

IDENTYFIKACJA I ANALIZA GRUP
SPOŁECZNYCH ZAGROŻONYCH
WYKLUCZENIEM SPOŁECZNYM
POD KĄTEM SKUTECZNYCH
INSTRUMENTÓW DOTARCIA DO
NICH W ZWIĄZKU Z PLANOWANĄ
OGÓLNOPOLSKĄ KAMPANIĄ
INFORMACYJNO-EDUKACYJNĄ
ZWIĄZANĄ Z PROCESEM
CYFRYZACJI NADAWANIA
PROGRAMÓW TELEWIZYJNYCH

Spis treści

| | | |
|-------|---|----|
| 1 | Podsumowanie | 4 |
| 2 | Informacja o badaniu | 6 |
| 2.1 | Schemat doboru próby | 6 |
| 2.1.1 | Warstwowanie..... | 6 |
| 2.1.2 | Schemat wyboru próby..... | 6 |
| 2.1.3 | Ważenie wyników | 6 |
| 2.2 | Struktura próby | 7 |
| 3 | Wyposażenie gospodarstw domowych respondentów | 10 |
| 3.1 | Korzystanie z technologii teleinformatycznych..... | 11 |
| 3.1.1 | Wykluczenie cyfrowe | 15 |
| 4 | Cyfryzacja telewizji..... | 18 |
| 4.1 | Sieć wykorzystywana do odbioru telewizji | 18 |
| 4.1.1 | Preferowana platforma cyfrowa..... | 20 |
| 4.2 | Wiedza na temat cyfryzacji telewizji | 20 |
| 4.3 | Samooceńca wiedzy na temat cyfryzacji telewizji | 21 |
| 4.3.1 | Skojarzenia związane z cyfryzacją telewizji | 23 |
| 4.4 | Obawy związane z cyfryzacją telewizji..... | 24 |
| 5 | Nowy telewizor czy dekodery?..... | 25 |
| 5.1 | Wykluczeni | 27 |
| 5.1.1 | Powody braku zainteresowania korzystaniem z telewizji | 29 |
| 6 | Cena dekodera..... | 30 |
| 7 | Opinie na temat cech naziemnej telewizji cyfrowej | 31 |
| 7.1 | Zalety telewizji cyfrowej skłaniające do szybkiego jej zaakceptowania | 33 |
| 8 | Kampania informacyjna na temat cyfryzacji telewizji..... | 35 |
| 8.1 | Personalizacja kampanii („twarz kampanii”)..... | 35 |
| 8.1.1 | Propozycje personalne..... | 35 |
| 8.2 | Źródła informacji na temat cyfryzacji telewizji | 40 |

| | | |
|-------|------------------------------|----|
| 8.3 | Długość kampanii | 42 |
| 9 | Fazy kampanii | 45 |
| 9.1 | Strategia..... | 46 |
| 9.1.1 | Strategia komunikacyjna..... | 47 |
| 10 | Ankieta..... | 48 |

1 Podsumowanie

Przyjmując, że podstawowym wskaźnikiem wykluczenia społecznego związanego z cyfryzacją telewizji jest deklaracja braku środków finansowych na zakup dekodera, to zagrożonych wykluczeniem jest 10,5% Polaków.

Ten odsetek rośnie dwu- lub trzy- krotnie w grupach: osób nie posiadających kompetencji teleinformatycznych czyli nie korzystających ani z telefonu komórkowego ani z komputera/laptopa ani z Internetu (27,7%), oceniających swoje warunki materialne jako złe (27,1%), robotników niewykwalifikowanych (22,2%), rencistów (21,1%; dla porównania w grupie emerytów – 15,0%), w gospodarstwach 1 – osobowych (20,8%), w gospodarstwach w których jest 3 dzieci lub więcej w wieku do 18 lat (20,6%), osób z wykształceniem podstawowym (20,6%), osób w wieku 65 lat i więcej (19,2%).

Jeśli w skali całego społeczeństwa co dziesiątego Polaka nie stać na zakup ani dekodera ani telewizora, to w grupach zagrożonych wykluczeniem jest to już co piąta osoba.

Na podstawie zebranych danych można sformułować wniosek, że grupą w największym stopniu zagrożoną wykluczeniem społecznym ze względu na cyfryzację telewizji są ludzie starsi, w wieku 65 lat i więcej, a grupa ta stanowi obecnie prawie 20% mieszkańców Polski. Mają oni najniższe kompetencje teleinformatyczne, wielu żyje w 1- osobowych gospodarstwach domowych i duża część deklaruje, że nie będzie ich stać na zakup dekodera (nie mówiąc o telewizorze).

Poproszono respondentów (pomijając tych, którzy już mają telewizor przystosowany do odbioru cyfrowego) o wskazanie akceptowalnej – z punktu widzenia ich gospodarstwa domowego – ceny dekodera. Niewiele osób jest skłonnych zapłacić za niego 500zł lub więcej (11,1%), niewielu jest również skłonnych do zapłacenia ok. 400 zł lub ok. 300 zł. Akceptowalna przez większość cena dekodera to kwota w granicach ok. 100 zł – ok. 200 zł. 13,5% Polaków odpowiada, że nie byłoby skłonnych zapłacić za dekodery do 50 zł. W grupie badanych, którzy zdecydowaliby się na zakup dekodera odsetek osób, które nie byłyby skłonne zapłacić za niego do 50 zł jest niższy (tylko 3,7%). Polacy bardziej obawiają się konieczności poniesienia dodatkowych kosztów (31,2%) niż trudności związanych z obsługą nowych urządzeń (5,0%).

Polacy w większości oceniają swoją wiedzę na temat cyfryzacji telewizji nisko (51,9% mówi, że nie wie nic/prawie nic lub niewiele) i oczekują długiej kampanii informacyjno-edukacyjnej. Zdaniem 44,9% powinna się ona rozpocząć na rok przed wyłączeniem analogowego nadawania na danym obszarze, jedna czwarta uważa, że im wcześniej tym lepiej (26,6%). Łącznie za długą kampanią opowiada się 71,5% Polaków.

Kampania ma do spełnienia trzy cele: dostarczenie niezbędnych informacji na temat cyfryzacji telewizji, 2) zminimalizowanie – także psychologiczne – bariery finansowej związanej z koniecznością zakupu dekodera, 3) przełamanie bariery wykluczenia teleinformatycznego/cyfrowego.

W swojej pierwszej fazie kampania powinna koncentrować się na wyjaśnianiu „co to jest cyfryzacja telewizji”, dlaczego się ją wprowadza i kiedy to nastąpi. W drugiej fazie przekaz powinien być skierowany przede wszystkim do osób obawiających się wzrostu kosztów w związku z cyfryzacją telewizji. Na tym etapie powinna być: 1) podana szacunkowa cena standardowego dekodera, która

nie może przekroczyć 200 zł oraz, jeśli będzie to możliwe,²⁾ informacja o możliwych dopłatach do ceny dekodera w zależności od warunków materialnych gospodarstwa domowego.

Kolejna faza powinna być skoncentrowana na osobach nie posiadających kompetencji teleinformatycznych. Jej zadaniem powinno być przekonywanie, że obsługa telewizora przystosowanego do odbioru cyfrowego lub dekodera nie jest trudna, że każdy może to zrozumieć i zrobić.

Po zakończeniu tych trzech etapów kampanii należałoby, zgodnie z zasadami, przeprowadzić badanie sprawdzające jej efektywność : czy i o ile wzrósł odsetek Polaków poinformowanych o „cyfryzacji telewizji”, poprawnie ją definiujących, czy i o ile zmniejszył się poziom zagrożenia wykluczeniem związanym z kosztami zakupu dekodera, czy i o ile zmniejszył się poziom zagrożenia związanego z brakiem kompetencji teleinformatycznych.

Ostatnia faza kampanii, poprzedzająca wyłączenie nadajników analogowych powinna być, z natury rzeczy, skoncentrowana na obszarze, który będzie przełączany na odbiór cyfrowy.

Zdaniem większości Polaków informacje na temat cyfryzacji telewizji powinny być przekazywane przez ogólnopolską telewizję w specjalnym programie (57,4%). Drugim najczęściej wskazywanym kanałem informacyjnym jest mailing: przesyłanie ulotek informacyjnych na adres domowy lub wrzucanie ich do skrzynek pocztowych (36,9%), a trzecim - założenie specjalnej bezpłatnej linii telefonicznej, gdzie można zadać pytania, wyjaśnić wątpliwości itp. (24,1%).

Wspólną cechą charakterystyczną najczęściej wybieranych źródeł informacji jest to, że nigdzie nie trzeba chodzić, informacja niejako sama do człowieka dociera, są to źródła wygodne. A dzięki specjalnej linii telefonicznej może być to również informacja zindywidualizowana, przystosowana do potrzeb konkretnej osoby.

2 Informacja o badaniu

Badanie „Identyfikacja i analiza grup społecznych zagrożonych wykluczeniem społecznym pod kątem skutecznych instrumentów dotarcia do nich w związku z planowaną ogólnopolską kampanią informacyjno-edukacyjną związaną z procesem cyfryzacji nadawania programów telewizyjnych – przechodzenie z nadawania analogowego na cyfrowe w telewizji naziemnej” zostało zrealizowane przez Fundację Centrum Badania opinii Społecznej w okresie 2 – 10 grudnia 2009r.

Badanie zrealizowano na ogólnopolskiej, losowej, reprezentatywnej 1046-osobowej próbie dorosłych Polaków (18+) metodą wywiadu bezpośredniego face-to-face (CAPI).

2.1 Schemat doboru próby

W doborze próby zastosowano schemat losowania warstwowego kilkustopniowego.

2.1.1 Warstwowanie

Przed losowaniem zbiorowość badania podzielono na warstwy. Warstwę stanowiła klasa miejscowości w województwie. Zastosowano podział na 3 klasy w każdym z 16 województw: miasta wojewódzkie, miasta pozostałe i wieś. W województwach o dużej liczbie ludności klasa „pozostałe miasta na terenie województwa” dodatkowo podzielona została w zależności od wielkości miasta na 2-6 kategorii miast; łącznie uzyskano 71 warstw.

2.1.2 Schemat wyboru próby.

Wybór próby realizowano etapami. W pierwszym etapie wylosowano w CBOS miasta i gminy wiejskie. W następnym etapie, w PESEL, wybrano małe obszary w wylosowanych uprzednio miastach i gminach wiejskich. W przypadku miast małe obszary stanowiły jedna lub kilka ulic sąsiednich, zaś w przypadku gmin wiejskich był to obszar wsi lub kilka sąsiednich przysiółków lub ulic. Z jednej warstwy wybierano minimum 2 obszary.

Osoby do badania wybierano także w PESEL, z wcześniej wyznaczonych obszarów. Z każdego obszaru losowano do badania osiem osób dorosłych różnej płci i wieku - z różnych mieszkań.

2.1.3 Ważenie wyników

Po realizacji badania zastosowano ważenie wyników, specjalnie do tego celu opracowanym programem, który uwzględnia:

- zróżnicowanie wskaźnika realizacji próby w klasach miejscowości

- stratyfikację „ex-post” i ważenie do danych GUS dla wybranych zmiennych społeczno-demograficznych: płeć, wiek (w przedziałach), wykształcenie, miejsce zamieszkania i aktywność ekonomiczna¹.

2.2 Struktura próby

Struktura próby ze względu na cechy społeczno-demograficzne badanych odpowiada strukturze społeczeństwa polskiego; wyniki badania mogą być uogólniane na całą populację.

| | Struktura Próby | Liczba | Odsetek |
|----------------------|------------------------|--------|---------|
| Płeć | Mężczyzna | 489 | 46,8% |
| | Kobieta | 557 | 53,2% |
| Wiek | 18-24 lata | 140 | 13,4% |
| | 25-34 lata | 191 | 18,2% |
| | 35-44 lata | 154 | 14,7% |
| | 45-54 lata | 175 | 16,7% |
| | 55-64 lata | 178 | 17,0% |
| | 65 lat i więcej | 208 | 19,9% |
| Wykształcenie | Podstawowe | 281 | 26,9% |
| | Zasadnicze zawodowe | 267 | 25,5% |
| | Średnie | 350 | 33,5% |
| | Wyższe | 148 | 14,2% |

¹ Do ważenia wykorzystano dane z publikacji GUS: „Ludność. Stan i struktura w przekroju terytorialnym.” GUS Warszawa 2008r.; „Aktywność ekonomiczna ludności Polski” GUS. Warszawa 2008r.

| | Struktura Próby c.d | Liczba | Odsetek |
|---------------------------------|---|--------|---------|
| Grupa społeczno-zawodowa | Kadra kierownicza, specjaliści z wyższym wykształceniem | 76 | 7,2% |
| | Technicy i inny średni personel | 37 | 3,5% |
| | Pracownicy administracyjno-biurowi | 66 | 6,4% |
| | Pracownicy usług (sprzedawcy itp.) | 65 | 6,2% |
| | Robotnicy wykwalifikowani | 131 | 12,5% |
| | Robotnicy nie wykwalifikowani | 61 | 5,8% |
| | Rolnicy | 55 | 5,3% |
| | Pracujący na własny rachunek | 41 | 3,9% |
| | Uczniowie i studenci | 74 | 7,0% |
| | Renciści | 83 | 8,0% |
| | Emeryci | 231 | 22,1% |
| | Bezrobotni | 63 | 6,0% |
| | Gospodynie domowe i inni | 63 | 6,1% |
| Miejsce zamieszkania | Wieś | 396 | 37,9% |
| | Miasto do 19 999 mieszkańców. | 140 | 13,4% |
| | Miasto od 20 tys. do 99 999 | 200 | 19,1% |
| | Miasto od 100 tys. – 499 999 | 166 | 15,9% |
| | Miasto 500 tys. i powyżej | 143 | 13,7% |

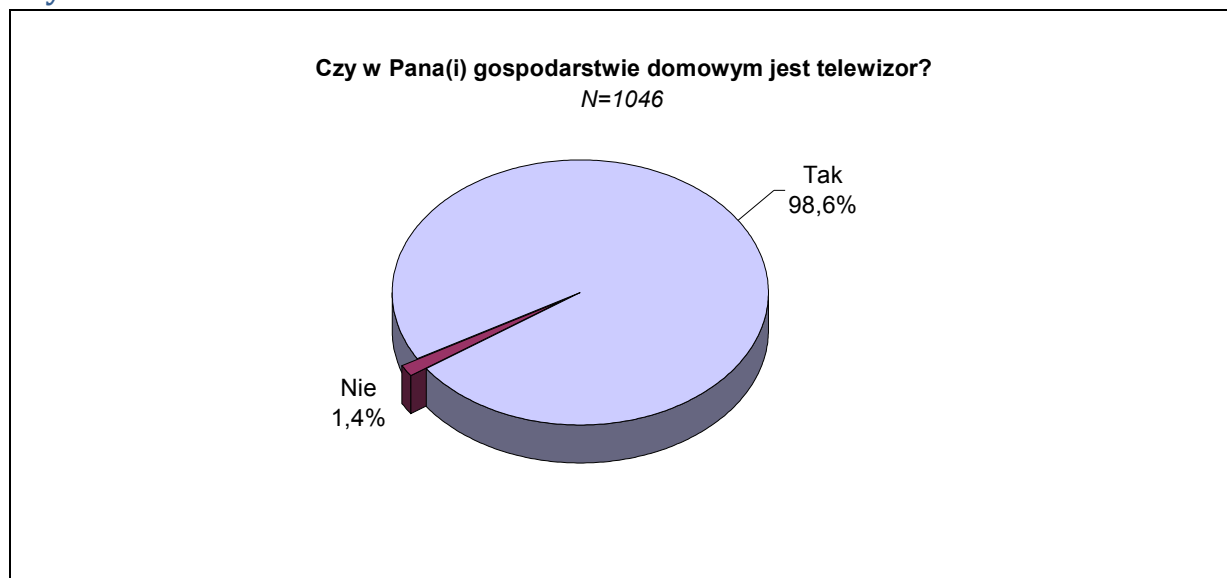
| | Struktura Próby c.d. | Liczba | Odsetek |
|---------------------------------------|-----------------------------|--------|---------|
| Województwo | Dolnośląskie | 81 | 7,8% |
| | Kujawsko-pomorskie | 54 | 5,2% |
| | Lubelskie | 53 | 5,1% |
| | Lubuskie | 27 | 2,6% |
| | Łódzkie | 82 | 7,8% |
| | Małopolskie | 77 | 7,3% |
| | Mazowieckie | 160 | 15,3% |
| | Opolskie | 27 | 2,6% |
| | Podkarpackie | 57 | 5,5% |
| | Podlaskie | 28 | 2,6% |
| | Pomorskie | 57 | 5,4% |
| | Śląskie | 124 | 11,8% |
| | Świętokrzyskie | 36 | 3,4% |
| | Warmińsko-mazurskie | 33 | 3,2% |
| | Wielkopolskie | 102 | 9,7% |
| | Zachodniopomorskie | 48 | 4,6% |
| Wielkość gospodarstwa domowego | 1 osobowe | 107 | 10,3% |
| | 2 osobowe | 268 | 25,6% |
| | 3 osobowe | 230 | 22,0% |
| | 4 osobowe | 254 | 24,2% |
| | 5 osobowe | 104 | 10,0% |
| | 6 osób i więcej | 83 | 7,9% |

| | Struktura Próby c.d. | Liczba | Odsetek |
|--|---------------------------|--------|---------|
| Dzieci w wieku do 18 lat w gospodarstwie domowym | 1 | 203 | 19,4% |
| | 2 | 146 | 13,9% |
| | 3 i więcej | 42 | 4,0% |
| | Nie ma dzieci w tym wieku | 640 | 61,2% |

3 Wyposażenie gospodarstw domowych respondentów

Prawie wszystkie gospodarstwa domowe w Polsce posiadają telewizor (98,6%). Dwie trzecie gospodarstw (63,6%) dysponuje komputerem/laptopem i podobny odsetek ma odtwarzacz DVD (62,6%). Dostęp do Internetu ma niewiele ponad połowa gospodarstw (56,7%).

