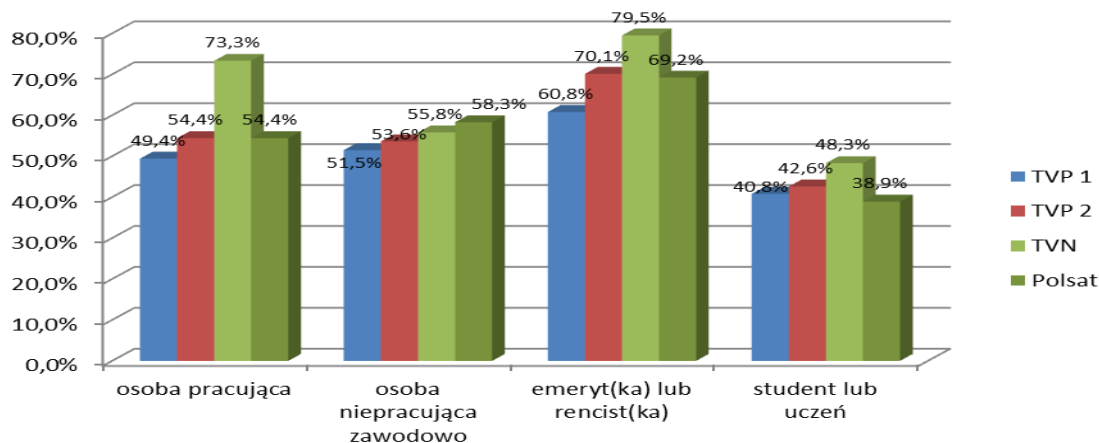
Duże lub pełne zaufanie



Dane w ujęciu procentowym

Zaufanie jest też zróżnicowane ze względu na sytuację respondenta na rynku pracy. Największym zaufaniem obdarzają stacje telewizyjne emeryci i renciści – TVN ufa 79,5 proc. z nich, TVP2 70,1 proc., Polsatowi 69,2 proc., a TVP1 60,8 proc. Mniej ufne są osoby niepracujące zawodowo, a różnice w zaufaniu do poszczególnych stacji są w ich przypadku bardzo nieznaczne. Największy odsetek z nich ufa Polsatowi (58,3 proc.), nieco mniej TVN (55,8 proc.), TVP2 (53,6 proc.) oraz TVP1 (51,5 proc.). Osoby pracujące, wyjątkowo dużym zaufaniem obdarzają TVN – ufa jej 73,3 proc. z nich. Zaufanie do innych stacji jest na zdecydowanie niższym poziomie – do Polsatu i TVP2 54,4 proc., a TVP1 49,4 proc. Najmniejszym zaufaniem stacje telewizyjne cieszą się wśród uczniów i studentów. Wśród nich największy odsetek ufa TVN – 48,3 proc., TVP2 42,6 proc., TVP1 40,8 proc., a najmniej Polsatowi 38,9 proc.

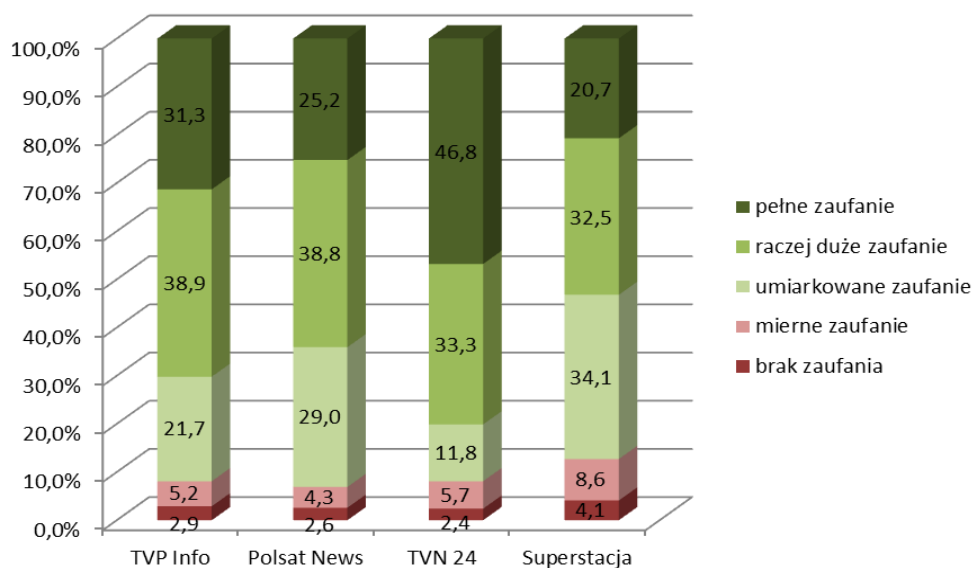
Duże lub pełne zaufanie



Dane w ujęciu procentowym

Spośród telewizyjnych kanałów informacyjnych największym zaufaniem cieszy się TVN24 (80,1 proc.). TVP Info budzi zaufanie 70,2 proc. respondentów. Mniejszy odsetek ufa Polsat News (64 proc.) oraz Superstacji 53,2 proc.

Przeczytam Panu(i) listę kanałów informacyjnych? Proszę określić swój poziom zaufania do tych kanałów.



Dane w ujęciu procentowym

Wyczytam Panu(i) listę telewizyjnych kanałów informacyjnych? Proszę określić swój poziom zaufania do tych kanałów na skali, gdzie 1 oznacza brak zaufania, a 5 pełne zaufanie

| | | TVN24 | TVP Info | Polsat News | Superstacja |
|-------|----------------------|-------|----------|-------------|-------------|
| Ważne | brak zaufania | 2,4 | 2,9 | 2,6 | 4,1 |
| | mierne zaufanie | 5,7 | 5,2 | 4,3 | 8,6 |
| | umiarkowane zaufanie | 11,8 | 21,7 | 29,0 | 34,1 |
| | raczej duże zaufanie | 33,3 | 38,9 | 38,8 | 32,5 |
| | pełne zaufanie | 46,8 | 31,3 | 25,2 | 20,7 |
| | Ogółem | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

Stopień zaufania do danej stacji jest też pozytywnie skorelowany z czasem poświęcanym na oglądanie telewizji w ogóle. Oznacza to, że im więcej czasu poświęca respondent na oglądanie telewizji, w tym większym stopniu ufa stacjom i informacyjnym kanałom telewizyjnym. Spośród stacji ten związek najsilniejszy jest w przypadku TVN (0,196) oraz Polsatu (0,158). Dość silny jest też w przypadku TVP1 (0,114), natomiast relatywnie słaby dla TVP2 (0,055). Wśród telewizyjnych kanałów informacyjnych taki związek najsilniejszy jest dla Superstacji (0,216) oraz Polsat News (0,212). Silny jest też w przypadku TVP Info (0,198) oraz TVN24 (0,170).

Korelacja pomiędzy stopniem zaufania do stacji telewizyjnych a liczbą godzin poświęcanych na oglądanie telewizji

| liczba godzin poświęcanych na oglądanie telewizji | | | |
|---|-------|--------------------|-------|
| TVP 1 | 0,114 | TVP Info | 0,198 |
| TVP 2 | 0,075 | Polsat News | 0,212 |
| TVN | 0,196 | TVN 24 | 0,17 |
| Polsat | 0,158 | Superstacja | 0,216 |

*R spearmana istotne na poziomie 0,01

** R Spearmana istotne na poziomie 0,05

Pozytywna korelacja istnieje też w przypadku deklarowanego oglądania danego kanału w ciągu ostatnich trzech miesięcy. Oznacza ona, że oglądanie danej stacji lub telewizyjnego kanału informacyjnego zwiększa prawdopodobieństwo do wyższej oceny zaufania do tego kanału. Wśród stacji telewizyjnych związek jest najsilniejszy w przypadku TVN (0,240), nieco mniejszy dla Polsatu (0,189) oraz TVP2 (0,182). Korelacja dla TVP1 (0,055) jest nieistotna statystycznie. Spośród telewizyjnych kanałów informacyjnych związek jest najsilniejszy w przypadku Polsat News (0,271) oraz TVP Info (0,258) nieco słabszy dla Superstacji i znacznie słabszy dla TVN24 (0,090).

Korelacja pomiędzy stopniem zaufania do stacji telewizyjnych a deklarowanym oglądaniem tych stacji w ciągu ostatnich trzech miesięcy

| kontakt z danym kanałem w ciągu ostatnich trzech miesięcy a poziom zaufania | | | |
|---|-------|-------------|-------|
| TVP 1 | 0,055 | TVP Info | 0,258 |
| TVP 2 | 0,182 | Polsat News | 0,271 |
| TVN | 0,24 | TVN 24 | 0,09 |
| Polsat | 0,189 | Superstacja | 0,165 |

* R Spearmana istotne na poziomie 0,01

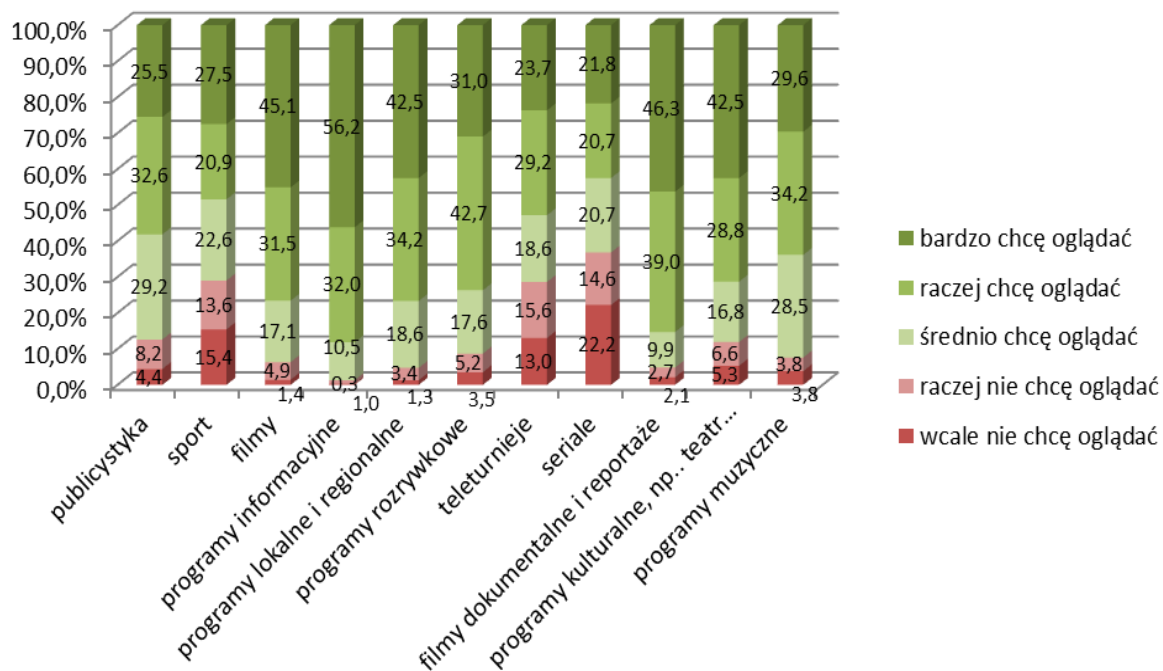
** R Spearmana istotne na poziomie 0,05

*** R Spearmana nieistotne statystycznie

Profil idealnej stacji telewizyjnej

Badani chcą oglądać w telewizji przede wszystkim programy informacyjne – bardzo lub raczej chce je oglądać 88,2 proc. badanych. Filmów dokumentalnych i reportaży oczekuje 85,3 proc. ankietowanych, filmów 76,6 proc., a programów regionalnych i lokalnych 76,7 proc. Najmniej pożądanymi kategoriami programów są seriale (36,8 proc. wskazań negatywnych), teleturnieje (28,6 proc.) oraz sport (29 proc.). Respondenci oczekują więc od telewizji przede wszystkim informacji oraz filmów.

