

**BIURO
KRAJOWEJ RADY
RADIOFONII
I TELEWIZJI**



**DEPARTAMENT
PROGRAMOWY**

**ANALIZA DANYCH RADIOMETRYCZNYCH
POD KĄTEM MODELU SŁUCHANIA RADIA
Z UWZGLĘDNIENIEM
WSKAŹNIKÓW DEMOGRAFICZNYCH**

(na podstawie badania *Radio Track, SMG/KRC Millward Brown*)

WARSZAWA 2009

SPIS TREŚCI

<i>I. WSTĘP</i>	<i>str. 2</i>
<i>II. CHARAKTERYSTYKA RADIOSŁUCHACZY</i>	<i>str. 2</i>
<i>II.1. Płeć i wiek</i>	<i>str. 4</i>
<i>II.2. Wykształcenie i zawód</i>	<i>str. 8</i>
<i>II.3. Dochody miesięczne per capita</i>	<i>str. 11</i>
<i>II.4. Miejsce zamieszkania</i>	<i>str. 13</i>
<i>III. SPOSÓB ODBIORU PROGRAMÓW RADIOWYCH</i>	<i>str. 15</i>
<i>III.1. Źródło sygnału</i>	<i>str. 15</i>
<i>III.2. Miejsce słuchania</i>	<i>str. 17</i>
<i>III.3. Korzystanie z urządzeń mobilnych</i>	<i>str. 18</i>
<i>IV. PODSUMOWANIE</i>	<i>str. 19</i>

I. WSTĘP

Celem analizy było określenie przez kogo i w jaki sposób słuchane są programy radiowe obecne na polskim rynku. Uwzględnione zostały dane takie jak: płeć i wiek słuchaczy, ich wykształcenie, sytuacja zawodowa, dochody miesięczne, miejsce zamieszkania. Podstawę analizy stanowiły ogólnopolskie programy radiowe publiczne (Program 1, Program 2, Program 3 i Radio Euro PR SA), i koncesjonowane (RMF FM, Radio ZET, Radio Maryja), dwa programy ponadregionalne o największym udziale w rynku (TOK FM i Eska Rock), programy regionalne radia publicznego (17 programów łącznie, jako grupa programów), oraz koncesjonowane programy lokalne (223 programy lokalne łącznie).

Analizę przeprowadzono na danych pochodzących z badania audytorium radia *Radio Track*, *SMG/KRC Millward Brown* zrealizowanego na ogólnopolskiej próbie osób w wieku 15-75 lat, w I półroczu 2009 r. Dane na temat słuchaczy pochodzą z ankiet przeprowadzanych telefonicznie. Wielkość próby to 44 318 respondentów. Na podstawie danych z tych ankiet oraz danych demograficznych pochodzących z badań GUS została wykonana estymacja wyników na całą populację.

II. CHARAKTERYSTYKA RADIOSŁUCHACZY

W Tabeli 1. zamieszczone zostały podstawowe dane demograficzne na temat radiosłuchaczy. W nawiasach podana jest estymacja na populację.

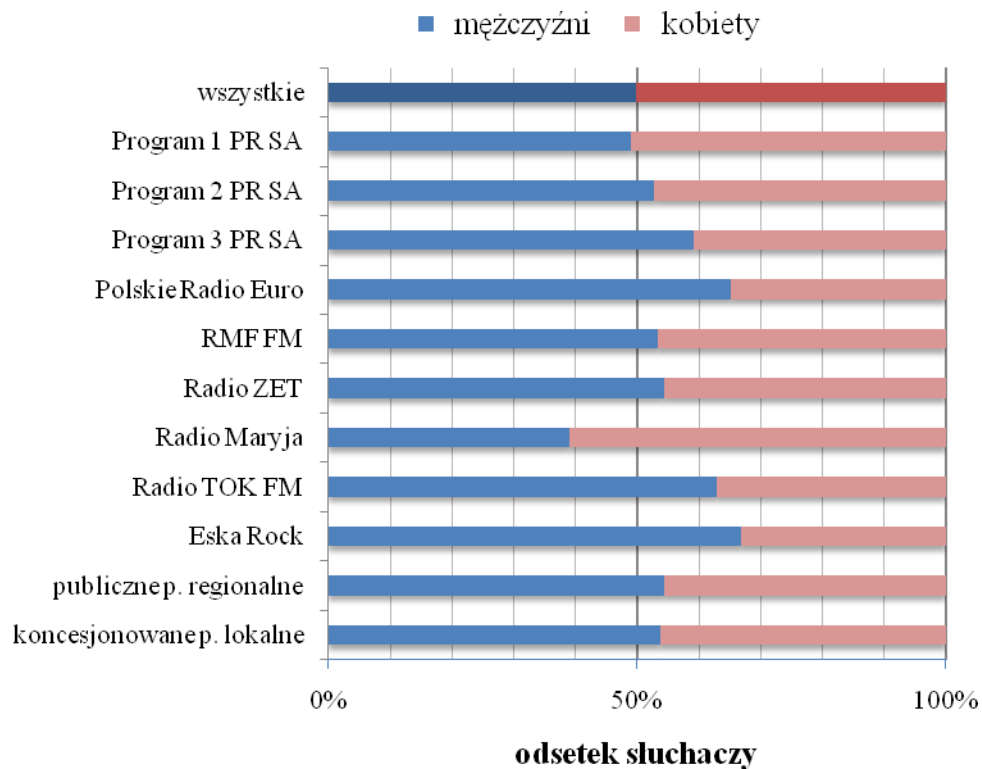
Warto zauważyć, że chociaż słuchanie radia jest popularniejsze wśród mężczyzn niż wśród kobiet, to jednak kobiety stanowią nieco większą liczbę radiosłuchaczy. W podziale na grupy wiekowe, największa liczba radiosłuchaczy to osoby w wieku w przedziale 40-59 lat, ale radia najchętniej słuchają osoby w wieku między 25 a 39 rokiem życia. Pod względem osiągniętego poziomu edukacji najwięcej osób słuchających radia ma wykształcenie średnie, a grupą, która najchętniej słucha radia są absolwenci wyższych uczelni. Wśród grup zawodowych najwięcej radiosłuchaczy to emeryci i renciści, natomiast słuchanie radia jest najpopularniejsze wśród pracowników umysłowych. Pod względem miejsca zamieszkania największą grupę radiosłuchaczy stanowią mieszkańcy wsi. Oni też najchętniej słuchają radia.

Tabela 1. Podstawowe dane demograficzne na temat radiosłuchaczy.

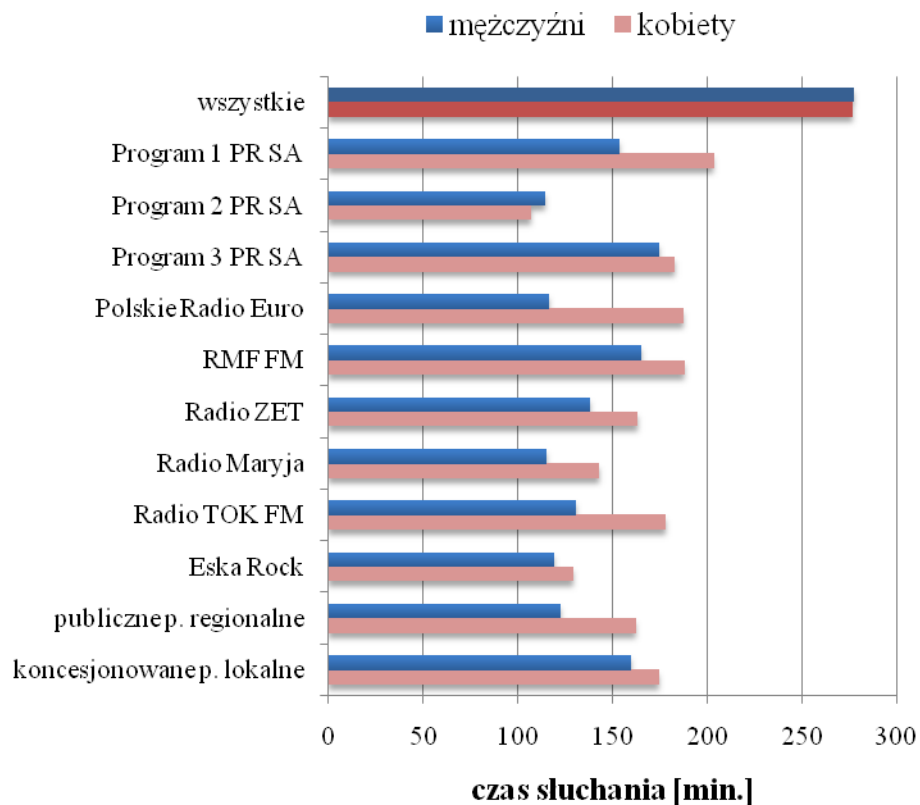
	odsetek słuchaczy		estymacja na populację
Radia słuchało	82,0%	Polaków	(24 752 tys. osób)
	w tym:		
(płeć)	80,3%	kobiet	(12 413 tys. osób)
	83,8%	mężczyzn	(12 339 tys. osób)
(kategoria wiekowa)	84,0%	Polaków między 15 a 24 rokiem życia	(4 874 tys. osób)
	85,2%	Polaków między 25 a 39 rokiem życia	(7 559 tys. osób)
	81,7%	Polaków między 40 a 59 rokiem życia	(8 664 tys. osób)
	74,6%	Polaków między 60 a 75 rokiem życia	(3 654 tys. osób)
(wykształcenie)	78,0%	Polaków z wykształceniem podstawowym	(3 882 tys. osób)
	78,9%	Polaków z wykształceniem zasadniczym zawodowym	(4 104 tys. osób)
	83,1%	Polaków z wykształceniem średnim	(11 851 tys. osób)
	85,8%	Polaków z wykształceniem wyższym	(4 861 tys. osób)
(sytuacja zawodowa)	86,3%	dyrektorów i wykonujących wolne zawody	(3 047 tys. osób)
	86,8%	pracowników umysłowych	(3 572 tys. osób)
	86,1%	właścicieli firm	(1 977 tys. osób)
	85,9%	robotników wykwalifikowanych	(3 909 tys. osób)
	81,5%	robotników do prac prostych	(820 tys. osób)
	81,6%	rolników indywidualnych	(969 tys. osób)
	73,7%	emerytów/rencistów	(4 464 tys. osób)
82,6%	studentów/uczniów	(3 242 tys. osób)	
(miejsce zamieszkania)	79,1%	mieszkańców miast ponad 500 tys.	(2 824 tys. osób)
	81,0%	mieszkańców miast 200-499 tys.	(2 249 tys. osób)
	81,9%	mieszkańców miast 100-199 tys.	(1 991 tys. osób)
	81,0%	mieszkańców miast 20-99 tys.	(4 624 tys. osób)
	82,8%	mieszkańców miast do 20 tys.	(3 604 tys. osób)
	83,4%	mieszkańców wsi	(9 461 tys. osób)

