



Obiceiuri, atitudini si satisfactia publicului radio si TV

Raport final de cercetare
Septembrie - Octombrie 2007

BENEFICIAR:
Consiliul National al Audiovizualului

Material realizat in cadrul proiectului “Consolidarea si dezvoltarea expertizei profesionale
în sectorul audiovizual din România - Întarirea capacitatii administrative
a autoritatilor reglementare în domeniul audiovizual”
(RO 2004/016-772.03.15.01), finantat prin programul Phare.

Continutul acestui material nu reprezinta în mod necesar pozitia oficiala
a Uniunii Europene

Pentru sesizari Phare, contactati: cfcu.phare@mfinante.ro

Noiembrie 2007



AVS/2007/3

Obiceiuri, atitudini si satisfactia publicului radio si TV

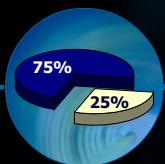
Raport de cercetare

```
00100000111101011101011111011101  
011011100100000111010101110101111  
1011101011011100100000111101010111  
0101111101110101101110010000011110  
1010111010111110111010110111001000  
0011110101011101011111011101011011  
  
0010000011110101011101011111011101  
011011100100000111010101110101111  
1011101011011100100000111101010111  
0101111101110101101110010000011110  
1010111010111110111010110111001000  
0011110101011101011111011101011011
```

A large black silhouette of a satellite dish antenna, oriented diagonally from the bottom right towards the top left. The dish is highly detailed with a grid pattern. A red line originates from the central feed horn of the dish and extends downwards and to the left, pointing to a specific '1' in a sequence of binary digits (0s and 1s) that form a diagonal across the frame. The background consists of numerous other binary digits scattered across the entire area.

10101110
000001111010
1011100100000111
1110101101110010
111110111010111
10101111

studii de piata

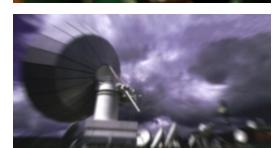
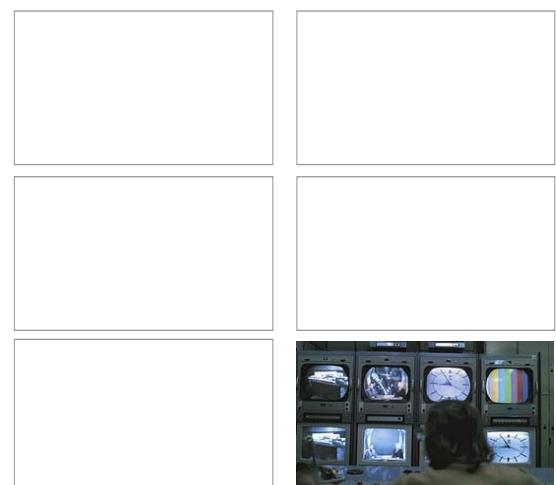


sondaje de opinie



CUPRINS

1	METODOLOGIE
3	ABSTRACT
7	DEFINIREA PROFILULUI AUDIENTEI TV
12	CARACTERIZAREA RAPORTULUI TV PUBLICA / / TV COMERCIALA, AUDIENTA POSTURILOR
26	MODALITATI SI EFECTE ALE CONSUMULUI TV
50	DEFINIREA PROFILELOR SI AUDIENTELOR RADIO
61	MODALITATI SI EFECTE DE CONSUM RADIO
73	CONSUM CULTURAL SI TEMP LIBER
75	EVALUAREA POLITICILOR PROMOVATE DE CNA
77	TABELE DE FRECVENTA



METODOLOGIE

Studiul a fost realizat prin sondaj de opinie cu intervieware la domiciliu a subiecților

Perioada de realizare a interviurilor: 6 Septembrie - 28 Septembrie. Au fost utilizați 40 de coordonatori locali, ce au condus activitatea a peste 160 de operatori.

Eșantionul utilizat: eșantion probabilist, quadristadial, stratificat în primul stadiu.

Algoritmul de construcție al eșantionului:

- *În primul stadiu* se construiesc straturi prin intersectarea regiunilor istorice ale României (Transilvania Centrală, Transilvania de Est, Transilvania de Sud, Crisana-Maramureș, Banat, Muntenia, Dobrogea, Moldova, București și Ilfov) cu tipul localității urbane (3 tipuri de localități: oraș mare - peste 100 mii alegători, oraș mediu - 50-100 mii alegători, oraș mic – sub 50 mii alegători) și tipul localității rurale. Volumul sub-eșantioanelor de localități în fiecare strat este stabilit potrivit unei scheme de alocare optimală Neyman, proporțional cu raportul dintre dispersia în localități a populației cu vîrstă de 18 ani și peste din fiecare strat și dispersia totală la nivelul României.

Această schemă de alocare are două avantaje. În primul rând permite diminuarea volumului eșantionului de localități pe strat și, în al doilea rând, obținerea unei varianțe estimate mai mică decât cea rezultată dintr-un eșantion proporțional sau din unul selectat simplu aleator.

- *În cel de-al doilea stadiu* sunt selectate aleator, din fiecare localitate reținută în eșantionul primului stadiu, secțiile de votare (punctele de eșantionare) în care se va desfășura propriu-zis ancheta de teren.

- *În cel de-al treilea stadiu* se selectează gospodăriile care vor fi cuprinse în anchetă, utilizând procedeul random route.

- *În cel de-al patrulea stadiu* se selectează individul din gospodărie conform aceluiași procedeu din stratul 3.

Distribuția națională a eșantionului este următoarea:

REGIUNE	MEDIU		Total
	urban	rural	
Moldova	263	273	536
Muntenia	449	478	927
Transilvania	507	317	824
Bucuresti si Ilfov	199	21	220
Total	1418	1089	2507



Verificarea reprezentativității eșantionului

Vârstă*

	Eșantion	Populație	Diferență
15 - 22 ani	12,0%	13,6%	-1,6
23 - 35 ani	19,3%	21,2%	-1,9
36 - 49 ani	23,1%	23,8%	-0,7
50 - 64 ani	25,6%	21,3%	4,4
peste 65 ani	19,9%	20,1%	-0,3

Sex*

	Eșantion	Populație	Diferență
Barbati	47,3%	48,7%	-1,4
Femei	52,7%	51,3%	1,4

Regiune

	Eșantion	Populație	Diferență
Moldova	21,4%	21,2%	0,2
Muntenia	37,0%	34,1%	2,8
Transilvania	32,9%	33,6%	-0,8
Bucuresti-Ilfov	8,8%	11,0%	-2,2

Mediu de rezidență

	Eșantion	Populație	Diferență
Rural	42,1%	43,4%	-1,3
Urban	57,9%	56,6%	1,3

Datele despre structura populației pe grupe de vîrste și sex sunt din Recensământul Populației și Locuințelor din 2002, de aceea unele dintre diferențele față de eșantion sunt determinate de dinamica populației.

Eșantionul final include 2507 repondenți, are o eroare de $\pm 1.96\%$ și este reprezentativ pentru populația României în vîrstă de 15 ani și peste.

Proceduri de control

Verificarea procedurilor de eșantionare în selecția unităților finale de eșantion (individ, gospodărie etc)

- Pentru cele 10% cazuri selectate în sub-eșantion, operatorii de control au urmărit respectarea instrucțiunilor de eșantionare de către operatorii de interviu
- Selecția fiind de tipul “random-route”, operatorii de control au urmărit respectarea pașilor de selecție designați de catre echipa centrală și coordonatorii



Verificarea corectitudinii aplicării chestionarelor la unitatea finală de selecție

- a. Verificarea prezenței operatorului de interviu la adresă
- b. Verificarea timpului de aplicare a chestionarului
- c. Reinvestigarea subiectului care a răspuns chestionarului
 - i. Reaplicarea intrebărilor referitoare la caracteristicile socio-demografice ale subiecților: gen, vârstă / categorie de vârstă, nivel de școlaritate, ocupație, naționalitate
 - ii. Replicarea unor intrebări factuale (luând în calcul și eventuala modificare a răspunsurilor din cauze externe interviewatorului)

In urma verificării activității operatorilor de interviu nu au fost identificate nereguli în activitatea desfășurată de aceștia.

Structura eșantionului

		Nr. persoane	%
MEDIU	urban	1418	56.6%
	rural	1089	43.4%
SEX	masculin	1187	47.3%
	feminin	1320	52.7%
GRUPE DE VÂRSTĂ	15 - 22 ani	302	12.0%
	23 - 35 ani	484	19.3%
	36 - 49 ani	580	23.1%
	50 - 64 ani	642	25.6%
	peste 65 ani	498	19.9%
STUDII	cel mult 10 clase, scoala profesionala	1296	51.7%
	liceu, scoala postliceala	906	36.1%
	studii superioare	297	11.8%
REGIUNE	Moldova	536	21.4%
	Muntenia	927	37.0%
	Transilvania	824	32.9%
	București	220	8.8%
NAȚIONALITATE	Român	2290	91.6%
	Maghiar	145	5.8%
	Rom	46	1.8%
	German	1	.0%
	Alta	17	.7%



Obiectivele studiului

1. Definirea profilului audientei TV

- 1.1. Nivel al consumului pe zilele saptamanii:
- 1.2. Numarul de ore petrecute vizionand TV (in zilele lucratoare si in zilele de week-end)
- 1.3. Nivel al consumului TV: frecventa saptamanala, nr. de ore de vizionare/sapt a emisiunilor TV nationale, nr. de ore de vizionare/sapt a emisiunilor TV locale
- 1.4. Nivel al consumului pe intervale orare(in zilele lucratoare si in zilele de week-end)
- 1.5. Audienta TV in functie de variabile socio-demografice
- 1.6. Audienta posturilor TV pe intervale orare