Rysunek 1



| Czy w Pana(i) gospodarstwie domowym jest: | Jest | Nie ma | Odmowa odpowiedzi |
|---|-------|--------|-------------------|
| komputer osobisty/laptop | 63,6% | 36,3% | ,1% |
| odtwarzacz DVD | 62,6% | 37,3% | ,1% |
| telefon stacjonarny | 59,0% | 40,9% | ,1% |
| dostęp do Internetu | 56,7% | 43,1% | ,2% |
| cyfrowy aparat fotograficzny | 49,3% | 50,5% | ,2% |
| odtwarzacz mp3 | 42,2% | 57,6% | ,3% |

- Wszystkie wymienione urządzenia elektroniczne i dostęp do Internetu posiada 19,6% gospodarstw domowych;
- Żadnego z wymienionych nie posiada 12,3% gospodarstw – połowa z nich to gospodarstwa wiejskie (6,1%).

3.1 Korzystanie z technologii teleinformatycznych

Respondentów pytano czy osobiście korzystają z telefonu komórkowego, komputera/laptopa i Internetu traktując je łącznie jako wskaźnik kompetencji teleinformatycznych.

Ten wskaźnik nie jest wysoki. Najpowszechniejsze jest korzystanie z komórek (77,3%), niewiele ponad połowa Polaków korzysta z komputera/laptopa (52,9%), a nieco mniej niż połowa – z Internetu (49,1%).

| Czy posiada Pan(i) telefon komórkowy do osobistego użytku? | | |
|---|-------|-------|
| N=1046 | | |
| Telefon komórkowy z dostępem do Internetu | 30,0% | 30,0% |
| Telefon komórkowy bez dostępu do Internetu | 47,3% | 47,4% |
| Nie | 22,5% | 22,6% |
| Odmowa odpowiedzi | ,2% | |

| Czy korzysta Pan(i) osobiście z komputera/laptopa | | |
|--|-------|-------|
| N=1046 | | |
| Tak w domu | 39,5% | 40,1% |
| Tak w pracy | 2,2% | 2,3% |
| Zarówno w domu jak i w pracy | 11,2% | 11,3% |
| Nie (nie mam komputera/laptopa ani w pracy ani w domu) | 45,6% | 46,3% |
| Odmowa odpowiedzi | 1,5% | |

| Czy korzysta Pan(i) osobiście z Internetu? | | |
|--|-------|-------|
| N=1046 | | |
| Tak w domu | 35,2% | 35,6% |
| Tak w pracy | 3,3% | 3,4% |
| Zarówno w domu jak i w pracy | 10,6% | 10,7% |
| Nie (nie mam dostępu do Internetu) | 49,8% | 50,3% |
| Odmowa odpowiedzi | 1,0% | |

Tworząc wskaźnik kompetencji teleinformatycznych wyodrębniono 4 kategorie:

- korzystający z trzech instrumentów komunikacji, zarówno z telefonu komórkowego jak i komputera/laptopa oraz z Internetu
- korzystający z dwóch instrumentów; najczęściej jest to para: telefon komórkowy – komputer/laptop;
- korzystający z jednego instrumentu: prawie zawsze jest to telefon komórkowy;
- nie korzystający ani z komórki, ani z komputera ani z Internetu.

Wskaźnik kompetencji teleinformatycznych jest bardzo różnicowany przez czynniki społeczno-demograficzne, przy czym kluczowym czynnikiem jest „wiek”. W grupie Polaków liczących 65 lat i więcej tylko 5,5% posługuje się zarówno komórką, komputerem/laptopem jak i Internetem i aż 62,3% nie używa żadnego z tych narzędzi.

Ich przeciwieństwem jest najmłodsza grupa Polaków. Korzysta z wszystkich wymienionych instrumentów komunikacji 83,0% Polaków w wieku 18-24 lata.

| Zróźnicowania wskaźnika kompetencji teleinformatycznych | | Nie ma komórki/nie korzysta z komputera ani z Internetu N=212 | Korzystający z jednego narzędzia N=278 | Korzystający z dwóch narzędzi N=70 | Korzysta z komórki, komputera i z Internetu N=486 | Ogółem |
|---|---------------------|--|---|---------------------------------------|--|--------|
| Płeć | Mężczyzna | 17,4% | 26,8% | 6,1% | 49,7% | 100,0% |
| | Kobieta | 22,8% | 26,4% | 7,2% | 43,6% | 100,0% |
| Wiek | 18-24 lata | ,9% | 7,0% | 9,1% | 83,0% | 100,0% |
| | 25-34 lata | 1,7% | 14,5% | 5,9% | 78,0% | 100,0% |
| | 35-44 lata | 4,3% | 28,0% | 6,9% | 60,8% | 100,0% |
| | 45-54 lata | 14,6% | 33,1% | 10,9% | 41,4% | 100,0% |
| | 55-64 lata | 25,5% | 42,7% | 7,5% | 24,3% | 100,0% |
| | 65 lat i więcej | 62,3% | 30,6% | 1,6% | 5,5% | 100,0% |
| Wykształcenie | Podstawowe | 46,6% | 28,9% | 4,2% | 20,2% | 100,0% |
| | zasadnicze zawodowe | 19,5% | 39,4% | 8,9% | 32,2% | 100,0% |
| | Średnie | 7,2% | 23,9% | 7,1% | 61,8% | 100,0% |
| | Wyższe | 2,2% | 5,5% | 6,7% | 85,5% | 100,0% |

| Zróźnicowania wskaźnika kompetencji teleinformatycznych c.d. | | Nie ma komórki/nie korzysta z komputera ani z Internetu N=212 | Korzystający z jednego narzędzia N=278 | Korzystający z dwóch narzędzi N=70 | Korzysta z komórki, komputera i z Internetu N=486 | Ogółem |
|--|---|--|---|---------------------------------------|--|--------|
| Status społeczno-zawodowy | Kadra kierownicza, specjaliści z wyższym wykształceniem | 3,1% | 3,9% | 5,7% | 87,3% | 100,0% |
| | Technicy i inny średni personel | | 9,3% | 3,8% | 86,9% | 100,0% |
| | Pracownicy administracyjno-biurowi | 4,0% | 10,7% | 9,6% | 75,6% | 100,0% |
| | Pracownicy usług (sprzedawcy itp.) | 3,3% | 19,1% | 10,0% | 67,7% | 100,0% |
| | Robotnicy wykwalifikowani | 10,7% | 34,4% | 5,8% | 49,1% | 100,0% |
| | Robotnicy nie wykwalifikowani | 26,6% | 28,9% | 7,0% | 37,5% | 100,0% |
| | Rolnicy | 18,9% | 33,8% | 9,0% | 38,4% | 100,0% |
| | Pracujący na własny rachunek | 1,7% | 24,2% | 1,9% | 72,2% | 100,0% |
| | Uczniowie i studenci | 1,7% | 7,1% | 7,2% | 84,0% | 100,0% |
| | Renciści | 38,9% | 42,9% | 3,8% | 14,4% | 100,0% |
| | Emeryci | 48,3% | 36,1% | 3,6% | 12,0% | 100,0% |
| | Bezrobotni | 14,7% | 28,1% | 12,2% | 45,0% | 100,0% |
| | Gospodynie domowe i inni | 14,1% | 30,5% | 15,1% | 40,3% | 100,0% |
| Miejsce zamieszkania | Wieś | 27,7% | 29,3% | 9,5% | 33,5% | 100,0% |
| | miasto do 19 999 mieszkańców. | 20,9% | 27,1% | 4,9% | 47,1% | 100,0% |
| | Miasto od 20 tys. do 99 999 | 20,4% | 22,6% | 5,6% | 51,5% | 100,0% |
| | miasto od 100 tys. - 499 999 | 13,8% | 27,5% | 5,7% | 53,0% | 100,0% |
| | miasto 500 tys. i powyżej | 6,1% | 23,3% | 3,7% | 66,9% | 100,0% |

| Zróżnicowania kompetencji teleinformatycznych c.d. | | Nie ma komórki/nie korzysta z komputera ani z Internetu N=212 | Korzystający z jednego narzędzia N=278 | Korzystający z dwóch narzędzi N=70 | Korzysta z komórki, komputera i z Internetu N=486 | Ogółem |
|---|-------------------|--|---|---------------------------------------|--|--------|
| Wielkość gospodarstwa domowego | 1 – osobowe | 49,5% | 28,0% | 5,6% | 16,8% | 100,0% |
| | 2 – osobowe | 31,1% | 36,0% | 4,1% | 28,8% | 100,0% |
| | 3 osobowe | 13,0% | 19,0% | 6,5% | 61,5% | 100,0% |
| | 4 – osobowe | 7,5% | 20,5% | 8,3% | 63,8% | 100,0% |
| | 5 osobowe | 10,6% | 30,8% | 9,6% | 49,0% | 100,0% |
| | 6 i więcej | 18,3% | 29,3% | 8,5% | 43,9% | 100,0% |
| Liczba dzieci w wieku do 18 lat w gospodarstwie domowym | 1 dziecko | 5,9% | 21,8% | 9,9% | 62,4% | 100,0% |
| | 2 dzieci | 9,6% | 19,2% | 8,9% | 62,3% | 100,0% |
| | 3 dzieci i więcej | 7,1% | 57,1% | 4,8% | 31,0% | 100,0% |
| | Nie ma | 28,3% | 28,3% | 5,2% | 38,3% | 100,0% |

Na wartość wskaźnika kompetencji teleinformatycznych w większym stopniu wpływa wielkość gospodarstwa domowego niż liczba niepełnoletnich dzieci. Prawie połowa osób żyjących w 1 – osobowym gospodarstwie domowym nie korzysta ani komórki ani komputera/laptopa ani z Internetu (49,5%). W rodzinach wielodzietnych, posiadających 3 lub więcej nieletnich dzieci, takich respondentów było siedmiokrotnie mniej (7,1%).j

3.1.1 Wykluczenie cyfrowe

Brak dostępu do sieci Internetowej i nowoczesnych form komunikacji to podstawowy wskaźnik wykluczenia cyfrowego. Biorąc pod uwagę odsetki osób korzystających z komputera i Internetu można powiedzieć, że zagrożona wykluczeniem cyfrowym jest bardzo liczna grupa Polaków (46,5%).

| | |
|--|-------|
| Korzysta zarówno z komputera/laptopa jak i z Internetu | 48,6% |
| Nie korzysta ani z komputera/laptopa ani z Internetu | 46,5% |
| Korzysta z komputera/laptopa / nie korzysta z Internetu (ewentualnie korzysta z Internetu przez telefon komórkowy) | 4,9% |

Najsilniej różnicuje wykluczenie cyfrowe wiek. Wśród Polaków liczących 65 lat i starszych tylko 5,9% korzysta zarówno z komputera/laptopa jak i z Internetu, a aż 92,6% w ogóle z nich nie korzysta. Są oni odcięci od podstawowych instrumentów komunikowania się społeczeństwa informacyjnego.

| Zróżnicowania (potencjalnego) wykluczenia cyfrowego | | Nie korzysta ani z komputera ani z Internetu N=487 | Korzysta z komputera/nie korzysta z Internetu (ewentualnie korzysta z Internetu przez komórkę) N=51 | Korzysta zarówno z komputera jak i z Internetu N=508 | |
|---|-----------------|---|--|---|--------|
| Płeć | Mężczyzna | 43,9% | 4,5% | 51,6% | 100,0% |
| | Kobieta | 48,8% | 5,2% | 46,0% | 100,0% |
| Wiek | 18-24 lata | 7,9% | 7,2% | 84,9% | 100,0% |
| | 25-34 lata | 15,5% | 5,3% | 79,2% | 100,0% |
| | 35-44 lata | 31,6% | 6,4% | 62,0% | 100,0% |
| | 45-54 lata | 47,7% | 6,2% | 46,1% | 100,0% |
| | 55-64 lata | 68,2% | 3,8% | 28,0% | 100,0% |
| | 65 lat i więcej | 92,6% | 1,5% | 5,9% | 100,0% |

Porównując poziom (potencjalnego) wykluczenia cyfrowego widać jak szybko ono rośnie wraz z wiekiem. W grupie 35 – 44 latków (potencjalnie) wykluczona jest jedna trzecia Polaków (31,6%), w grupie 45 – 54 latków - to już prawie połowa (47,7%), a im starsi Polacy tym (potencjalnie) wykluczonych więcej.

| Zróźnicowania (potencjalnego) wykluczenia cyfrowego c.d. | | Nie korzysta ani z komputera ani z Internetu N=487 | Korzysta z komputera/nie korzysta z Internetu (ewentualnie korzysta z Internetu przez telefon komórkowy) N=51 | Korzysta zarówno z komputera jak i z Internetu N=508 | |
|--|---|---|--|---|--------|
| Wykształcenie | Podstawowe | 75,3% | 3,2% | 21,5% | 100,0% |
| | zasadnicze zawodowe | 58,0% | 8,0% | 34,0% | 100,0% |
| | Średnie | 31,2% | 4,4% | 64,4% | 100,0% |
| | Wyższe | 7,7% | 3,4% | 88,9% | 100,0% |
| Grupa społeczno-zawodowa | Kadra kierownicza, specjaliści z wyższym wykształceniem | 7,0% | ,9% | 92,1% | 100,0% |
| | Technicy i inny średni personel | 9,3% | 1,8% | 89,0% | 100,0% |
| | Pracownicy administracyjno-biurowi | 14,7% | 3,4% | 81,9% | 100,0% |
| | Pracownicy usług (sprzedawcy itp.) | 22,3% | 6,8% | 70,8% | 100,0% |
| | Robotnicy wykwalifikowani | 44,2% | 4,6% | 51,2% | 100,0% |
| | Robotnicy nie wykwalifikowani | 54,2% | 8,3% | 37,5% | 100,0% |
| | Rolnicy | 52,7% | 9,0% | 38,4% | 100,0% |
| | Pracujący na własny rachunek | 25,9% | 1,9% | 72,2% | 100,0% |
| | Uczniowie i studenci | 8,8% | 4,2% | 87,0% | 100,0% |
| | Renciści | 81,8% | 2,2% | 16,0% | 100,0% |
| | Emeryci | 84,4% | 1,8% | 13,8% | 100,0% |
| | Bezrobotni | 42,8% | 11,3% | 45,8% | 100,0% |
| | Gospodynie domowe i inni | 42,6% | 15,5% | 41,9% | 100,0% |

| Zróznicowania wykluczenia cyfrowego c.d. | | Nie korzysta ani z komputera ani z Internetu N=487 | Korzysta z komputera/nie korzysta z Internetu (ewentualnie korzysta z Internetu przez telefon komórkowy) N=51 | Korzysta zarówno z komputera jak i z Internetu N=508 | |
|--|-------------------------------|---|--|---|--------|
| Miejsce zamieszkania | Wieś | 56,8% | 7,4% | 35,7% | 100,0% |
| | miasto do 19 999 mieszkańców. | 47,1% | 4,4% | 48,5% | 100,0% |
| | miasto od 20 tys. do 99 999 | 42,9% | 3,1% | 54,0% | 100,0% |
| | miasto od 100 tys. - 499 999 | 41,4% | 2,2% | 56,4% | 100,0% |
| | miasto 500 tys. i powyżej | 28,5% | 3,8% | 67,7% | 100,0% |

Istotnym czynnikiem społeczno-demograficznym sprzyjającym (potencjalnemu) wykluczeniu cyfrowemu jest niski poziom wykształcenia. Korzysta zarówno z komputera jak i z Internetu tylko 21,5% Polaków z wykształceniem podstawowym, a aż 75,3% nie korzysta ani z jednego ani z drugiego.

Biorąc pod uwagę status zawodowy najbardziej (potencjalnie) wykluczeni cyfrowo są emeryci, wśród których 84,4% nie korzysta ani z komputera ani z Internetu. Dużą grupę zagrożonych wykluczeniem stanowią robotnicy niewykwalifikowani (54,2% nie korzysta ani z komputera ani z Internetu) oraz rolnicy (52,7%).