II.1. Płeć i wiek

Wykres 1. Odsetek mężczyzn i kobiet wśród słuchaczy programów radiowych.



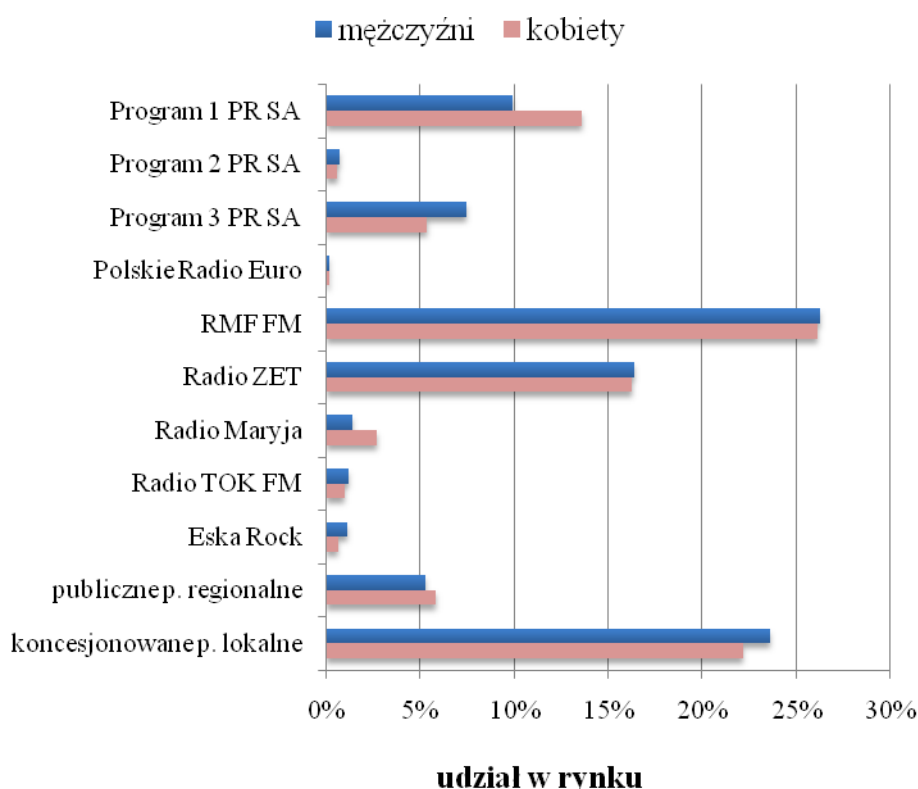
Wykres 2. Średni dzienny czas słuchania programów radiowych.



Wśród odbiorców programów radiowych jest tyle samo kobiet, co mężczyzn (w ramach przedziału ufności wynoszącego około 0,5 punktu procentowego). Można jednak zauważyć, że wśród słuchaczy poszczególnych programów radiowych więcej jest mężczyzn niż kobiet. Wyjątkiem jest tu Radio Maryja, dla którego wśród słuchaczy wyraźnie przeważają kobiety oraz Program 1 PR SA, którego słucha niemal tyle samo mężczyzn, co kobiet. Większa liczba mężczyzn wśród audytorium poszczególnych programów radiowych, pozwala przypuszczać, że mężczyźni częściej niż kobiety zmieniają słuchany program, poświęcając przy tym mniej czasu na słuchanie pojedynczego programu niż kobiety (Wykres 2.). Jedynie na słuchanie Programu 2 PR SA mężczyźni poświęcają więcej czasu niż kobiety.

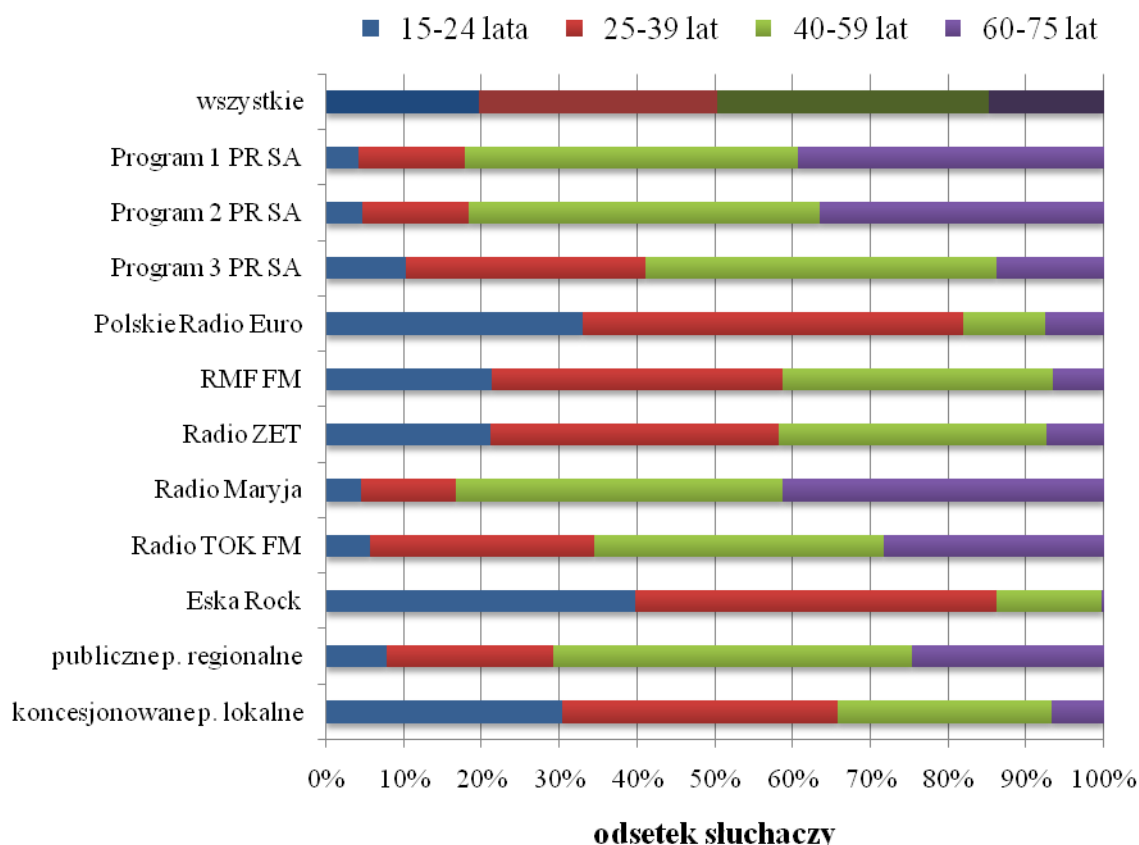
Aby móc wnioskować o popularności programów, należy wziąć pod uwagę zarówno odsetek słuchających, jak i czas jaki poświęcają oni na słuchanie. Pomocny do tego jest wskaźnik udziału w rynku, który mierzy stosunek całkowitego czasu słuchania danego programu przez wszystkich słuchaczy, do całkowitego czasu słuchania wszystkich programów (Wykres 3.).

Wykres 3. Udział w rynku programów radiowych zmierzony osobno wśród kobiet i wśród mężczyzn.



Programy wybierane chętniej przez kobiety to Program 1 PR SA, Radio Maryja oraz publiczne programy regionalne, natomiast mężczyźni, wyraźnie chętniej niż kobiety wybierają Program 3 PR SA, Eska Rock, a także koncesjonowane programy lokalne.

Wykres 4. Struktura wiekowa słuchaczy programów radiowych.