2. Caracterizarea raportului TV publica/TV comerciala, audienta posturilor locale

- 2.1. Canalele TV favorite
- 2.2. Audienta cumulata a TV publice (TVR1+TVR2+TVR Cultural) in functie de variabile socio-demografice
- 2.3. Audienta cumulata a TV comerciale cu profil general (PRO TV+Acasa, Prima TV, Antena1+2+3, National TV+N24, Kanal D, Realitatea TV etc= in functie de variabile socio-demografice
- 2.4. Evaluarea comparativa a consumului TV publice/TV comerciale:
- 2.5. Principalele posturi locale urmarite
- 2.6. Audienta cumulata a posturilor locale
- 2.7. Evaluarea motivatiei de consum TV

3. Modalitati si efecte de consum TV

- 3.1. Definirea locului de consum TV: spatii domestice vs spatii publice
 - locuri de consum TV pe intervale orare (in zilele lucratoare si in zilele de week-end)
 - consum TV la locul de munca
 - consum TV in locatii publice (localuri etc.)
 - consum TV in afara localitatii de domiciliu (concediu, delegatii)
- 3.2. Moduri de consum TV:
 - vizionare individual/colectiv(familie, colegi, prieteni etc.):
 - comentarea emisiunilor TV
 - vizionarea TV si alte activitati concomitente
 - modelul domestic de formulare a selectarii programelor TV urmarite
- 3.3. Determinarea surselor de documentare privind structura programelor TV (ghiduri, teletext etc.)
- 3.4. Nivelul de interes fata de categorii de emisiuni
 - nivelul de interes fata de categ. de emisiuni in functie de variabilele socio demografice
 - nivel de interes fata de categ. de emisiuni la posturi locale in functie de variabilele socio demografice
- 3.5. Efecte sociale ale consumului TV
 - nivel de acceptare a continuturilor violente in functie de variabilele socio demografice
 - emisiuni cotate cu grad ridicat de continut violent
 - efecte ale consumului TV asupra copiilor
- 3.6. Receptoare TV, calitatea receptiei si numarul de canale TV disponibile



1. Definirea profilului audientei radio

- 1.1. Nivel al consumului pe zilele saptamanii
- 1.2. Numarul de ore petrecute ascultand radio (in zilele lucratoare si in zilele de week-end)
- 1.3. Nivel al consumului radio: frecventa saptamanala, nr. de ore de auditie/sapt a emisiunilor radio nationale, media nr. de ore de auditie/sapt a emisiunilor radio locale
- 1.4. Audienta radio in functie de variabilele socio demografice (medii de rezidenta, sex si grupe de varsta, educatie, regiuni):
- 1.5. Audienta posturilor radio:
 - posturi nationale favorite
 - rate de audienta ale posturilor radio
 - profile de audienta in functie de variabilele socio demografice
- 1.6. Principalele posturi locale urmarite

3. Modalitati si efecte de consum radio

- 3.1. Definirea locului de auditie radio: spatii domestice vs spatii publice
 - locuri de auditie: posturi nationale si posturi locale
 - auditie radio la locul de munca
 - consum TV in locatii publice (localuri etc.)
- 3.2. Moduri de consum radio:
 - auditie individual/colectiv(familie, colegi, prieteni etc.)
 - comentarea emisiunilor radio
 - auditia radio si alte activitati concomitente
 - modelul domestic de formulare a selectarii emisiunilor radio ascultate
- 3.3. Determinarea surselor de documentare privind structura emisiunilor radio (ghiduri, internet etc.)
- 3.4. Nivelul de interes fata de categorii de emisiuni
 - nivelul de interes fata de categ. de emisiuni in functie de variabilele socio demografice
 - nivel de interes fata de categ. de emisiuni la posturi locale in functie de variabilele socio demografice
- 3.5. Efecte sociale ale consumului radio
- 3.6. Receptoare radio in gospodarie

V. Consum cultural si timp liber

- Moduri de petrecere a timpului liber: (in zilele lucratoare si in zilele de week-end)
- Utilizarea diverselor canale media in timpul liber

VI. Estimarea politicilor CNA (protectia consumatorului media, reglementari)

- 4.1. Cunoasterea activitatilor si recomandarilor CNA
- 4.2. Evaluarea utilizarii limbii romane/limbilor straine in continutul media

Pentru a realiza obiectivele propuse au fost utilizate întrebări închise, deschise (care au fost apoi recodificate), de tip tabel, cu răspunsuri unice sau multiple.



ABSTRACT

TELEVIZIUNE

Foarte mulți dintre români se uită la televizor zilnic, iar media numărului de ore petrecut în fața acestuia este de 4-5. În week-end consumul TV este mai mare decât în cursul zilelor lucrătoare, atât ca procent de telespectatori cât și ca număr mediu de ore, pe orice interval orar. Intervalul orar în care se uită la televizor cei mai mulți dintre români este între 21-24, iar cel în care se uită cei mai puțini corespunde programului de lucru, fiind între 9-15.

Aproape toți românii (95%) urmăresc programe TV cel puțin de câteva ori pe săptămână, de aceea diferențele dintre subgrupurile de telespectatori, în funcție de criterii socio-demografice, nu sunt semnificative statistic. Astfel, spre exemplu adulții cu vârstă cuprinsă între 35-49 de ani, cei cu studii medii și superioare, din mediul urban, tendențial se uită la televizor într-o măsură mai mare decât celelalte sub-categorii.

Comportamentul de consum TV este foarte diversificat, iar piața audio-vizuală din România are un puternic caracter competitiv. Conform declarațiilor spontane afișate la o întrebare deschisă, cele mai urmărite canale sunt, în ordine, Pro TV, Antena 1, TVR 1 și Realitatea TV. De precizat, că locurile 3 și 4 din acest clasament comportă o ordine inversă, situând Realitatea TV înaintea TVR1, dar în consecința unei întrebări închise.

Publicul celor mai urmărite două posturi TV, Pro TV și Antena 1, are un profil socio-demografic foarte asemănător. Aceste două canale de televiziune sunt urmărite îndeosebi de persoane care locuiesc în mediul urban, în special în București, au un nivel mediu de educație, cu concentrări semnificative pe intervalele de vârstă 25-34, și respectiv 35-49 de ani. Cei care urmăresc Realitatea TV sunt cu precădere orășeni, cu o concentrare specială în zona Moldova, având studii superioare și vârstă între 35 și 65 de ani. Profilul telespectatorilor TVR 1 este foarte diferit, aceștia fiind mai degrabă rezidenți din mediul rural, din regiunile Moldova și Muntenia, în vîrstă de peste 65 de ani și cu un nivel de educație scăzut. Canalele publice TVR1 și TVR2 au o audiență mai scăzută comparativ cu cele mai vizionate posturi comerciale (Pro TV, Antena 1 și Realitatea TV).

Posturile TV locale sunt urmărite de un sfert din populație, cele mai populare fiind studiourile regionale ale canalelor TV cu cea mai mare audiență, Pro Tv și Antena1. Interesul față de programele televiziunilor locale este orientat în principal către emisiuni de știri, programe de muzică și divertisment.

Suportul motivațional al consumului TV privește următoarele dimensiuni comportamentale: nevoia de informare, dorința de relaxare, trebuințe de ordin cultural (filme de ficțiune, muzică). Consumul TV are în România un pronunțat caracter privat și domestic, procentul de persoane care urmărește programe TV în alte spații în afara locuinței proprii fiind foarte mic.

Cele mai urmărite tipuri de emisiuni TV sunt știrile, programele muzicale și de divertisment și filmele artistice. Publicul emisiunilor TV este foarte diferit în funcție de tipul acestor producții teleculatrale.



Astfel, publicul emisiunilor culturale este alcătuit mai degrabă din sub categoria tinerilor, a celor cu studii superioare și a celor din mediul urban, în timp ce publicul emisiunilor de divertisment este mai bine reprezentat la nivelul tinerilor și a celor cu studii medii. Emisiunile sportive sunt urmărite mai degrabă de bărbați, cu vârstă și nivel de educație medii, iar cele religioase de către femei, vârstnice, din mediul rural, cu nivel de educație scăzut sau mediu.

Respondenții au indicat un grad ridicat de exclusivitate atribuit urmăririi diverselor tipuri de emisiuni TV, preferând să nu desfășoare și alte activități concomitente. O excepție sunt emisiunile muzicale și de divertisment.

Majoritatea tipurilor de emisiuni sunt urmărite și comentate împreună cu familia. Cel de-al doilea grup social împreună cu care sunt comentate emisiunile TV sunt prietenii. De asemenea, în familie sunt dezbatute, deopotrivă, emisiunile de știri și cele pe teme sociale, precum și emisiunile de divertisment ori filmele artistice. Peste două treimi dintre români au declarat că decizia în ceea ce privește emisiunea TV urmărită de către familie la televizor le aparține. Procentul acestora este semnificativ mai mic la cei cu vârstă între 15 și 22 ani.

Modelul preferat de informare a telespectatorilor are ca dominante *promo*-urile TV și, în ordine, ziarele și revistele.

Dintre comportamentele și atitudinile nocive, respondenții au indicat violența și sexualitatea ca fiind cele mai frecvent promovate în emisiunile TV. Din acest punct de vedere, cantitatea cea mai mare de violență se regăsește în emisiunile de știri și în filmele artistice. Astfel, majoritatea românilor consideră că, în general, copiii sunt expuși unui nivel prea ridicat de violență prin intermediul emisiunilor TV, mai ales prin știri despre crime și sinucideri, acte de violență domestică și limbaj agresiv. La nivel declarativ, foarte mulți dintre respondenți consideră că televiziunea are o influență negativă asupra copiilor, iar cei cu copii în întrebîneră susțin aceeași părere. De asemenea, un procent foarte mare dintre români consideră că programele TV influențează atât opiniile proprii, cât și pe ale celorlalți, în special prin conținutul violent difuzat și prin știrile politice.