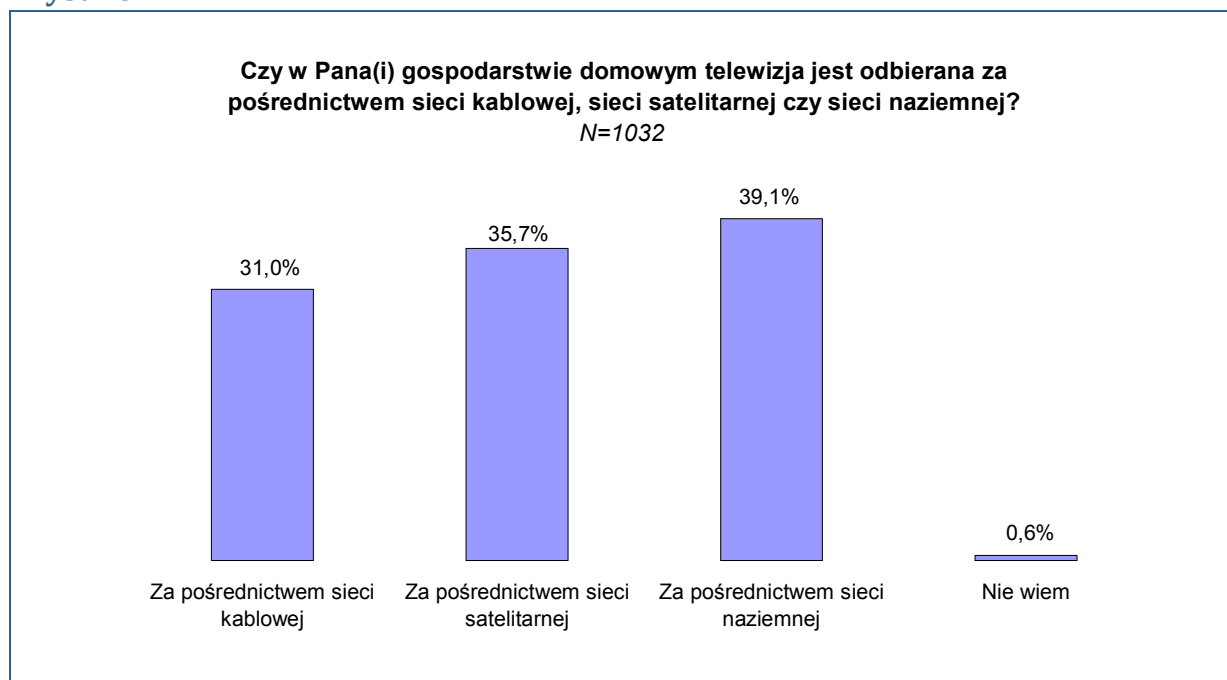
Zagrożona wykluczeniem cyfrowym jest liczna grupa mieszkańców wsi (56,8% nie korzysta ani z komputera ani z Internetu). Najlepiej sytuacja wygląda w dużych miastach, gdzie 67,7% mieszkańców korzysta zarówno z komputera jak i Internetu.

4 Cyfryzacja telewizji

4.1 Sieć wykorzystywana do odbioru telewizji

Liczna grupa Polaków odbiera telewizję za pośrednictwem sieci naziemnej (39,1%), niewiele mniej liczna korzysta z sieci satelitarnej (35,7%) i z sieci kablowej (31,0%). Istotne znaczenie ma fakt, czy mieszka się na wsi czy w mieście oraz w jak dużym mieście.

Rysunek 2



- Mieszkańcy wsi w największym stopniu korzystają z sieci naziemnej (56,8%) a w drugiej kolejności z sieci satelitarnej (47,5%);
- Bardzo zróżnicowany jest sposób odbioru telewizji w małych miasteczkach: podobnie liczna grupa korzysta z sieci naziemnej (32,1%) i kablowej (33,0%), nieco liczniejsza z sieci satelitarnej (41,0%)
- Im większe miasto tym wyższy jest odsetek mieszkańców korzystających z sieci kablowej; ten sposób odbioru dominuje w największych miastach, w których korzysta z niej 62,6% mieszkańców;

| Miejsce zamieszkania | W Pana(i) gospodarstwie domowym telewizja jest odbierana za pośrednictwem: N=1046 | | | | |
|-------------------------------|--|--------------------|-----------------|----------|--------|
| | sieci kablowej | sieci satelitarnej | sieci naziemnej | nie wiem | ogółem |
| Wieś | 3,0% | 47,5% | 56,8% | ,6% | 100% |
| miasto do 19 999 mieszkańców. | 33,0% | 41,0% | 32,1% | | 100% |
| miasto od 20 tys. do 99 999 | 47,4% | 29,5% | 29,0% | ,4% | 100% |
| miasto od 100 tys. - 499 999 | 48,7% | 25,5% | 30,5% | ,6% | 100% |
| miasto 500 tys. i powyżej | 62,6% | 18,4% | 21,1% | 1,5% | |

4.1.1 Preferowana platforma cyfrowa

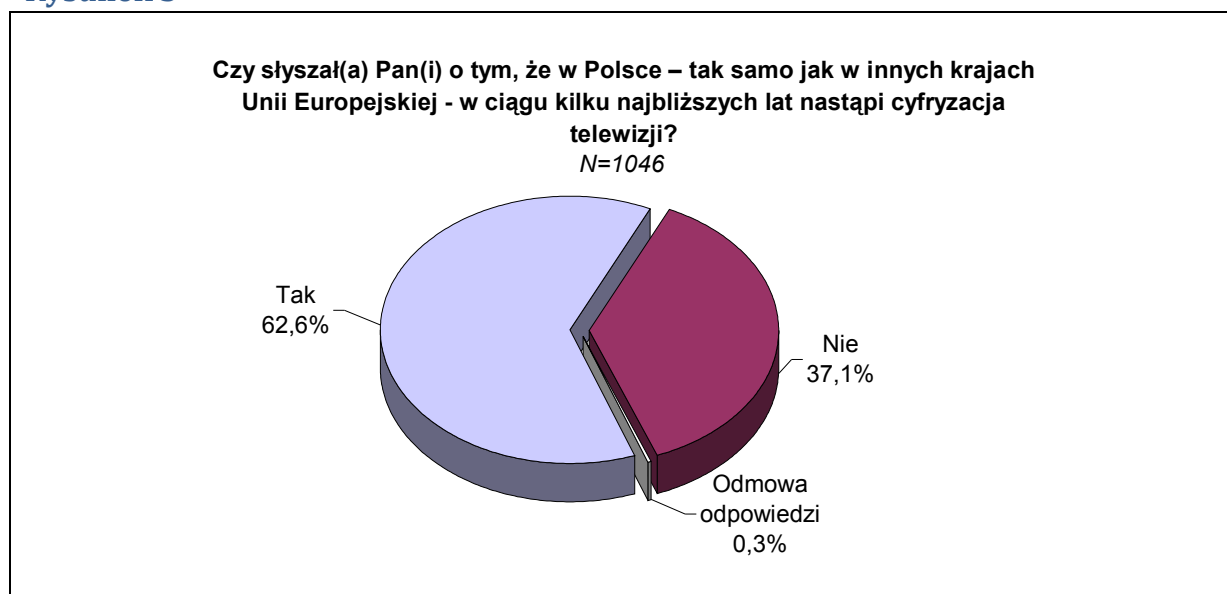
Na rynku platform cyfrowych dominuje Cyfrowy Polsat. Udziały Cyfry + są dwukrotnie niższe, a udziały N – sześciokrotnie niższe niż Cyfrowego Polsatu.

| Czy Pana(i) gospodarstwo domowe korzysta z platformy cyfrowej: | Procentowanie do gospodarstw posiadających telewizor N=1032 | Procentowanie do gospodarstw korzystających z platformy cyfrowej N=368 |
|--|--|---|
| Cyfra+ | 10,1% | 28,4% |
| N | 3,5% | 9,9% |
| Cyfrowy Polsat | 20,2% | 56,5% |
| Inna | 2,1% | 6,0% |
| Odmowa odpowiedzi | 1,2% | 3,3% |
| nie dotyczy (nie ma TV satelitarnej) | 64,3% | |

4.2 Wiedza na temat cyfryzacji telewizji

Większość Polaków deklaruje, że słyszała o tym, iż w ciągu najbliższych kilku lat nastąpi cyfryzacja telewizji (62,6%). Grupa, która o tym nie słyszała jest jednak liczna (37,1%), a jeszcze liczniejsza jest wśród osób nie posiadających kompetencji teleinformatycznych.

Rysunek 3



- W grupie Polaków, które nie korzystają ani z telefonu komórkowego ani z komputera/laptopa ani z Internetu większość w ogóle nie słyszała o cyfryzacji telewizji (59,9%)
- Korzystanie z któregokolwiek z teleinformatycznych instrumentów zwiększa odsetek osób deklarujących, że słyszały o projektowanej cyfryzacji telewizji. Najliczniejszą taką grupą osób są użytkownicy zarówno komórek jak i komputera oraz Internetu (75,1%).

| Wskaźnik kompetencji teleinformatycznych | Czy słyszał(a) Pan(i) o tym, że w Polsce – tak samo jak w innych krajach Unii Europejskiej - w ciągu kilku najbliższych lat nastąpi cyfryzacja telewizji?' | | | |
|--|--|-------|-------------------|--------|
| | Tak | Nie | Odmowa odpowiedzi | |
| Nie korzysta ani z telefonu komórkowego, ani z komputera ani z Internetu | 39,2% | 59,9% | ,9% | 100,0% |
| Korzysta tylko z jednego instrumentu komunikowania (najczęściej jest to komórka) | 58,6% | 41,0% | ,4% | 100,0% |
| Korzysta z dwóch instrumentów (najczęściej jest to para; komórka-komputer) | 62,9% | 37,1% | | 100,0% |
| Korzysta zarówno z komórki, komputera jak i Internetu. | 75,1% | 24,9% | | 100,0% |

Wiadomo z wcześniejszych analiz jak duże znaczenie odgrywa wiek. W tym przypadku jego wpływ nie jest tak silny:

- ponad połowa Polaków w wieku 65 lat i więcej nie słyszała o cyfryzacji telewizji (53,2%)
- grupa młodych ludzi, która o cyfryzacji telewizji nie słyszała też jest niemała: to 35,8% osób w wieku 18-24 lata oraz 32,7% w wieku 25 – 34 lata.
- nie słyszało o cyfryzacji telewizji 56,3% osób z wykształceniem podstawowym i 20,4% z wykształceniem wyższym.

O cyfryzacji telewizji słyszało więcej użytkowników sieci kablowej (72,3%) i satelitarnej (63,2%) niż sieci naziemnej (57,1%).

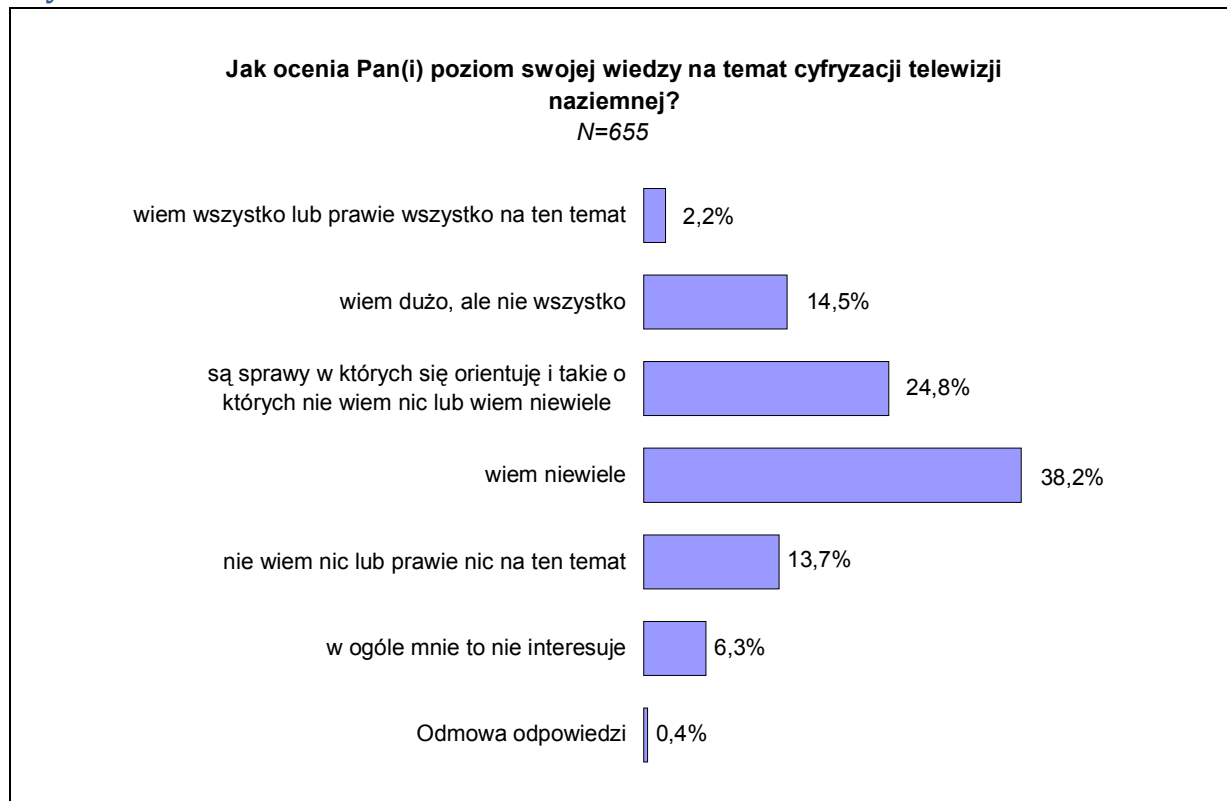
Częściej zdarza się, że o cyfryzacji telewizji słyszeli mężczyźni (73,1%) niż kobiety (53,7%).

4.3 Samoocena wiedzy na temat cyfryzacji telewizji

Respondentów, którzy odpowiedzieli, że słyszeli o cyfryzacji telewizji zapytano, jak oceniają swoją wiedzę na ten temat. Ponad połowa Polaków samokrytycznie uznała, że wie niewiele lub nie wie

nic/prawie nic na ten temat (łącznie 51,9%). Osoby uważające się za zorientowane, które odpowiedziały, że wiedzą wszystko lub dużo, choć nie wszystko, jest niewiele (łącznie 16,7%).

Rysunek 4



Brak wiedzy na temat cyfryzacji telewizji (odpowiadający „wiem niewiele lub nic/prawie nic”) cechuje w większym niż przeciętna stopniu:

- rolników (77,0% - to rekordowy odsetek);
- osoby w wieku 65 lat i więcej: 64,9% uważa się za osoby nie poinformowane w tej sprawie (dla porównania mówi tak 40,9% osób w wieku 18 – 24 lata, 44,9% osób w wieku 25 – 34 lata);
- rencistów (66,5%) i emerytów (57,1%);
- kobiety: 62,0% kobiet nie ma wiedzy lub ma wiedzę nikłą (dla porównania uważa tak 43,7% mężczyzn);
- mieszkańców wsi (57,4%);
- osoby nie posiadające wyższego wykształcenia; interesujące jest to, że uważa się za nie poinformowanych zbliżony odsetek Polaków z wykształceniem podstawowym (58,9%), zasadniczym zawodowym (54,9%) i średnim (52,8%). Wyróżniają się wyłącznie osoby z wykształceniem wyższym – w tej grupie uważa, że wie niewiele lub nic/prawie nic 39,5%;

- nie korzystających z komputera/laptopa (60,5%), nie korzystających z Internetu (61,8%)
- odbierających telewizję za pośrednictwem sieci naziemnej (56,8%).

4.3.1 Skojarzenia związane z cyfryzacją telewizji

Respondentów, którzy słyszeli o cyfryzacji, poproszono aby opisali własnymi słowami co rozumieją przez „cyfryzację telewizji”, z czym im się ona kojarzy. Było to pytanie otwarte, dające możliwość udzielenia swobodnej, spontanicznej odpowiedzi.

Cyfryzacja telewizji kojarzy się przede wszystkim z wysoką jakością odbioru (42,9%). Niewielu Polaków spontanicznie łączy ją z szeroką ofertą programową (6,7%), zakupem nowego odbiornika (5,5%) lub zakupem dekodera (2,9%). Niektórzy mylą ją z telewizją satelitarną (3,7%). Szczególną uwagę zwraca fakt, że 22,0% w ogóle nie umiało „cyfryzacji telewizji” opisać.

Wyniki te potwierdzają, że większość Polaków o cyfryzacji telewizji wie niewiele.