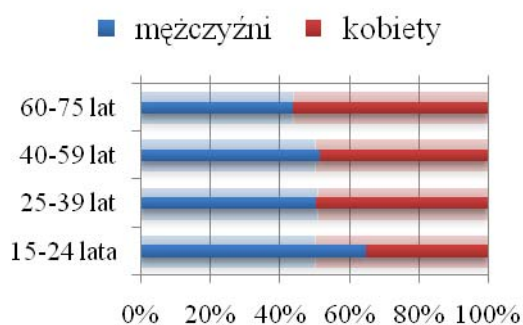
Grupą wiekową, która jest najliczniej obecna wśród osób słuchających radia, są osoby w wieku między 40 a 59 rokiem życia. Stanowią one 35% wszystkich radiosłuchaczy. Osoby w wieku 25-39 lat to nieco ponad 30,5% radiosłuchaczy, natomiast osoby najmłodsze – w wieku 15-24 lata – stanowią 19,5% radiosłuchaczy. Najmniej liczni są przedstawiciele grupy między 60 a 75 rokiem życia (blisko 15%).

W odniesieniu do tej ogólnej struktury wiekowej wszystkich radiosłuchaczy, na wykresie 4., zostało przedstawione audytorium poszczególnych programów radiowych. Strukturę wiekową zbliżoną do ogólnej charakterystyki radiosłuchaczy mają programy: RMF FM, Radio ZET oraz Program 3 PR SA, w którym jednak jest nieco mniej najmłodszych słuchaczy. Kolejną grupę programów, w których przeważają słuchacze starsi i najstarsi, a odsetek najmłodszych jest bardzo mały, tworzą: Program 1 PR SA, Program 2 PR SA oraz Radio Maryja. Programy, w których audytorium przeważają młodszy słuchacze, a odsetek osób w wieku 60-75 lat jest niewielki to Radio Euro, Eska Rock oraz programy lokalne. Radio TOK FM ma niewielki odsetek najmłodszych słuchaczy, natomiast pozostałe grupy wiekowe słuchają go równie licznie.

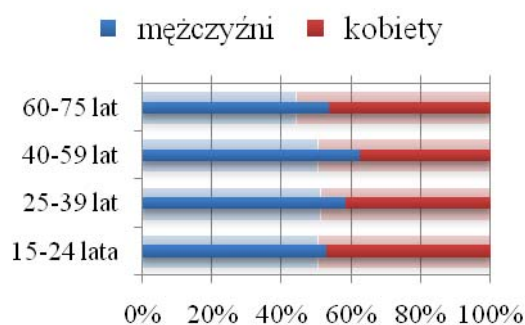
Na wykresie 5. przedstawiony jest udział płci wśród radiosłuchaczy poszczególnych programów radiowych w 4 kategoriach wiekowych. W tle wykresów (jaśniejszym kolorem) zaznaczony jest, jako odniesienie, udział płci w każdej z 4 kategorii wiekowych wyznaczony dla ogółu radiosłuchaczy.

Wykres 5. Odsetek mężczyzn i kobiet wśród 4 grup wiekowych słuchaczy programów radiowych.

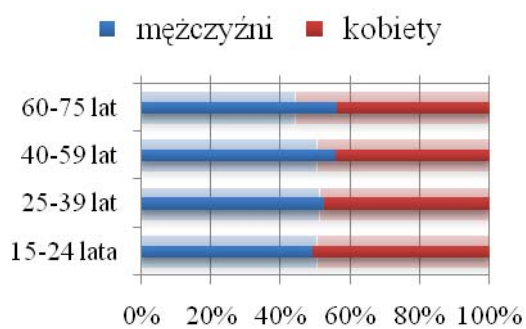
Program 1 PR SA



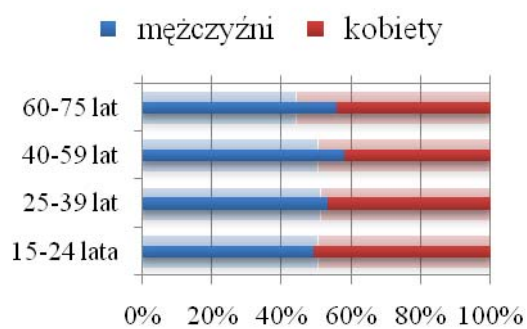
Program 3 PR SA



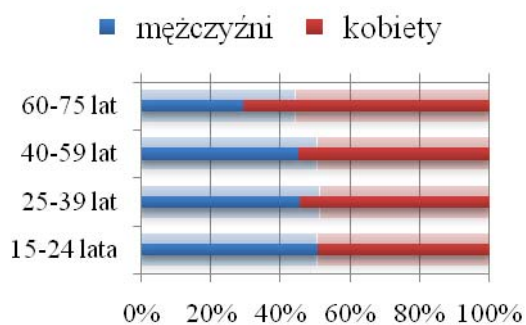
RMF FM



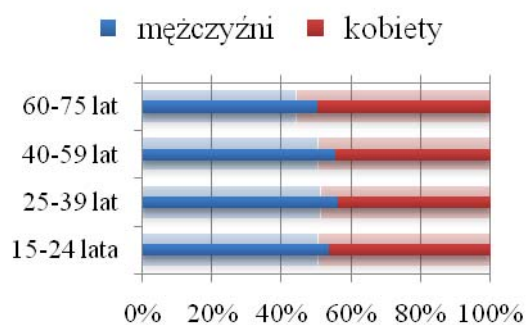
Radio ZET



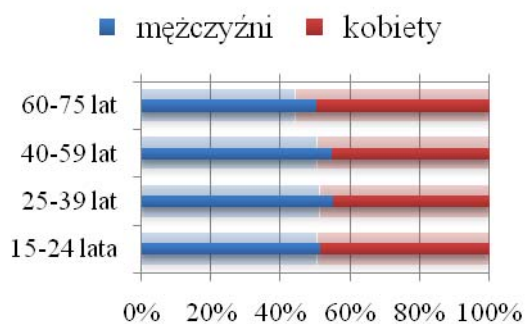
Radio Maryja



publiczne p. regionalne



koncesjonowane p. lokalne

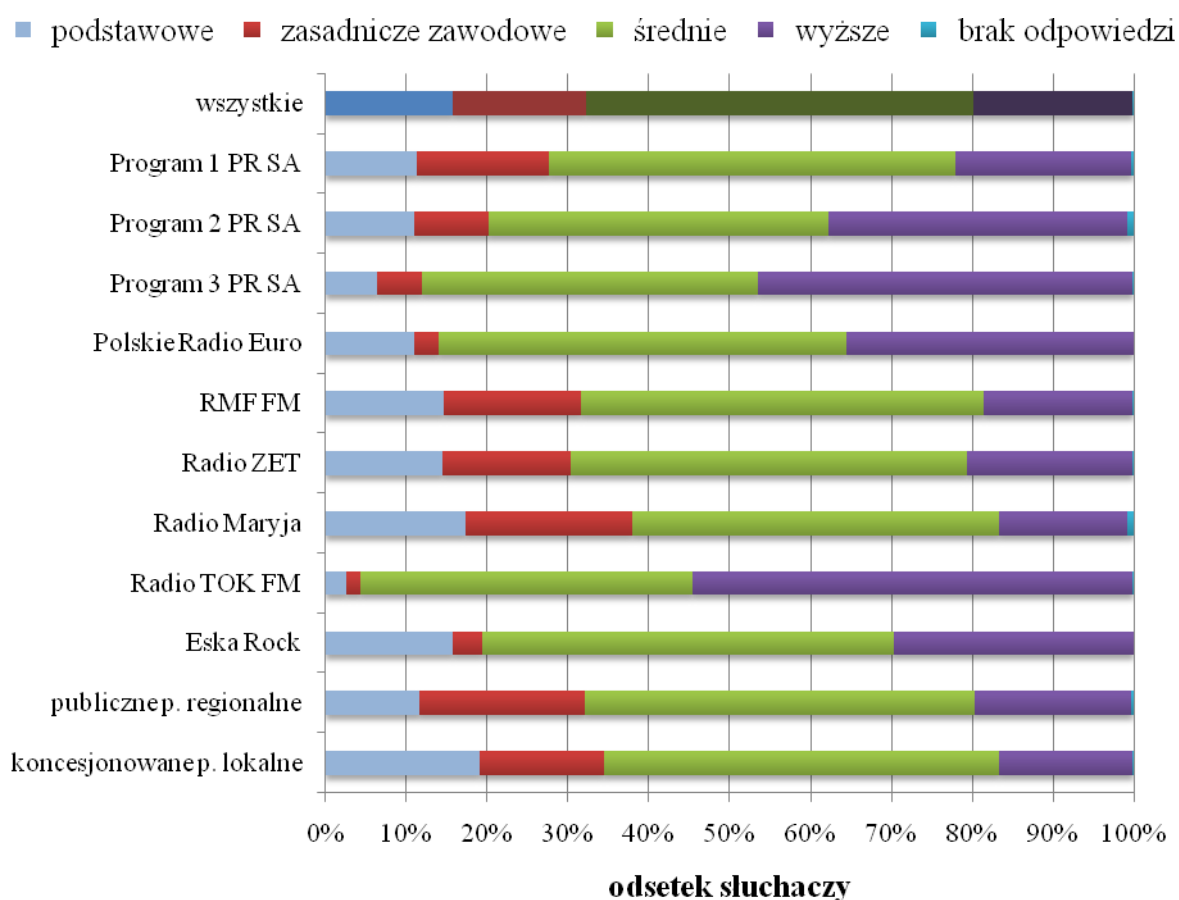


Dla zachowania poprawnego wnioskowania statystycznego, z tej szczegółowej analizy wyłączone zostały programy o najmniejszym audytorium (Program 2 PR SA, Radio Euro, TOK FM i Eska Rock).