În jumătate dintre gospodăriile din România există un singur televizor, iar într-o treime din acestea sunt două asemenea aparate. Peste trei sferturi dintre gospodăriile românești recepționează canale TV prin intermediul rețelelor de cablu. Numărul mediu de canale recepționate de români este 34.

RADIO

Canalele radio, comparativ cu cele TV, sunt urmărite de un procent mai mic de persoane, mai degrabă în timpul zilelor lucrătoare decât în week-end. Românii ascultă în medie de trei ori mai mult ca număr de ore posturile naționale față de cele locale, dar canalele radio locale sunt urmărite mai mult decât cele de televiziune cu același profil. Persoanele care ascultă radio sunt într-o măsură mai mare rezidenți din mediul rural (din regiunea Moldova) sau din București, tinere sau de vârstă medie, au studii medii sau superioare.

Cele mai ascultate posturi de radio sunt, atât conform menționării spontane, cât și declarării pe bază de listă, Europa FM, Radio România Actualități și Kiss FM. Profilul ascultătorilor celor trei posturi este diferit. Publicul Europa FM și Kiss FM este mai degrabă din mediul urban, iar cel al postului public mai



degrabă din mediul rural. Publicul Kiss FM este Tânăr, cel al Europa FM Tânăr și de vîrstă medie, iar cel al Radio România Actualități este de peste 36 de ani. În ceea ce privește studiile și regiunea de rezidență, profilul este comun pentru toate cele trei posturi cu cel general al ascultătorului de radio, având un nivel de educație mediu sau superior și domiciliul în Moldova sau București. Posturile TV comerciale, cu excepția Europa FM, au o audiență mult mai mare în București comparativ cu celelalte regiuni.

Radioul are rate de audiență de peste 35% pentru aproape toate intervalele zilei, cu un punct de maxim dimineața, având un rol de mediu pasiv și de relaxare pentru auditori, atât în ceea ce privește posturile locale cât și pe cele naționale. Auditia are loc de cele mai multe ori în spațiul domestic, procentele pentru cei care urmăresc programe radio la muncă sau în spațiul public fiind mici, dar mai mari decât în cele referitoare la programele TV.

Majoritatea românilor au indicat ascultarea radioului în timpul altor activități casnice, fiind preferate în acest scop programele muzicale sau de divertisment, emisiunile de știri de sport. Emisiunile de știri, cele sportive și cele culturale sunt ascultate mai degrabă individual, iar cele religioase sau de tip concurs mai degrabă împreună cu familia. Cele mai multe discuții despre emisiunile radio se poartă cu membrii familiei, iar știrile și sportul suscită cele mai multe comentarii.

În ceea ce privește procesul de decizie privind canalul sau emisiunea radio ascultată, jumătate dintre români declară că decizia le aparține, iar 40% că cei care hotărăsc sunt copii.

Tipurile de emisiuni cu cel mai mare procent de ascultători sunt cele de știri, cele de muzică și divertisment și cele sportive. Ascultătorii jurnalelor de știri radiofonice sunt mai degrabă bărbați, tineri, cu studii superioare, care locuiesc în București. Cei care ascultă emisiuni de muzică și divertisment sunt într-o proporție mai mare bărbați, cu studii superioare, tineri, care locuiesc în altă regiune decât Moldova, din mediul urban. Emisiunile sportive sunt urmărite de un procent mai mare de persoane care locuiesc în mediul rural, în Moldova, sunt mai în vîrstă și au un nivel de educație scăzut.

Fiecare dintre sursele de informare asupra programelor radio este utilizată de către mai puțin de un sfert dintre români, promo-urile posturilor de radio fiind cea mai frecvent folosită dintre acestea. Două treimi dintre români dețin cel puțin un aparat radio în gospodărie.

Radioul este utilizat de către mulți dintre respondenți ca instrument pentru a primi ultimele știri, dar și ca mediu pasiv asociat altor activități. Mai puțini români consideră că programele de radio le influențează opiniile, comparativ cu cei care consideră acest lucru legat de canalele TV.

CONSUM CULTURAL

Urmărirea programelor TV și activitățile sportive sau în aer liber sunt modalitățile preferate de români pentru petrecerea timpului liber, atât pentru zilele lucrătoare, cât și pentru cele de week-end. Pe următoarele două locuri, în timpul zilelor lucrătoare, se situează lectura și ascultarea programelor radio, iar pentru zilele de week-end ierarhia se inversează între acestea două.



CNA

Majoritatea românilor au auzit de CNA, iar jumătate dintre aceştia declară că au încredere în această instituție. Jumătate din populație este mulțumită de numărul de reglementări emise de către CNA, însă o treime dintre aceştia consideră că instituția trebuie să intervină într-o măsură mai mare în activitatea audiovizualului. Două treimi dintre părinții care au în îngrijire copii minori au declarat că iau în considerare de cele mai multe ori avertismentele CNA atunci când decid ce emisiuni vor viziona copiii lor.



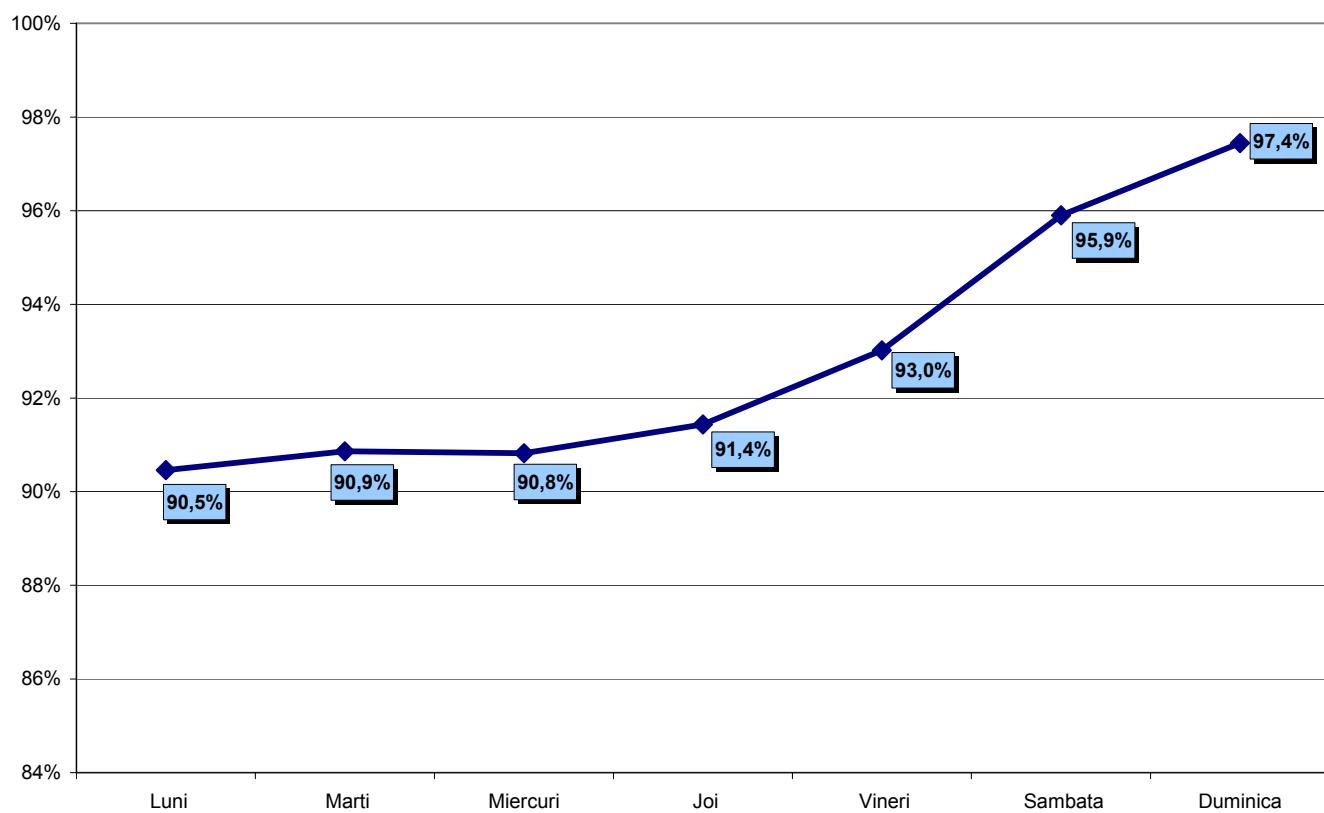
TELEVIZIUNE

DEFINIREA PROFILULUI AUDIENTEI TV

Televiziunea are o poziție centrală în consumul cultural al românilor, fapt indicat de procentul ridicat al respondenților care obișnuiesc să urmărească programe de televiziune zilnic (90%). Un pattern intensiv de consum TV este prezent și în ratele de vizionare pe zilele săptămânii: consumul TV pornește de la 90.5% în prima zi a săptămânii și are o evoluție ascendentă până la maximul de consum TV de 97.4% înregistrat duminică (vezi figura 3.1.1).

Figura 3.1.1 Nivelul de consum televizual pe zilele săptămânii

Într-o săptămână obișnuită, în care din zile obisnuiti sa vă uitați la televizor?
Graficul prezintă procentul celor care au declarat ca se uita în ziua respectiva



Numărul orelor petrecute în fața televizorului este mai ridicat în zilele de week-end față de zilele lucrătoare. În cursul unei zile obișnuite de lucru, numărul mediu de ore de vizionare TV este de 4.1 ore, în timp ce într-o zi de week-end respondenții urmăresc programe TV cu o medie de 5.1 ore (vezi tabelul 3.1.1). De asemenea intervalele de vizionare TV dintr-o zi lucrătoare sunt mai scurte, 37.2% dintre subiecți petrecând mai puțin de 2 ore în fața televizorului, în timp ce în week-end această categorie cuprinde 21.1% dintre telespectatori (vezi tabelele 3.1.2 și 3.1.3). Majoritatea respondenților urmăresc programe TV pentru intervale de 2 până 6 ore în timpul săptămânii de lucru (49.5% dintre cazuri), iar în timpul week-endului 55.4% dintre respondenți se încadrează în acest interval. Cele mai lungi sesiuni de urmărire a programelor TV (între 6 și 8 ore) au loc în week-end și includ 23.4% dintre respondenți.