Jakiego rodzaju programy chciał(a)by Pan(i) oglądać w telewizji?



Dane w ujęciu procentowym

Jakiego rodzaju programy chciał(a)by Pan(i) oglądać w telewizji? Proszę ocenić poszczególne rodzaje programów na skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza „wcale nie chcę oglądać”, a 5 „bardzo chcę oglądać” / publicystyka

| | | N | % |
|-------|-------------------------|-----|------|
| Ważne | wcale nie chcę oglądać | 35 | 4,4 |
| | raczej nie chcę oglądać | 65 | 8,2 |
| | średnio chcę oglądać | 230 | 29,2 |
| | raczej chcę oglądać | 257 | 32,6 |
| | bardzo chcę oglądać | 201 | 25,5 |
| | Ogółem | | 788 |

Jakiego rodzaju programy chciał(a)by Pan(i) oglądać w telewizji? Proszę ocenić poszczególne rodzaje programów na skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza „wcale nie chcę oglądać”, a 5 „bardzo chcę oglądać” / sport

| | | N | % |
|-------|-------------------------|-----|-------|
| Ważne | wcale nie chcę oglądać | 119 | 15,4 |
| | raczej nie chcę oglądać | 105 | 13,6 |
| | średnio chcę oglądać | 175 | 22,6 |
| | raczej chcę oglądać | 162 | 20,9 |
| | bardzo chcę oglądać | 213 | 27,5 |
| | Ogółem | 774 | 100,0 |

Jakiego rodzaju programy chciał(a)by Pan(i) oglądać w telewizji? Proszę ocenić poszczególne rodzaje programów na skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza „wcale nie chcę oglądać”, a 5 „bardzo chcę oglądać” / filmy

| | | N | % |
|-------|-------------------------|-----|-------|
| Ważne | wcale nie chcę oglądać | 11 | 1,4 |
| | raczej nie chcę oglądać | 39 | 4,9 |
| | średnio chcę oglądać | 135 | 17,1 |
| | raczej chcę oglądać | 248 | 31,5 |
| | bardzo chcę oglądać | 355 | 45,1 |
| | Ogółem | 788 | 100,0 |

Jakiego rodzaju programy chciał(a)by Pan(i) oglądać w telewizji? Proszę ocenić poszczególne rodzaje programów na skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza „wcale nie chcę oglądać”, a 5 „bardzo chcę oglądać” / programy informacyjne

| | | N | % |
|-------|-------------------------|-----|-------|
| Ważne | wcale nie chcę oglądać | 2 | 0,3 |
| | raczej nie chcę oglądać | 8 | 1,0 |
| | średnio chcę oglądać | 83 | 10,5 |
| | raczej chcę oglądać | 253 | 32,0 |
| | bardzo chcę oglądać | 444 | 56,2 |
| | Ogółem | 790 | 100,0 |

Jakiego rodzaju programy chciał(a)by Pan(i) oglądać w telewizji? Proszę ocenić poszczególne rodzaje programów na skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza „wcale nie chcę oglądać”, a 5 „bardzo chcę oglądać” / programy lokalne i regionalne

| | | N | % |
|-------|-------------------------|-----|-------|
| Ważne | wcale nie chcę oglądać | 10 | 1,3 |
| | raczej nie chcę oglądać | 27 | 3,4 |
| | średnio chcę oglądać | 147 | 18,6 |
| | raczej chcę oglądać | 270 | 34,2 |
| | bardzo chcę oglądać | 336 | 42,5 |
| | Ogółem | 790 | 100,0 |

Jakiego rodzaju programy chciał(a)by Pan(i) oglądać w telewizji? Proszę ocenić poszczególne rodzaje programów na skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza „wcale nie chcę oglądać”, a 5 „bardzo chcę oglądać” / programy rozrywkowe

| | | N | % |
|-------|-------------------------|-----|-------|
| Ważne | wcale nie chcę oglądać | 28 | 3,5 |
| | raczej nie chcę oglądać | 41 | 5,2 |
| | średnio chcę oglądać | 140 | 17,6 |
| | raczej chcę oglądać | 339 | 42,7 |
| | bardzo chcę oglądać | 246 | 31,0 |
| | Ogółem | 794 | 100,0 |

Jakiego rodzaju programy chciał(a)by Pan(i) oglądać w telewizji? Proszę ocenić poszczególne rodzaje programów na skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza „wcale nie chcę oglądać”, a 5 „bardzo chcę oglądać” / teleturnieje

| | | N | % |
|-------|-------------------------|-----|-------|
| Ważne | wcale nie chcę oglądać | 101 | 13,0 |
| | raczej nie chcę oglądać | 121 | 15,6 |
| | średnio chcę oglądać | 145 | 18,6 |
| | raczej chcę oglądać | 227 | 29,2 |
| | bardzo chcę oglądać | 184 | 23,7 |
| | Ogółem | 778 | 100,0 |

Jakiego rodzaju programy chciał(a)by Pan(i) oglądać w telewizji? Proszę ocenić poszczególne rodzaje programów na skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza „wcale nie chcę oglądać”, a 5 „bardzo chcę oglądać” / seriale

| | | N | % |
|-------|-------------------------|-----|-------|
| Ważne | wcale nie chcę oglądać | 172 | 22,2 |
| | raczej nie chcę oglądać | 113 | 14,6 |
| | średnio chcę oglądać | 160 | 20,7 |
| | raczej chcę oglądać | 160 | 20,7 |
| | bardzo chcę oglądać | 169 | 21,8 |
| | Ogółem | 774 | 100,0 |

Jakiego rodzaju programy chciał(a)by Pan(i) oglądać w telewizji? Proszę ocenić poszczególne rodzaje programów na skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza „wcale nie chcę oglądać”, a 5 „bardzo chcę oglądać” / filmy dokumentalne i reportaże

| | | N | % |
|-------|-------------------------|-----|-------|
| Ważne | wcale nie chcę oglądać | 16 | 2,1 |
| | raczej nie chcę oglądać | 21 | 2,7 |
| | średnio chcę oglądać | 76 | 9,9 |
| | raczej chcę oglądać | 301 | 39,0 |
| | bardzo chcę oglądać | 357 | 46,3 |
| | Ogółem | 771 | 100,0 |

Jakiego rodzaju programy chciał(a)by Pan(i) oglądać w telewizji? Proszę ocenić poszczególne rodzaje programów na skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza „wcale nie chcę oglądać”, a 5 „bardzo chcę oglądać” / programy kulturalne np. teatr telewizji

| | | N | % |
|-------|-------------------------|-----|-------|
| Ważne | wcale nie chcę oglądać | 42 | 5,3 |
| | raczej nie chcę oglądać | 52 | 6,6 |
| | średnio chcę oglądać | 132 | 16,8 |
| | raczej chcę oglądać | 227 | 28,8 |
| | bardzo chcę oglądać | 335 | 42,5 |
| | Ogółem | 788 | 100,0 |

Jakiego rodzaju programy chciał(a)by Pan(i) oglądać w telewizji? Proszę ocenić poszczególne rodzaje programów na skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza „wcale nie chcę oglądać”, a 5 „bardzo chcę oglądać” / programy muzyczne

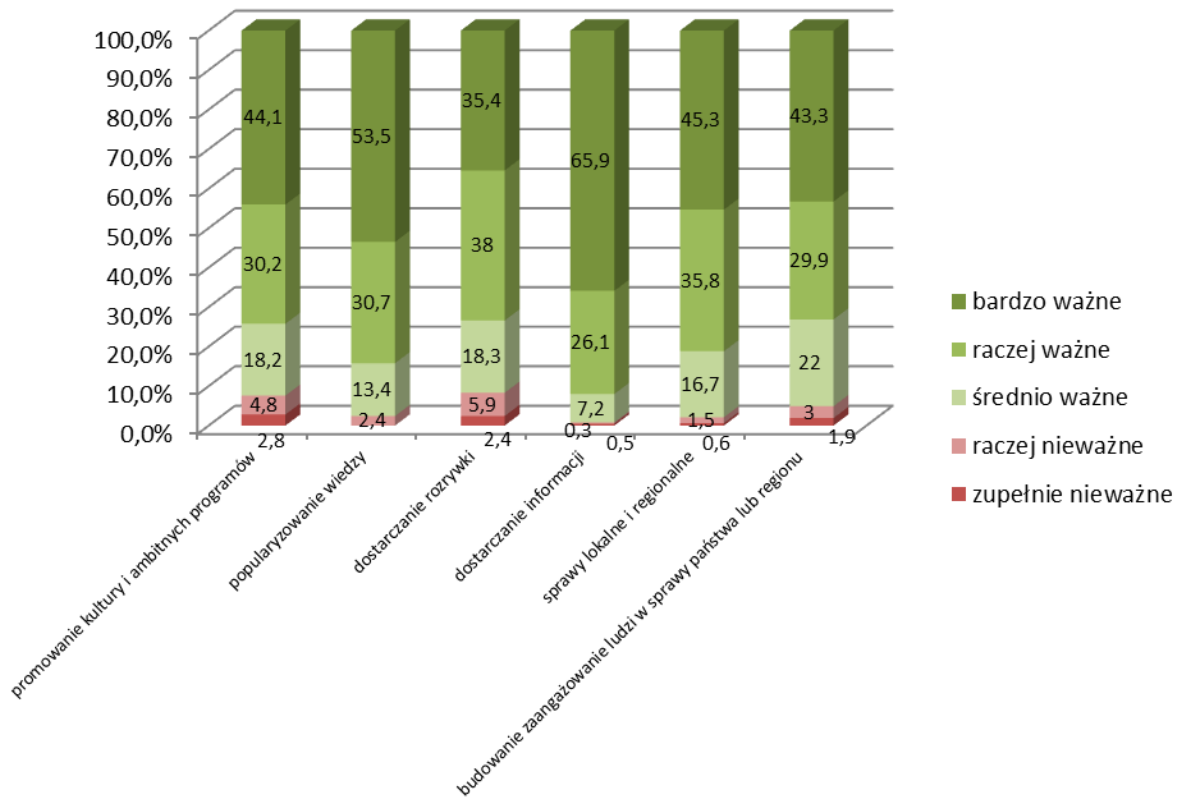
| | | N | % |
|-------|-------------------------|-----|-------|
| Ważne | wcale nie chcę oglądać | 30 | 3,8 |
| | raczej nie chcę oglądać | 30 | 3,8 |
| | średnio chcę oglądać | 222 | 28,5 |
| | raczej chcę oglądać | 267 | 34,2 |
| | bardzo chcę oglądać | 231 | 29,6 |
| | Ogółem | 780 | 100,0 |

Zadania stawiane przed telewizją publiczną

Badani zostali poproszeni o ocenę istotności zadań stawianych przed telewizją publiczną. Za najbardziej istotne uznali oni dostarczanie informacji (92 proc. wskazań pozytywnych) oraz popularyzowanie wiedzy (84,2 proc.). Istotne są też sprawy lokalne i regionalne (81,1 proc.). Stosunkowo najmniej ważne okazało się dostarczanie rozrywki, które uzyskało 8,3 proc. wskazań negatywnych.