W trzech pierwszych kategoriach wiekowych (15-24 lata, 25-39 lat i 40-59 lat) liczba mężczyzn i kobiet ogółem, jest mniej więcej taka sama. Dysproporcja pojawia się dopiero w najstarszej grupie 60-75 lat, w której większość radiosłuchaczy stanowią kobiety. Audytorium poszczególnych programów radiowych odbiega jednak nieco od tego schematu. W przypadku Programu 1 PR SA różnicę widać w najmłodszej grupie wiekowej, w której jest większy, niż przeciętnie, odsetek mężczyzn. W Programie 3 PR SA, RMF FM, Radiu Zet, a także w publicznych programach regionalnych i koncesjonowanych programach lokalnych występuje większy niż przeciętnie odsetek mężczyzn dla starszych grup wiekowych. Odwrotna tendencja zauważalna jest wśród słuchaczy Radia Maryja – im starsza grupa wiekowa, tym większy odsetek kobiet wśród osób słuchających ten program.

II.2. Wykształcenie i zawód

Wykres 6. Struktura radiosłuchaczy pod względem poziomu wykształcenia.

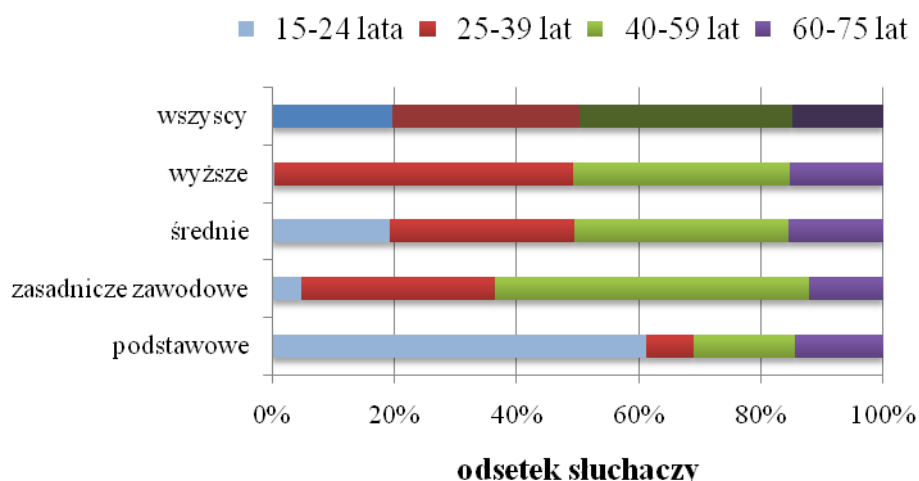


Struktura poziomu wykształcenia wszystkich radiosłuchaczy zaznaczona jest na wykresie 6. ciemniejszymi słupkami. Najwięcej radiosłuchaczy – niemal 48% – to osoby

z wykształceniem średnim. Około 19,5% słuchaczy legitymuje się wykształceniem wyższym, 16,5% ma wykształcenie zasadnicze zawodowe, a 15,5% – podstawowe. Niewielki odsetek respondentów nie udzielił odpowiedzi na pytanie o wykształcenie.

Dane na temat poziomu wykształcenia radiosłuchaczy są skorelowane z danymi o ich wieku (Wykres 7.). Grupa słuchaczy z wykształceniem podstawowym to przede wszystkim osoby najmłodsze, w wieku 15-24 lata, które nie zakończyły jeszcze swojej edukacji. Osób najmłodszych nie ma za to w grupie słuchaczy z wyższym wykształceniem.

Wykres 7. Struktura wiekowa radiosłuchaczy w grupach o różnym wykształceniu.

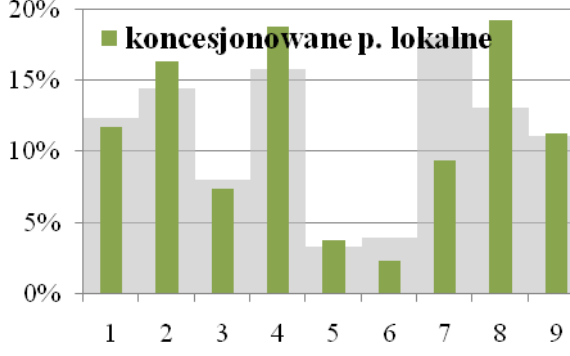
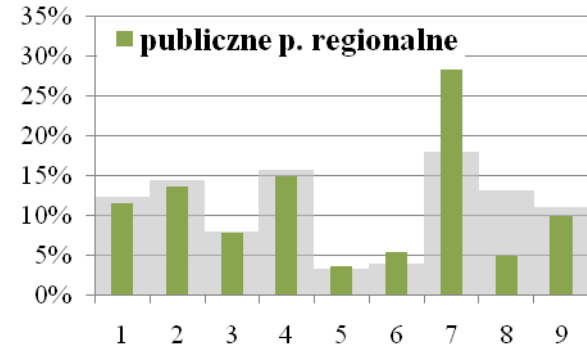
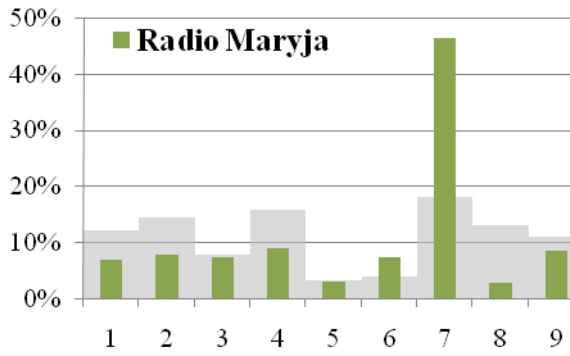
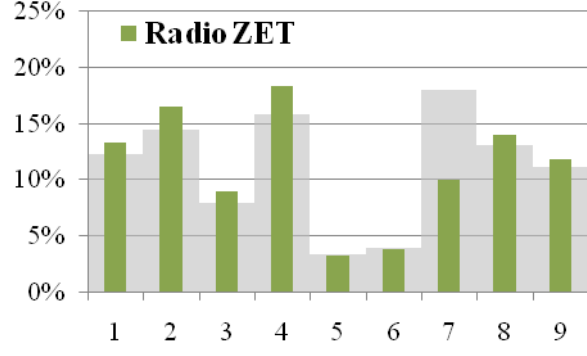
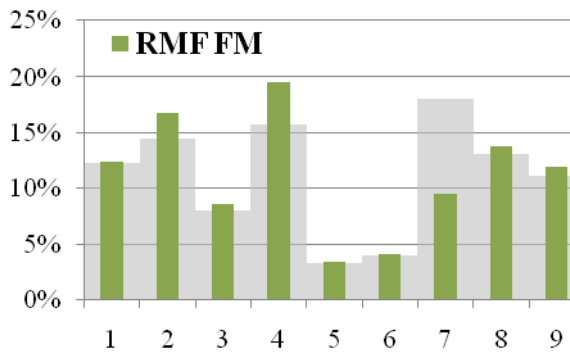
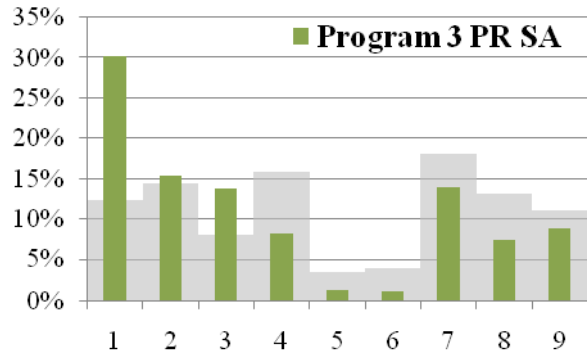
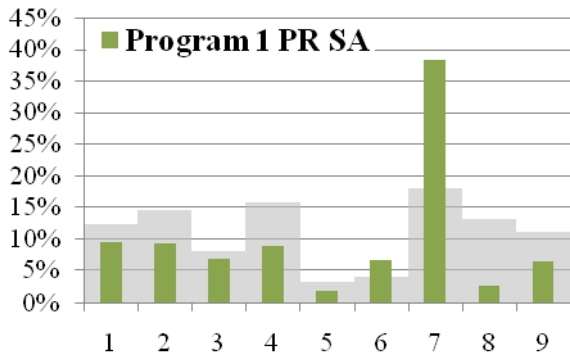


Największy wśród badanych programów udział słuchaczy z **wykształceniem podstawowym** (Wykres 6.) miały koncesjonowane programy lokalne (19%) i Radio Maryja (17,5%), najmniejszy zaś radio TOK FM (2,5%) i Program 3 PR SA (6,5%). Największy odsetek osób z **wykształceniem zasadniczym zawodowym** miały wśród swoich słuchaczy Radio Maryja oraz programy regionalne PR SA (po 20,5%). Znikomy udział tej grupy słuchaczy odnotowały Radio TOK FM, Radio Euro i Eska Rock. Niewielu ich znalazło się również wśród słuchaczy bardziej popularnego Programu 3 PR SA (5,5%). Odsetek słuchaczy z **wykształceniem średnim** był podobny we wszystkich programach i wahał się pomiędzy 42% (Program 3 PR SA), a 51% (Eska Rock). Osoby z **wykształceniem wyższym** dominowały wśród słuchaczy radia TOK FM (54,5%). Grupa ta była też liczna wśród audytorium Programu 3 PR SA (46,5%), Programu 2 PR SA (37%) oraz Radia Euro (35,5%).