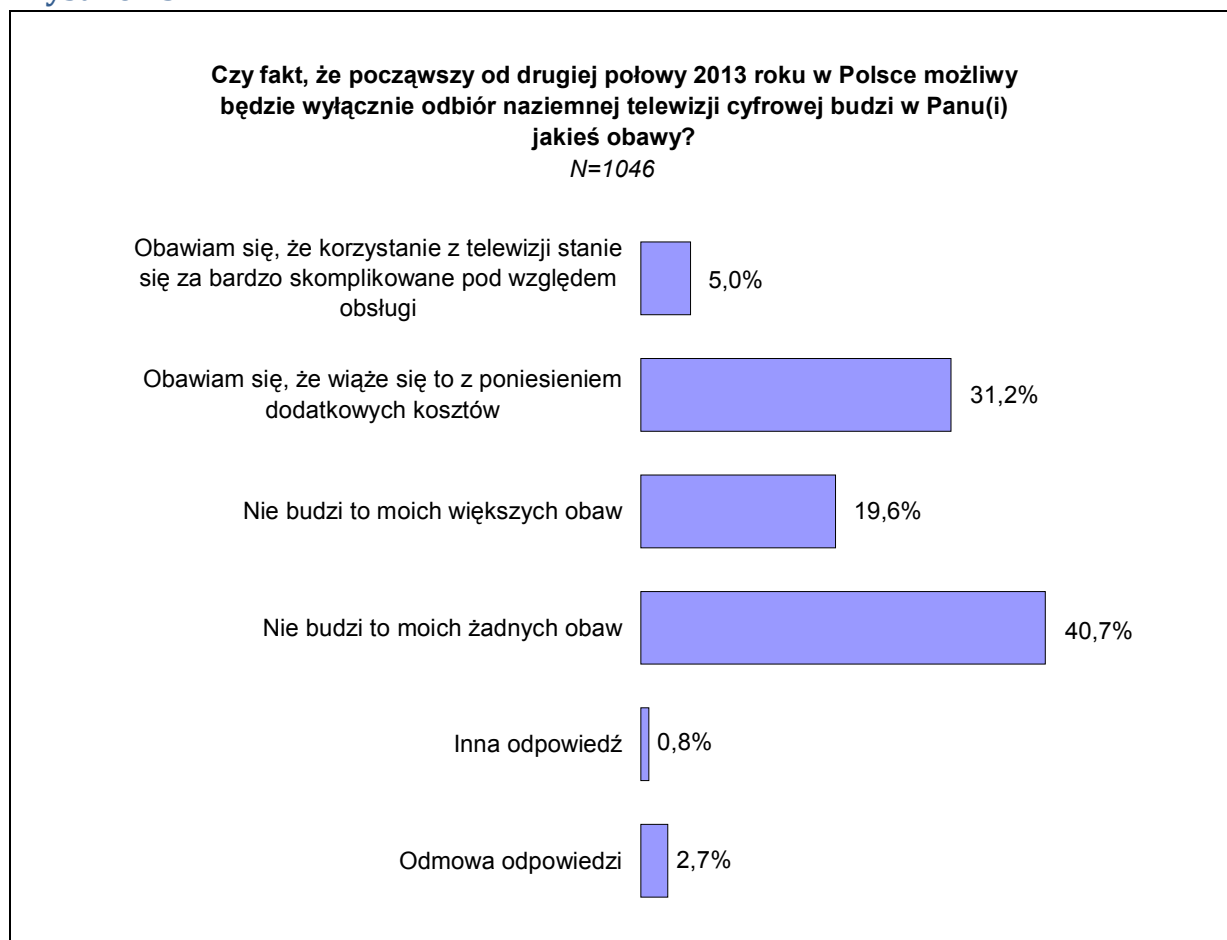
| Z czym się Panu(i) kojarzy cyfryzacja telewizji? Jak by ją Pan(i) opisał? | |
|---|-------|
| N=655 | |
| Lepsza jakość odbioru/dobra jakość/dobry obraz i dźwięk/wysoka jakość odbioru/brak zakłóceń | 42,9% |
| Najnowocześniejsza technologia/sprawniejsza technicznie/duży postęp techniczny/Lepsza technologia/nowa technologia/nowoczesność | 7,1% |
| Większa oferta programowa (będzie dużo wiadomości)/większy wybór programów/dużo programów/więcej programów sportowych i przyrodniczych, dobre filmy fabularne/ | 6,7% |
| Przejsie z tv analogowej na przekaz cyfrowy/system cyfrowy/zmiana sposobu przekazu obrazu z analogowego na cyfrowy/odbior cyfrowy/ cyfrowy przesył | 5,8% |
| Zmiana odbiornika/nowy telewizor/wymiana odbiorników/konieczność zakupu nowych odbiorników | 5,5% |
| Antena satelitarna/ talerz satelitarny/ nie będzie telewizji naziemnej/ przekaz nadawany drogą satelitarną/przesył satelitarny/ dostęp do telewizji za pomocą satelity bez okablowania/ jeden satelita/ w każdym domu antena satelitarna/ wszystkie będą przez satelitę/ anteny satelitarne na balkonach/Cyfrowy Polsat | 3,7% |
| Będzie dostępna dla wszystkich/ ogólnodostępna – zastąpi całkowicie analogową/upowszechnienie dostępu do TV/szerszy zasięg/większa dostępność wielu respondentów | 3,2% |
| Zakup dekodera/zainstalowanie dekodera w telewizorach analogowych/dekoder w każdym telewizorze | 2,9% |
| Dużo kanałów/wiele kanałów | 2,7% |
| Większe koszty/ktoś nabija kieszenie/wzrost cen – ogólnie | 2,2% |
| Coś szybkiego/szybszy, sposób transmisji/duży przesył danych/komputeryzacja | 1,4% |
| Więcej funkcji/wielorakość funkcji/dodatkowe funkcje/poszerzenie skali usług/- ogólnie i | 1,4% |

| Z czym się Panu(i) kojarzy cyfryzacja telewizji? Jak by ją Pan(i) opisał? | |
|--|-------|
| N=655 | |
| konkretnie (zamawianie filmów np. przez telefon, możliwość nagrywania programów, elektroniczny zapis na twardych dyskach i odtwarzanie w każdej chwili; możliwość operowania kanałami TV jakby telefonem komórkowym) | |
| Konieczność zakupu sprzętu (nie wiadomo konkretnie jakiego)/wymiana sprzętu | 1,1% |
| Bez anten/brak anten/nie będzie anten naziemnych | ,9% |
| Dostępność do szerokiego świata/okno na cały świat/globalizacja | ,9% |
| Komercja/ płatne programy/ płatna telewizja | ,6% |
| Nie będzie możliwości odbioru jak dotychczas/ brak możliwości odbioru telewizji na zwykłych telewizorach | ,6% |
| Odczucia, których nie można jednoznacznie zakwalifikować: luksus/pęd elektroniczny nowości/legalne oglądanie/nie budzi to we mnie aż takich emocji | ,5% |
| Wyższy abonament/jak się nie wykupi abonamentu na telewizję cyfrową to nic nie będzie | ,4% |
| Oceny pozytywne: duża wygoda, zjawisko konieczne, | ,4% |
| Dostęp do Internetu/większy dostęp do Internetu | ,3% |
| Nie będzie typowej telewizji kablowej | ,2% |
| Oceny negatywne: wymuszenie | ,1% |
| Pozostałe błędne skojarzenia: połączenie wszystkich sieci telefonicznych/połączenie wszystkich firm nadających programy/stereo/ | ,6% |
| Inne odpowiedzi: Walka konkurencyjna/przesyłanie drogą radiową/ oszczędność prądu//bezprowadowa telewizja | 1,4% |
| Nie wiem, „czarna magia” | 22,0% |
| Nie interesuje mnie to | ,4% |
| Odmowa odpowiedzi | ,1% |

4.4 Obawy związane z cyfryzacją telewizji

Żadnych obaw związanych z cyfryzacją telewizji nie ma 40,7% Polaków. Co trzecia osoba obawia się poniesienia dodatkowych kosztów z tym związanych (31,2%). Ciekawe jest to, że tak niewielu Polaków obawia się trudności związanych z obsługą (5,0%) – zdecydowanie bardziej martwią ich koszty.

Rysunek 5



Bardziej niż inni obawiają się poniesienia dodatkowych kosztów:

- osoby oceniające swoje warunki materialne jako złe (obawia się kosztów 50,4%)
- osoby z dochodami na 1 osobę w rodzinie do 500 zł (obawia się kosztów 41,0%)
- nie korzystające z telefonu komórkowego (obawa się kosztów 41,9%), komputera/laptopa (42,7%), Internetu (42,4%)
- osoby prowadzące 1-osobowe gospodarstwo domowe (obawia się kosztów 40,7%)
- osoby mające 3 dzieci i więcej (obawia się kosztów 42,1%)
- renciści (obawia się 46,9%).

5 Nowy telewizor czy dekoder?

W sytuacji wyboru: nowy telewizor czy dekoder żadne rozwiązanie nie ma dominującej grupy zwolenników. Co trzeci Polak deklaruje, że wybierze dekoder (32,3%), a niewiele osób mniej preferuje zakup telewizora przystosowanego do odbioru cyfrowego (27,7% - o 4,6 punktów procentowych mniej niż wybierający dekoder).

Rysunek 6

Skoro tradycyjne analogowe telewizory nie są zdolne do odbioru emisji cyfrowych, czy za bardziej korzystne w sytuacji finansowej Pana(i) gospodarstwa domowego uważa Pan(i) zakup dekodera do analogowego telewizora czy też zakup cyfrowego telewizora? Pragnę dodać, że dekodery jest kilkakrotnie tańszy niż telewizor cyfrowy. [Cena telewizora cyfrowego to co najmniej 1500 zł]
N=1046



Częściej wybierają zakup dekodera niż nowego telewizora:

- osoby starsze (np. 37,0% osób w wieku 65+ deklaruje, że zakupi dekodery a 14,6% nowy telewizor)
- osoby z niskim wykształceniem (np. 32,9% osób z wykształceniem podstawowym deklaruje, że zakupi dekodery a 20,8% nowy telewizor)
- emeryci (43,5% deklaruje, że zakupi dekodery a 17,0% nowy telewizor)
- mieszkańcy wsi i małych miast (np. 34,1% mieszkańców wsi deklaruje, że zakupi dekodery a 24,5% nowy telewizor); przy czym należy pamiętać, że mieszkańcy to nie tylko rolnicy. W przypadkach rolników preferencje rozkładają się równo (dekodery – 30,8%, nowy telewizor – 29,3%).
- osoby o najniższych dochodach – do 500 zł na jedną osobę w rodzinie (41,3% osób deklaruje, że zakupi dekodery a 22,4% nowy telewizor)
- osoby mające 3 dzieci i więcej (36,5% deklaruje, że zakupi dekodery a 25,1% nowy telewizor)

15,6% Polaków stwierdziło, że w ich gospodarstwie domowym jest już telewizor przystosowany do odbioru cyfrowego. Są to najczęściej osoby z wykształceniem wyższym (22,9%) lub średnim (19,5%), technicy i inny średni personel (28,9%), kadra kierownicza i specjaliści z wyższym wykształceniem (22,9%), osoby oceniające swoje warunki materialne jako dobre (23,7%), osoby odbierające telewizję za pośrednictwem sieci satelitarnej (25,7%) oraz korzystające z telefonu komórkowego/komputera i Internetu (24,5%).

5.1 Wykluczeni

Ogółem 10,5% Polaków deklaruje, że nie stać ich będzie ani na zakup dekodera ani nowego telewizora. To dosyć dużo, co dziesiąty dorosły Polak. Ten odsetek rośnie dwukrotnie lub więcej w następujących grupach:

- nie posiadających kompetencji teleinformatycznych (27,7%)
- oceniających swoje warunki materialne jako złe (27,1%)
- osób z wykształceniem podstawowym (20,6%)
- robotników niewykwalifikowanych (22,2%)
- osób w wieku 65 + (19,2%)
- rencistów (21,1%; dla porównania w grupie emerytów – 15,0%)
- w gospodarstwach 1 – osobowych (20,8%)
- w gospodarstwach w których jest 3 dzieci lub więcej w wieku do 18 lat (20,6%)
- odbierających telewizję za pośrednictwem sieci naziemnej (17,5%).

W nieco mniejszym stopniu, ale wyższym niż ogółu Polaków, dotyczy to mieszkańców wsi (13,9%).

Te czynniki są ze sobą skorelowane np. osoby z wykształceniem podstawowym to często osoby oceniające swoje warunki materialne jako złe i nie korzystające ani z komórki ani z komputera/laptopa ani z Internetu.

Duża część osób należących do wymienionych grup deklaruje, że stać je na zakup dekodera (część) lub nowego telewizora (rzadziej) lecz te wszystkie wskazane czynniki sprzyjają tworzeniu się syndromu wykluczenia społecznego związanego z cyfryzacją telewizji. Jeśli w skali całego społeczeństwa co dziesiątego Polaka nie stać na zakup ani dekodera ani telewizora, to w grupach zagrożonych wykluczeniem jest to przeciętnie już co piąta osoba.

| | | Skoro tradycyjne analogowe telewizory nie są zdolne do odbioru emisji cyfrowych, czy za bardziej korzystne w sytuacji finansowej Pana(i) gospodarstwa domowego uważa Pan(i) zakup dekodera do analogowego telewizora czy też zakup cyfrowego telewizora | | | | | | Liczba osób |
|----------------------------|-------------------------------------|---|----------------------------|---|---|---------------------------|-------------------|-------------|
| | | zakup dekodera do analogowego telewizora, | zakup cyfrowego telewizora | żadne, nie stać mnie na zakup żadnego z tych urządzeń | żadne, w ogóle nie interesuje mnie korzystanie z telew... | Już mam cyfrowy telewizor | Trudno powiedzieć | |
| | | % | % | % | % | % | % | |
| Ogółem | | 32,4 | 27,7 | 10,5 | 3,2 | 15,6 | 10,5 | 1044 |
| Płeć | Mężczyźni | 29,3 | 32,8 | 8,6 | 2,8 | 18,6 | 7,9 | 488 |
| | Kobiety | 35,1 | 23,3 | 12,2 | 3,6 | 12,9 | 12,8 | 556 |
| Wiek | 18-24 lata | 23,5 | 37,2 | 5,7 | 1,4 | 24,6 | 7,6 | 140 |
| | 25-34 | 29,0 | 30,4 | 3,9 | 3,1 | 24,1 | 9,4 | 191 |
| | 35-44 | 31,2 | 34,4 | 11,4 | 2,7 | 14,2 | 6,1 | 154 |
| | 45-54 | 32,7 | 27,8 | 10,8 | 3,3 | 17,9 | 7,4 | 173 |
| | 55-64 | 38,2 | 26,9 | 10,2 | 3,2 | 10,9 | 10,6 | 178 |
| | 65 lat i więcej | 37,0 | 14,6 | 19,2 | 5,0 | 4,7 | 19,5 | 208 |
| Wykształcenie | Podstawowe | 32,9 | 20,8 | 20,6 | 4,9 | 7,8 | 13,1 | 280 |
| | Zasadnicze zawodowe | 34,5 | 25,6 | 9,9 | 2,2 | 14,6 | 13,1 | 266 |
| | Średnie | 34,9 | 30,2 | 5,9 | 1,9 | 19,5 | 7,6 | 350 |
| | Wyższe | 21,6 | 38,7 | 3,5 | 5,2 | 22,9 | 8,2 | 148 |
| Grupa społ.-zaw. pracujący | Kadra kier., spec. z wyższym wyksz. | 22,4 | 41,2 | 2,1 | 5,3 | 22,9 | 6,1 | 76 |
| | Średni personel, technicy | 16,4 | 43,6 | 2,6 | 5,6 | 28,9 | 3,0 | 37 |
| | Pracownicy adm.-biurowi | 38,0 | 34,7 | 2,6 | 2,8 | 20,1 | 1,8 | 66 |
| | Pracownicy usług | 28,6 | 41,2 | 3,6 | 2,9 | 16,7 | 6,9 | 65 |
| | Robotnicy wykwalifikowani | 35,9 | 29,7 | 8,2 | ,7 | 16,8 | 8,8 | 129 |
| | Robotnicy niewykwalifik. | 29,2 | 28,6 | 22,2 | 1,2 | 10,9 | 7,8 | 61 |
| | Rolnicy | 30,8 | 29,3 | 8,3 | 4,1 | 14,0 | 13,6 | 55 |
| | Pracujący na własny rach. | 15,0 | 25,5 | 1,7 | | 44,5 | 13,3 | 41 |
| Bierni zawodowo | Renciści | 22,1 | 20,6 | 21,1 | 3,6 | 11,7 | 20,9 | 83 |
| | Emeryci | 43,5 | 17,0 | 15,0 | 4,0 | 5,1 | 15,5 | 231 |
| | Uczniowie i studenci | 25,9 | 28,8 | 5,5 | 3,2 | 26,7 | 9,9 | 74 |
| | Bezrobotni | 28,6 | 28,3 | 13,1 | 2,6 | 12,8 | 14,5 | 63 |
| | Gospodynie domowe i inni | 44,3 | 22,7 | 15,2 | 6,5 | 11,3 | | 63 |
| Miejsce zamieszkania | Wieś | 34,1 | 24,5 | 13,9 | 3,7 | 13,5 | 10,2 | 394 |
| | Miasto do 20 tys. | 32,5 | 23,7 | 10,8 | 4,9 | 13,3 | 14,8 | 140 |
| | 20-100 tys. | 32,2 | 27,6 | 9,5 | 2,5 | 18,6 | 9,6 | 200 |
| | 101-500 tys. | 31,9 | 33,0 | 7,7 | 3,1 | 15,0 | 9,4 | 166 |
| | 501 tys. i więcej | 28,3 | 34,4 | 5,5 | 1,6 | 20,3 | 9,8 | 143 |