Czym powinna zajmować się telewizja publiczna (TVP S.A.)?



Dane w ujęciu procentowym

Czym powinna zajmować się telewizja publiczna (TVP S.A.)? Przeczytałem kilka propozycji – proszę ocenić na skali jak duże znaczenie mają dla Pana(i) poszczególne zadania / promowanie kultury ambitnych programów

| | | N | % |
|-------|-------------------|-----|-------|
| Ważne | zupełnie nieważne | 22 | 2,8 |
| | raczej nieważne | 38 | 4,8 |
| | średnio ważne | 144 | 18,2 |
| | raczej ważne | 239 | 30,2 |
| | bardzo ważne | 349 | 44,1 |
| | Ogółem | 792 | 100,0 |

Czym powinna zajmować się telewizja publiczna (TVP S.A.)? Przeczytałem kilka propozycji – proszę ocenić na skali jak duże znaczenie mają dla Pana(i) poszczególne zadania /

popularyzowanie wiedzy

| | | N | % |
|-------|-----------------|-----|-------|
| Ważne | raczej nieważne | 19 | 2,4 |
| | średnio ważne | 106 | 13,4 |
| | raczej ważne | 244 | 30,7 |
| | bardzo ważne | 425 | 53,5 |
| | Ogółem | 794 | 100,0 |

Czym powinna zajmować się telewizja publiczna (TVP S.A.)? Przeczytałem kilka propozycji – proszę ocenić na skali jak duże znaczenie mają dla Pana(i) poszczególne zadania / dostarczanie

rozrywki

| | | N | % |
|-------|-------------------|-----|-------|
| Ważne | zupełnie nieważne | 19 | 2,4 |
| | raczej nieważne | 47 | 5,9 |
| | średnio ważne | 145 | 18,3 |
| | raczej ważne | 302 | 38,0 |
| | bardzo ważne | 281 | 35,4 |
| | Ogółem | 794 | 100,0 |

Czym powinna zajmować się telewizja publiczna (TVP S.A.)? Przeczytałem kilka propozycji – proszę ocenić na skali jak duże znaczenie mają dla Pana(i) poszczególne zadania / dostarczanie informacji

| | | Frequency | Ważne Percent |
|-------|-------------------|-----------|---------------|
| Ważne | zupełnie nieważne | 4 | 0,5 |
| | raczej nieważne | 2 | 0,3 |
| | średnio ważne | 57 | 7,2 |
| | raczej ważne | 206 | 26,1 |
| | bardzo ważne | 519 | 65,9 |
| | Ogółem | 788 | 100,0 |

Czym powinna zajmować się telewizja publiczna (TVP S.A.)? Przeczytałem kilka propozycji – proszę ocenić na skali jak duże znaczenie mają dla Pana(i) poszczególne zadania / sprawy lokalne regionalne

| | | N | % |
|-------|-------------------|-----|-------|
| Ważne | zupełnie nieważne | 5 | 0,6 |
| | raczej nieważne | 12 | 1,5 |
| | średnio ważne | 130 | 16,7 |
| | raczej ważne | 279 | 35,8 |
| | bardzo ważne | 353 | 45,3 |
| | Ogółem | 779 | 100,0 |

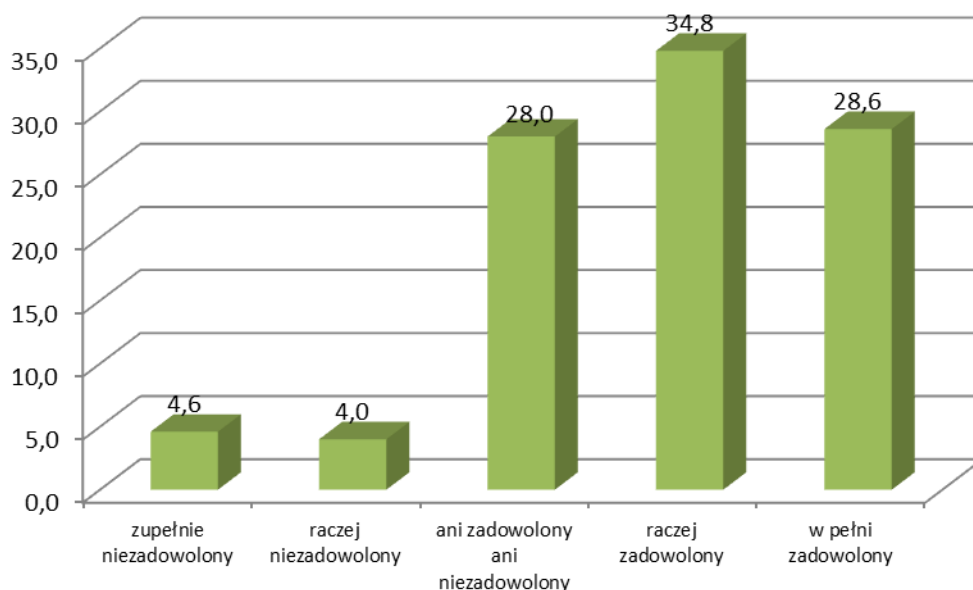
Czym powinna zajmować się telewizja publiczna (TVP S.A.)? Przeczytałem kilka propozycji – proszę ocenić na skali jak duże znaczenie mają dla Pana(i) poszczególne zadania / budowanie zaangażowania w sprawy państwa lub regionu

| | | N | % |
|-------|-------------------|-----|-------|
| Ważne | zupełnie nieważne | 14 | 1,9 |
| | raczej nieważne | 23 | 3,0 |
| | średnio ważne | 166 | 22,0 |
| | raczej ważne | 226 | 29,9 |
| | bardzo ważne | 327 | 43,3 |
| | Ogółem | 756 | 100,0 |

Stopień satysfakcji z oferty telewizji publicznej – w całości oraz w podziale na kategorie programów telewizyjnych.

Respondenci są generalnie zadowoleni z oferty telewizji publicznej. W pełni zadowolonych jest 28,6 proc. z nich, a raczej zadowolonych 34,8 proc. W sumie zadowolenie deklaruje 63,4 proc. badanych. Niezadowolonych jest w sumie 8,6 proc. ankietowanych.

Biorąc pod uwagę całość oferty oraz całość Pana(i) oczekiwań proszę ocenić swój poziom satysfakcji z oferty telewizji publicznej.



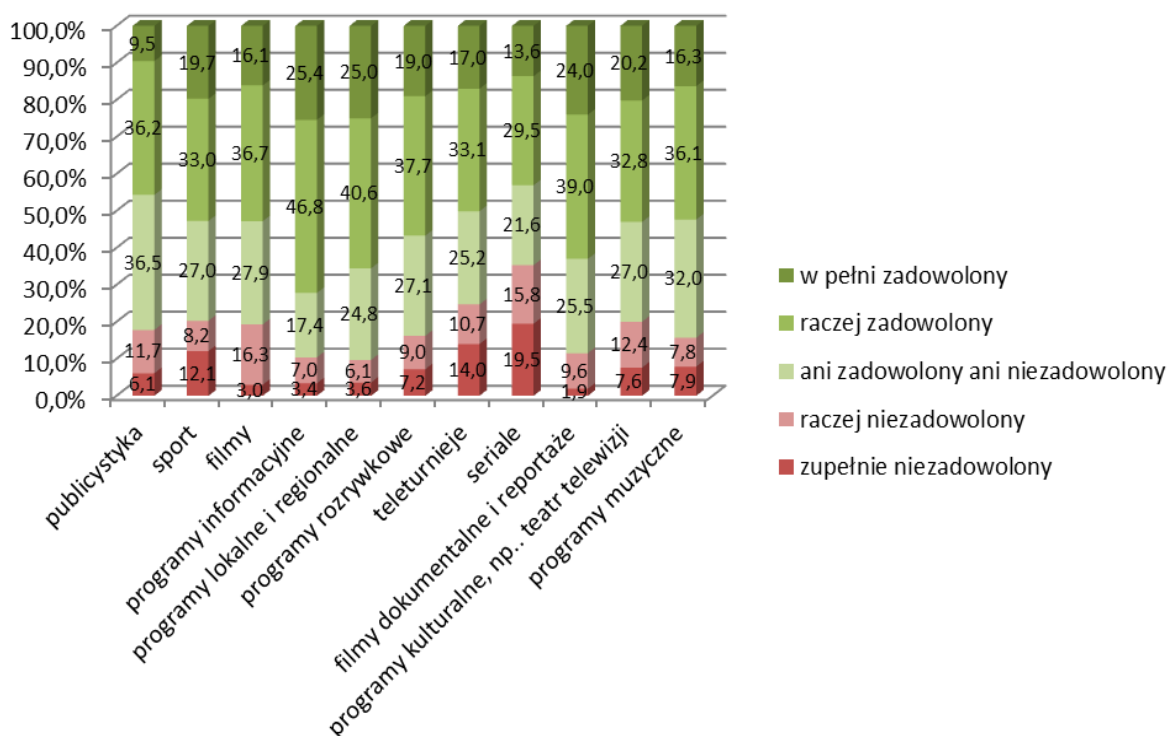
Dane w ujęciu procentowym

Biorąc pod uwagę całość oferty oraz całość Pana(i) oczekiwań proszę ocenić swój poziom satysfakcji z oferty telewizji publicznej (TVP), gdzie 1 oznacza „zupełnie niezadowolony(a)”, a 5 „w pełni zadowolony(a)”.

| | | N | % |
|--------|----------------------------------|-----|-------|
| Ważne | zupełnie niezadowolony | 36 | 4,6 |
| | raczej niezadowolony | 31 | 4,0 |
| | ani zadowolony ani niezadowolony | 219 | 28,0 |
| | raczej zadowolony | 272 | 34,8 |
| | w pełni zadowolony | 223 | 28,6 |
| Ogółem | | 781 | 100,0 |

Respondenci najbardziej zadowoleni są z programów informacyjnych – 72,2 proc. z nich deklaruje pełne lub duże zadowolenie. Z programów regionalnych i lokalnych zadowolonych jest 65,6 proc. badanych, a z filmów dokumentalnych i reportaży 63 proc. Najniższy poziom satysfakcji dotyczy seriali, z których niezadowolonych jest 35,3 proc. ankietowanych. Prawie jedna czwarta (24,7 proc.) jest niezadowolona z teleturniejów, a 20,3 proc. z oferty sportowej. Niezadowolenie z filmów deklaruje 19,3 proc. respondentów, a z programów kulturalnych 20 proc.