Kolejny wykres (nr 8) przedstawia strukturę zawodową słuchaczy programów radiowych w 9 kategoriach zawodowych wymienionych w ramce nad wykresem. Kolorem szarym w tle każdego z histogramów, dla odniesienia, zaznaczona została struktura zawodowa wszystkich słuchaczy ogółem. W celu zachowania poprawności wnioskowania statystycznego pominięte zostały programy radiowe o najmniejszym audytorium: Program 2 PR SA, Radio Euro, TOK FM i Eska Rock.

Wykres 8. Odsetek przedstawicieli różnych zawodów wśród słuchających programy radiowe.

1. dyrektorzy/wolne zawody	4. robotnicy wykwalifikowani	7. emeryci/renciści
2. pracownicy umysłowi	5. robotnicy do prac prostych	8. studenci/uczniowie
3. właściciele firm	6. rolnicy indywidualni	9. pozostali



Najczęściej występującą wśród ogółu słuchaczy grupą zawodową byli emeryci i renciści, którzy stanowili 18%. Następna, co do liczebności, grupa to robotnicy wykwalifikowani (16%), dalej – pracownicy umysłowi (14,5%), studenci i uczniowie (13%), dyrektorzy i wolne zawody (12%), właściciele firm (8%), rolnicy indywidualni (4%), robotnicy do prac prostych (3,5%). Pozostali słuchacze stanowili 11%.

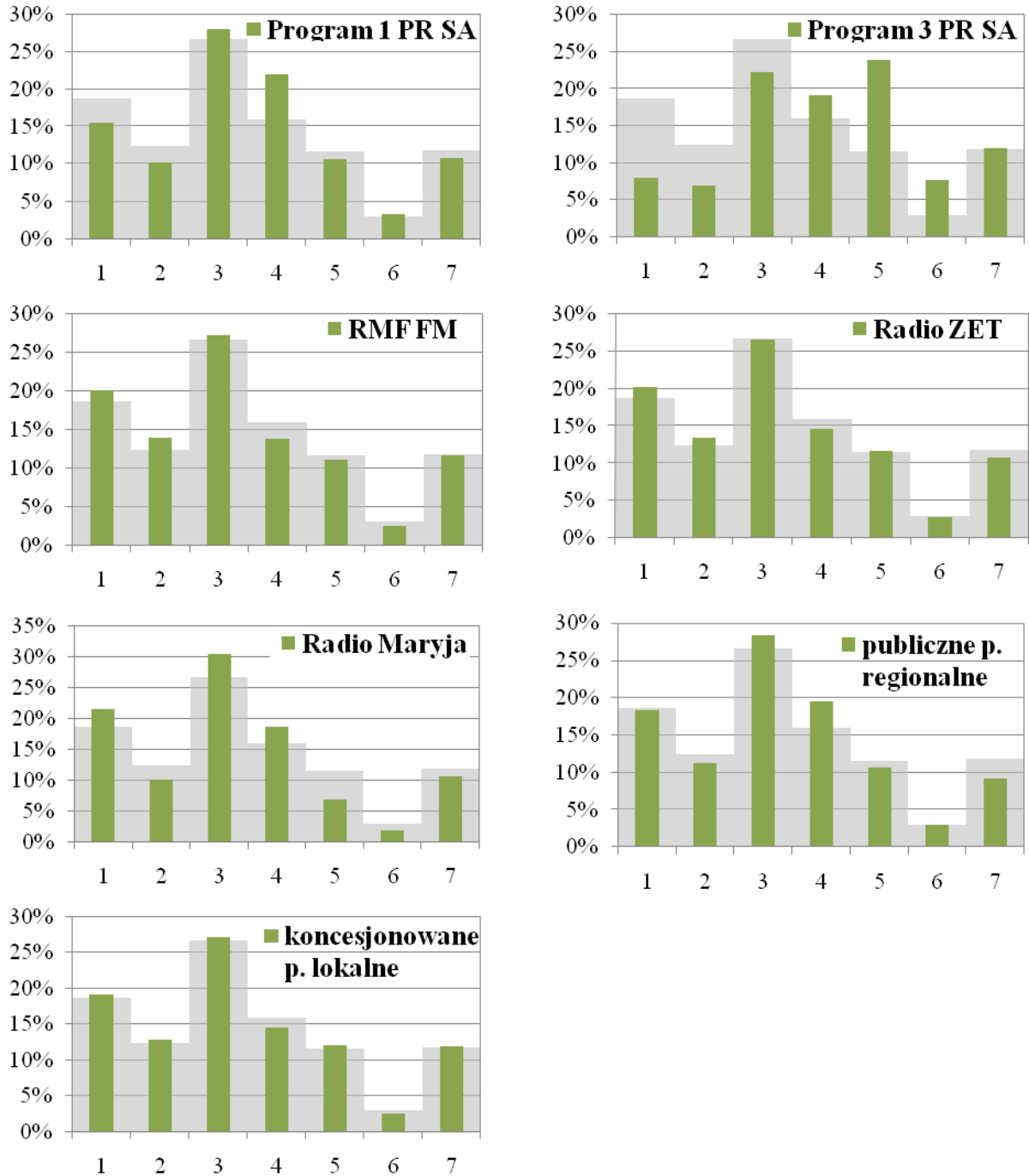
Dyrektorzy i przedstawiciele wolnych zawodów byli największą grupą słuchaczy Programu 3 PR SA (30%), natomiast stanowili tylko 7% audytorium Radia Maryja. **Pracownicy umysłowi** stanowili zbliżony odsetek słuchaczy we wszystkich programach, za wyjątkiem Radia Maryja i Programu 1 PR SA, gdzie ich odsetek wyniósł poniżej 10%. **Właściciele firm** w większości programów stanowili 7-8% słuchaczy. Wyjątkiem jest Program 3 PR SA, w którym ta grupa zajęła 13,5% audytorium. **Robotnicy wykwalifikowani** stanowili największą grupę słuchaczy programów RMF FM (19,5%) i Radia ZET (18,5%). Najmniejszy ich odsetek był wśród słuchaczy Programu 3 PR SA (8%). **Robotnicy do prac prostych** zazwyczaj stanowili 3-4% słuchaczy programów radiowych, a mniejszy ich odsetek wśród swoich słuchaczy miały publiczne *Trójka* (1,5%) i *Jedynka* (2,5%). **Rolnicy indywidualni** stanowili ponad 7% audytorium Radia Maryja i Programu 1 PR SA oraz 5,5% audytorium programów regionalnych PR SA. Ich udział był najmniejszy w gronie słuchaczy Programu 3 PR SA (1%). Największy odsetek **emerytów i rencistów** wśród swoich słuchaczy miały Radio Maryja (46,5%) oraz Program 1 PR SA (42,5%), a najmniejszy – programy lokalne i RMF FM – po 9,5%. **Studenci i uczniowie** byli najliczniejszą grupą słuchającą programów lokalnych, natomiast mało licznie byli oni reprezentowani wśród słuchaczy Programu 1 PR SA oraz Radia Maryja, zajmując 2% ich audytorium.

II.3. Dochody miesięczne *per capita*

Informacja od dochodach miesięcznych respondentów pochodzi z ich deklaracji udzielonych w wywiadach telefonicznych badania *Radio Track*. Pod uwagę wzięty został miesięczny dochód na osobę w gospodarstwie domowym. Miesięczne wysokości dochodów zostały pogrupowane w 6 przedziałach, wymienionych w ramce nad wykresem 9. Część respondentów – ok. 12% – nie udzieliła odpowiedzi na pytanie o dochody. Największa grupa ankietowanych – 26,5% - posiada dochody *per capita* w gospodarstwie domowym w przedziale 601-1000 zł. U 19% procent badanych dochody nie przekraczają 400 zł na osobę, u 16% słuchaczy mieszczą się w przedziale 1001-1600 zł na osobę, u 12,5% – w przedziale 401-600 zł na osobę, u 11,5% – 1601-2500 zł na osobę. 3% respondentów cieszy się dochodami wysokości powyżej 2500 zł miesięcznie na osobę. Struktura dochodów dla ogółu słuchaczy na wykresie 9. została oznaczona kolorem szarym w tle każdego z histogramów.

Wykres 9. Odsetek słuchaczy programów radiowych o różnych wysokościach miesięcznych dochodów na głowę mieszkańca w gospodarstwie domowym.