| | | Skoro tradycyjne analogowe telewizory nie są zdolne do odbioru emisji cyfrowych, czy za bardziej korzystne w sytuacji finansowej Pana(i) gospodarstwa domowego uważa Pan(i) zakup dekodera do analogowego telewizora czy też zakup cyfrowego telewizora | | | | | | Liczba osób |
|---|-------------------------------------|---|----------------------------|---|---|---------------------------|-------------------|-------------|
| | | zakup dekodera do analogowego telewizora, | zakup cyfrowego telewizora | żadne, nie stać mnie na zakup żadnego z tych urządzeń | żadne, w ogóle nie interesuje mnie korzystanie z telewizor... | Już mam cyfrowy telewizor | Trudno powiedzieć | |
| | | % | % | % | % | % | % | |
| Ogółem | | 32,4 | 27,7 | 10,5 | 3,2 | 15,6 | 10,5 | 1044 |
| Odbiór TV | za pośrednictwem sieci kablowej | 32,6 | 30,7 | 7,9 | 1,4 | 17,2 | 10,2 | 320 |
| Odbiór TV | za pośrednictwem sieci satelitarnej | 30,1 | 30,1 | 3,8 | 1,7 | 25,7 | 8,7 | 368 |
| Odbiór TV | za pośrednictwem sieci naziemnej | 35,3 | 24,2 | 17,5 | 4,9 | 7,1 | 11,0 | 402 |
| Kompetencje teleinformatyczne | brak | 34,0 | 12,7 | 27,8 | 6,1 | 3,3 | 16,0 | 212 |
| | korzysta z jednego instrumentu | 42,6 | 23,1 | 9,4 | 2,2 | 10,8 | 11,9 | 277 |
| | korzysta z dwóch instrumentu | 37,1 | 35,7 | 8,6 | 1,4 | 8,6 | 8,6 | 70 |
| | korzysta z trzech | 25,2 | 35,9 | 3,9 | 2,9 | 24,5 | 7,6 | 485 |
| Dochody na jedną osobę | Do 500 zł | 41,3 | 22,4 | 16,5 | 2,8 | 7,3 | 9,7 | 192 |
| | 501-750 | 37,7 | 25,3 | 13,6 | 3,4 | 10,5 | 9,6 | 158 |
| | 751-1000 | 28,1 | 30,5 | 9,0 | 2,4 | 18,5 | 11,5 | 178 |
| | 1001-1500 | 32,7 | 33,4 | 2,3 | 6,5 | 13,2 | 12,0 | 138 |
| | Powyżej 1500 zł | 25,1 | 39,7 | 2,9 | 1,6 | 28,0 | 2,6 | 119 |
| Ocena własnych war. mater. | Złe | 34,9 | 13,6 | 27,1 | 3,3 | 7,6 | 13,5 | 146 |
| | Średnie | 35,5 | 25,5 | 11,3 | 3,4 | 11,1 | 13,2 | 486 |
| | Dobre | 27,8 | 35,3 | 3,8 | 3,1 | 23,7 | 6,3 | 412 |
| Wielkość gospodarstwa domowego | 1-osobowe | 33,2 | 22,8 | 20,8 | 8,4 | 4,6 | 10,2 | 107 |
| | 2-osobowe | 36,3 | 23,7 | 11,4 | 2,0 | 12,6 | 14,0 | 268 |
| | 3-osobowe | 30,8 | 32,0 | 7,2 | 2,5 | 21,1 | 6,4 | 230 |
| | 4-osobowe | 29,0 | 29,1 | 6,8 | 3,6 | 20,8 | 10,7 | 254 |
| | 5-osobowe | 33,7 | 27,4 | 11,2 | 1,1 | 17,4 | 9,2 | 104 |
| | 6-osób lub więcej | 31,4 | 31,4 | 14,5 | 4,0 | 6,1 | 12,6 | 81 |
| Liczba dzieci w wieku do 18 lat w gospodarstwie domowym | 1-dziecko | 32,4 | 33,4 | 6,1 | 1,6 | 19,1 | 7,5 | 203 |
| | 2-dzieci | 31,6 | 24,8 | 7,0 | 3,6 | 20,2 | 12,7 | 145 |
| | 3-dzieci i więcej | 36,5 | 25,1 | 20,6 | 2,4 | 10,0 | 5,4 | 42 |
| | nie ma dzieci do 18 lat | 32,1 | 27,0 | 12,0 | 3,8 | 14,2 | 10,9 | 639 |

Uwaga. W tabeli pominięto braki odpowiedzi

5.1.1 Powody braku zainteresowania korzystaniem z telewizji

Skala samowykluczenia jest niewielka – tylko 3,2% Polaków deklaruje, że w ogóle nie zamierza korzystać z telewizji. Osoby te zapytano o powody: przeważa wybór natury intelektualnej (wolę czytać książki) oraz inne, niesprecyzowane powody (Nie proszono o wymienienie tych innych powodów, można się domyślać, że przynajmniej w części przypadków są to powody zdrowotne

ponieważ co trzecia osoba nie zamierzająca korzystać z telewizji jest w wieku 65+ a zatem jest prawdopodobne, że jednym z powodów może być słaby wzrok).

| Dlaczego w ogóle nie interesuje Pana(i) korzystanie z telewizji? | |
|---|-------|
| N=34 | |
| Wolę czytać książki | 21,0% |
| Mogę oglądać telewizję w komputerze | 8,8% |
| Wolę wypożyczać DVD | 8,6% |
| Nie mam telewizora/nie zamierzam kupować telewizora | 8,5% |
| Inne powody | 36,9% |
| Odmowa odpowiedzi | 16,2% |

6 Cena dekodera

Niezależnie od tego, czy respondenci wybrali zakup dekodera czy nowego telewizora proszono ich o wskazanie akceptowalnej – z punktu widzenia ich możliwości finansowych - ceny dekodera. Na pytanie nie odpowiadali wyłącznie ci, którzy zadeklarowali, że już mają telewizor przystosowany do odbioru cyfrowego.

Niewiele osób jest skłonnych zapłacić za dekodery 500zł lub więcej (11,1%), niewielu jest również skłonnych do zapłacenia ok. 400 zł lub ok. 300 zł. Akceptowalna przez większość cena dekodera to kwota w granicach ok. 100 zł – ok. 200 zł. 13,5% nie byłoby skłonnych zapłacić za dekodery do 50 zł

Odrębnie obliczono dane dla respondentów, którzy zadeklarowali, że w sytuacji wyboru zdecydowałoby się na dekodery. W tej grupie zdecydowanie niższy jest odsetek osób, które nie byłyby skłonne zapłacić za dekodery do 50 zł (tylko 3,7%).

| Czy z punktu widzenia Pana(i) gospodarstwa domowego do przyjęcia byłaby cena dekodera w wysokości: N=883 | Tak | Nie | Odmowa odpowiedzi | Nie dotyczy -zadeklarował, że może zapłacić wyższą kwotę |
|---|-------|-------|-------------------|---|
| 500 zł lub więcej? | 11,1% | 86,6% | 2,3% | ----- |
| ok. 400 zł? | 2,2% | 83,9% | 2,8% | 11,1% |
| ok. 300 zł? | 10,3% | 73,9% | 2,4% | 13,4% |
| ok. 200 zł? | 18,6% | 55,3% | 2,3% | 23,7% |
| ok. 100 zł? | 26,3% | 29,2% | 2,2% | 42,3% |
| do 50 zł? | 15,7% | 13,5% | 2,2% | 68,6% |

| Czy z punktu widzenia Pana(i) gospodarstwa domowego do przyjęcia byłaby cena dekodera w wysokości: N=338 (osoby, które zadeklarowały zakup dekodera) | Tak | Nie | Odmowa odpowiedzi | Nie dotyczy - zadeklarował, że może zapłacić wyższą kwotę |
|---|-------|-------|-------------------|---|
| 500 zł lub więcej? | 12,2% | 87,8% | | ----- |
| ok. 400 zł? | 2,4% | 85,1% | ,3% | 12,2% |
| ok. 300 zł? | 9,1% | 75,4% | ,8% | 14,6% |
| ok. 200 zł? | 22,4% | 53,5% | ,3% | 23,8% |
| ok. 100 zł? | 33,4% | 20,2% | ,3% | 46,2% |
| do 50 zł? | 16,7% | 3,7% | | 79,6% |

7 Opinie na temat cech naziemnej telewizji cyfrowej

Ponieważ wszystkie wymienione cechy naziemnej telewizji cyfrowej są z natury rzeczy zaletami w analizie brano pod uwagę przede wszystkim odpowiedzi skrajnie pozytywne czyli „cecha bardzo ważna” oraz odpowiedzi negatywne („cecha raczej/zdecydowanie nieważna”).

Najbardziej atrakcyjną zaletą naziemnej telewizji cyfrowej jest jakość obrazu i dźwięku, dla 51,0% Polaków jest to bardzo ważne oraz większa liczba dostępnych programów (bardzo ważne dla 38,2% Polaków).

| Przedstawię teraz Panu(i) cechy naziemnej telewizji cyfrowej, których nie ma tradycyjna analogowa telewizja naziemna. O każdej z nich proszę powiedzieć, czy jest ona dla Pana(i) ważna czy też nieważna? N=1046 | Bardzo ważna | Raczej ważna | Raczej nieważna | Zdecydowanie nieważna | Trudno ocenić |
|---|--------------|--------------|-----------------|-----------------------|---------------|
| Lepsza jakość obrazu i dźwięku | 51,0% | 35,3% | 5,4% | 2,1% | 5,5% |
| Większa liczba dostępnych programów, | 38,2% | 35,8% | 15,3% | 5,4% | 4,8% |
| Elektroniczny przewodnik po programach dzięki któremu na ekranie widzi się program telewizyjny wszystkich kanałów jakie można odbierać - kupowanie papierowego programu nie będzie już niezbędne | 21,9% | 37,5% | 22,5% | 8,4% | 8,9% |
| Usługa "Wideo na życzenie" czyli wirtualna wypożyczalnia filmów i programów. Można w każdej chwili wybrać film za pomocą pilota i obejrzeć go w dogodnej porze- tak jak film na płycie DVD. | 18,9% | 27,7% | 28,6% | 14,8% | 8,9% |
| Możliwość rozwoju regionalnej oferty programowej poprzez zwiększenie liczby nadawców lokalnych (dzięki obniżeniu kosztów nadawania) a co się z tym wiąże możliwość zwiększenia liczby programów regionalnych. | 15,6% | 40,0% | 24,3% | 8,4% | 10,2% |
| Możliwość tworzenia nowego typu interaktywnych programów np. programów współtworzonych przez widzów jako formy dyskusji o problemach życiowych (dzięki obniżeniu kosztów nadawania) | 12,8% | 31,5% | 28,4% | 12,1% | 13,5% |
| Większy dostęp do edukacji wynikający z większej ilości programów. | 21,6% | 47,5% | 15,0% | 6,5% | 8,1% |
| Większy dostęp do informacji wynikający z większej ilości programów | 20,3% | 48,6% | 16,0% | 5,9% | 8,2% |
| Większy dostęp do rozrywki wynikający z większej ilości programów. | 17,9% | 46,0% | 19,9% | 6,5% | 8,9% |
| Większy dostęp do kultury wynikający z większej ilości programów | 21,4% | 46,8% | 17,6% | 4,8% | 8,6% |

Można odnieść wrażenie, że wielu Polaków nie docenia możliwości, jakie daje naziemna telewizja cyfrowa. Ilustruje to między innymi ranking cech uznanych za nieważne (łącznie „raczej” i „zdecydowanie”) przez najliczniejszą grupę badanych:

- usługa „wideo na życzenie” – 43,4% uznaje ją za nieważną
- możliwość tworzenia nowego typu interaktywnych programów współtworzonych przez widzów – 40,5% uznaje to za nieważne
- możliwość rozwoju regionalnej oferty programowej poprzez zwiększenie liczby nadawców lokalnych – 32,7% uznaje to za nieważne
- elektroniczny przewodnik po programach – 30,9% uznaje go za nieważny.

Warto przy tym zauważyć, że oferowany przez naziemną telewizję cyfrową większy dostęp do edukacji, do kultury, do informacji, do rozrywki znacznie częściej jest traktowany jako „raczej ważny” niż jako „bardzo ważny”.

To wszystko skłania do refleksji, że uwaga większości koncentruje się na najbardziej wymiernych, bezdyskusyjnych cechach telewizji cyfrowej: lepiej widać i słyszeć oraz jest więcej programów.

7.1 Zalety telewizji cyfrowej skłaniające do szybkiego jej zaakceptowania

Opisaną powyżej tendencję świetnie ilustruje opinia na temat trzech najważniejszych zalet telewizji cyfrowej. Pytanie o najważniejsze zalety było pytaniem projekcyjnym, odnosiło się do przeciętnych Polaków, w pytaniu o ważność poszczególnych cech proszono o ocenę „dla siebie osobiście”.

Zarówno dla „przeciętnych Polaków” jak i „dla siebie osobiście” najważniejsza jest jakość obrazu i dźwięku oraz ilość programów.

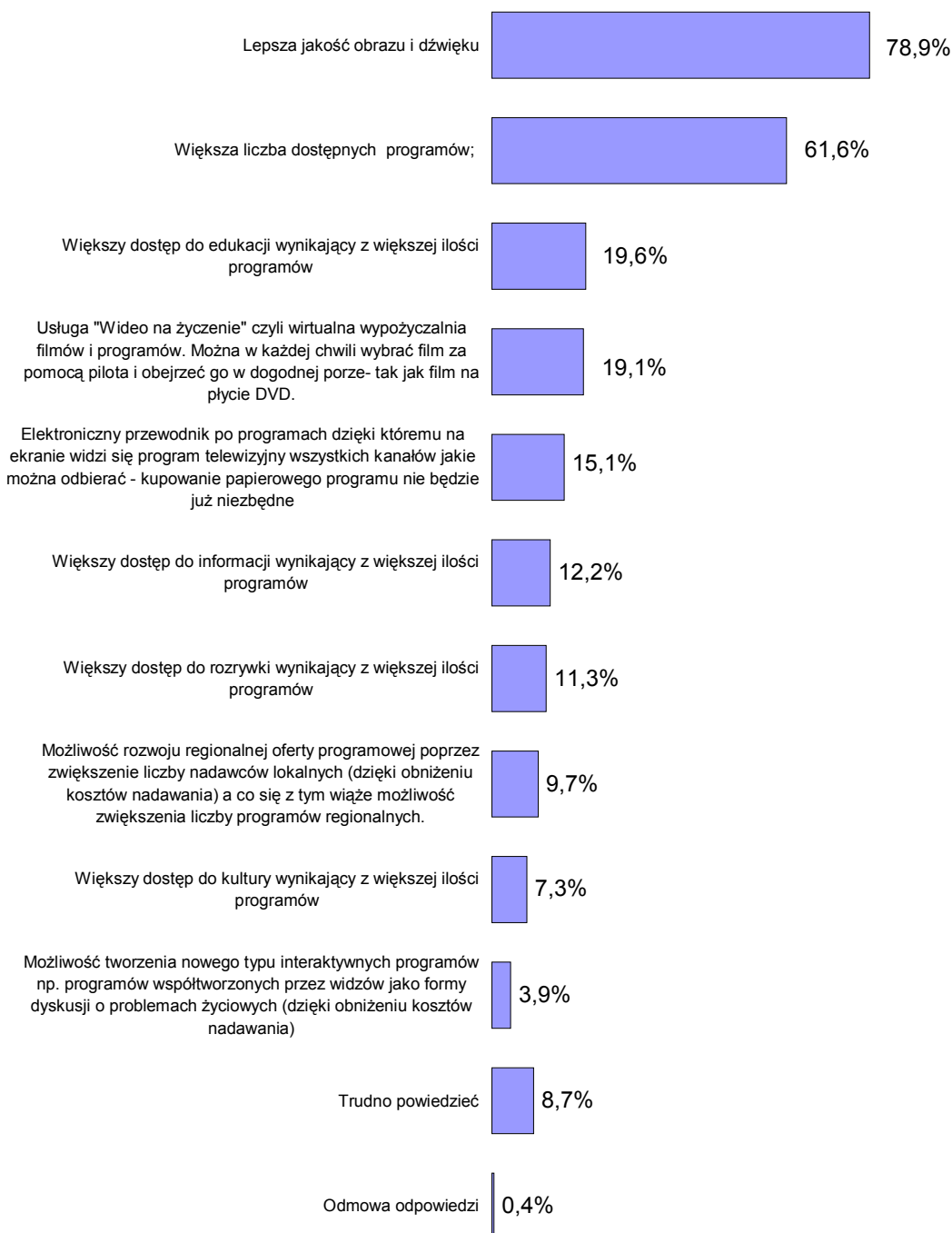
Dla treści planowanej kampanii informacyjnej ważne będzie położenie szczególnie dużego nacisku na najbardziej atrakcyjne cechy telewizji cyfrowej: dużą poprawę jakości odbioru oraz znaczące rozszerzenie oferty programowej.