Tabelul 3.1.1 Numărul mediu al orelor de consum pentru zile lucrătoare și zile de week-end. Consumul săptămânal de programe TV naționale și locale.

	Nr. răspunsuri	Media	Std. Deviation
T4. Dacă ați calculat timpul pe care îl petreceți urmărind programe TV într-o zi obișnuită de lucru, câte ore credeți că ar fi în total?	2254	4.13	3.546
T5. Dacă ați calculat timpul pe care îl petreceți urmărind programe TV într-o zi de week-end, câte ore credeți că ar fi în total?	2263	5.09	3.340
T3. Dacă ați calculat timpul pe care îl petreceți urmărind programele televiziunilor locale într-o săptămână obișnuită, câte ore credeți că ar fi în total?	1888	2.40	5.543
T2. Dacă ați calculat timpul pe care îl petreceți urmărind programele televiziunilor naționale într-o săptămână obișnuită, câte ore credeți că ar fi în total?	2328	22.80	14.462
Valid N (listwise)	1821		
INSOMAR-Rezultate statistice		Sondaj Național, 06-28 septembrie 2007	

Tabelele 3.1.2 and 3.1.3. Ratele de consum TV în timpul unei zile lucrătoare și în timpul unei zile de week-end.

Consum TV în zile lucrătoare

	Frecv.	Procente	Procente valide
Mai puțin de 1 ora	331	13.2	14.5
Intre 1 si 2 ore	519	20.7	22.7
Intre 2 si 4 ore	747	29.8	32.7
Intre 4 si 6 ore	383	15.3	16.8
Intre 6 si 8 ore	81	3.2	3.5
Mai mult de 8 ore	225	9.0	9.8
Total	2286	91.2	100.0
NS/NR	221	8.8	
Total	2507	100.0	

Consum TV în zile de week-end

	Frecv.	Procente	Procente valide
Mai puțin de 1 ora	158	6.3	6.9
Intre 1 si 2 ore	327	13.0	14.2
Intre 2 si 4 ore	717	28.6	31.2
Intre 4 si 6 ore	556	22.2	24.2
Intre 6 si 8 ore	242	9.7	10.5
Mai mult de 8 ore	296	11.8	12.9
Total	2296	91.6	100.0
NS/NR	211	8.4	
Total	2507	100.0	



Consumul TV în intervalele de zi este mai intens în week-end. Comparând distribuțiile de consum TV pe intervale orare în timpul zilelor lucrătoare și în timpul zilelor de week-end, diferențele majore de consum TV sunt următoarele (vezi figurile 3.1.2 și 3.1.3):

- 9:00-12:00 – consumul TV este mai ridicat cu 16.2% în zilele de week-end
- 12:00-15:00 – consumul TV crește cu 20.6% în week-end
- 15:00-18:00 – o creștere cu 22.6% față de același interval orar în zile de lucru

Audiența TV în intervalele “prime time” este mai ridicată în week-end față de zilele lucrătoare. Consumul TV în intervalul 18:00-21:00 este de 88.4% într-o zi lucrătoare, și atinge maximul de 91.6% în week-end. O tendință similară este observabilă pentru intervalul 21.00-24.00 (81.8% zile lucrătoare, 84.3% în week-end).

Figura 3.1.2 Consumul TV pe intervale orare în cursul unei zile lucrătoare

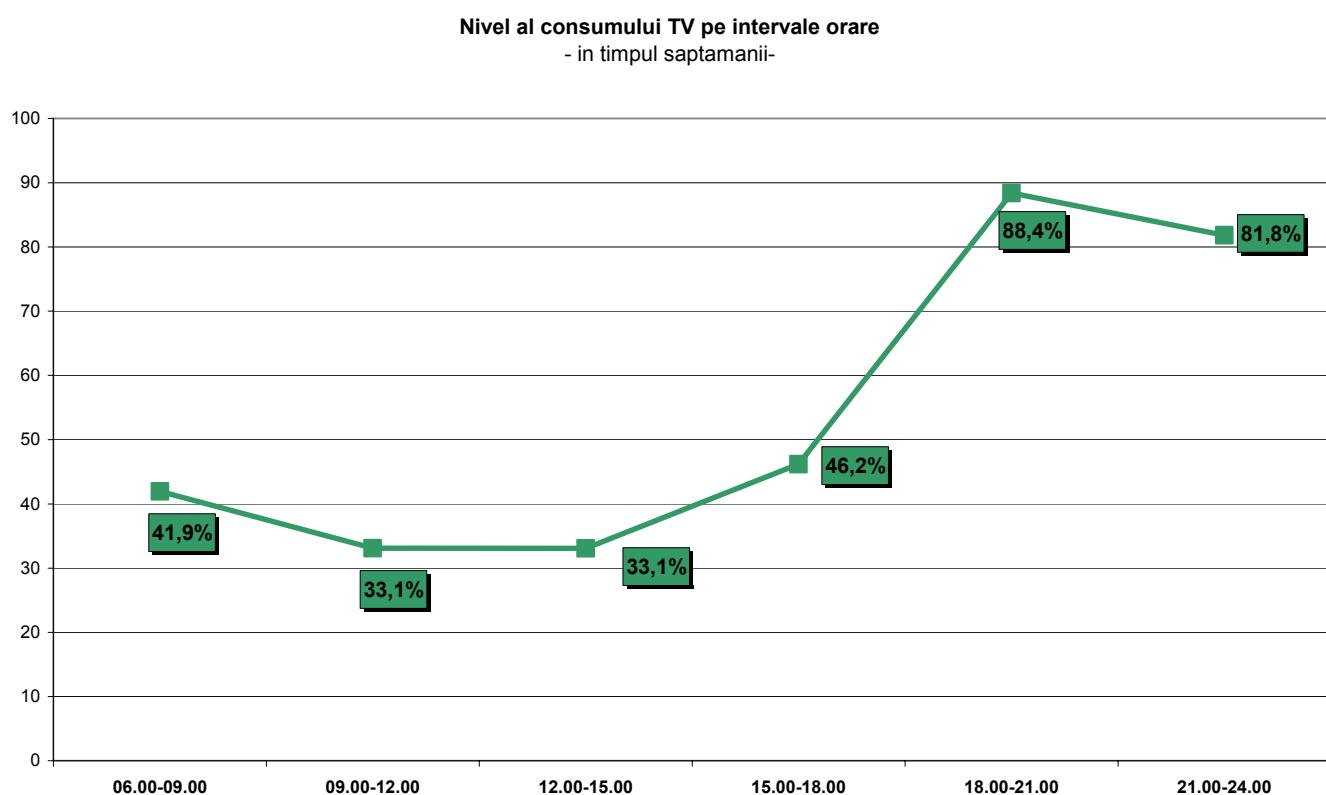
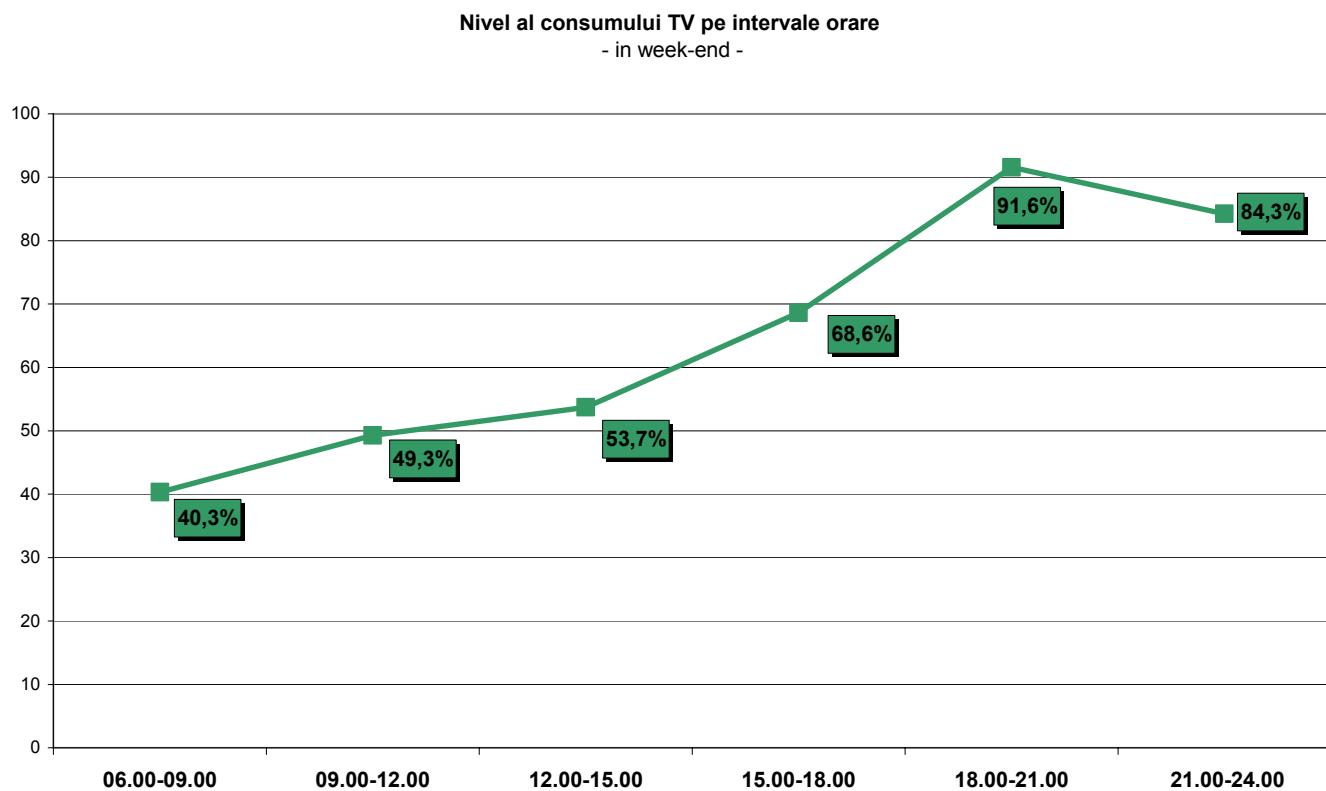


Figura 3.1.3 Consumul TV pe intervale orare în cursul unei zile de week-end



Peste 95% dintre respondenți urmăresc programe TV de câteva ori pe săptămână sau zilnic. Distribuția pe caracteristici socio-demografice (vezi tabelul 3.1.4, 3.1.4b) indică rate de consum în general ridicate, cu diferențe reduse între grupuri. Maximul este atins de regiunea București, unde 9 din 10 respondenți urmăresc programe TV zilnic.