1. do 400 zł.	3. 601-1000 zł	5. 1601-2500 zł	7. brak odpowiedzi
2. 401-600 zł	4. 1001-1600 zł.	6. ponad 2500 zł	



W przypadku programów RMF FM, Radio ZET oraz koncesjonowanych programów lokalnych struktura słuchaczy pod względem dochodów miesięcznych *per capita* w gospodarstwie domowym przypominała strukturę ogółu radiosłuchaczy. Wśród słuchaczy Programu 1 PR SA oraz programów regionalnych PR SA nieco większy niż przeciętnie był

odsetek osób o dochodach z dwóch przedziałów: 601-1000 zł na osobę oraz 1001-1600 zł na osobę. Nieco niższe niż przeciętne dochody mieli słuchacze Radia Maryja, wśród których odsetek osób o najniższych dochodach miesięcznych *per capita* był wyższy niż dla audytorium pozostałych badanych programów – wyniósł 21,5%. Najniższy był natomiast odsetek osób o dochodach 1601-2500 zł na osobę (7%) i powyżej 2500 zł na osobę (1,5%). W górę od przeciętnej wyznaczonej dla ogółu sięgały miesięczne dochody na osobę słuchaczy Programu 3 PR SA. Przeważały wśród nich osoby z dochodami między 1600 a 2500 zł na osobę (24% słuchaczy). Większy niż przeciętnie był też odsetek osób o dochodach powyżej 2500 zł na osobę (7,5%) oraz 1001-1600 zł na osobę (19%). Odsetek słuchaczy Programu 3 PR SA, o dochodach z trzech najniższych przedziałów, był wyraźnie mniejszy niż przeciętna.

II.4. Miejsce zamieszkania

Podczas analizy dotyczącej miejsca zamieszkania radiosłuchaczy należy wziąć pod uwagę, że wybór słuchanych programów radiowych jest zdeterminowany nie tylko przez preferencje słuchaczy, ale również przez dostępność programów w danym rejonie. Przykładowo, duży udział w rynku Programu 1 PR SA wśród mieszkańców wsi wynika nie tylko z ewentualnego przywiązania tej grupy, do tradycyjnego programu, ale również z tego, że wiele innych popularnych programów nie jest odbieralnych na terenach wiejskich. W szczególności programy lokalne są dostępne głównie w miastach.

Wielkość miejscowości została podzielona na 6 kategorii wymienionych w ramce nad Wykresem 10. W tle każdego histogramu znajduje się rozkład mieszkańców poszczególnych typów miejscowości sporządzony dla wszystkich radiosłuchaczy. Wynika z niego, że największą grupę osób słuchających radia stanowią mieszkańcy wsi (38%). Mieszkańcy miast o wielkości od 20 do 99 tys. to 19% wszystkich radiosłuchaczy. 15% procent to przedstawiciele miast o wielkości do 20 tys., 11% mieszka w największych, ponad 500 tysięcznych miastach (Warszawa, Łódź, Kraków, Wrocław, Poznań), 9% – w miastach od 200 do 499 tys. i 8% – w miastach od 100 do 199 tys.

Wykres 10. Odsetek mieszkańców miejscowości o różnej wielkości wśród słuchaczy programów radiowych.

1. miasta powyżej 500 tys. 3. miasta 100-199 tys. 5. miasta do 20 tys.
 2. miasta 200-499 tys. 4. miasta 20-99 tys. 6. wieś



Mieszkańcy **miast powyżej 500 tys.** największy udział (18%) mieli wśród słuchaczy Programu 3 PR SA oraz programów lokalnych (14%), a najmniejszy wśród słuchaczy RMF FM (7%) i Radia Maryja (8%). Mieszkańcy z **miast od 200 do 499 tys.** również mieli największy udział wśród osób słuchających publicznej *Trójki*, a dla pozostałych programów

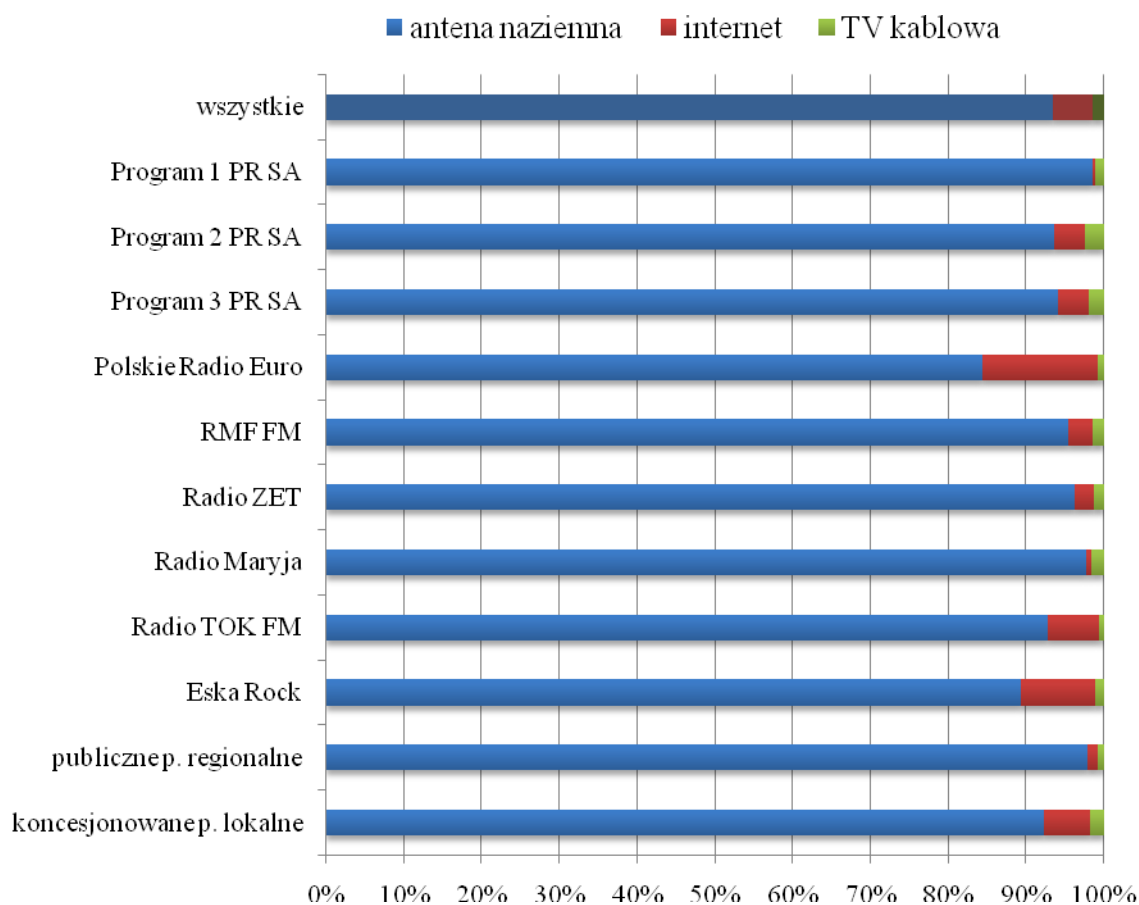
ich udział wahał się pomiędzy 7 a 11%. Odsetek słuchaczy mieszkających w **miastach 100-200 tys.** wynosił od 6% dla Programu 1 PR SA do 11% dla Programu 3 PR SA. Udział mieszkańców **miast 20-99 tys.** był we wszystkich programach na podobnym poziomie – od 17% (Radio Maryja) do 20% (Radio ZET). Podobnie równomierny był w poszczególnych programach udział osób z **miejsowości do 20 tys.** Mieszkańcy **wsi** byli największą grupą odbiorców we wszystkich programach. W szczególności, stanowili oni niemal połowę (49%) słuchaczy Radia Maryja oraz 45% słuchaczy Programu 1 PR SA. Najmniejszy odsetek stanowili oni wśród słuchaczy Programu 3 PR SA (22,5%).

III. SPOSÓB ODBIORU PROGRAMÓW RADIOWYCH

III.1. Źródło sygnału

W badaniu *Radio Track* respondenci pytani są o źródło, z którego odbierają program radiowy: antena naziemna, internet, telewizja kablowa lub antena satelitarna. Na podstawie ich odpowiedzi można określić strukturę procentową udziału w rynku programów radiowych słuchanych za pośrednictwem tych różnych źródeł sygnału (Wykres 11.).

Wykres 11. Źródło sygnału, z którego korzystają odbiorcy programów radiowych.