Rysunek 7

Jakie zalety naziemnej telewizji cyfrowej mogłyby skłonić, Pana(i) zdaniem, przeciętnych Polaków do szybkiego zaakceptowania tej telewizji?

Wybór 3 najważniejszych

N=1046



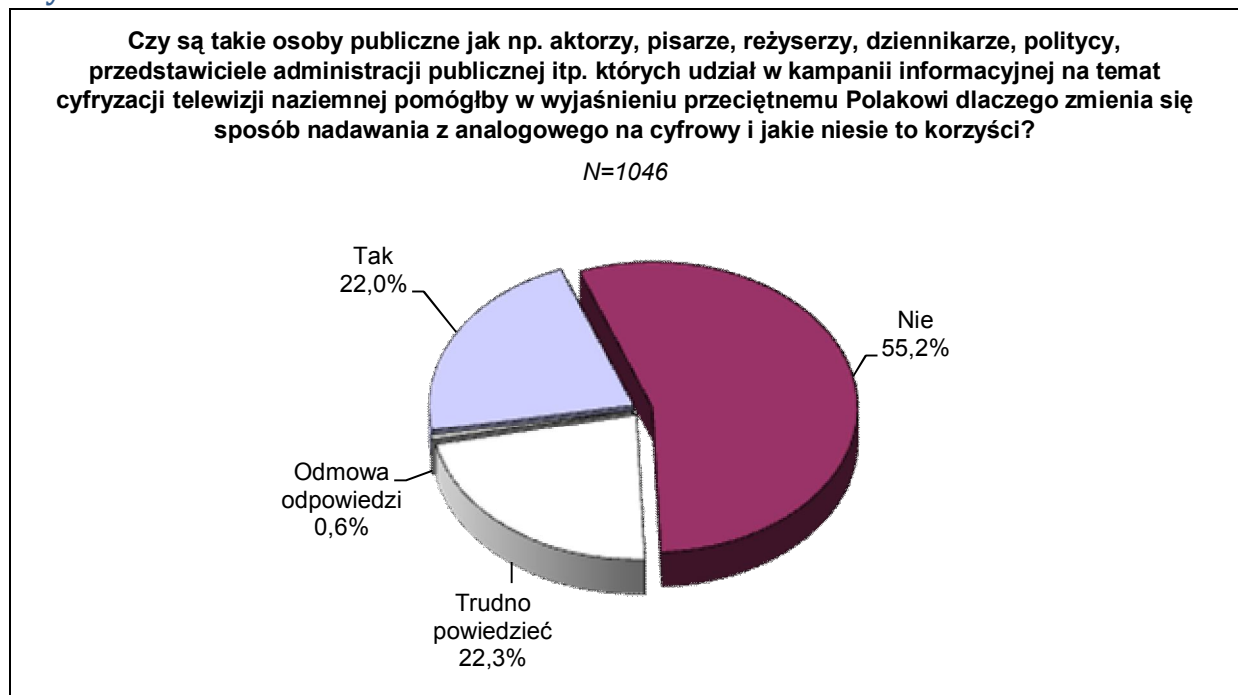
8 Kampania informacyjna na temat cyfryzacji telewizji

W kampaniach społecznych czasami wykorzystuje się – podobnie jak w kampaniach reklamowych – znane i popularne osoby, zwłaszcza aktorów/aktorki i sportowców.

8.1 Personalizacja kampanii („twarz kampanii”)

Opinie na temat „twarzy” kampanii informacyjnej poświęconej cyfryzacji telewizji są bardzo podzielone. Połowa Polaków jest temu przeciwna (55,2%), duża część nie ma zdania na ten temat (22,3%). Zwolennikami takiego sposobu promowania cyfryzacji jest 22,0% Polaków.

Rysunek 9



Żaden z branych pod uwagę czynników różnicujących (płeć, wiek, wykształcenie, status zawodowy itd.) nie zmienia tej tendencji, przeważa opinia iż tej kampanii „twarz” jest niepotrzebna.

8.1.1 Propozycje personalne

Respondenci, którzy opowiedzieli się za personalizacją kampanii wskazywali osoby, których udział pomógłby w wyjaśnieniu dlaczego zmienia się sposób nadawania z analogowego na cyfrowy i jakie niesie korzyści.

Najliczniejsza grupa respondentów nie wskazała z nazwiska żadnej osoby tylko ogólnie opisała jej status jako „aktor, znany aktor, lubiany aktor” (19,1%).

Wśród wymienionych nazwisk również dominują aktorzy – z Markiem Konradem na czele oraz w drugiej kolejności dziennikarze telewizyjni. Politycy nie są w tej roli pożądanymi.

Stosunkowo liczna grupa nie potrafiła spontanicznie wskazać żadnej osoby (17,1%).

| Jakie są to osoby? N=230 | |
|-----------------------------|------|
| Marek Kondrat | 7,8% |
| Tomasz Lis, | 4,9% |
| Cezary Pazura | 4,2% |
| Kamil Durczok | 3,6% |
| Piotr Fronczewski | 2,3% |
| Krystyna Czubówna | 2,0% |
| Daniel Olbrychski | 1,9% |
| Tomasz Kot | 1,7% |
| Krystyna Janda | 1,6% |
| Małgorzata Foremniak | 1,6% |
| Krzysztof Ibisz | 1,4% |
| Beata Tyszkiewicz | 1,3% |
| Jerzy Stuhr | 1,3% |
| Maciej Orłoś | 1,2% |
| Kazimierz Kaczor | 1,1% |
| Krzysztof Kolberger | 1,1% |
| Michał Żebrowski | 1,1% |
| Andrzej Wajda | 1,0% |
| Anna Dymna | 1,0% |
| Artur Żmijewski | 1,0% |
| Donald Tusk | ,9% |
| Lech Kaczyński | ,9% |
| Paweł Małaczyński | ,9% |
| Borys Szyc | ,8% |
| Tomasz Karolak | ,8% |
| Bogusław Linda | ,7% |
| Filip Bobek | ,7% |

| Jakie są to osoby? N=230 | |
|-----------------------------|-----|
| Grażyna Torbicka | ,7% |
| Janusz Gajos | ,7% |
| Justyna Pochanke | ,7% |
| Katarzyna Zielińska | ,7% |
| Krzysztof Krawczyk | ,7% |
| Piotr Adamczyk | ,7% |
| Szymon Majewski, | ,7% |
| Ferdynand Kiepski | ,6% |
| Jan Nowicki | ,6% |
| Jan Pospieszalski | ,6% |
| Maciej Kurzajewski | ,6% |
| Piotr Machalica | ,6% |
| Steven Spilberg | ,6% |
| Waldemar Pawlak | ,6% |
| Doroła Gawryluk | ,5% |
| Jerzy Owsiak | ,5% |
| kabaret Ani MruMru | ,5% |
| Krzysztof Zanussi | ,5% |
| Kuba Wojewódzki | ,5% |
| Mateusz Damięcki | ,5% |
| Sean Connery | ,5% |
| Tomasz Raczek | ,5% |
| Tomasz Sianecki | ,5% |
| Władysław Bartoszewski | ,5% |
| Adam Słodowy | ,4% |
| Agnieszka Chylińska | ,4% |
| Artur Barciś | ,4% |

| Jakie są to osoby? N=230 | |
|-----------------------------|-----|
| Cezary Źak | ,4% |
| Danuta Stenka | ,4% |
| Dorota Wellman | ,4% |
| Hubert Urbański | ,4% |
| Jacek Źakowski, | ,4% |
| Jan Englert | ,4% |
| Jan Kobuszewski | ,4% |
| Janusz Weis | ,4% |
| Joanna Brodzik, | ,4% |
| Karol Strasburger | ,4% |
| Małgorzata Kożuchowska | ,4% |
| Marcin Prokop | ,4% |
| Mariusz Walter | ,4% |
| Monika Olejnik | ,4% |
| Olaf Lubaszenko | ,4% |
| Piotr Farfał, | ,4% |
| Piotr Małaczyński | ,4% |
| Wisława Szymborska | ,4% |
| Wojciech Mann | ,4% |
| Zygmunt Chajzer, | ,4% |
| Andrzej Grabowski | ,3% |
| Danuta Holecka | ,3% |
| Elżbieta Jaworowicz | ,3% |
| Jarosław Kulczycki | ,3% |
| Jolanta Kwaśniewska | ,3% |
| Kazimierz Kutz | ,3% |
| Magda Molek | ,3% |

| Jakie są to osoby? | |
|---------------------------|-----|
| N=230 | |
| Michał Kamiński | ,3% |
| Tadeusz Cymański | ,3% |

| Jakie są to osoby? | |
|--|-------|
| Ogólne określenia | |
| N=230 | |
| Aktorzy, znani aktorzy, aktorzy którzy potrafią przekonać/ popularni aktorzy telewizyjni. | 19,1% |
| Dziennikarze/znani dziennikarze/ Publicyści | 9,0% |
| Przedstawiciele stacji telewizyjnych, pracownicy telewizji, specjaliści zatrudnieni w TV, osoby pracujące w telewizji, Osoby związane z TV publiczną, technicy telewizyjni | 3,3% |
| Fachowcy znający dobrze temat, fachowcy od telewizji, informatycy od telewizji cyfrowej, specjalista branżowy, Osoby kompetentne , którzy się na tym znają i w sposób prosty wyjaśniliby zasady działania dekodeków, | 3,0% |
| Prezenterzy telewizyjni, spikerzy TV, | 2,7% |
| Dziennikarze telewizyjni/ redaktorzy telewizyjni | 2,0% |
| Politycy | 1,3% |
| Piosenkarze | 1,1% |
| Satyrycy | ,5% |
| Reżyserzy | ,4% |
| Sportowcy | ,4% |
| Inne odpowiedzi (Niedzicki-redaktor, programy popularno – naukowe/osoby z kultur/osoby znane i znające temat/ osoby lubiane przez opinię publiczną/ To może być każda osoba, która będzie miała wiedzę na ten temat/ Barbara z M-jak miłość żona Lucjana Pyrkosza. | 3,7% |
| Trudno mi wskazać nazwisko osoby. | 17,5% |

8.2 Źródła informacji na temat cyfryzacji telewizji

Respondenci otrzymali listę na której zamieszczono jednocześnie różnych kanałów informacji, które można wykorzystać w kampanii nt cyfryzacji. Mieli także możliwość zaproponowania innych – spoza listy - źródeł informacji (było to pytanie pólotwarte). W tabeli zaznaczono numer jaki dane źródło miało na liście.

Najważniejszym kanałem informacyjnym jest telewizja ogólnopolska wraz ze specjalnym programem poświęconym cyfryzacji telewizji. Wskazała ją ponad połowa Polaków (57,4%). Biorąc pod uwagę zasięg poszczególnych telewizji (tylko TVP 1 oraz TVP 2 obejmuje swoim zasięgiem ponad 99% mieszkańców Polski) oraz zróżnicowany profil społeczno-demograficzny audytorium poszczególnych stacji (np. TVN – mieszkańcy dużych miast) w praktyce oznacza to, że taki specjalny program poświęcony cyfryzacji telewizji powinien być emitowany zarówno przez nadawców publicznych jak i prywatnych.

Wiadomo z różnych badań, że istnieje skłonność do wskazywania pierwszej odpowiedzi na liście (jeśli ta odpowiedź jest do przyjęcia dla respondenta). Z tego powodu, ze względu na oczywistość skojarzeń, telewizja została umieszczona na 7 miejscu na liście, respondenci zanim wskazali na telewizję musieli zastanowić się nad innymi źródłami informacji.

Drugim najczęściej wskazywanym kanałem informacyjnym jest mailing: przesyłanie ulotek informacyjnych na adres domowy lub wrzucanie ich do skrzynek pocztowych (36,9%).

Trzecim najczęściej wskazywanym rozwiązaniem jest założenie specjalnej bezpłatnej linii telefonicznej, gdzie można zadać pytania, wyjaśnić wątpliwości itp. (24,1%).

Wspólną cechą charakterystyczną najczęściej wybieranych źródeł informacji jest to, że nigdzie nie trzeba chodzić, informacja niejako sama do człowieka dociera, są to źródła wygodne. Dzięki specjalnej linii telefonicznej może być to również informacja zindywidualizowana, przystosowana do potrzeb konkretnej osoby.

Pozostałe źródła zostały wskazane przez mniej niż 15% Polaków. Dotarcie do nich wymaga wyjścia z domu, bardziej angażują uwagę (np. żeby zabrać ulotkę do domu) z kolei telewizja regionalna nie ma tak dużego audytorium jak ogólnopolska. Tym niemniej warto rozważyć zaangażowanie telewizji regionalnej w okresie poprzedzającym wyłączenie nadawania analogowego na danym obszarze.

| Nr na liście | <p>Wyłączenie tradycyjnej naziemnej telewizji analogowej nastąpi w 2013 r. Zanim to nastąpi prowadzona będzie kampania informacyjna na temat planowanych zmian.</p> <p>Z jakich źródeł chciał(a)by Pan(i) otrzymywać informacje na temat cyfryzacji telewizji? Proszę o wskazanie trzech najważniejszych dla Pana(i) źródeł.</p> <p>N=1046</p> | |
|--------------|---|-------|
| 7 | Specjalne programy telewizji ogólnopolskiej poświęcone cyfryzacji telewizji | 57,4% |
| 2 | Ulotki informacyjne przesyłane na adres domowy wrzucane do skrzynek pocztowych | 36,9% |
| 1 | Specjalna bezpłatna linia telefoniczna, gdzie można zadzwonić, zadać pytania, wyjaśnić wątpliwości itp. | 24,1% |
| 3 | Ulotki informacyjne dostępne w sklepach centrach handlowych | 14,7% |
| 8 | Specjalne programy telewizji regionalnej poświęcone cyfryzacji telewizji | 13,0% |
| 6 | Plakaty billboardy | 12,5% |
| 9 | Specjalne programy radiowe poświęcone cyfryzacji telewizji | 10,6% |
| 10 | Specjalne punkty informacyjne gdzie można przyjść, zadać pytania, wyjaśniać | 10,0% |
| 4 | Ulotki informacyjne dostępne na poczcie | 7,2% |
| 5 | Ulotki informacyjne dostępne w urzędzie dzielnic gminy | 4,4% |
| 11 | Zamieszczenie na środkach transportu informacji o dacie wyłączenia nadawania analogowego oraz o telefonach i adresach punktów informacyjnych | 3,2% |
| 12 | Nie chcę otrzymywać żadnych informacji ponieważ nie interesuje mnie korzystanie z telewizji cyfrowej | 6,1% |
| 13 | Nie potrzebuję żadnych informacji o cyfryzacji telewizji ponieważ jestem dobrze zorientowany w tej sprawie | 3,7% |
| 14 | Inna odpowiedź | 1,6% |
| niewidoczny | Odmowa odpowiedzi | 3,7% |

Brak zainteresowania informacjami nt cyfryzacji telewizji motywowany brakiem zainteresowania korzystaniem z telewizji cyfrowej został poddany osobnej analizie. Niewielki – w skali ogółem - odsetek Polaków wyrażających taką opinię (6,1%) rośnie dwu- lub trzy-krotnie w niektórych grupach wyróżnionych ze względu na swoje cechy społeczne.

Nie są zainteresowani, w większym stopniu niż ogół Polaków:

- żyjący w 1 – osobowych gospodarstwach domowych (18,8%)
- nie korzystający ani z telefonu komórkowego ani z komputera/laptopa ani z Internetu (16,7%); w grupie korzystającej z telefonu komórkowego, ale nie korzystającej z komputera/laptopa i Internetu odsetek ten spada o 6 punktów procentowych (10,7%)
- liczący 65 lat i więcej (16,0%)
- oceniający źle swoje warunki materialne (13,9%)
- emeryci (12,0%).

8.3 Długość kampanii

Większość Polaków uważa, że potrzeba będzie bardzo dużo/dużo albo sporo czasu na wyjaśnienie przeciętnemu Polakowi dlaczego zmienia się sposób nadawania z analogowego na cyfrowy i jakie to niesie korzyści (łącznie „bardzo dużo lub dużo/sporo czasu” 59,4%).

Rysunek 10



Opinie na ten temat są różnicowane przez cechy społeczno-demograficzne. Najbardziej charakterystyczna odpowiedź, że na wyjaśnienie przeciętnemu Polakowi potrzeba „będzie bardzo dużo lub dużo czasu ponieważ cyfryzacja telewizji w ogóle nie jest prostą sprawą” została poddana głębszej analizie. Sądzi, że cyfryzacja telewizji nie jest dla przeciętnego Polaka prostą sprawą:

- 36,5% osób w wieku 65+
- 31,5% osób z wykształceniem podstawowym
- 30,5% osób nie korzystających ani z telefonu ani z komputera ani z Internetu; 24,3% osób nie korzystających z komputera ani z Internetu
- 26,3% emerytów
- 23,9% odbierających telewizję za pośrednictwem sieci naziemnej (dla porównania tylko 15,0% odbierających telewizję za pośrednictwem sieci satelitarnej)
- 23,0% mieszkańców wsi.