Proszę określić swój poziom satysfakcji z oferty telewizji publicznej (TVP) jeśli chodzi o poszczególne kategorie programów



Dane w ujęciu procentowym

Proszę określić swój poziom satysfakcji z oferty telewizji publicznej (TVP) jeśli chodzi o poszczególne kategorie programów, gdzie 1 oznacza „zupełnie niezadowolony(a)”, a 5 „w pełni zadowolony(a)” / publicystyka

| | | N | % |
|-------|----------------------------------|-----|-------|
| Ważne | zupełnie niezadowolony | 44 | 6,1 |
| | raczej niezadowolony | 84 | 11,7 |
| | ani zadowolony ani niezadowolony | 262 | 36,5 |
| | raczej zadowolony | 260 | 36,2 |
| | w pełni zadowolony | 68 | 9,5 |
| | Ogółem | 718 | 100,0 |

Proszę określić swój poziom satysfakcji z oferty telewizji publicznej (TVP) jeśli chodzi o poszczególne kategorie programów, gdzie 1 oznacza „zupełnie niezadowolony(a)”, a 5 „w pełni zadowolony(a)” / sport

| | | N | % |
|-------|----------------------------------|-----|-------|
| Ważne | zupełnie niezadowolony | 81 | 12,1 |
| | raczej niezadowolony | 55 | 8,2 |
| | ani zadowolony ani niezadowolony | 181 | 27,0 |
| | raczej zadowolony | 221 | 33,0 |
| | w pełni zadowolony | 132 | 19,7 |
| | Ogółem | 670 | 100,0 |

Proszę określić swój poziom satysfakcji z oferty telewizji publicznej (TVP) jeśli chodzi o poszczególne kategorie programów, gdzie 1 oznacza „zupełnie niezadowolony(a)”, a 5 „w pełni zadowolony(a)” / filmy

| | | N | % |
|-------|----------------------------------|-----|-------|
| Ważne | zupełnie niezadowolony | 22 | 3,0 |
| | raczej niezadowolony | 120 | 16,3 |
| | ani zadowolony ani niezadowolony | 205 | 27,9 |
| | raczej zadowolony | 270 | 36,7 |
| | w pełni zadowolony | 118 | 16,1 |
| | Ogółem | 735 | 100,0 |

Proszę określić swój poziom satysfakcji z oferty telewizji publicznej (TVP) jeśli chodzi o poszczególne kategorie programów, gdzie 1 oznacza „zupełnie niezadowolony(a)”, a 5 „w pełni zadowolony(a)” / programy informacyjne

| | | N | % |
|-------|----------------------------------|-----|-------|
| Ważne | zupełnie niezadowolony | 25 | 3,4 |
| | raczej niezadowolony | 52 | 7,0 |
| | ani zadowolony ani niezadowolony | 129 | 17,4 |
| | raczej zadowolony | 348 | 46,8 |
| | w pełni zadowolony | 189 | 25,4 |
| | Ogółem | 743 | 100,0 |

Proszę określić swój poziom satysfakcji z oferty telewizji publicznej (TVP) jeśli chodzi o poszczególne kategorie programów, gdzie 1 oznacza „zupełnie niezadowolony(a)”, a 5 „w pełni zadowolony(a)” / programy lokalne i regionalne

| | | N | % |
|-------|----------------------------------|-----|-------|
| Ważne | zupełnie niezadowolony | 26 | 3,6 |
| | raczej niezadowolony | 44 | 6,1 |
| | ani zadowolony ani niezadowolony | 180 | 24,8 |
| | raczej zadowolony | 295 | 40,6 |
| | w pełni zadowolony | 182 | 25,0 |
| | Ogółem | 727 | 100,0 |

Proszę określić swój poziom satysfakcji z oferty telewizji publicznej (TVP) jeśli chodzi o poszczególne kategorie programów, gdzie 1 oznacza „zupełnie niezadowolony(a)”, a 5 „w pełni zadowolony(a)” / programy rozrywkowe

| | | N | % |
|-------|----------------------------------|-----|-------|
| Ważne | zupełnie niezadowolony | 53 | 7,2 |
| | raczej niezadowolony | 66 | 9,0 |
| | ani zadowolony ani niezadowolony | 199 | 27,1 |
| | raczej zadowolony | 277 | 37,7 |
| | w pełni zadowolony | 140 | 19,0 |
| | Ogółem | 735 | 100,0 |

Proszę określić swój poziom satysfakcji z oferty telewizji publicznej (TVP) jeśli chodzi o poszczególne kategorie programów, gdzie 1 oznacza „zupełnie niezadowolony(a)”, a 5 „w pełni zadowolony(a)” / teleturnieje

| | | N | % |
|-------|----------------------------------|-----|-------|
| Ważne | zupełnie niezadowolony | 101 | 14,0 |
| | raczej niezadowolony | 77 | 10,7 |
| | ani zadowolony ani niezadowolony | 181 | 25,2 |
| | raczej zadowolony | 238 | 33,1 |
| | w pełni zadowolony | 122 | 17,0 |
| | Ogółem | 719 | 100,0 |

Proszę określić swój poziom satysfakcji z oferty telewizji publicznej (TVP) jeśli chodzi o poszczególne kategorie programów, gdzie 1 oznacza „zupełnie niezadowolony(a)”, a 5 „w pełni zadowolony(a)” / seriale

| | | N | % |
|-------|----------------------------------|-----|-------|
| Ważne | zupełnie niezadowolony | 139 | 19,5 |
| | raczej niezadowolony | 113 | 15,8 |
| | ani zadowolony ani niezadowolony | 154 | 21,6 |
| | raczej zadowolony | 210 | 29,5 |
| | w pełni zadowolony | 97 | 13,6 |
| | Ogółem | 713 | 100,0 |

Proszę określić swój poziom satysfakcji z oferty telewizji publicznej (TVP) jeśli chodzi o poszczególne kategorie programów, gdzie 1 oznacza „zupełnie niezadowolony(a)”, a 5 „w pełni zadowolony(a)” / filmy dokumentalne i reportaże

| | | N | % |
|-------|----------------------------------|-----|-------|
| Ważne | zupełnie niezadowolony | 14 | 1,9 |
| | raczej niezadowolony | 70 | 9,6 |
| | ani zadowolony ani niezadowolony | 186 | 25,5 |
| | raczej zadowolony | 284 | 39,0 |
| | w pełni zadowolony | 175 | 24,0 |
| | Ogółem | 729 | 100,0 |

Proszę określić swój poziom satysfakcji z oferty telewizji publicznej (TVP) jeśli chodzi o poszczególne kategorie programów, gdzie 1 oznacza „zupełnie niezadowolony(a)”, a 5 „w pełni zadowolony(a)” / programy kulturalne np. teatr telewizji

| | | N | % |
|-------|----------------------------------|-----|-------|
| Ważne | zupełnie niezadowolony | 53 | 7,6 |
| | raczej niezadowolony | 87 | 12,4 |
| | ani zadowolony ani niezadowolony | 189 | 27,0 |
| | raczej zadowolony | 229 | 32,8 |
| | w pełni zadowolony | 141 | 20,2 |
| | Ogółem | 699 | 100,0 |

Proszę określić swój poziom satysfakcji z oferty telewizji publicznej (TVP) jeśli chodzi o poszczególne kategorie programów, gdzie 1 oznacza „zupełnie niezadowolony(a)”, a 5 „w pełni zadowolony(a)” / programy muzyczne

| | | N | % |
|-------|----------------------------------|-----|-------|
| Ważne | zupełnie niezadowolony | 56 | 7,9 |
| | raczej niezadowolony | 55 | 7,8 |
| | ani zadowolony ani niezadowolony | 226 | 32,0 |
| | raczej zadowolony | 255 | 36,1 |
| | w pełni zadowolony | 115 | 16,3 |
| | Ogółem | 707 | 100,0 |

Techniczne warunki odbioru telewizji oraz sposoby jej oglądania

Największy odsetek badanych korzysta z telewizji kablowej (40 proc.). Niewiele mniej odbiera sygnał telewizyjny poprzez cyfrową antenę satelitarną (35,5 proc.). Z tradycyjnej naziemnej lub okiennej anteny pokojowej korzysta 17 proc. respondentów, a z anteny satelitarnej bez abonamentu 12 proc. Najmniej popularna jest naziemna telewizja cyfrowa, z której korzysta 2,5 proc. oraz linia telefoniczna (1,4 proc.).

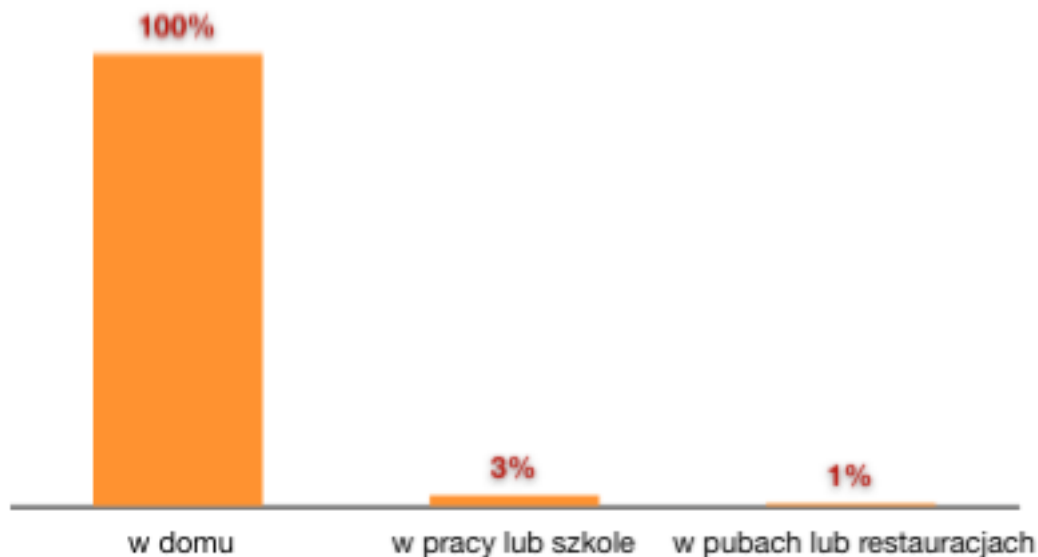


Jakiego rodzaju dostęp ma Pan(i) do telewizji w swoim domu?

| | | Odpowiedzi | | % z obserwacji |
|------------------|---|------------|--------|----------------|
| | | N | % | |
| Odbiór telewizji | Telewizja kablowa | 311 | 37,2% | 40,3% |
| | antena satelitarna bez abonamentu | 91 | 10,9% | 11,8% |
| | cyfrowa antena satelitarna z abonamentem | 274 | 32,8% | 35,5% |
| | przez linię telefoniczną płacąc abonament | 11 | 1,3% | 1,4% |
| | tradycyjna antena naziemna okienna lub pokojowa | 129 | 15,4% | 16,7% |
| | naziemna telewizja cyfrowa | 19 | 2,3% | 2,5% |
| Ogółem | | 835 | 100,0% | 108,2% |

Telewizja w przeważającej większości jest oglądana w domu – robi tak 96,2 proc. badanych. W pracy lub szkole ogląda ją 2,9 proc., a w pubach lub restauracjach 1 proc.

W jaki sposób ogląda Pan(i) najczęściej telewizję?