Tabelul 3.1.4 Cât de des vă uitati la televizor?

INSOMAR-Resultate statistice

1,00 Valori dominante

2,00 Valori sub pragul de semnificatie

* Valori nesemnificative

Sondaj National, 06-28 septembrie 2007

Table 3.1.4b Profile socio-demografice ale audienței totale TV

Cât de des vă uitați la televizor ? - Corelații cu variabile socio-demografice-		În fiecare zi	Cel puțin o dată pe săptămână	Cel puțin o dată pe lună sau mai rar	Niciodată	Total
Mediu	urban	84,90%	12,80%	1,70%	0,60%	100%
	rural	77,90%	17,00%	2,70%	2,40%	100%
Sex	masculin	81,40%	15,50%	2,20%	0,90%	100%
	feminin	82,40%	13,80%	2,10%	1,70%	100%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	77,70%	17,80%	2,20%	2,30%	100%
	liceu, scoala postliceala	87,20%	10,50%	2,00%	0,30%	100%
	studii superioare	84,80%	12,50%	2,40%	0,30%	100%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	81,10%	15,60%	2,30%	1,00%	100%
	23 - 35 ani	84,60%	12,90%	2,30%	0,20%	100%
	36 - 49 ani	84,60%	13,50%	1,60%	0,30%	100%
	50 - 64 ani	85,30%	12,30%	1,30%	1,10%	100%
	peste 65 ani	72,10%	20,00%	3,60%	4,20%	100%
Regiune	Moldova	76,90%	18,80%	3,00%	1,30%	100%
	Muntenia	82,40%	14,90%	1,30%	1,40%	100%
	Transilvania	82,60%	13,60%	2,40%	1,30%	100%
	Bucuresti	89,10%	7,30%	2,30%	1,40%	100%



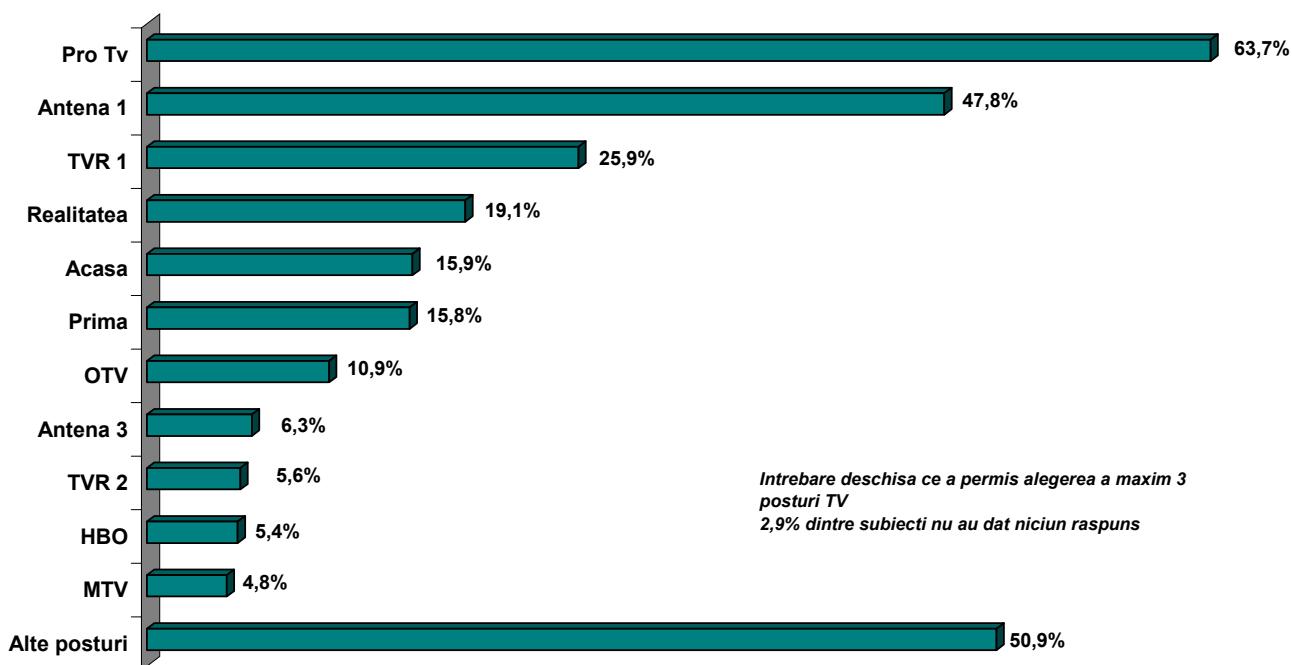
AUDIENTELE CANALELOR TV. RAPORTUL DE AUDIENTA INTRE TELEVIZIUNI PUBLICE SI COMERCIALE. CANALE TV LOCALE

Pentru a observa preferințele telespectatorilor pentru anumite posturi TV, au fost utilizate atât întrebări deschise, ce au permis menționarea spontană a trei canale favorite iar rezultatele au fost agregate pentru a fi obținut clasamentul preferințelor, precum și scale ce au masurat audiențele săptămânale ale unor posturi TV listate. Prima metodă este un bun indicator al popularității canalelor TV și este o tehnică subiectivă de măsurare. A doua metodă oferă o imagine clară a ierarhiei canalelor TV în preferințele telespectatorilor, pe baza comportamentului de consum declarat.

Topul primelor trei canale indicate prin menționare spontană include două posturi comerciale (Pro TV și Antena 1) și un canal public (TVR 1). Pro TV ocupă primul loc, fiind menționat în 63.7% dintre răspunsurile valide (vezi figura 3.2.1), și reprezintă de asemenea și prima opțiune a telespectatorilor pentru toate intervalele orare ale unei zile, inclusiv intervalele “prime time”. Al doilea canal popular este Antena 1, cumulând 47.8% dintre răspunsurile valide, iar TVR 1 este pe locul trei ca popularitate figurând în 25.9% dintre răspunsuri. Indicatorii de popularitate oferă o imagine asupra dispersiei mari a preferințelor pentru canale TV manifestată de telespectatori: 50.9% dintre răspunsurile valide înregistrate menționează multe alte canale TV, comun întâlnite în grilele de programe ale furnizorilor de televiziune prin cablu. Comportamentul de consum TV este foarte diversificat iar piața audio-vizuală din România are un puternic caracter competițional.

Figura 3.2.1 Cele mai populare canale TV menționate spontan de respondenți.

In general, care sunt principalele trei canale TV pe care le urmariti?



In ierarhia canalelor TV pe baza comportamentului de consum, topul primelor trei canale pe baza audienței săptămânale este diferit și cuprinde doar canale comerciale: (vezi tabelul 3.2.1): Pro TV (56.2% audiență zilnică), Antena 1 (47.4%) și Realitatea TV (26.2%). TVR 1 ocupă poziția a patra cu o audiență zilnică de 26.2%. Diferența între clasamentul pe baza popularității și cel realizat pe baza ratelor de consum poate fi datorată ierarhiei motivațiilor menționate de respondenți pentru urmărirea programelor TV: 93.3% dintre respondenți declară că urmăresc programe TV în primul rând pentru a afla știrile momentului, naționale și internaționale.

Table 3.2.1 Ierarhia canalelor TV după rate de audiență săptămânale.

Într-o săptămână obișnuită, cât de des urmăriți programele canalului...