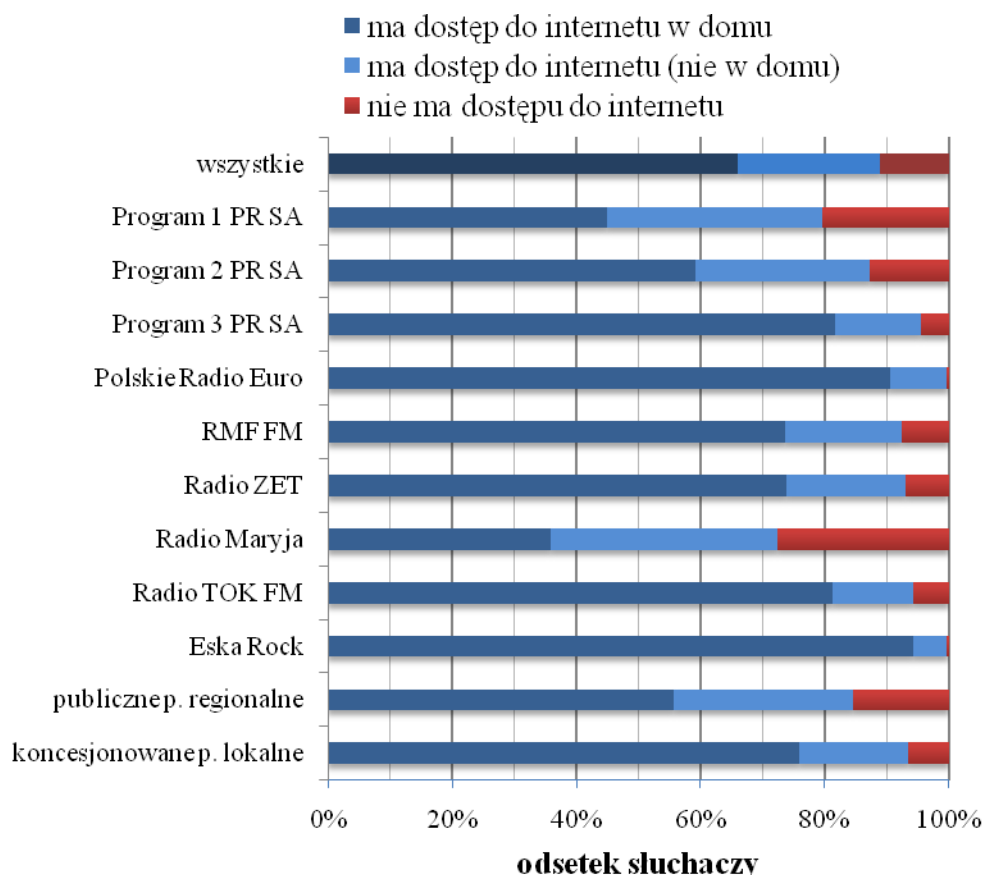


Udział w rynku wszystkich programów radiowych słuchanych za pośrednictwem anteny naziemnej wyniósł 93,5%, udział wszystkich programów odbieranych poprzez internet osiągnął 5%, a poprzez TV kablową – 1,5%. Respondenci nie deklarowali odbioru programów radiowych poprzez antenę satelitarną.

Słuchanie radia za pośrednictwem **anteny naziemnej** było najpopularniejszym sposobem odbioru programu w przypadku Programu 1 PR SA (zajęło 98,5% całkowitego udziału w rynku tego programu) oraz publicznych programów regionalnych (98% jego całkowitego udziału w rynku). Słuchanie radia **przez internet** było najbardziej popularne w przypadku Radia Euro, w którym objęło aż 15% całkowitego udziału tego programu w rynku, oraz Eska Rock – 9,5% całkowitego udziału w rynku. Najrzadziej tę formę odbioru radia wybierali słuchacze publicznej *Jedynki*. Słuchanie jej przez internet zajęło tylko niecałe 0,5% udziału w rynku tego programu.

Warto zauważyć, że znakomita większość wszystkich radiosłuchaczy (89%) ma dostęp do internetu, z czego 74% ma dostęp do internetu w domu (Wykres 12.). Dostępność internetu waha się od 72,5% wśród słuchaczy Radia Maryja do 99,5% wśród słuchaczy Eska Rock. W przypadku większości programów, z internetu w domu może korzystać ponad połowa ich słuchaczy, jedynie wśród audytorium Radia Maryja i Programu 1 PR SA, odsetek ten jest niższy (odpowiednio 36% i 45%).

Wykres 12. Dostęp radiosłuchaczy do internetu.

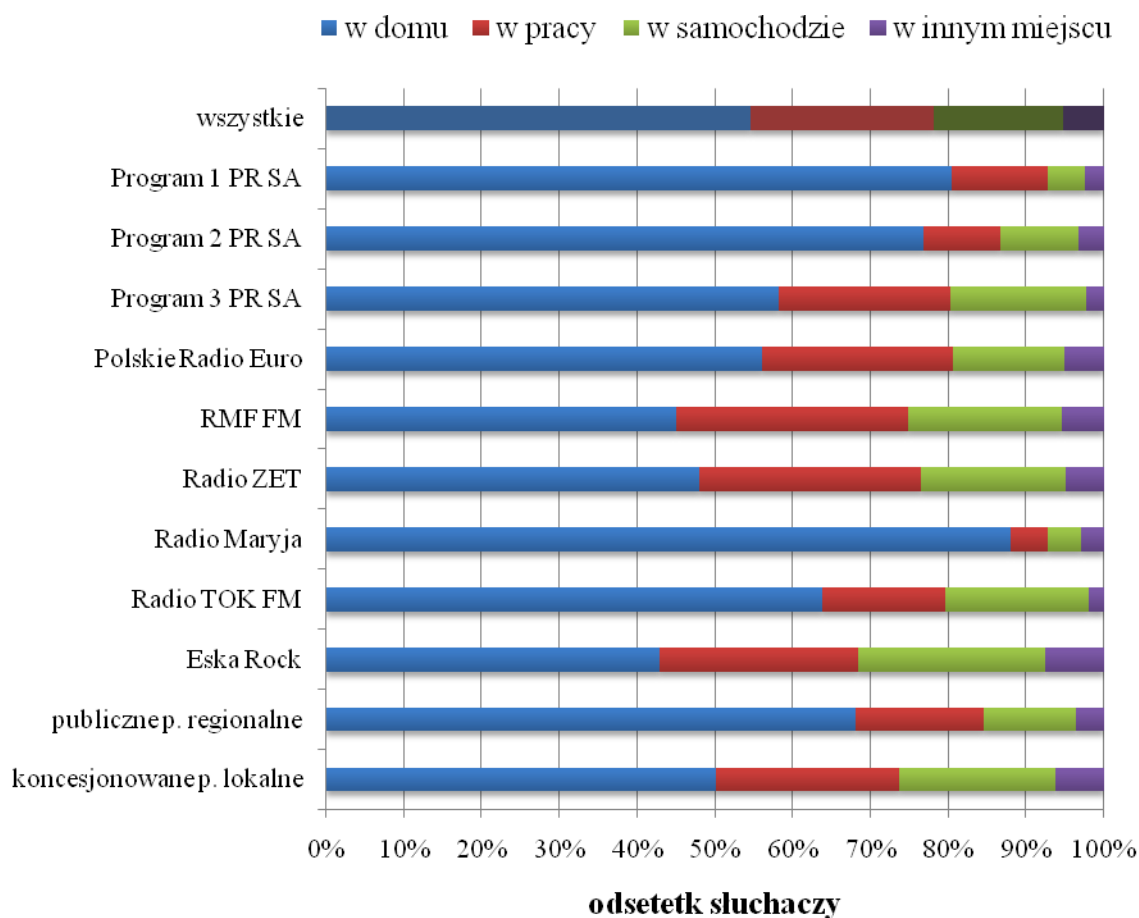


Słuchanie radia **poprzez telewizję kablową** było najrzadszą formą odbioru większości przeanalizowanych tu programów radiowych. Wyjątkami są Program 1 PR SA oraz Radio Maryja, w przypadku których słuchanie poprzez TV kablową było popularniejsze niż słuchanie przez internet. Słuchanie poprzez TV kablową miało największy wkład do udziału w rynku Programu 2 PR SA (ustanowiło 2,5% jego całkowitego udziału w rynku), a następnie Programu 3 PR SA (2% całkowitego udziału w rynku).

III.2. Miejsce słuchania

Podobnie jak źródło odbioru programów, badane jest miejsce ich słuchania (Wykres 13.). Największa część udziału w rynku wszystkich programów radiowych jest osiągana za sprawą słuchania radia w domu – 54,5% całkowitego udziału w rynku. Wkład do udziału w rynku od osób słuchających radia w pracy wyniósł 23,5%, od osób słuchających radia w samochodzie – 16,5%, a w innych miejscach – 5,5%.

Wykres 13. Miejsce słuchania programów radiowych.