W jaki sposób ogląda Pan(i) najczęściej telewizję?

| | | Odpowiedzi | | % z obserwacji |
|------------------|----------------------------|------------|--------|----------------|
| | | N | % | |
| sposób oglądania | w domu | 776 | 96,2% | 100,0% |
| | w pracy lub szkole | 23 | 2,9% | 3,0% |
| | w pubach lub restauracjach | 8 | 1,0% | 1,0% |
| Ogółem | | 807 | 100,0% | 104,0% |

Przeciętny respondent ogląda telewizję 3,6 godzin dziennie i 24,6 godzin tygodniowo.

Ilość czasu poświęcana na oglądanie telewizji

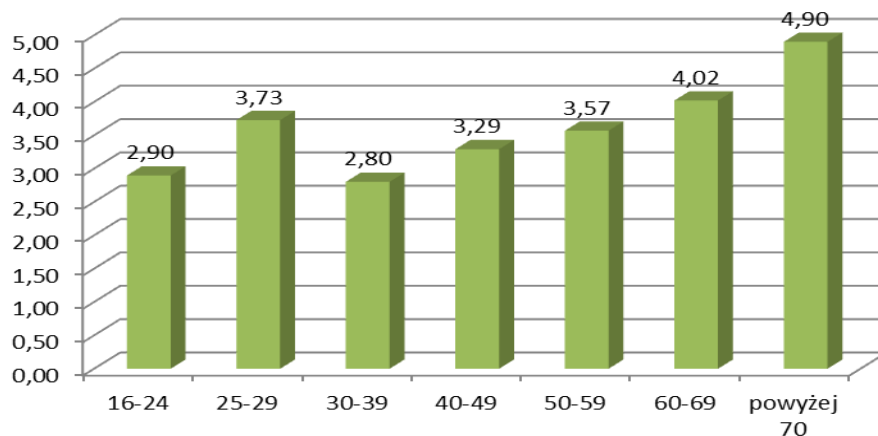
| | |
|--|------|
| Ile średnio godzin poświęca Pan(i) na oglądanie telewizji? | |
| dziennie | 3,6 |
| tygodniowo | 24,6 |

N=930

Ilość czasu poświęcanego na oglądanie telewizji jest uzależniona od wieku, wykształcenia oraz miejsca zamieszkania respondenta. Liczba godzin przeznaczana na oglądanie telewizji rośnie wraz z wiekiem badanego. Najmłodszy przeznaczają na nie 2,90 godziny dziennie, a

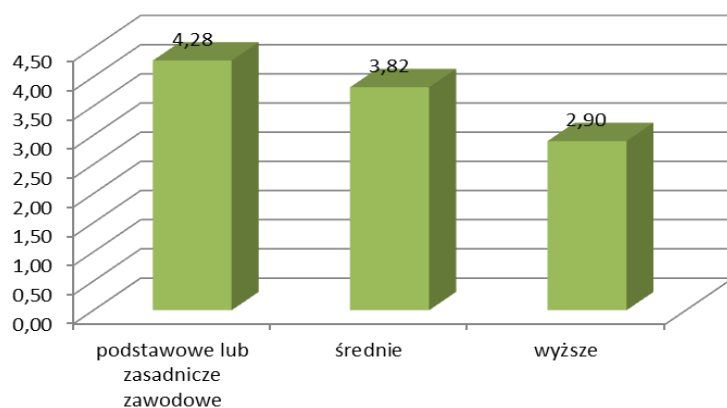
najstarsi respondenci 4,90 godziny.

Ile godzin dziennie poświęca Pan(i) na oglądanie telewizji?



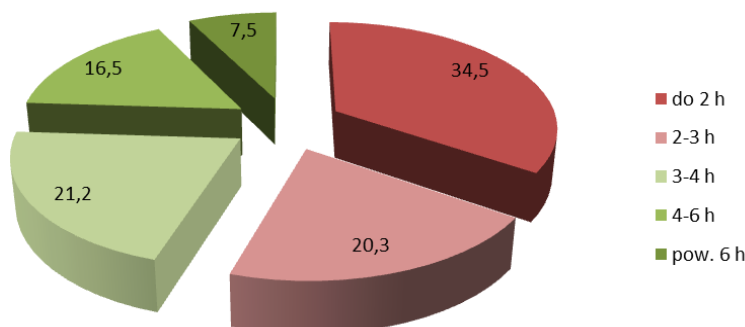
Dane w ujęciu procentowym

Najwięcej czasu na telewizję poświęcają badani z wykształceniem podstawowym lub zasadniczym zawodowym (4,28 h), ze średnim 3,82 godziny, a najmniej ankietowani z wykształceniem wyższym (2,90 h).



Ponad jedna trzecia badanych (34,5 proc.) poświęca na oglądanie telewizji mniej niż dwie godziny dziennie. Ponad jedna piąta przeznaczą na telewizję od dwóch do trzech godzin (20,3 proc.) lub od trzech do czterech godzin (21,2 proc.). Pomiędzy czterema a sześcioma godzinami spędza przed telewizorem 16,5 proc. badanych, a ponad sześć godzin 7,5 proc.

Ile godzin dziennie poświęca Pan(i) na oglądanie telewizji?



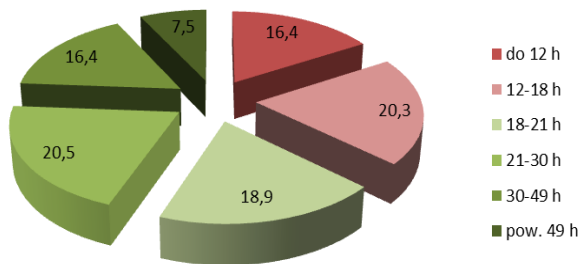
Dane w ujęciu procentowym

Ile średnio godzin poświęca Pan(i) na oglądanie telewizji? / dziennie

| | | N | % |
|-------|---------|-----|-------|
| Ważne | do 2h | 321 | 34,5 |
| | 2-3h | 189 | 20,3 |
| | 3-4h | 197 | 21,2 |
| | 4-6h | 153 | 16,5 |
| | pow. 6h | 70 | 7,5 |
| | Ogółem | 930 | 100,0 |

W ciągu tygodnia 16,4 proc. respondentów ogląda telewizję krócej niż dwanaście godzin. Ponad jedna piąta (20,3 proc.) poświęca na to od dwunastu do osiemnastu godzin, a nieco mniej niż jedna piąta (18,9 proc.) od osiemnastu do dwudziestu jeden godzin. Więcej niż co piąty ankietowany (20,5 proc.) przeznaczają na telewizję od dwudziestu jeden do trzydziestu godzin w tygodniu, 16,4 proc. od trzydziestu do czterdziestu dziewięciu godzin, a 7,5 proc. ponad czterdzieści dziewięć godzin.

Ile godzin tygodniowo poświęca Pan(i) na oglądanie telewizji?



Dane w ujęciu procentowym

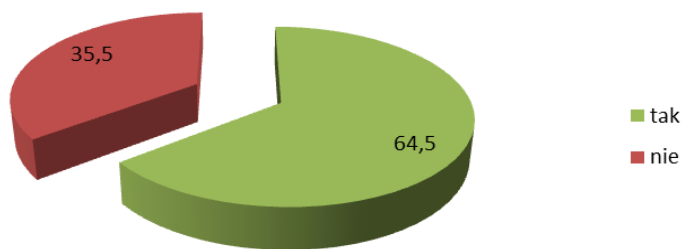
Ile średnio godzin poświęca Pan(i) na oglądanie telewizji? / tygodniowo

| | | N | % |
|-------|----------|-----|-------|
| Ważne | do 12h | 152 | 16,4 |
| | 12-18h | 188 | 20,3 |
| | 18-21h | 175 | 18,9 |
| | 21-30h | 190 | 20,5 |
| | 30-49h | 152 | 16,4 |
| | pow. 49h | 69 | 7,5 |
| | Ogółem | 926 | 100,0 |

Projekty interentowe TVP

Spośród 64,5 proc. badanych, którzy zadeklarowali korzystanie z Internetu, 63,5 proc. słyszało o portalu www.tvp.pl.

Czy korzysta Pan(i) z Internetu?



Dane w ujęciu procentowym,

Czy korzysta Pan(i) z Internetu?

| | | N | % |
|-------|--------|-----|-------|
| Ważne | tak | 446 | 64,5 |
| | nie | 245 | 35,5 |
| | Ogółem | 691 | 100,0 |

Czy słyszał(a) Pan(i) o portalu internetowym www.tvp.pl?

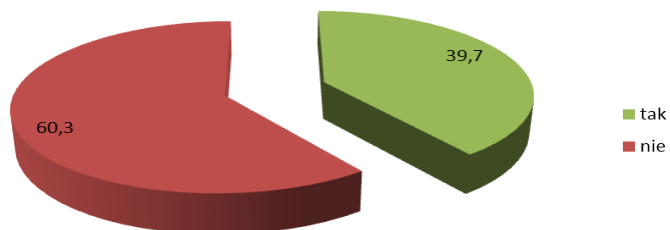


Czy słyszał(a) Pan(i) o portalu internetowym www.tvp.pl?

| | | N | % |
|-------|--------|-----|-------|
| Ważne | tak | 223 | 63,5 |
| | nie | 128 | 36,5 |
| | Ogółem | 351 | 100,0 |

Z tej grupy badanych, którzy słyszeli o portalu internetowym TVP 39,7 proc. zdarzyło się korzystać z tego portalu. Ta grupa została poproszona o ocenę tego portalu. Uzyskał on 59,2 proc. ocen pozytywnych. Bardzo spodobał się on 14,1 proc. respondentów, a umiarkowanie 45,1 proc. Ocen negatywnych było 9,8 proc.

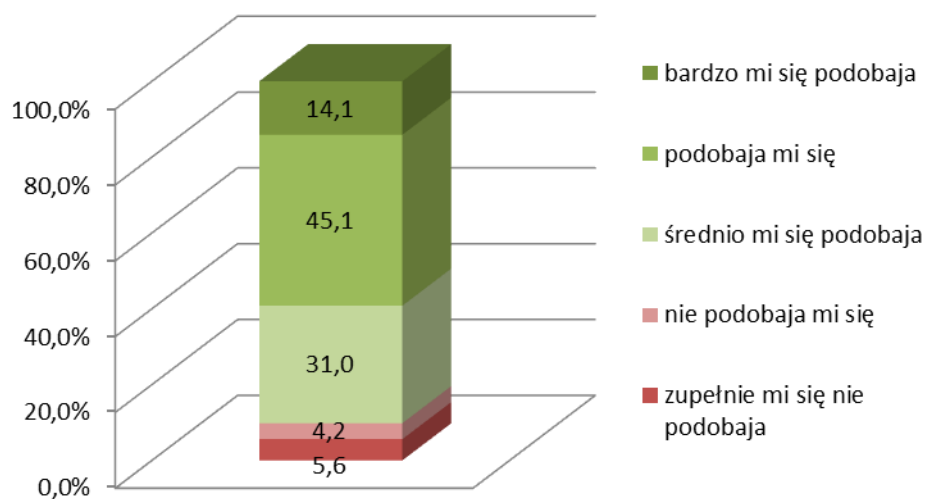
A czy korzystał(a) Pan(i) kiedykolwiek z tego portalu?



A czy korzystał(a) Pan(i) kiedykolwiek z tego portalu?

| | N | % |
|-----------|-----|-------|
| Ważne tak | 85 | 39,7 |
| nie | 129 | 60,3 |
| Ogółem | 214 | 100,0 |

Czy podoba się Panu(i) ten portal?