		Zilnic	5-6 zile	3-4 zile	1-2 zile	Mai rar	Nu urmăresc
1	PRO TV	56.2%	14.3%	8.2%	5.3%	4.5%	11.4%
2	Antena 1	47.4%	16.3%	9.6%	6.5%	4.9%	15.2%
3	Realitatea Tv	32.1%	14.0%	10.4%	8.6%	11.8%	23.0%
4	TVR 1	26.2%	8.1%	11.6%	12.7%	27.8%	13.6%
5	Prima tv	24.5%	15.0%	15.7%	11.9%	11.5%	21.4%
6	Acasa	23.3%	7.1%	6.8%	7.5%	18.9%	36.4%
7	OTV	19.5%	10.9%	10.0%	10.3%	15.5%	33.8%
8	Antena3	19.2%	11.5%	10.0%	8.6%	12.8%	38.0%
9	Antena 2	14.1%	9.0%	8.2%	8.6%	14.8%	45.3%
10	National tv	13.9%	9.9%	14.4%	11.4%	18.2%	32.2%
11	Sport.ro	13.2%	8.5%	8.5%	7.3%	15.6%	47.0%
12	Kanal D	10.0%	8.3%	13.7%	13.4%	14.6%	39.9%
13	Telesport	9.8%	7.6%	9.1%	6.3%	15.6%	51.6%
14	MTV	9.4%	7.1%	6.1%	6.8%	16.1%	54.4%
15	TVR 2	9.1%	6.8%	7.8%	12.3%	33.8%	30.3%
16	Favorit TV	8.6%	6.0%	7.4%	10.1%	17.7%	50.2%
17	Taraf	7.8%	5.5%	6.9%	5.6%	12.1%	62.2%
18	ETNO	6.5%	6.0%	8.2%	7.9%	14.8%	56.6%
19	HBO	4.9%	3.7%	5.2%	4.7%	7.2%	74.2%
20	ProCinema	4.4%	5.7%	10.4%	12.1%	15.8%	51.6%
21	B1TV	4.0%	5.6%	13.7%	13.2%	16.9%	46.5%
22	N24	3.8%	4.0%	8.6%	13.1%	15.1%	55.5%
23	TVR Cultural	2.9%	1.5%	4.2%	7.4%	29.7%	54.2%
24	Romantica	2.8%	3.8%	5.3%	7.4%	11.5%	69.3%
25	Euforia TV	2.4%	2.7%	5.7%	6.9%	12.2%	70.3%
26	Hallmark	2.3%	3.5%	5.8%	10.6%	12.6%	65.2%
27	AXN	2.3%	3.0%	5.3%	5.8%	9.1%	74.6%
28	Euronews	1.3%	3.4%	1.7%	2.9%	11.9%	78.8%
29	CNN	0.7%	0.8%	0.7%	2.4%	11.4%	84.2%
30	MGM	0.6%	0.9%	2.0%	1.9%	7.5%	87.1%
31	Tv 1000	0.5%	0.9%	1.5%	2.4%	6.3%	88.4%
32	Money Channel	0.4%	0.9%	1.2%	1.7%	9.1%	86.7%
33	Mezzo	0.3%	0.4%	0.8%	1.0%	7.3%	90.1%
34	BBC World	0.3%	0.7%	0.3%	0.8%	8.0%	90.0%
35	Cosmos TV	0.2%	0.8%	1.4%	4.0%	9.2%	84.3%



Profilele socio-demografice ale audiențelor loiale și audiențelor totale pentru primele 10 posturi TV urmărite

Pentru fiecare dintre primele zece canale TV clasate după audiența zilnică sunt prezentate corelații cu variabilele socio-demografice. Profilurile evidențiază două tipuri de audiență:

- **audiența loială:** include grupurile de telespectatori care urmăresc canalul TV cu o rată săptămânală ridicată, de 3-zile pe săptămână sau mai mult. Profilul audienței loiale indică grupurile care au asociată o probabilitate ridicată de a urmări canalul TV respectiv în intervalul de o săptămână.
- **Audiența totală:** include toate grupurile de telespectatori care urmăresc canalul TV pe parcursul unei săptămâni. Indicatorul audienței totale cuprinde astfel telespectatorii ocazionali (cei care urmăresc postul TV 1-2 zile pe săptămână sau mai rar). Prin comparația profilului audienței loiale cu cel al audienței totale, sunt vizibile grupurile ce au un potențial relativ ridicat de fidelizare și care pot contribui la mărirea audienței loiale.

Table 3.2.2 Audiența Pro TV

PRO TV		3-4 zile pe sapt. sau mai mult	1-2 zile pe sapt. sau mai putin	Total audiență	Nu urmăresc
Mediu	urban	82.8%	11.6%	94.4%	5.6%
	rural	73.2%	7.5%	80.7%	19.3%
Sex	bărbați	79.2%	9.2%	88.4%	11.6%
	femei	78.2%	10.5%	88.7%	11.3%
Studii	Mai puțin de 10 clase, școală profes.	72.1%	9.7%	81.8%	18.2%
	Liceu, școală postliceală	87.5%	8.5%	95.9%	4.1%
	Studii superioare	79.0%	15.1%	94.2%	5.8%
Grupe de vîrstă	15 - 22 ani	83.1%	14.2%	97.3%	2.7%
	23 - 35 ani	87.8%	8.2%	96.0%	4.0%
	36 - 49 ani	84.0%	8.5%	92.4%	7.6%
	50 - 64 ani	77.0%	10.3%	87.3%	12.7%
	65+ ani	61.7%	10.0%	71.7%	28.3%
Regiune	Moldova	79.1%	9.4%	88.5%	11.5%
	Muntenia	80.0%	8.9%	88.9%	11.1%
	Transilvania	75.1%	10.6%	85.7%	14.3%
	Bucuresti	85.6%	12.1%	97.7%	2.3%
TOTAL		78.7%	9.9%	88.6%	11.4%

Audiența loială a PRO TV (telespectatori ce urmăresc canalul 3-4 zile pe săptămână sau mai mult) cuprinde:

- Rezidenți din mediul urban (83%)
- Telespectatori cu nivel de educație mediu (87.5%), bărbați și femei în proporții asemănătoare
- Grupa de vîrstă cu cea mai ridicată audiență: 23-35 ani (88%)
- Regiunea cu audiență maximă: București (87%)



Audiența totală a ProTV are următoarele caracteristici:

- Rezidenți din mediul urban
- Studii medii (96%) și studii superioare (94.2%), bărbați și femei în proporții asemănătoare
- Trei grupe de vârstă cu audiență totală ridicată: 15-22 ani (97%), 23-35 ani (96%), 36-49 ani (92.4%)
- Audiența totală ridicată în București (98%), dar și în Moldova (88.5%) și Muntenia(89%)

Table 3.2.3 Audiența Antena 1

ANTENA 1		3-4 zile pe sapt. sau mai mult	1-2 zile pe sapt. sau mai putin	Total audiență	Nu urmăresc
Mediu	urban	78.2%	13.2%	91.4%	8.6%
	rural	66.7%	9.2%	75.9%	24.1%
Sex	bărbați	73.8%	10.5%	84.3%	15.7%
	femei	72.9%	12.4%	85.2%	14.8%
Studii	Mai puțin de 10 clase, școală profesională	67.4%	9.9%	77.3%	22.7%
	Liceu, școală postliceală	80.5%	12.3%	92.7%	7.3%
	Studii superioare	76.2%	15.5%	91.7%	8.3%
Grupe de vârstă	15 - 22 ani	70.3%	20.8%	91.1%	8.9%
	23 - 35 ani	78.3%	12.4%	90.7%	9.3%
	36 - 49 ani	77.8%	11.6%	89.3%	10.7%
	50 - 64 ani	75.4%	8.6%	84.0%	16.0%
	65+ ani	61.3%	8.1%	69.5%	30.5%
Regiune	Moldova	76.6%	11.1%	87.7%	12.3%
	Muntenia	76.2%	9.3%	85.5%	14.5%
	Transilvania	65.8%	14.3%	80.1%	19.9%
	Bucuresti	81.7%	11.3%	93.0%	7.0%
TOTAL		73.3%	11.5%	84.8%	15.2%

Antena 1 – audiența loială:

- Telespectatori din mediul urban (78%)
- Nivel de educație mediu (80.5%), bărbați (73%) și femei (74%)
- Două grupe de vârstă: 23-35 ani (78%), 36-49 ani (78%)
- Audiență maximă în București (81.7%)

Audiența totală:

- Telespectatori din mediul urban (91%)
- Nivel de educație mediu (93%) și superior (92%), bărbați (84%) și femei (85%)
- Trei grupe de vârstă: 15-22 ani (91%), 36-49 ani (90.7%) și 50-64 ani(89%),
- Regiuni: București (93%), Moldova (88%) și Muntenia (85.5%)



Table 3.2.4 Audiența Realitatea TV

REALITATEA TV		3-4 zile pe sapt. sau mai mult	1-2 zile pe sapt. sau mai putin	Total audiență	Nu urmăresc
Mediu	urban	60.9%	22.9%	83.8%	16.2%
	rural	50.8%	16.9%	67.8%	32.2%
Sex	bărbați	58.9%	19.4%	78.3%	21.7%
	femei	54.5%	21.3%	75.8%	24.2%
Studii	Mai puțin de 10 clase, școală profesională	49.2%	18.7%	67.9%	32.1%
	Liceu, școală postliceală	62.8%	23.2%	85.9%	14.1%
	Studii superioare	67.7%	19.2%	86.9%	13.1%
Grupe de vârstă	15 - 22 ani	35.3%	35.7%	71.0%	29.0%
	23 - 35 ani	59.5%	24.7%	84.3%	15.7%
	36 - 49 ani	63.7%	20.6%	84.2%	15.8%
	50 - 64 ani	61.7%	16.5%	78.2%	21.8%
	65+ ani	51.0%	10.9%	61.9%	38.1%
Regiune	Moldova	65.7%	17.3%	82.9%	17.1%
	Muntenia	58.6%	18.1%	76.8%	23.2%
	Transilvania	49.3%	23.8%	73.1%	26.9%
	București	54.7%	24.3%	79.0%	21.0%
TOTAL		56.6%	20.4%	77%	23.0%

Realitatea TV – audiența loială:

- Rezidenți în mediul urban (61%)
- Studii superioare (68%), bărbați (59%) și femei (55%)
- Grupa de vîrstă cu audiență maximă: 36-49 ani (64%), urmată de 50-64 ani (62%) și 23-35 ani (60%)
- Regiunea cu cea mai mare audiență: Moldova (65.7%)

Audiența totală:

- Rezidenți din mediul urban (83.8%)
- Studii superioare (87%) și medii (86%) v
- Grupe de vîrstă: 23-35 ani (84.3%), 36-39 ani (84.2%), 50-64 ani (78.2%)
- Regiuni: Moldova (83%), București (79%), Muntenia (77%)