W bezpośrednim pytaniu o obawy samego respondenta niewielu badanych przyznało się do obaw związanych z bardziej skomplikowaną obsługą telewizora, ale w tym pytaniu przede wszystkim wybierano odpowiedź, że obawiają się poniesienia dodatkowych kosztów (a można było dać tylko jedną odpowiedź – nic dziwnego, że koszty budzą większe obawy niż skomplikowanie obsługi telewizora).

Tym niemniej wiele osób obawia się cyfryzacji telewizji ponieważ ich zdaniem nie jest to prosta sprawa. Świadczy o tym także wysoki odsetek Polaków uważających, że wytłumaczenie przeciętnemu Polakowi będzie wymagało sporo czasu ponieważ wiele rzeczy trzeba będzie wyjaśnić np. sprawy techniczne. Taka opinia jest często spotykana także wśród osób młodych np. 51,2% Polaków w wieku 18 – 24 lata uważa, że na wyjaśnienie potrzeba będzie sporo czasu.

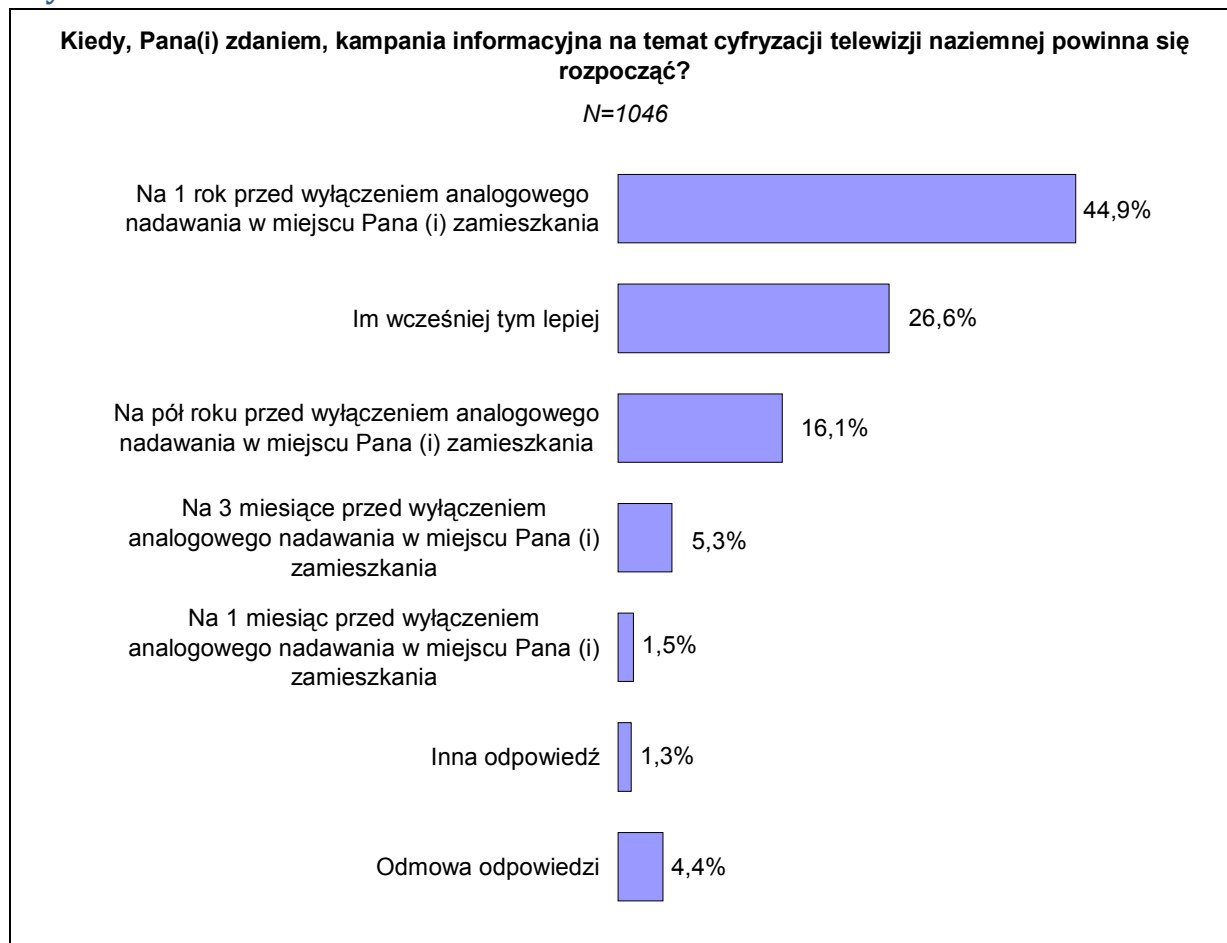
Bardzo duże zróżnicowania opinii wiążą się również z posiadanymi kompetencjami teleinformatycznymi. Osoby nie korzystające ani z telefonu komórkowego ani z komputera/laptopa ani z Internetu rzadko odpowiadają, że wyjaśnienie cyfryzacji telewizji przeciętnemu Polakowi będzie wymagało tyle czasu ile nauczenie się obsługi jakiegoś prostego urządzenia (14,8%). Takie przekonanie trzykrotnie częściej spotyka się u osób korzystających z tych trzech instrumentów (43,1%).

| Wskaźnik kompetencji teleinformatycznych | Jak Pan(i) sądzi, czy wyjaśnienie przeciętnemu Polakowi w trakcie kampanii informacyjnej dlaczego zmienia się sposób nadawania z analogowego na cyfrowy i jakie to niesie korzyści będzie wymagało: N=1046 | | | | | |
|--|---|---|--|----------------|-------------------|--------|
| | bardzo dużo lub dużo czasu ponieważ w ogóle nie jest to prosta sprawa | sporo czasu, ponieważ wiele rzeczy trzeba będzie wyjaśnić np. sprawy techniczne | tyle czasu ile nauczenie się obsługi jakiegoś prostego urządzenia – cyfryzacja telewizji nie jest sprawą skomplikowaną | Inna odpowiedź | Odmowa odpowiedzi | ogółem |
| Nie korzysta ani z telefonu komórkowego, ani z komputera ani z Internetu | 30,5% | 37,6% | 14,8% | 2,9% | 14,3% | 100,0% |
| Korzysta tylko z jednego instrumentu komunikowania (najczęściej jest to komórka) | 19,7% | 40,9% | 29,7% | 1,8% | 7,9% | 100,0% |
| Korzysta z dwóch instrumentów (najczęściej jest to para; komórka-komputer) | 15,5% | 47,9% | 29,6% | 1,4% | 5,6% | 100,0% |
| Korzysta zarówno z komórki, komputera jak i Internetu. | 12,0% | 42,5% | 43,1% | ,6% | 1,9% | 100,0% |

Warto przy tym zauważyć, że już korzystanie z telefonu komórkowego znacznie wpływa na charakter wyrażanej opinii - zmniejsza obawy związane z cyfryzacją telewizji. W grupie Polaków korzystających przynajmniej z jednego instrumentu komunikowania, a najczęściej jest to komórka, dwukrotnie wzrasta odsetek osób uważających, że wyjaśnienie cyfryzacji telewizji nie jest sprawą skomplikowaną.

Polacy pytani bardziej konkretnie o czas trwania kampanii informacyjnej uważają, że kampania powinna być długa. Najlichniesza grupa Polaków sądzi, że powinna się ona rozpocząć na 1 rok przed wyłączeniem analogowego nadawania na danym obszarze (44,9%), a część jest zdania, że im wcześniej tym lepiej (26,6%). Łącznie odpowiedzi wskazujących na długą kampanię jest 71,5%. Pod tym względem nie ma istotnych różnicowań opinii.

Rysunek 11



9 Fazy kampanii

W analizie wyników wskazano szereg cech sprzyjających wykluczeniu społecznemu związanemu z cyfryzacją telewizji. Obok czynników o charakterze społeczno-ekonomicznym takim jak złe warunki materialne gospodarstwa domowego, wielodzietność, niskie wykształcenie, wiek (zwłaszcza 65+), prowadzenie 1-osobowego gospodarstwa domowego, niski status zawodowy lub jego brak (emeryci, renciści, robotnicy niewykwalifikowani), istotny jest również czynnik pre-cywilizacyjny czyli nie korzystanie z technologii teleinformatycznych. Ten czynnik jest skorelowany z warunkami ekonomicznymi – w społeczeństwach zamożnych poziom korzystania z technologii teleinformatycznych jest wyższy.

Nie można też pominąć całkiem faktu, że są gospodarstwa domowe dysponujące komputerem, dostępem do Internetu, a nie wszyscy z tego korzystają. 17% respondentów z gospodarstw domowych posiadających komputer osobiście z niego nie korzysta; podobne dane dotyczą korzystania z Internetu.

| | Korzysta osobiście z komputera | Nie korzysta osobiście z komputera | Ogółem |
|---|---------------------------------------|---|--------|
| Posiada w swoim gospodarstwie domowym komputer | 82,9% | 17,1% | 100,0% |
| Nie posiada w swoim gospodarstwie domowym komputera | 3,2% | 96,8% | 100,0% |
| | Korzysta osobiście z Internetu | Nie korzysta osobiście z Internetu | |
| Posiada w swoim gospodarstwie domowym dostęp do Internetu | 84,0% | 16,0% | 100,0% |
| Nie posiada w swoim gospodarstwie domowym dostępu do Internetu | 4,9% | 95,1% | 100,0% |

Kampania informacyjna musi uwzględniać dwa aspekty:

- stopień poinformowania Polaków o cyfryzacji telewizji - ponad połowa nie wie na ten temat nic/prawie nic lub niewiele (51,9%) oraz przekonanie, że wyjaśnienie powodów zmiany sposobu nadawania będzie wymagało bardzo dużo/ dużo lub sporo czasu (59,4%).
- cechy grup zagrożonych wykluczeniem.

Biorąc to pod uwagę można powiedzieć, że trzy główne cele kampanii to: 1) dostarczenie niezbędnych informacji na temat cyfryzacji telewizji, 2) zminimalizowanie – także psychologiczne - bariery finansowej związanej z koniecznością zakupu dekodera, 3) przełamanie bariery wykluczenia teleinformatycznego/cyfrowego.

9.1 Strategia

Zakładając, że kampania informacyjno-edukacyjna będzie - zgodnie z oczekiwaniami większości Polaków – długa, powinna mieć kilka faz, które pozwolą na stopniowe oswojenie się z planowaną zmianą.

W pierwszej fazie powinna koncentrować się na wyjaśnianiu „co to jest cyfryzacja telewizji”, dlaczego się ją wprowadza i kiedy to nastąpi.

W drugiej fazie przekaz powinien być skierowany przede wszystkim do osób obawiających się wzrostu kosztów w związku z cyfryzacją telewizji. Na tym etapie powinna być podana szacunkowa cena standardowego dekodera, która nie powinna przekroczyć 200 zł oraz, jeśli będzie to możliwe, informacja o możliwych dopłatach do ceny dekodera w zależności od warunków materialnych gospodarstwa domowego.

Kolejna faza powinna być skoncentrowana na osobach nie posiadających kompetencji teleinformatycznych. Jej zadaniem powinno być przekonywanie, że obsługa telewizora przystosowanego do odbioru cyfrowego lub dekodera nie jest trudna, że każdy może to zrozumieć i zrobić.

Po zakończeniu tych trzech etapów kampanii należałoby, zgodnie z zasadami, przeprowadzić badanie sprawdzające jej efektywność : czy i o ile wzrósł odsetek Polaków poinformowanych o „cyfryzacji telewizji”, poprawnie ją definiujących, czy i o ile zmniejszył się poziom zagrożenia wykluczeniem związanym z kosztami zakupu dekodera, czy i o ile zmniejszył się poziom zagrożenia związanego z brakiem kompetencji teleinformatycznych.

Ostatnia faza kampanii, poprzedzająca wyłączenie nadajników analogowych powinna być, z natury rzeczy, skoncentrowana na obszarze, który będzie przełączany na odbiór cyfrowy.

9.1.1 Strategia komunikacyjna

Najbardziej skutecznym środkiem komunikacji będą programy na temat cyfryzacji w ogólnopolskiej telewizji. Telewizor mają prawie wszyscy Polacy, jak wiadomo z wielu badań poświęcają na jej oglądanie dużo czasu (wg najnowszych danych AGB Nielsen Media Research przeciętny Polak w wieku 4+ w okresie 7-13 grudnia 2009 oglądał telewizję średnio 262 minut dziennie; dla porównania w okresie 15 – 21 czerwca 2009 było to 216 minut.).

Atrakcyjnym rozwiązaniem byłoby umieszczenie problemu „cyfryzacji telewizji” jako tematu w popularnych serialach (co w publicznej telewizji ze względu na jej misję powinno być możliwe).

Akcja mailingowa czyli przesyłanie ulotek pocztowych na adres domowy lub wrzucanie ich do skrzynek powinna obejmować w pierwszej kolejności mieszkańców obszarów wiejskich ponieważ większość z nich - 56,8% - odbiera telewizję za pośrednictwem sieci naziemnej, mieszka tam najliczniejsza grupa osób nie posiadająca kompetencji teleinformatycznych (27,7% - nie korzysta ani z telefonu komórkowego ani z komputera ani z Internetu) i na wsi żyje największa grupa (potencjalnie) wykluczonych cyfrowo (56,8% nie korzysta ani z komputera ani z Internetu).

Z zebranych danych wynika, że grupą w największym stopniu zagrożoną wykluczeniem społecznym ze względu na cyfryzację telewizji są ludzie starsi, w wieku 65 lat i więcej, a ta grupa stanowi obecnie prawie 20% mieszkańców Polski (czyli co piąty Polak jest w tym wieku). W ich przypadku najskuteczniejszym źródłem komunikacji także jest telewizja (to oni stanowią bardzo dużą część audytorium seriali telewizyjnych) mailing i specjalna infolinia telefoniczna.

Koncentracja kampanii na trzech formach komunikacji: przekazie telewizyjnym, mailingu oraz specjalnej infolinii jest odzwierciedleniem preferencji grup najbardziej zagrożonych wykluczeniem społecznym w związku z cyfryzacją telewizji.

Takie źródła informacji jak ulotki dystrybuowane w centrach handlowych/sklepach, plakaty/bilboardy są częściej wybierane przez grupy w niewielkim stopniu zagrożone wykluczeniem:

- przez mieszkańców największych miast, którzy ze zbliżoną częstotliwością wskazują na plakaty/bilboardy (23,1%) co na specjalną infolinię (25,6%); w tej grupie tylko 5,5% osób stwierdza, że nie stać ich na zakup ani dekodera ani nowego telewizora;
- przez młodych ludzi w wieku 18-24 lata, którzy podobnie często wskazują na centra handlowe/sklepy (20,9%) co na specjalną infolinię (23,5%); w tej grupie 5,7% osób odpowiada, że nie stać ich ani na zakup dekodera ani telewizora.

Zwracają też uwagę opinie rolników – równie liczna grupa wybiera centra handlowe/sklepy (20,1%) co specjalną infolinię (20,2%). Ich opinie różnią się pod tym względem od opinii ogółu mieszkańców wsi w większym stopniu preferujących mailing.

Występujące zróżnicowania opinii na temat pożądanych źródeł informacji nie zmieniają zasadniczo generalnych preferencji.

10 Ankieta

1. Czy w Pana(i) gospodarstwie domowym jest telewizor?

1) Tak

2) Nie, **przejdź do pytania 4**

2. Czy w Pana(i) gospodarstwie domowym telewizja jest odbierana za pośrednictwem sieci kablowej, sieci satelitarnej czy sieci naziemnej? **[Ankieter. Można wskazać kilka odpowiedzi].**

1. za pośrednictwem sieci kablowej

2. za pośrednictwem sieci satelitarnej

3. za pośrednictwem sieci naziemnej

7. Nie wiem

3. Czy Pana(i) gospodarstwo domowe korzysta z platformy cyfrowej:

1) Cyfra+

2) N

3) Cyfrowy Polsat

4) innej

5. nie dotyczy (nie ma telewizji satelitarnej)

4. Czy słyszał(a) Pan(i) o tym, że w Polsce – tak samo jak w innych krajach Unii Europejskiej - w ciągu kilku najbliższych lat nastąpi cyfryzacja telewizji? **[Ankieter. Chodzi o naziemną telewizję cyfrową, a nie o satelitarną telewizję cyfrową]**

1) Tak

2) Nie – **przejdź do pytania 7**

5. Jak ocenia Pan(i) poziom swojej wiedzy na temat cyfryzacji telewizji naziemnej?

1) wiem wszystko lub prawie wszystko na ten temat

2) wiem dużo, ale nie wszystko

3) są sprawy w których się orientuję i takie o których nie wiem nic lub wiem niewiele

4) wiem niewiele

5) nie wiem nic lub prawie nic na ten temat

6) w ogóle mnie to nie interesuje

6. Z czym się Panu(i) kojarzy cyfryzacja telewizji? Jak by Pan(i) ją opisał(a)? **[Ankieter. Chodzi o naziemną telewizję cyfrową, a nie o satelitarną telewizję cyfrową]**

.....