Czy podoba się Panu(i) ten portal? Proszę ocenić na skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza „zupełnie mi się nie podoba”, a 5 „bardzo mi się podoba”.

| | | N | % |
|-------|----------------------------|----|-------|
| Ważne | zupełnie mi się nie podoba | 4 | 5,6 |
| | nie podoba mi się | 3 | 4,2 |
| | średnio mi się podoba | 22 | 31,0 |
| | podoba mi się | 32 | 45,1 |
| | bardzo mi się podoba | 10 | 14,1 |
| | Ogółem | 71 | 100,0 |

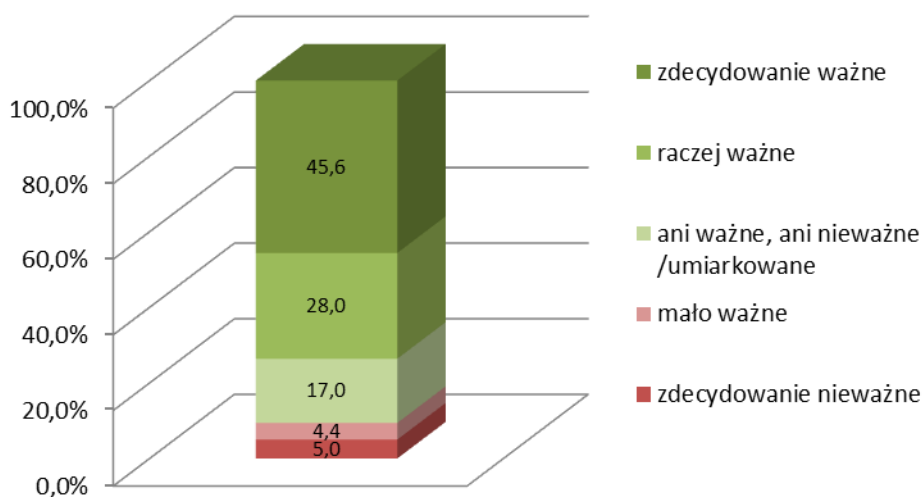


WYNIKI ROZGŁOŚNIE REGIONALNE



Stopień ważności informacji regionalnych rozgłośni publicznych

Informacje lokalne, które są przekazywane przez regionalne rozgłoszenie publiczne są istotne dla prawie trzech czwartych (73,6 proc.) badanych. Dla 45,6 proc. są one zdecydowanie ważne, a dla 28 proc. raczej ważne. Jako nieważne określa je 9,4 proc. respondentów.



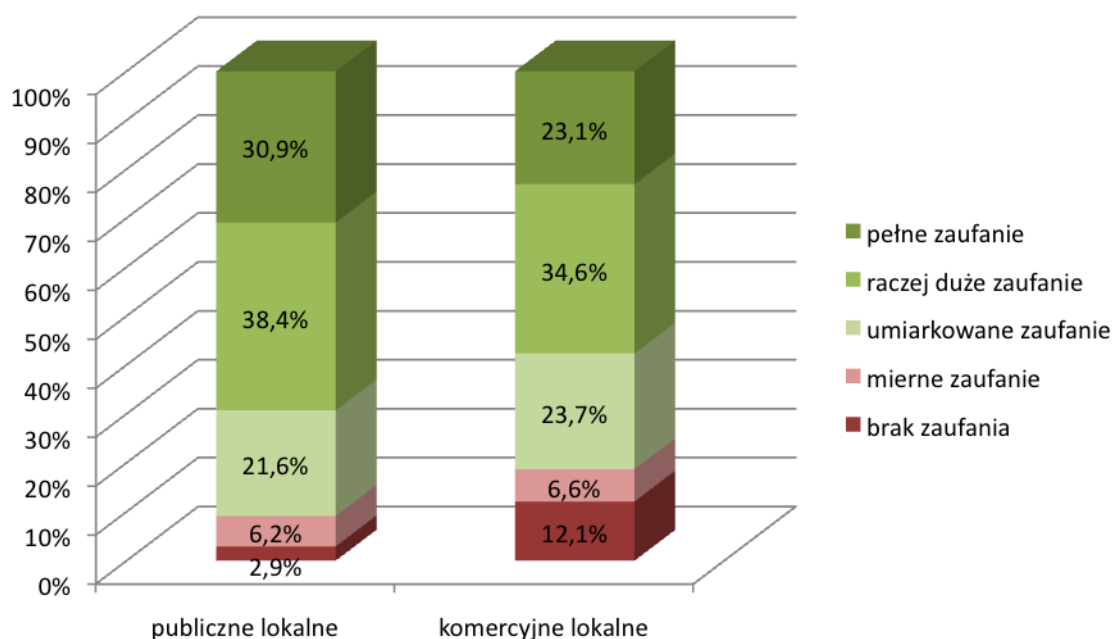
Stopień ważności informacji regionalnych stacji Polskiego Radia.

| | | N | % |
|-------|--------------------------------------|-----|-------|
| Ważne | zdecydowanie nieważne | 33 | 5,0 |
| | mało ważne | 29 | 4,4 |
| | ani ważne, ani nieważne /umiarkowane | 113 | 17,0 |
| | raczej ważne | 186 | 28,0 |
| | zdecydowanie ważne | 303 | 45,6 |
| Total | | 664 | 100,0 |

Poziom zaufania do rozgłośni regionalnych

Podobnie, jak w przypadku stacji ogólnopolskich, zaufanie do regionalne rozgłośnie publicznych jest wyższe niż w przypadku ich komercyjnej konkurencji.

Regionalnym rozgłośniom publicznym ufa 69 proc. badanych, 22 proc. deklaruje średnie zaufanie, a 9 proc. jego brak. W odniesieniu do stacji komercyjnych zaufanie swoje do tych podmiotów deklarowało 58 proc. badanych, brak zaufania 19 proc., a neutralne deklaracje złożyło 24 proc. badanych.



Zaufanie do regionalnych rozgłośni publicznych

| | | Responses | |
|-------------------------------------|----------------------|-----------|---------|
| | | N | Percent |
| rozgłośnie komercyjne ogólnopolskie | brak zaufania | 18 | 2,9% |
| | mierne zaufanie | 38 | 6,2% |
| | umiarkowane zaufanie | 133 | 21,6% |
| | raczej duże zaufanie | 236 | 38,4% |
| | pełne zaufanie | 190 | 30,9% |
| Ogółem | | 615 | 100,0% |

Zaufanie do regionalnych rozgłośni komercyjnych

| | | Responses | |
|--|----------------------|-----------|---------|
| | | N | Percent |
| rozgłoszenie komercyjne ogólnopolskie | brak zaufania | 208 | 12,1% |
| | mierne zaufanie | 113 | 6,6% |
| | umiarkowane zaufanie | 408 | 23,7% |
| | raczej duże zaufanie | 597 | 34,6% |
| | pełne zaufanie | 399 | 23,1% |
| Ogółem | | 1725 | 100,0% |

BADANIE WIZERUNKU MEDIÓW PUBLICZNYCH

ANKIETER: **Odpowiedzi „trudno powiedzieć/nie wiem” nie są czytane.** Odmowy odpowiedzi nie są zaznaczane, pominięte pytania przechodzą do kolejnego, system automatycznie zablokuje pytania filtrowe.

Dzień dobry, nazywam się i dzwonię z Instytutu Badania Opinii Homo Homini. Dla naszego Klienta prowadzimy badanie na temat wizerunku publicznego radia i telewizji. Udział w badaniu jest anonimowy a zebrane dane posłużą jedynie do zbiorczej analizy statystycznej. Całość badania zajmie ok. 15-20 min. Czy zechce mi Pan(i) poświęcić swój czas i odpowiedzieć na kilka pytań?

PYTANIA SELEKCYJNE

1. Czy zdarza się, że słucha Pan(i) radia?

Tak

Nie

2. Czy zdarza się, że ogląda Pan(i) telewizję?

Tak

Nie

Jeżeli **nie ogląda telewizji i nie słucha radia**: zakończ wywiad

BLOK PYTAŃ OGÓLNYCH

3. Wyczytam Panu(i) listę stacji telewizyjnych? Czy oglądał(a) Pan(i) te kanały w ciągu ostatnich 3 miesięcy?

| | | | |
|--------|-----|-----|-------------------|
| TVP 1 | tak | nie | Trudno powiedzieć |
| TVP 2 | tak | nie | t.p. |
| TVN | tak | nie | t.p. |
| Polsat | tak | nie | t.p. |

4. Wyczytam Panu(i) listę telewizyjnych programów informacyjnych? Czy oglądał(a) Pan(i) te programy w ciągu ostatnich 3 miesięcy?

| | | | |
|-------------|-----|-----|------|
| TVP Info | tak | nie | t.p. |
| Polsat News | tak | nie | t.p. |
| TVN 24 | tak | nie | t.p. |
| Superstacja | tak | nie | t.p. |

5. Czy działalność mediów publicznych (Polskiego Radia, Telewizji Polskiej oraz rozgłośni regionalnych) jest dla Pana(i) ważna?

- Zdecydowanie tak
- Raczej tak
- Raczej nie
- Zdecydowanie nie
- Trudno powiedzieć

6. Czy uważa Pan(i), że media publiczne (Polskie Radio, Telewizja Polska oraz rozgłoszenie regionalne) są godne zaufania? Jak ocenił(a)by je Pan(i) na skali zaufania, gdzie 1 oznacza brak zaufania, a 5 pełne zaufanie.

| | Brak zaufania | | | | Pełne zaufanie | |
|-----------------|---------------|---|---|---|----------------|------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Media publiczne | | | | | | |

7. Co jest dla Pana(i) głównym źródłem informacji o wydarzeniach w Polsce i na świecie? (pytanie wielokrotnego wyboru).

- Media publiczne (Polskie Radio, Telewizja Publiczna oraz rozgłoszenie regionalne)
- Telewizje i rozgłoszenie komercyjne
- Prasa
- Internet
- Inne –
jakie?.....
- Trudno powiedzieć

8. Jakie informacje ukazujące się w mediach są dla Pana(i) ważne? Proszę ocenić na skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza "nieważne", a 5 "bardzo ważne".

| | | | | | | |
|--------------------------|---|---|---|---|---|------|
| Informacje ze świata | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Informacje ogólnopolskie | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Informacje regionalne | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Informacje lokalne | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |

9. Jak powinny być finansowane Pana(i) zdaniem media publiczne?

- o Tak jak dotychczas – z abonamentu radiowo-telewizyjnego płaconego przez każde gospodarstwo domowe oraz z reklam
- o Z budżetu państwa – abonament powinien zostać zniesiony
- o Powinny finansować się same - na przykład poprzez reklamy
- o Inaczej – jak?