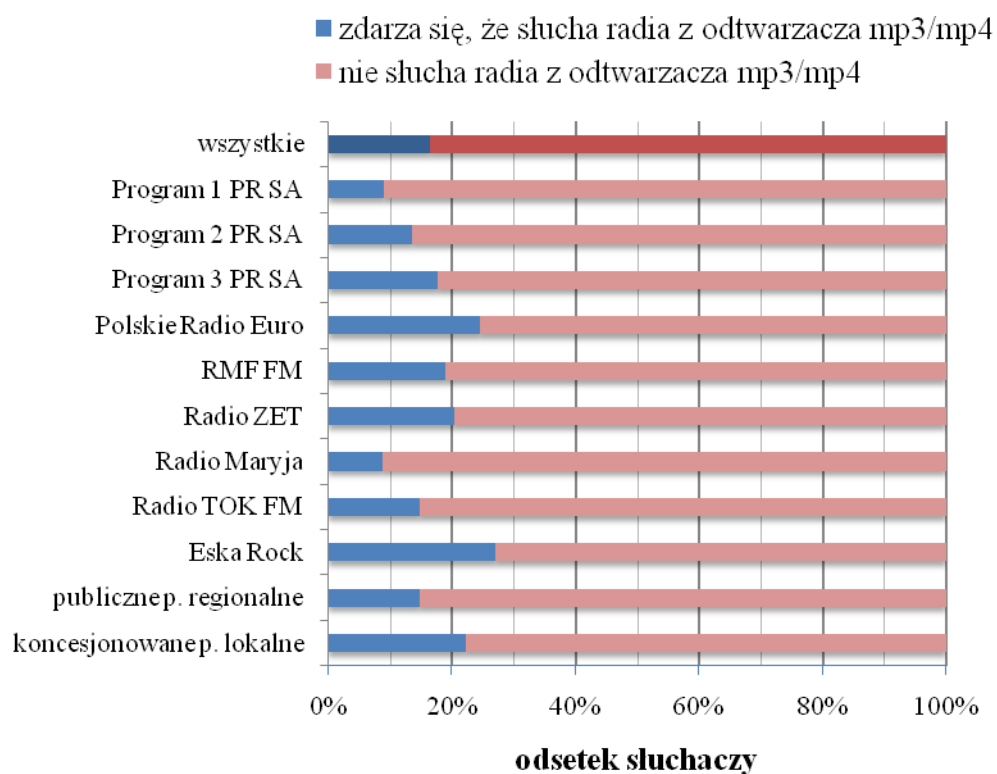


Programami, które są najczęściej **słuchane w domu** są Radio Maryja (88% całkowitego udziału w rynku tego programu), Program 1 PR SA (80,5%) i Program 2 PR SA (77%). Słuchanie radia w domu daje najmniejszy wkład do udziału w rynku (poniżej połowy) w przypadku programów Eska Rock (43%), RMF FM (45%) i Radia Zet (48%). Dużą część udziału w rynku osiągniętą za sprawą osób słuchających radia w pracy mają programy RMF FM (30%), Radio Zet (28,5%) i Radio Euro (24,5%), a najmniejszą – Radio Maryja (5%) i Program 2 PR SA (10%). Programami, które stosunkowo często są **słuchane w samochodzie** są Eska Rock (24% całkowitego udziału w rynku tego programu), koncesjonowane programy lokalne i RM FM (po 20% ich całkowitego udziału w rynku). Najmniejszy wkład do udziału w rynku za sprawą słuchania radia w samochodzie miały Radio Maryja oraz Program 1 PR SA (po 4,5%)

III.3. Korzystanie z urządzeń mobilnych

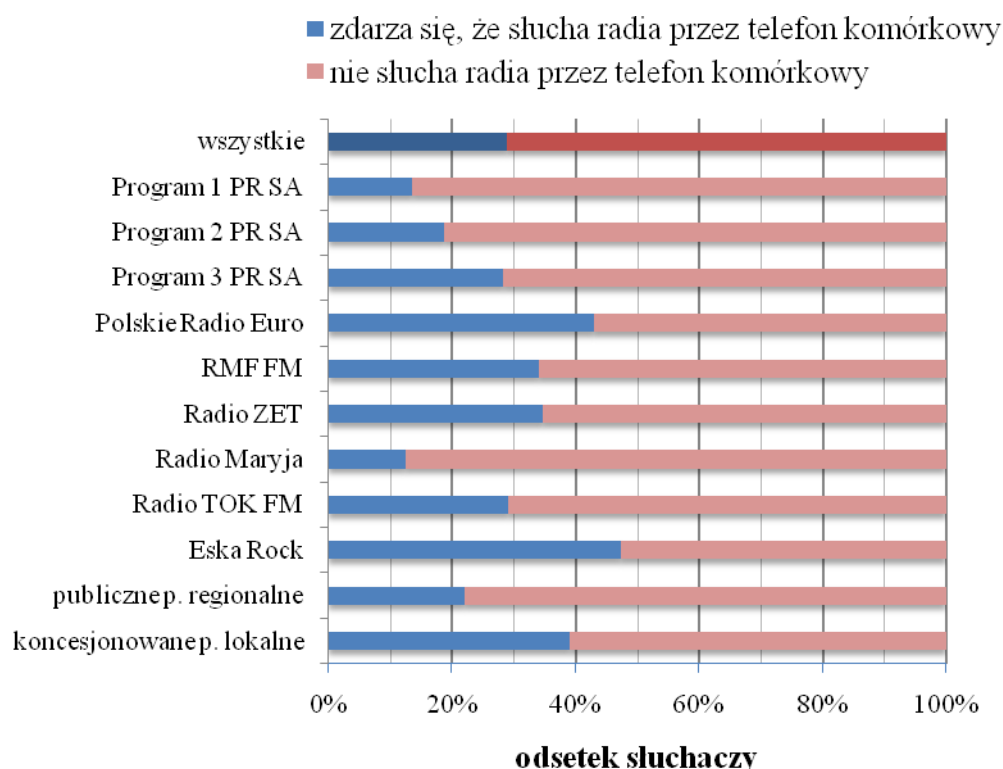
Kolejne dwa wykresy pozwalają zobaczyć, w jakim stopniu słuchacze wykorzystują do odbioru radia nowoczesne urządzenia przenośne: odtwarzacze mp3/mp4 oraz telefony komórkowe.

Wykres 14. Słuchanie radia za pomocą odtwarzacza mp3/mp4.



16,% procent wszystkich radiosłuchaczy przyznaje, że zdarza im się słuchać radia z odtwarzacza mp3/mp4 (Wykres 14.). Największy odsetek osób korzystających z tego typu urządzeń do odbioru radia znajduje się wśród słuchaczy Eska Rock (27%), Radia Euro (24,5%) oraz programów lokalnych (22%). Wynik ten można łatwo powiązać z wiekiem słuchaczy – z urządzeń przenośnych mp3/mp4 częściej korzystają osoby młode, których procentowo najwięcej jest właśnie wśród słuchaczy tych trzech programów (Wykres 4.). Najmniejszy odsetek osób używających odtwarzaczy mp3/mp4 do odbioru radia jest wśród słuchaczy Radia Maryja (8,5%) oraz Programu 1 PR SA (9%).

Wykres 15. Słuchanie radia przez telefon komórkowy.



Niemal dwukrotnie większej liczbie radiosłuchaczy zdarza się słuchać radia przez telefon komórkowy niż z odtwarzacza mp3/mp4 (Wykres 15.). Jest to 29% wszystkich osób słuchających radia. Rozkład procentowy osób wykorzystujących telefon do słuchania radia jest dla poszczególnych programów radiowych bardzo podobny do rozkładu osób korzystających z odtwarzaczy mp3/mp4. Najwięcej takich osób znajduje się wśród słuchaczy Eska Rock (47,5%), Radia Euro (43%) oraz programów lokalnych (39%), a najmniej wśród słuchaczy Radia Maryja (12,5%) oraz Programu 1 PR SA (13,5%).

IV. PODSUMOWANIE

Cechą demograficzną, która najbardziej różnicuje audytorium poszczególnych programów radiowych, wydaje się być wiek radiosłuchaczy. Z kryterium wieku wiążą się też takie cechy jak poziom wykształcenia, miejsce słuchania radia oraz skłonność do korzystania z internetu i urządzeń mobilnych do odbioru radia. W mniejszym stopniu audytorium poszczególnych programów jest zróżnicowane ze względu na płeć, miejsce zamieszkania, czy dochody. Najbardziej wyróżniające się audytorium ma Program 3 PR SA. Odbiega ono wyraźnie od ogólnych rozkładów cech demograficznych dla większości zbadanych cech.

Biorąc pod uwagę model słuchania radia można stwierdzić, że dominuje tradycyjny sposób słuchania radia – programy słuchane są w domu lub w pracy za pośrednictwem anteny naziemnej. Można jednak zauważyć, że część radiosłuchaczy korzysta z nowych technologii

przy odbiorze radia – słucha go poprzez internet, używa mobilnych odbiorników typu telefon komórkowy, odtwarzacz mp3/mp4. To z kolei pozwala na inny styl słuchania radia – nie statycznie w domu, lub w pracy, ale w ruchu, podczas uprawiania sportu, podróżowania itp. Ze względu na skłonność do korzystania z nowych rozwiązań można wyszczególnić programy o bardziej tradycyjnym audytorium, programy o audytorium bardziej otwartym na nowości techniczne, i programy „środka”.

Do programów o bardziej tradycyjnym audytorium można zaliczyć Program 1 i Program 2 PR SA oraz Radio Maryja. Są to programy, w których ponad 80% słuchaczy stanowią osoby między 40 a 75 rokiem życia (dwie najstarsze kategorie wiekowe), słuchające radia w domu.

Programy o audytorium bardziej otwartym na nowości techniczne to Eska Rock, Radio Euro, Program 3 PR SA, TOK FM oraz programy lokalne. Nie jest zaskoczeniem, że programy z tej grupy: publiczna *Trójka* oraz koncesjonowane programy lokalne mają wyższy niż przeciętnie odsetek słuchaczy z największych miast (powyżej 500 tys. mieszkańców). W grupie tej można wyróżnić dwie kategorie programów: chętnie słuchane przez osoby młode – 15-25 lat (Eska Rock, Radio Euro i programy lokalne), oraz mało popularne wśród młodych (TOK FM i Program 3 PR SA). W tej drugiej kategorii jest szczególnie wysoki odsetek osób z wykształceniem wyższym.

W końcu pozostałe programy to programy z audytorium o profilu najbardziej zbliżonym do profilu ogółu radiosłuchaczy. Są nimi, mające największe udziały w rynku, programy ogólnokrajowe RMF FM, radio ZET, a obok nich publiczne programy regionalne

Analiza i oprac.: Monika Trochimeczuk.