7. Urządzenia z których korzysta się na co dzień stają się coraz bardziej nowoczesne. Telefony komórkowe mają coraz więcej funkcji, komputery, Internet są znacznie szybsze niż kilka lat temu itp. W ciągu kilku najbliższych lat zmiany technologiczne obejmą także telewizję. Wyłączone zostanie tradycyjne analogowe nadawanie naziemne i możliwy będzie wyłącznie odbiór telewizji cyfrowej. Ten proces – zgodnie z zaleceniami Komisji Europejskiej – obejmie całą Unię Europejską. W niektórych krajach ten proces już się zakończył m.in. w Holandii, Szwecji, Niemczech, w Polsce zakończy się w połowie 2013 r.

Polacy korzystający obecnie z telewizji naziemnej, aby móc oglądać telewizję, będą musieli kupić dekoder do posiadanego już telewizora analogowego bądź kupić nowy telewizor wyposażony już w taki dekoder. Telewizja cyfrowa będzie miała wiele zalet, między innymi poprawi jakość obrazu i dźwięku, wyeliminowane będą zakłócenia oraz dostarczy inne dodatkowe usługi.

Czy fakt, że począwszy od drugiej połowy 2013 roku w Polsce możliwy będzie wyłącznie odbiór naziemnej telewizji cyfrowej budzi w Panu(i) jakieś obawy? Proszę o wskazanie jednej odpowiedzi.

- 1) obawiam się, że korzystanie z telewizji stanie się za bardzo skomplikowane pod względem obsługi
- 2) obawiam się, że wiąże się to z poniesieniem dodatkowych kosztów
- 3) Nie budzi to moich większych obaw
- 4) Nie budzi to moich żadnych obaw
- 5) Inna odpowiedź, jaka?.....

8. Skoro tradycyjne analogowe telewizory nie są zdolne do odbioru emisji cyfrowych, czy za bardziej korzystne w sytuacji finansowej Pana(i) gospodarstwa domowego uważa Pan(i) zakup dekodera do analogowego telewizora czy też zakup cyfrowego telewizora? Pragnę dodać, że dekoder jest kilkakrotnie tańszy niż telewizor cyfrowy. **[Ankieter. Cena telewizora cyfrowego to co najmniej 1500 zł]**

- 1) zakup dekodera do analogowego telewizora, **przejsć do pytania 10**
- 2) zakup cyfrowego telewizora, **przejsć do pytania 10**

3) żadne, nie stać mnie na zakup żadnego z tych urządzeń, **przejdź do pytania 10**

4) żadne, w ogóle nie interesuje mnie korzystanie z telewizji.

5). Już mam cyfrowy telewizor **przejdź do pytania 11**

7. Trudno powiedzieć ,**przejdź do pytania 10**

9. Dlaczego w ogóle nie interesuje Pana(i) korzystanie z telewizji?

1. Nie mam telewizora/nie zamierzam kupować telewizora

2. Wolę czytać książki

3. Wolę chodzić do kina

4. Wolę wypożyczać DVD

5. Mogę oglądać telewizję w komputerze

6. Mogę oglądać telewizję w telefonie komórkowym

7. Inne powody

10. Niezależnie od tego, czy był(a)by Pan(i) zainteresowany(a) zakupem dekodera do analogowego odbiornika telewizyjnego proszę powiedzieć jaka cena dekodera byłaby do przyjęcia z punktu widzenia możliwości finansowych Pana(i) gospodarstwa domowego?

A) Czy z punktu widzenia Pana(i) gospodarstwa domowego do przyjęcia byłaby cena dekodera w wysokości 500 zł lub więcej?

1) Tak, **przejdź do pytania 11**

2) Nie –

B) Czy z punktu widzenia Pana(i) gospodarstwa domowego do przyjęcia byłaby cena dekodera w wysokości ok. 400 zł?

1) Tak, **przejdź do pytania 11**

2) Nie

C) Czy z punktu widzenia Pana(i) gospodarstwa domowego do przyjęcia byłaby cena dekodera w wysokości ok. 300 zł?

1) Tak, **przejsć do pytania 11**

2) Nie -

D) Czy z punktu widzenia Pana(i) gospodarstwa domowego do przyjęcia byłaby cena dekodera w wysokości ok. 200 zł?

1) Tak **przejsć do pytania 11**

2) Nie

E) Czy z punktu widzenia Pana(i) gospodarstwa domowego do przyjęcia byłaby cena dekodera w wysokości ok. 100 zł?

1) Tak **przejsć do pytania 11**

2) Nie

F) Czy z punktu widzenia Pana(i) gospodarstwa domowego do przyjęcia byłaby cena dekodera w wysokości do 50 zł?

1) Tak

2) Nie

11. Przedstawię teraz Panu(i) cechy naziemnej telewizji cyfrowej, których nie ma tradycyjna analogowa telewizja naziemna. O każdej z nich proszę powiedzieć, czy jest ona dla Pana(i) ważna czy też nieważna .

| Cechy telewizji cyfrowej, których nie ma tradycyjna analogowa | Bardzo ważna | Raczej ważna | Raczej nieważna | Zdecydowanie nieważna | Trudno ocenić |
|---|--------------|--------------|-----------------|-----------------------|---------------|
| 1) Lepsza jakość obrazu i dźwięku | | | | | |
| 2) Większa liczba dostępnych programów; | | | | | |
| 3) Elektroniczny przewodnik po programach dzięki któremu na ekranie widzi się program telewizyjny wszystkich kanałów jakie można odbierać - kupowanie papierowego programu nie będzie już niezbędne | | | | | |
| 4) Usługa "Wideo na życzenie" czyli wirtualna | | | | | |

| Cechy telewizji cyfrowej, których nie ma tradycyjna analogowa | Bardzo ważna | Raczej ważna | Raczej nieważna | Zdecydowanie nieważna | Trudno ocenić |
|--|--------------|--------------|-----------------|-----------------------|---------------|
| wypożyczalnia filmów i programów. Można w każdej chwili wybrać film za pomocą pilota i obejrzeć go w dogodnej porze- tak jak film na płycie DVD. | | | | | |
| 5) Możliwość rozwoju regionalnej oferty programowej poprzez zwiększenie liczby nadawców lokalnych (dzięki obniżeniu kosztów nadawania) a co się z tym wiąże możliwość zwiększenia liczby programów regionalnych. | | | | | |
| 6) Możliwość tworzenia nowego typu interaktywnych programów np. programów współtworzonych przez widzów jako formy dyskusji o problemach życiowych (dzięki obniżeniu kosztów nadawania) | | | | | |
| 7) Większy dostęp do edukacji wynikający z większej ilości programów | | | | | |
| 8) Większy dostęp do informacji wynikający z większej ilości programów | | | | | |
| 9) Większy dostęp do rozrywki wynikający z większej ilości programów | | | | | |
| 10) Większy dostęp do kultury wynikający z większej ilości programów | | | | | |

12. Jakie zalety naziemnej telewizji cyfrowej mogłyby skłonić, Pana(i) zdaniem, przeciętnych Polaków do szybkiego zaakceptowania tej telewizji? Proszę o wskazanie 3 najważniejszych z powyższej listy

97. nie wiem

13. Wyłączenie tradycyjnej naziemnej telewizji analogowej nastąpi w 2013 r. Zanim to nastąpi prowadzona będzie kampania informacyjna na temat planowanych zmian.

Z jakich źródeł chciał(a)by Pan(i) otrzymywać informacje na temat cyfryzacji telewizji? Proszę o wskazanie trzech najważniejszych dla Pana(i) źródeł.

1) specjalna bezpłatna linia telefoniczna, gdzie można zadzwonić, zadać pytania, wyjaśnić wątpliwości itp.

2) ulotki informacyjne przesyłane na adres domowy/wrzucane do skrzynek pocztowych

- 3) ulotki informacyjne dostępne w sklepach/centrach handlowych
- 4) ulotki informacyjne dostępne na poczcie
- 5) ulotki informacyjne dostępne w urzędzie dzielnicy/gminy
- 6) plakaty/bilboardy
- 7) specjalne programy telewizji ogólnopolskiej poświęcone cyfryzacji telewizji
- 8) specjalne programy telewizji regionalnej poświęcone cyfryzacji telewizji
- 9) specjalne programy radiowe poświęcone cyfryzacji telewizji
- 10) specjalne punkty informacyjne gdzie można przyjść, zadać pytania, wyjaśnić wątpliwości itp.
- 11) zamieszczenie na środkach transportu informacji o dacie wyłączenia nadawania analogowego oraz o telefonach i adresach punktów informacyjnych
- 12) Nie chcę otrzymywać żadnych informacji ponieważ nie interesuje mnie korzystanie z telewizji cyfrowej
- 13) Nie potrzebuję żadnych informacji o cyfryzacji telewizji ponieważ jestem dobrze zorientowany(a) w tej sprawie
- 14) inna odpowiedź, jaka.....

14. Czy są takie osoby publiczne jak np. aktorzy, pisarze, reżyserzy, dziennikarze, politycy, przedstawiciele administracji publicznej itp. których udział w kampanii informacyjnej na temat cyfryzacji telewizji naziemnej pomógłby w wyjaśnieniu przeciętnemu Polakowi dlaczego zmienia się sposób nadawania z analogowego na cyfrowy i jakie to niesie korzyści?

1. Tak

2. Nie, **przejdź do pytania 15**

97. nie wiem - **przejdź do pytania 15**

14a. Jakie są to osoby, proszę wymienić?

.....

15. Jak Pan(i) sądzi, czy wyjaśnienie przeciętnemu Polakowi w trakcie kampanii informacyjnej dlaczego zmienia się sposób nadawania z analogowego na cyfrowy i jakie to niesie korzyści będzie wymagało:

1. bardzo dużo lub dużo czasu ponieważ w ogóle nie jest to prosta sprawa

2. sporo czasu, ponieważ wiele rzeczy trzeba będzie wyjaśnić, np. sprawy techniczne
3. tyle czasu ile nauczenie się obsługi jakiegoś prostego urządzenia – cyfryzacja telewizji nie jest sprawą skomplikowaną
4. inna odpowiedź, jaka.....

16. Kiedy, Pana(i) zdaniem, kampania informacyjna na temat cyfryzacji telewizji naziemnej powinna się rozpocząć?

- 1) na 1 rok przed wyłączeniem analogowego nadawania w miejscu Pana (i) zamieszkania
- 2) na pół roku przed wyłączeniem analogowego nadawania w miejscu Pana (i) zamieszkania
- 3) na 3 miesiące przed wyłączeniem analogowego nadawania w miejscu Pana (i) zamieszkania
- 4) na 1 miesiąc przed wyłączeniem analogowego nadawania w miejscu Pana (i) zamieszkania
- 5) im wcześniej tym lepiej
- 6) inna odpowiedź.....

Metryczka

Metryczka

1) Płeć

2) Rok urodzenia

3) Wykształcenie

1. Nieukończone podstawowe lub bez wykształcenia szkolnego
2. Podstawowe
3. Gimnazjalne
4. Zasadnicze zawodowe (także SPR)
5. Średnie ogólnokształcące bez matury
6. Średnie ogólnokształcące z maturą
7. Średnie zawodowe bez matury
8. Średnie zawodowe z maturą (technikum, liceum zawodowe lub techniczne)
9. Pomaturalne lub policealne

10. Wyższe z tytułem inżyniera, licencjata, dyplomowanego ekonomisty

11. Wyższe z tytułem magistra, lekarza lub równorzędnym

12. Wyższe ze stopniem naukowym doktora lub wyższym

4) Miejscowość

1) wieś

2) miasto do 19 999

3) miasto od 20 000 do 49 999

4) miasto od 50 000 do 99 999

5) miasto od 100 000 do 499 999

6) miasto 500 000 i więcej

5) Status społeczno-zawodowy

01) Dyrektorzy, prezesi i kadra kierownicza przedsiębiorstw, instytucji oraz administracji państwowej i samorządowej

02) Zawody twórcze i specjaliści z wyższym wykształceniem, inżynierowie, lekarze, prawnicy, nauczyciele;

03) Technicy i inny średni personel, pielęgniarzy, podoficerowie, policjanci

04) Pracownicy administracyjno-biurowi, sekretarki, pracownicy poczty, recepcjoniści, telefoniści

05) Pracownicy sklepów, punktów usługowych, pracownicy usług osobistych, konduktorzy, opiekunki dziecięce, pracownicy ochrony, kierowcy

06) Robotnicy wykwalifikowani i brygadziści zatrudnieni poza rolnictwem i leśnictwem

07) Pracownicy wykonujący prace proste zatrudnieni poza rolnictwem i leśnictwem; sprzątaczy, dozorczy, robotnicy pomocniczy

08) Robotnicy najemni i brygadziści zatrudnieni w rolnictwie i leśnictwie, rybacy

09) Rolnicy indywidualni i pomagający im członkowie rodzin

10) Właściciele i współwłaściciele prywatnych firm, zakładów, sklepów, punktów sprzedaży oraz agencji i inne osoby prowadzące działalność gospodarczą poza rolnictwem

11) Uczniowie, studenci

12) Renciści

13) Emeryci

14) Bezrobotni

15) Zajmujący się domem, gospodynie domowe

16) Niepracujący z innych powodów

6. Z ilu osób, łącznie z Panem(Panią) składa się Pana(i) gospodarstwo domowe?

.....

7. A ile dzieci w wieku poniżej 18 lat jest w Pana(i) gospodarstwie domowym?

.....

8. Ile wynoszą Pana(i) miesięczne dochody NETTO (na rękę)? Proszę wziąć pod uwagę Pana(i) dochody z pracy głównej wraz z premiami, nagrodami, dodatkami, dochody z prac dodatkowych, także dorywczych, renty i emerytury, stypendia oraz inne dodatkowe dochody i obliczyć średnią za ostatnie 3 miesiące.

.....

Jeśli respondent nie potrafi lub nie chce podać kwoty

9. A czy mógłby(mogłaby) Pan(i) podać przybliżone dochody? Czy mógłby(mogłaby) Pan(i) wskazać, w którym przedziale mieszczą się Pana(i) miesięcznie dochody netto?

1) Do 750 złotych

2) Od 751 do 1000 złotych

3) Od 1001 do 1450 złotych

4) Od 1451 do 2000 złotych

5) Powyżej 2000 złotych

10. Ile wynoszą miesięczne dochody NETTO na 1 osobę w Pana(i) gospodarstwie domowym? Proszę wziąć pod uwagę dochody z pracy głównej wraz z premiami, nagrodami, dodatkami, dochody z prac dodatkowych, także dorywczych, renty i emerytury, stypendia i inne dodatkowe dochody wszystkich członków Pana(i) gospodarstwa domowego i obliczyć średnią za ostatnie 3 miesiące

Jeśli respondent nie potrafi lub nie chce podać kwoty

11. A czy mógłby(mogłaby) Pan(i) podać przybliżone dochody? Czy mógłby(mogłaby) Pan(i) wskazać, w którym przedziale mieszczą się przeciętne miesięczne dochody NETTO przypadające na jedną osobę w Pana(i) gospodarstwie domowym?

- 1) Do 500 złotych
- 2) Od 501 do 750 złotych
- 3) Od 751 do 1000 złotych
- 4) Od 1001 do 1500 złotych
- 5) Powyżej 1500 złotych

12. Jak Pan(i) ocenia obecne warunki materialne swojego gospodarstwa domowego? Czy są one:

- 1) złe
- 2) raczej złe
- 3) ani dobre, ani złe
- 4) raczej dobre
- 5) dobre

13. Jak Pan(i) sądzi, czy w ciągu najbliższego roku warunki materialne Pana(i) gospodarstwa domowego:

- 1) pogorszą się
- 2) raczej pogorszą się
- 3) pozostaną bez zmian
- 4) raczej poprawią się
- 5) poprawią się

14. Czy w Pana(i) gospodarstwie domowym jest:

1. komputer osobisty/laptop
- 2 dostęp do Internetu
- 3 telefon stacjonarny
- 4 cyfrowy aparat fotograficzny
5. odtwarzacz mp3
6. DVD

15. Czy posiada Pan(i) telefon komórkowy do osobistego użytku? Proszę o wskazanie jednej odpowiedzi.

- 1) telefon komórkowy z dostępem do Internetu
- 2) telefon komórkowy bez dostępu do Internetu
- 3) Nie

16. Czy korzysta Pan(i) osobiście z komputera/laptopa?

- 1) Tak w domu
2. Tak w pracy
3. Zarówno w domu jak i w pracy
- 4) nie (nie mam komputera/laptopa ani w domu ani w pracy)

17. Czy korzysta Pan(i) osobiście z Internetu?

- 1) Tak w domu
2. Tak w pracy
3. Zarówno w domu jak i w pracy
- 4) nie (nie mam dostępu do Internetu)