Pytania 10-24 – warunek: w pyt.1 odpowiedź: tak

10. Jak ocenił(a)by Pan(i) poziom zaufania do Polskiego Radia na skali, gdzie 1 oznacza brak zaufania, a 5 pełne zaufanie.

| | Brak zaufania | | | | | Pełne zaufanie | |
|---------------|---------------|---|---|---|---|----------------|--|
| Polskie Radio | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. | |

11. Czy działalność regionalnych stacji Polskiego Radia, przekazujących informacje o Pana(i) regionie jest dla Pana(i) ważna? Proszę ocenić na skali, gdzie 1 oznacza „w ogóle nie jest ważna”, a 5 „jest bardzo ważna”.

| | W ogóle nie jest ważna | | | | jest bardzo ważna | |
|------------------------------------|------------------------|---|---|---|-------------------|------|
| Działalność regionalnych stacji PR | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |

12. Wyczytałem Panu(i) nazwy stacji radiowych. Czy ma Pan(i) do nich zaufanie - proszę ocenić poziom zaufania na skali, gdzie 1 oznacza brak zaufania, a 5 pełne zaufanie.

[ankieter czytaj całą kafeterię; podział na regiony]

| | Brak zaufania | | | | | Pełne zaufanie | |
|-------------------------------|---------------|---|---|---|---|----------------|--|
| Aglomeracja Śląska | | | | | | | |
| RMF FM | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. | |
| Radio Piekary | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. | |
| Program III PR | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. | |
| Program I PR | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. | |
| Radio Katowice | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. | |
| RMF Maxxx Śląsk | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. | |
| Radio Zet | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. | |
| Radio Złote Przeboje Karolina | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. | |
| Antyradio | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. | |
| Radio Eska | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. | |
| Radio Planeta | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. | |
| Radio Fest | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. | |
| Radio Plus Śląsk | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. | |
| Eska Rock | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. | |
| Radio CCM | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. | |
| Tok FM | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. | |
| Radio eM | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. | |
| Radio Express FM | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. | |
| Program II PR | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. | |
| Radio Maryja | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. | |
| Radio Roxy FM | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. | |
| RMF Classic | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. | |
| Radio Opole | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. | |
| Chilli Zet | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. | |
| Radio 90 FM | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. | |
| Radio Kraków | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. | |
| Radio Vanessa | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. | |
| Białystok | | | | | | | |
| RMF FM | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. | |
| Radio Zet | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. | |
| Program III PR | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. | |
| Program I PR | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. | |
| Radio Białystok | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. | |
| Radio Eska | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. | |
| Eska Rock | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. | |
| Radio Jard | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. | |

| | | | | | | |
|----------------------------|---|---|---|---|---|------|
| Radio Maryja | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Żółte Przeboje | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Akadera | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio i | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Jard 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| RMF Classic | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Program II PR | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Program IV PR / Radio Euro | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| RMF Maxxx | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |

Bydgoszcz

| | | | | | | |
|----------------------------|---|---|---|---|---|------|
| RMF FM | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Program I PR | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Zet | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Eska | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio PiK | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Program III PR | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Żółte Przeboje Elita | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Gra Bydgoszcz | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Maryja | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| RMF Classic | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Program IV PR / Radio Euro | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Roxy FM | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Plus Bydgoszcz | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Program II PR | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Plus Toruń | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Nakło | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |

Gorzów

| | | | | | | |
|----------------------------|---|---|---|---|---|------|
| Radio Eska | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| RMF FM | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Zet | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| RMG 95,6 FM Gorzów | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Program III PR | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Program I PR | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Maryja | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Plus Gorzów | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Zachód 103 FM | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Program II PR | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Program IV PR / Radio Euro | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Szczecin | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |

Kielce

| | | | | | | |
|--------------------------------|---|---|---|---|---|------|
| RMF FM | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Kielce | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Program I PR | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Program III PR | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Zet | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Planeta FM | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Eska Rock | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Eska | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Frama | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| RMF Maxxx | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Plus | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Maryja | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Program II PR | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Program IV PR / Radio Euro | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Złote Przeboje C 96,6 FM | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio PiN | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |

Kraków

| | | | | | | |
|---------------------------------|---|---|---|---|---|------|
| RMF FM | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Program III PR | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Program I PR | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Zet | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| RMF Maxxx | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| TOK FM | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Kraków | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Eska Rock | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Złote Przeboje Wanda 92,5 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Eska | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| RMF Classic | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Plus | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Maryja | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Antyradio | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Alfa | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Program II PR | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Planeta FM | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Chilli Zet | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radiofonia | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Katowice | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| 103,8 Roxy FM | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Program IV PR / Radio Euro | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Alex | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |

| Lublin | | | | | | |
|-----------------------------------|---|---|---|---|---|------|
| RMF FM | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Zet | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Program III PR | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Żółte Przeboje Puls 95,6 FM | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Program I PR | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Eska | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Lublin | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Eska Rock | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Maryja | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Akademickie Radio Centrum | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| RMF Classic | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Program IV PR / Radio Euro | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Program II PR | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio eR 87,9 FM | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| RMF Maxxx | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Kielce | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Łódź | | | | | | |
| Radio Zet | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| RMF FM | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Program I PR | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Program III PR | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Eska | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Żółte Przeboje 101,3 FM | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| TOK FM | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Parada | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Łódź | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Eska Rock | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Planeta FM | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Chilli Zet | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Wawa | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Plus | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Maryja | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| RMF Classic | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Program II PR | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Program IV PR / Radio Euro | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio PiN | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Vox FM | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Studenckie Radio Żak | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Niepokalanów | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |

| Olsztyn | | | | | | |
|-----------------------------------|---|---|---|---|---|------|
| RMF FM | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Zet | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Olsztyn | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Program III PR | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Program I PR | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Planeta FM | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Eska | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Eska Rock | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Chilli Zet | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Maryja | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Program II PR | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio UWM FM | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Mazury | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| RMF Maxxx | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Opole | | | | | | |
| Radio Zet | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Opole | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| RMF FM | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Program III PR | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| RMF Maxxx | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Program I PR | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| TOK FM | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Złote Przeboje Olle 92,8 FM | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Planeta FM | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Eska | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Program II PR | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Plus | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| 106,6 Roxy FM | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Wrocław | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Maryja | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Eska Rock | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Poznań | | | | | | |
| Radio Eska | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Złote Przeboje 88,4 FM | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| RMF FM | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Program III PR | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Program I PR | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Zet | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Merkury | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |

| | | | | | | |
|--------------------------------------|---|---|---|---|---|------|
| TOK FM | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Eska Rock | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| MC Radio | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Chilli Zet | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Planeta FM | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Maryja | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| RMF Maxxx | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| RMF Classic | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Emaus – Katolickie Radio Poznań | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Program II PR | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| 105,4 Roxy FM | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Blue FM | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Program IV PR / Radio Euro | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio PiN | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Afera | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Rzeszów | | | | | | |
| Radio Zet | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Program III PR | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| RMF FM | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Eska | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Rzeszów | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Program I PR | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Złote Przeboje Res 95,7 FM | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Chilli Zet | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Eska Rock | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Wawa | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Maryja | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Via | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Akademickie Radio Centrum | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Program II PR | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Kielce | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Program IV PR / Radio Euro | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Szczecin | | | | | | |
| Radio Zet | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| RMF FM | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Program III PR | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| TOK FM | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Szczecin | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Złote Przeboje Na Fali 89,8 FM | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Eska | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |

| | | | | | | |
|-----------------------------|---|---|---|---|---|------|
| RMF Maxxx | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Eska Rock | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Program I PR | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Chilli Zet | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| RMF Classic | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Program IV PR / Radio Euro | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Szczecin.fm | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Maryja | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Plus | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Program II PR | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Koszalin | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Trójmiasto | | | | | | |
| RMF FM | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Zet | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Program III PR | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Gdańsk | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Złote Przeboje Trefl | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Eska Rock | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Program I PR | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| RMF Maxxx | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| TOK FM | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Eska | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Plus | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Chilli Zet | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Program II PR | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Maryja | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| RMF Classic | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Kaszebe | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Program IV PR / Radio Euro | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Warszawa | | | | | | |
| Radio Zet | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| TOK FM | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Program I PR | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| RMF FM | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Program III PR | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Eska | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Złote Przeboje Pogoda | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Vox FM | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Eska Rock | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Wawa | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |

| | | | | | | |
|------------------------------------|---|---|---|---|---|------|
| Antyradio | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio PiN | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Program II PR | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Chilli Zet | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| RMF Classic | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Maryja | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Planeta FM | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| RMF Maxxx | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| 103,7 Roxy FM | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Kolor | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio dla Ciebie | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Plus | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Program IV PR / Radio Euro | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Warszawa | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Akademickie Radio Kampus | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Hobby | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Wrocław | | | | | | |
| Radio Eska | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Program III PR | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Program I PR | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| RMF FM | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Złote Przeboje Kolor 90,4 FM | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Zet | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| TOK FM | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Eska Rock | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Wrocław | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio RAM | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Traffic | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| RMF Classic | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Maryja | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Wawa | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Radio Aplauz | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| 106,1 Roxy FM | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Katolickie Radio Rodzina | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Program II PR | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| RMF Maxxx | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Chilli Zet | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Muzyczne Radio | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Program IV PR / Radio Euro | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Akademickie Radio Luz | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |

Radio PiN

1 2 3 4 5 t.p.

13. Jakich audycji chciał(a)by Pan(i) najbardziej słuchać w radiu? Proszę umieścić poszczególne rodzaje audycji na skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza „wcale nie chcę słuchać”, a 5 „bardzo chcę słuchać”.

| | Wcale nie chcę słuchać | | | Bardzo chcę słuchać | | |
|-------------------------------|------------------------|---|---|---------------------|---|------|
| Publicystyka | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Sport | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Programy informacyjne | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Programy lokalne i regionalne | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Programy muzyczne | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Magazyny kulturalne | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Magazyny rozrywkowe, konkursy | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Listy przebojów | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Koncerty | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Reportaże | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Słuchowiska | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |

14. Czy radio publiczne powinno zajmować się innymi kwestiami niż rozgłoszenie komercyjnej?

- Tak
- Nie przejście do pyt. 16
- Nie mam zdania przejście do pyt. 16

15. Dlaczego tak Pan(i) uważa? (proszę zaznaczyć dowolną liczbę odpowiedzi)

- Ponieważ jest państwowe i ma misję społeczną
- Ponieważ jest finansowane z kieszeni podatnika
- Inne – jakie?.....

16. Czym powinno zajmować się Pana(i) zdaniem radio publiczne (Polskie Radio)? Przeczytam kilka propozycji – proszę ocenić na skali jak duże znaczenie mają dla Pana(i) poszczególne zadania. 1 oznacza małą wagę danego zadania, a 5 bardzo dużą wagę.

mało ważne bardzo ważne

| | | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|------|
| Promowanie kultury, ambitnych programów | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Popularyzowanie wiedzy | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Dostarczanie rozrywki | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Dostarczanie informacji | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Sprawy lokalne i regionalne | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Budowanie zaangażowania ludzi sprawy państwa lub regionu | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |

17. Jakiego rodzaju audycje powinny być emitowane w radiu publicznym (Polskim Radiu)? Proszę ocenić stopień właściwości danego programu do ramówki publicznego radia na skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza „zupełnie niewłaściwe” a 5 „w największym stopniu właściwe”.

| | Zupełnie niewłaściwe | | | W największym stopniu właściwe | | |
|-------------------------------|----------------------|---|---|--------------------------------|---|------|
| Publicystyka | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Sport | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Programy informacyjne | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Programy lokalne i regionalne | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Programy muzyczne | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Magazyny kulturalne | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Magazyny rozrywkowe, konkursy | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Listy przebojów | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Koncerty | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Reportaże | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Słuchowiska | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |

18. Za co lubi Pan(i) radio publiczne (Polskie Radio)?

.....