Table 3.2.5 Audiența TVR 1

TVR 1		3-4 zile pe sapt. sau mai mult	1-2 zile pe sapt. sau mai putin	Total audiență	Nu urmăresc
Mediu	urban	41.0%	45.1%	86.1%	13.9%
	rural	52.1%	34.5%	86.7%	13.3%
Sex	bărbați	45.0%	42.4%	87.4%	12.6%
	femei	46.6%	38.9%	85.4%	14.6%
Studii	Mai puțin de 10 clase, școală profesională	52.2%	34.0%	86.2%	13.8%
	Liceu, școală postliceală	39.4%	47.3%	86.7%	13.3%
	Studii superioare	39.0%	46.9%	86.0%	14.0%
Grupe de vârstă	15 - 22 ani	19.3%	49.7%	68.9%	31.1%
	23 - 35 ani	29.7%	53.5%	83.2%	16.8%
	36 - 49 ani	46.3%	41.2%	87.5%	12.5%
	50 - 64 ani	55.7%	36.6%	92.3%	7.7%
	65+ ani	65.5%	25.9%	91.4%	8.6%
Regiune	Moldova	48.9%	41.2%	90.1%	9.9%
	Muntenia	48.0%	36.5%	84.4%	15.6%
	Transilvania	43.8%	42.9%	86.6%	13.4%
	Bucuresti	37.2%	47.4%	84.7%	15.3%
TOTAL		45.8%	40.5%	86.4%	13.6%

TVR 1 – audiența loială:

- Rezidenți în mediul rural (52.1%)
- Nivel scăzut de educație (52.2%), bărbați (45%) și femei (47%)
- Grupa de vârstă cu audiența cea mai ridicată: 65+ ani (67%)
- Regiuni: Moldova (49%) și Muntenia(48%)

Audiența totală:

- Telespectatori din mediul rural (87%) și urban (86%)
- Toate nivelurile de educație, bărbați și femei în proporții similare
- Grupele de vârstă dominante: 50-64 ani (92.3%), 65+ ani(91.4%) și 36-49 ani (87.5%)
- Regiuni: Moldova (90.1%) și Transilvania (86.6%), Muntenia (84%) și București (85%) cu audiențe apropriate.



Table 3.2.6 Audiența Prima TV

PRIMA TV		3-4 zile pe sapt. sau mai mult	1-2 zile pe sapt. sau mai putin	Total audiență	Nu urmăresc
Mediu	urban	60.3%	25.3%	85.6%	14.4%
	rural	48.4%	20.8%	69.2%	30.8%
Sex	bărbați	53.7%	24.2%	77.8%	22.2%
	femei	56.5%	22.6%	79.2%	20.8%
Studii	Mai puțin de 10 clase, școală profesională	47.5%	21.7%	69.2%	30.8%
	Liceu, școală postliceală	64.4%	24.0%	88.4%	11.6%
	Studii superioare	58.4%	28.5%	86.9%	13.1%
Grupe de vârstă	15 - 22 ani	53.9%	30.8%	84.7%	15.3%
	23 - 35 ani	61.6%	26.2%	87.8%	12.2%
	36 - 49 ani	61.3%	22.2%	83.5%	16.5%
	50 - 64 ani	55.4%	23.8%	79.2%	20.8%
	65+ ani	40.9%	16.5%	57.3%	42.7%
Regiune	Moldova	64.3%	18.8%	83.1%	16.9%
	Muntenia	54.3%	24.4%	78.7%	21.3%
	Transilvania	50.1%	23.7%	73.8%	26.2%
	București	57.5%	28.0%	85.5%	14.5%
TOTAL		55.2%	23.4%	78.6%	21.4%

Prima TV – audiența loială:

- Telespectatori din mediul urban (60.3%)
- Studii medii (64.4%), bărbați (54%) și femei (57%)
- Grupe de vârstă: 23-35 ani (61.6%) și 36-49 ani (61.3%)
- Regiunea cu audiența cea mai ridicată: Moldova (64.3%)

Audiența totală:

- Telespectatori din mediul urban (85.6%)
- Studii medii (88.4%) și superioare (87%), bărbați (78%) și femei (79%)
- Trei grupe de vârstă: 23-35 ani (87.8%), 15-22 ani (84.7%) și 50-64 ani (83.5%)
- Regiuni: București (85.5%) și Moldova (83.1%)



Table 3.2.7 Audiența Acasa TV

ACASA		3-4 zile pe sapt. Sau mai mult	1-2 zile pe sapt. Sau mai putin	Total audiență	Nu urmăresc
Mediu	urban	38.6%	29.6%	68.2%	31.8%
	rural	35.3%	22.1%	57.4%	42.6%
Sex	bărbați	20.4%	29.4%	49.8%	50.2%
	femei	52.2%	23.7%	75.9%	24.1%
Studii	Mai puțin de 10 clase, școală profesională	38.9%	19.8%	58.7%	41.3%
	Liceu, școală postliceală	38.6%	32.3%	70.9%	29.1%
	Studii superioare	25.6%	35.6%	61.2%	38.8%
Grupe de vârstă	15 – 22 ani	41.8%	26.4%	68.2%	31.8%
	23 – 35 ani	35.9%	31.9%	67.9%	32.1%
	36 – 49 ani	37.9%	31.7%	69.6%	30.4%
	50 – 64 ani	36.7%	24.5%	61.2%	38.8%
	65+ ani	35.1%	16.4%	51.5%	48.5%
Regiune	Moldova	34.1%	35.6%	69.7%	30.3%
	Muntenia	41.5%	19.4%	60.9%	39.1%
	Transilvania	35.3%	28.6%	63.9%	36.1%
	Bucuresti	32.7%	27.1%	59.8%	40.2%
TOTAL		37.2%	26.4%	63.6%	36.4%

Acasa TV – audiența loială:

- Mediul urban (39%) și rural (35%)
- Femei (52.2%)
- Nivel de educație scăzut (39%) și mediu (39%)
- Grupuri de vârstă: 15-22 ani(42%), 36-49 ani (38%) și 50-64 ani (37%)
- Regiuni: Muntenia (41.5%) și Transilvania (35.3%)

Audiența totală:

- Telespectatori în mediul urban (68.2%) și rural (57.4%)
- Femei (76%)
- Nivel de educație mediu (71%), superior (61%) și scăzut (59%)
- Grupe de vârstă: 36-49 ani (70%), 15-22 ani (68.2%) și 23-35 ani (67.9%)
- Regiuni: Moldova (68%) și Transilvania (64%), Muntenia (61%) și București (60%)



Table 3.2.8 Audiența OTV

OTV		3-4 zile pe sapt. Sau mai mult	1-2 zile pe sapt. Sau mai putin	Total audiență	Nu urmăresc
Mediu	urban	38.2%	31.2%	69.4%	30.6%
	rural	43.3%	18.6%	62.0%	38.0%
Sex	bărbați	39.6%	27.2%	66.8%	33.2%
	femei	41.1%	24.6%	65.7%	34.3%
Studii	Mai puțin de 10 clase, școală profesională	41.8%	19.3%	61.1%	38.9%
	Liceu, școală postliceală	42.8%	30.3%	73.1%	26.9%
	Studii superioare	27.5%	39.2%	66.7%	33.3%
Grupe de vârstă	15 – 22 ani	25.9%	34.5%	60.3%	39.7%
	23 – 35 ani	36.1%	33.5%	69.6%	30.4%
	36 – 49 ani	46.6%	26.3%	72.8%	27.2%
	50 – 64 ani	46.0%	23.2%	69.2%	30.8%
	65+ ani	38.8%	14.9%	53.7%	46.3%
Regiune	Moldova	50.8%	24.1%	74.9%	25.1%
	Muntenia	44.2%	24.1%	68.3%	31.7%
	Transilvania	27.5%	28.5%	56.0%	44.0%
	București	48.4%	27.0%	75.3%	24.7%
TOTAL		40.4%	25.8%	66.2%	33.8%

OTV audiența loială:

- Mediul rural (43.3%) și urban (38%)
- Nivel de educație mediu (43%) și scăzut (42%), bărbați (40%) și femei (41%)
- Grupe de vârstă: 36-49 ani (46.6%), 50-64 ani (46%)
- Regiuni: Moldova (50.8%) și București (48.4%)

OTV audiența totală:

- Mediul urban (69.4%) și rural (62%)
- Nivel mediul de educație (66.7%) și superior(67%)
- Grupe de vârstă: 36-49 ani (73%), 23-35 ani (70%) și 50-64 ani (69%)
- Regiuni: București (75.3%) și Moldova (75%), Muntenia (68.3%)



Table 3.2.9 Audiența Antena 3

ANTENA 3		3-4 zile pe sapt. sau mai mult	1-2 zile pe sapt. sau mai putin	Total audiență	Nu urmăresc
Mediu	urban	43.7%	26.6%	70.3%	29.7%
	rural	36.5%	14.5%	51.0%	49.0%
Sex	bărbați	40.6%	22.0%	62.7%	37.3%
	femei	40.6%	20.8%	61.5%	38.5%
Studii	Mai puțin de 10 clase, școală profesională	33.3%	17.5%	50.8%	49.2%
	Liceu, școală postliceală	46.5%	25.4%	71.9%	28.1%
	Studii superioare	52.4%	24.8%	77.2%	22.8%
Grupe de vârstă	15 - 22 ani	30.0%	32.1%	62.1%	37.9%
	23 - 35 ani	42.5%	24.1%	66.6%	33.4%
	36 - 49 ani	48.9%	21.1%	70.1%	29.9%
	50 - 64 ani	40.8%	20.8%	61.6%	38.4%
	65+ ani	34.9%	12.4%	47.2%	52.8%
Regiune	Moldova	54.6%	19.4%	74.1%	25.9%
	Muntenia	42.1%	15.3%	57.4%	42.6%
	Transilvania	28.7%	28.7%	57.4%	42.6%
	Bucuresti	46.7%	24.8%	71.5%	28.5%
TOTAL		40.6%	21.4%	62.0%	38.0%