19. A co Pana/Panią najbardziej denerwuje w radiu publicznym?

.....

20. Biorąc pod uwagę całość oferty oraz całość Pana(i) oczekiwań proszę określić swój stopień satysfakcji z oferty publicznego radia (Polskiego Radia), gdzie 1 oznacza „zupełnie niezadowolony(a)”, a 5 „w pełni zadowolony(a)”.

| | Zupełnie niezadowolony(a) | | | W pełni zadowolony(a) | | t.p. |
|--------------------------|---------------------------|---|---|-----------------------|---|------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Oferta publicznego radia | | | | | | |

21. Proszę ocenić poziom swojej satysfakcji z oferty publicznego radia (Polskiego Radia) jeśli chodzi o poszczególne kategorie audycji, gdzie 1 oznacza „zupełnie niezadowolony(a)”, a 5 „w pełni zadowolony(a)”.

| | Zupełnie niezadowolony(a) | | | W pełni zadowolony(a) | | |
|-------------------------------|---------------------------|---|---|-----------------------|---|------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Publicystyka | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Sport | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Programy informacyjne | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Programy lokalne i regionalne | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Programy muzyczne | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Magazyny kulturalne | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Magazyny rozrywkowe, konkursy | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Listy przebojów | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Koncerty | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Reportaże | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Słuchowiska | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |

NOWE PROJEKTY POLSKIEGO RADIA

22. Czy korzysta Pan(i) z Internetu?

- Tak
- Nie przejście do pyt. 26
- Trudno powiedzieć przejście do pyt. 26

23. Czy słyszał(a) Pan(i) o następujących, internetowych projektach Polskiego Radia?

| | | | |
|--------------------|-----|-----|------|
| Radio na Wizji | tak | nie | t.p. |
| Moje Polskie Radio | tak | nie | t.p. |

24. Czy podobają się Panu(i) te projekty? Proszę ocenić na skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza „zupełnie mi się nie podoba”, a 5 „bardzo mi się podoba”. **[warunek: jeżeli w pyt. 23 odpowiedź: tak]**

| | Zupełnie mi się nie podoba | | | | | Bardzo mi się podoba | |
|--------------------|----------------------------|---|---|---|---|----------------------|--|
| Radio na Wizji | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. | |
| Moje Polskie Radio | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. | |

25. A jak Pan ocenia poszczególne kanały serwisu Moje Polskie Radio? Proszę ocenić na skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza „zupełnie mi się nie podoba”, a 5 „bardzo mi się podoba”. **[warunek: jeżeli w pyt. 23, pkt. 2 – odpowiedź: tak]**

| | Zupełnie mi się nie podobają | | | | | Bardzo mi się podobają | |
|---------------|------------------------------|---|---|---|---|------------------------|--|
| Kanały słowne | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. | |

Kanały muzyczne 1 2 3 4 5 t.p.

TELEWIZJA

Pytania 26-33 – warunek: w pyt.2 odpowiedź: tak

26. Wyczytam Panu(i) listę stacji telewizyjnych? Proszę określić swój poziom zaufania do tych stacji na skali, gdzie 1 oznacza brak zaufania, a 5 pełne zaufanie.

| | brak zaufania | | | | | pełne zaufanie | |
|--------|---------------|---|---|---|---|----------------|-------------------|
| TVP 1 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | Trudno powiedzieć |
| TVP 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | t.p. |
| TVN | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | t.p. |
| Polsat | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | t.p. |

26. Wyczytam Panu(i) listę telewizyjnych kanałów informacyjnych? Proszę określić swój poziom zaufania do tych kanałów na skali, gdzie 1 oznacza brak zaufania, a 5 pełne zaufanie.

| | brak zaufania | | | | | pełne zaufanie | |
|-------------|---------------|---|---|---|---|----------------|------|
| TVP Info | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | t.p. |
| Polsat News | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | t.p. |
| TVN 24 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | t.p. |
| Superstacja | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | | t.p. |

27. Czym powinna zajmować się telewizja publiczna (TVP S.A.)? Przeczytam kilka propozycji – proszę ocenić na skali jak duże znaczenie mają dla Pana(i) poszczególne zadania. 1 oznacza małą wagę danego zadania, a 5 bardzo dużą wagę.

mało istotne bardzo istotne

Promowanie kultury, ambitnych programów 1 2 3 4 5 t.p.

| | | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|------|
| Popularyzowanie wiedzy | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Dostarczanie rozrywki | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Dostarczanie informacji | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Sprawy lokalne i regionalne | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Budowanie zaangażowania ludzi sprawy państwa lub regionu | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |

28. Jakiego rodzaju programy chciał(a)by Pan(i) oglądać w telewizji? Proszę ocenić

poszczególne rodzaje programów na skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza „wcale nie chcę oglądać”, a 5 „bardzo chcę oglądać”.

| | Wcale nie chcę oglądać | | | Bardzo chcę oglądać | | |
|--|------------------------|---|---|---------------------|---|------|
| Publicystyka | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Sport | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Filmy | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Programy informacyjne | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Programy lokalne i regionalne | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Programy rozrywkowe | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| teleturnieje | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Seriale | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Filmy dokumentalne i reportaże | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Programy kulturalne, np. teatr telewizji | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Programy muzyczne | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |

29. Za co lubi Pan(i) telewizję publiczną (TVP)?

.....

30. A co Pana/Panią najbardziej denerwuje w telewizji publicznej?

.....

31. Biorąc pod uwagę całość oferty oraz całość Pana(i) oczekiwań proszę ocenić swój poziom satysfakcji z oferty telewizji publicznej (TVP), gdzie 1 oznacza „zupełnie niezadowolony(a)”, a 6 „w pełni zadowolony(a)”.

| Oferta telewizji publicznej | Zupełnie niezadowolony(a) | | | W pełni zadowolony(a) | | |
|-----------------------------------|---------------------------|---|---|-----------------------|---|------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |

32. Proszę określić swój poziom satysfakcji z oferty telewizji publicznej (TVP) jeśli chodzi o poszczególne kategorie programów, gdzie 1 oznacza „zupełnie niezadowolony(a)”, a 5 „w pełni zadowolony(a)”.

| | Zupełnie niezadowolony(a) | | | W pełni zadowolony(a) | | |
|---|---------------------------|---|---|-----------------------|---|------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Publicystyka | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Sport | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Filmy | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Programy informacyjne | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Programy lokalne i regionalne | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Programy rozrywkowe | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| teleturnieje | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Seriale | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Filmy dokumentalne i reportaże | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Programy kulturalne, np. teatr telewizji | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| Programy muzyczne | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |

PROJEKTY INTERNETOWE TVP

Pytania 34-36 – warunek: w pytaniu 22 odpowiedź: tak (korzystam z Internetu)

33. Czy słyszał(a) Pan(i) o portalu internetowym www.tvp.pl?

- tak
- Nie przejście do pyt. 37
- trudno powiedzieć przejście do pyt. 37

34. A czy korzystał(a) Pan(i) kiedykolwiek z tego portalu?

- Tak
- Nie przejście do pyt. 37
- Nie pamiętam przejście do pyt. 37



35. Czy podoba się Panu(i) ten portal? Proszę ocenić na skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza „zupełnie mi się nie podoba”, a 5 „bardzo mi się podoba”. **[warunek: jeżeli w pyt. 35 odpowiedź: tak]**

| | Zupełnie mi się nie podoba | | | Bardzo mi się podoba | | |
|------------|----------------------------|---|---|----------------------|---|------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | t.p. |
| www.tvp.pl | | | | | | |



METRYCZKA

36. W jaki sposób odbiera Pan(i) radio? (dowolna liczba odpowiedzi) **[warunek: pyt. 1: tak – badany słucha radia]**

- Poprzez tradycyjną antenę
- Przez antenę satelitarną
- Słucham radia w Internecie

37. W jakich godzinach najczęściej słucha Pan(i) radia w Internecie? **[warunek: pyt. 37: odpowiedź - słucham radia w Internecie]**

- Rano (7-10)
- W ciągu dnia (10-17)
- Po południu (17-20)
- Wieczorem (20-23)
- W nocy (23-7)

38. Czy był(a)by Pan(i) zainteresowany(a) korzystaniem z internetowego serwisu informacyjnego, prowadzonego przez dziennikarzy Polskiego Radia, który byłby aktualizowany na bieżąco, przez całą dobę?

- Tak
- Nie
- Trudno powiedzieć

39. W jaki sposób słucha Pan(i) najczęściej radia? (pytanie wielokrotnego wyboru) **[warunek: pyt. 1: tak – badany słucha radia]**

- W domu
- W pracy/szkole
- W drodze do pracy/szkoły używając mobilnych urządzeń
- W samochodzie
- W pubach/restauracjach
- Inne – jakie?.....



40. Jakiego rodzaju dostęp ma Pan(i) do telewizji w swoim domu? (pytanie wielokrotnego wyboru). **[warunek: pyt. 2: tak – badany ogląda telewizję]**

- Telewizja kablowa
- Antena satelitarna, bez abonamentu
- Cyfrową antena satelitarna, z abonamentem
- Przez linię telefoniczną, płacąc abonament
- Tradycyjna antena naziemnej, okienna lub pokojowa
- Naziemna telewizja cyfrowa

41. W jaki sposób ogląda Pan(i) najczęściej telewizję? (pytanie wielokrotnego wyboru) **[warunek: pyt. 2: tak – badany ogląda telewizję]**

- W domu
- W pracy/szkole
- W pubach/restauracjach
- Inne – jakie?.....

42. Proszę podać swój wiek.

- 16-24 lata
- 25-29 lat
- 30-39 lat
- 40-49 lat
- 50-59 lat
- 60-69 lat
- 70 lat lub więcej

43. Proszę podać swoje wykształcenie.

- Podstawowe lub zasadnicze zawodowe
- Średnie



- Wyższe

44. Proszę podać miejsce zamieszkania.

- Wieś
- Miasto do 50 tys. mieszkańców
- Miasto od 50 tys. do 100 tys. mieszkańców
- Miasto od 100 tys. do 200 tys. mieszkańców
- Miasto od 200 tys. do 500 tys. mieszkańców
- Miasto powyżej 500 tys. mieszkańców

45. Ile średnio godzin poświęca Pan(i) na słuchanie radia? **[warunek: pyt. 1: tak – badany słucha radia] [ankieter wpisz samą liczbę!]**

dziennie

| | |
|--|--|
| | |
|--|--|

tygodniowo

| | |
|--|--|
| | |
|--|--|

1. Ile średnio godzin poświęca Pan(i) na oglądanie telewizji? **[warunek: pyt. 2: tak – badany ogląda telewizję] [ankieter wpisz samą liczbę!]**

dziennie

| | |
|--|--|
| | |
|--|--|

tygodniowo

| | |
|--|--|
| | |
|--|--|

2. Jaka jest Pana(i) sytuacja zawodowa? Czy jest Pan(i)?

- Osobą pracującą
- Osobą niepracującą zawodowo
- Emerytem(emerytką) lub rencist(k)ą
- Studentem(studentką) lub uczniem(uczennicą)

3. Czy w Pana(i) gospodarstwie opłacany jest abonament radiowo-telewizyjny?

- Tak
- Nie