Antena 3 - audiența loială:

- Telespectatori din mediul urban (44%)
- Studii superioare (52.4%) și medii (46.5%), bărbați (40%) și femei (40%)
- Grupa de vârstă: 36-49 ani (49%)
- Regiuni: Moldova (54.6%)

Audiența totală:

- Mediul urban (70.3%)
- Nivel de educație superior (77%) și mediu (72%), bărbați (63%) și femei (62%)
- Grupe de vârstă: 36-49 ani (70%) și 23-35 ani(67%)
- Regiuni: Moldova (74%) și București (71.5%)



Table 3.2.10 Audiența Antena 2

ANTENA 2		3-4 zile pe sapt. sau mai mult	1-2 zile pe sapt. sau mai putin	Total audiență	Nu urmăresc
Mediu	urban	34.1%	28.5%	62.7%	37.3%
	rural	27.4%	16.5%	43.9%	56.1%
Sex	bărbați	31.2%	23.3%	54.5%	45.5%
	femei	31.4%	23.5%	54.8%	45.2%
Studii	Mai puțin de 10 clase, școală profesională	25.2%	19.0%	44.2%	55.8%
	Liceu, școală postliceală	37.0%	27.4%	64.5%	35.5%
	Studii superioare	39.0%	29.3%	68.3%	31.7%
Grupe de vârstă	15 - 22 ani	27.5%	31.6%	59.1%	40.9%
	23 - 35 ani	32.3%	28.4%	60.6%	39.4%
	36 - 49 ani	39.1%	24.0%	63.1%	36.9%
	50 - 64 ani	29.6%	20.7%	50.3%	49.7%
	65+ ani	24.9%	15.5%	40.4%	59.6%
Regiune	Moldova	50.5%	20.3%	70.8%	29.2%
	Muntenia	30.9%	21.2%	52.1%	47.9%
	Transilvania	19.8%	25.8%	45.7%	54.3%
	Bucuresti	31.5%	30.5%	62.0%	38.0%
TOTAL		31.3%	23.4%	54.7%	45.3%

Antena 2 audiența loială:

- Telespectatori din mediul urban (34%) și rural (27.4%)
- Nivel de educație superior (39%) și mediu (37%), bărbați și femei (31%)
- Grupe de vârstă: 36-49 ani (39%)
- Regiuni: Moldova (50.5%)

Audiența totală:

- Mediul urban (63%)
- Studii superioare (68.3%) și medii (64.5%), bărbați și femei (55%)
- Grupe de vârstă: 36-49 ani (63.1%), 23-35 ani (60.6%) și 15-22 ani (59.1%)
- Regiuni: Moldova (71%) și București (62%)



Table 3.2.11 Audiența National TV

NATIONAL TV		3-4 zile pe sapt. sau mai mult	1-2 zile pe sapt. sau mai putin	Total audiență	Nu urmăresc
Mediu	urban	39.7%	34.7%	74.4%	25.6%
	rural	36.4%	22.8%	59.1%	40.9%
Sex	bărbați	38.0%	30.6%	68.6%	31.4%
	femei	38.5%	28.7%	67.1%	32.9%
Studii	Mai puțin de 10 clase, școală profesională	33.4%	25.1%	58.5%	41.5%
	Liceu, școală postliceală	44.4%	34.2%	78.6%	21.4%
	Studii superioare	40.1%	33.6%	73.6%	26.4%
Grupe de vârstă	15 - 22 ani	24.7%	41.4%	66.1%	33.9%
	23 - 35 ani	41.6%	34.7%	76.3%	23.7%
	36 - 49 ani	46.0%	28.3%	74.3%	25.7%
	50 - 64 ani	39.0%	29.3%	68.4%	31.6%
	65+ ani	32.6%	18.2%	50.8%	49.2%
Regiune	Moldova	48.0%	27.3%	75.3%	24.7%
	Muntenia	39.4%	27.3%	66.6%	33.4%
	Transilvania	33.0%	30.2%	63.1%	36.9%
	Bucuresti	31.3%	42.5%	73.8%	26.2%
TOTAL		38.3%	29.6%	67.8%	32.2%

National TV – audiența loială:

- Mediul urban (40%) și rural (36.4%)
- Studii medii (44.4%) și superioare (40.1%), bărbați(38%) și femei (39%)
- Grupe de vârstă: 36-49 ani (46%), 23-35 ani (41.6%)
- Regiuni: Moldova (48%)

Audiența totală:

- Mediul urban (74.4%) și rural (59%)
- Studii medii (78.6%) și superioare (73.6%), bărbați(69%) și femei (67%)
- Grupe de vârstă: 23-35 ani (76.3%), 36-49 ani (74.3%) și 50-64 ani (68.4%)
- Regiuni: Moldova (75.3%), București (73.8%) și Muntenia (67%)



Comparația consumului TV – televiziuni publice vs. televiziuni comerciale

Posturile publice TV atrag telespectatori cu nivel de educație mai diversificat, în timp ce canalele comerciale atrag mai mulți telespectatori cu studii medii și superioare. Tabelul 3.2.12 indică corelațiile cu variabile socio-demografice pentru audiențele totale ale celor mai vizionate canale publice (TVR 1 și TVR 2), în comparație cu cele mai vizionate canale comerciale (Pro TV, Antena 1 și Realitatea TV). Audiențele totale ale canalelor publice sunt mai echilibrate în privința raportului de telespectatori din mediul urban și rural: TVR 1 are 86% telespectatori din mediul urban și 87% din mediul rural, TVR 2 are o audiență mai ridicată în mediul urban (73%) și un volum apropiat de consum în mediul rural (65%). Posturile Pro TV și Antena 1 atrag audiență în principal din zone urbane (94.4% pentru Pro TV și 91.4% pentru Antena 1), dar și din mediul rural (81% și 76%). Realitatea TV are o audiență în principal provenind din mediul urban (84%). În privința diferențelor de consum între bărbați și femei, acestea sunt reduse pentru cele 5 canale TV.

Pentru grupurile definite de nivelul studiilor, audiența TVR 1 reprezintă echilibrat toate nivelurile de educație, un indicator al faptului că TVR1 se află printre cele mai accesibile canale TV din mediul audio-vizual românesc. TVR 2 și Realitatea TV atrag audiențe cu nivel mediu și ridicat de studii, iar Pro TV și Antena 1 atrag telespectatori cu toate nivelurile de educație, însă proporția grupului cu nivel de educație scăzut este mai redusă.

Profilurile pe grupe de vârstă indică audiențe mai ridicate pentru TVR 1 și TVR 2 pentru grupurile de vârstă superioare, și mai scăzute la grupurile de vârstă tinere. Relația este inversată pentru Pro TV și Antena 1, care tind să atragă audiențe mai tinere. Realitatea TV are o tendință similară, dar înregistrează audiențe mai reduse printre grupele de vârstă 15-22 ani și 65+ ani.

Diferențele regionale pentru canale publice sau comerciale indică o audiență mai scăzută pentru TVR 1 și TVR 2 în București, în raport cu proporțiile înregistrate în celelalte regiuni istorice. Pro TV și Antena 1 atrag audiențe maxime în București (98% și 93%), dar au de asemenea audiență considerabilă în Moldova, Muntenia și Transilvania. Realitatea TV are proporția cea mai mare de audiență în Moldova și București.

Table 3.2.12 Audiențele totale ale celor mai vizionate canale publice și comerciale.

		TVR 1	TVR 2	PRO TV	ANTENA 1	REALITATEA TV
Mediu	urban	86,1%	73,2%	94,4%	91,4%	83,8%
	rural	86,7%	65,0%	80,7%	75,9%	67,8%
Sex	bărbați	87,4%	69,0%	88,4%	84,3%	78,3%
	femei	85,4%	70,4%	88,7%	85,2%	75,8%
Studii	Mai puțin de 10 clase, școală prof.	86,2%	65,2%	81,8%	77,3%	67,9%
	Liceu, școală postliceală	86,7%	75,2%	95,9%	92,7%	85,9%
	Studii superioare	86,0%	72,0%	94,2%	91,7%	86,9%
Grupe de vârstă	15 - 22 ani	68,9%	60,1%	97,3%	91,1%	71,0%
	23 - 35 ani	83,2%	72,2%	96,0%	90,7%	84,3%
	36 - 49 ani	87,5%	72,7%	92,4%	89,3%	84,2%
	50 - 64 ani	92,3%	74,0%	87,3%	84,0%	78,2%
	65+ ani	91,4%	63,8%	71,7%	69,5%	61,9%
Regiune	Moldova	90,1%	80,2%	88,5%	87,7%	82,9%
	Muntenia	84,4%	67,2%	88,9%	85,5%	76,8%
	Transilvania	86,6%	67,2%	85,7%	80,1%	73,1%
	Bucuresti	84,7%	66,5%	97,7%	93,0%	79,0%



Audiența canalelor TV locale

Rezultatele privind audiența canalelor locale au indicat niveluri scăzute în toate regiunile. Doar 24.2% dintre respondenți au declarat că urmăresc canale TV locale (vezi tabelul 3.2.13). O reprezentare la nivel regional a canalelor TV locale este nereprezentativă datorită volumului mic de cazuri și a dispersiei foarte mari a canalelor menționate. Figura 3.2.2 indică ierarhia mențiunilor canalelor locale, dominată de stațiile regionale ale celor mai populare canale comerciale: Antena 1 regional (19.3%) și Pro TV regional (14.2%).

Tabelul 3.2.13 Telespectatori ce urmăresc canale locale

Urmăriți posturi TV locale?

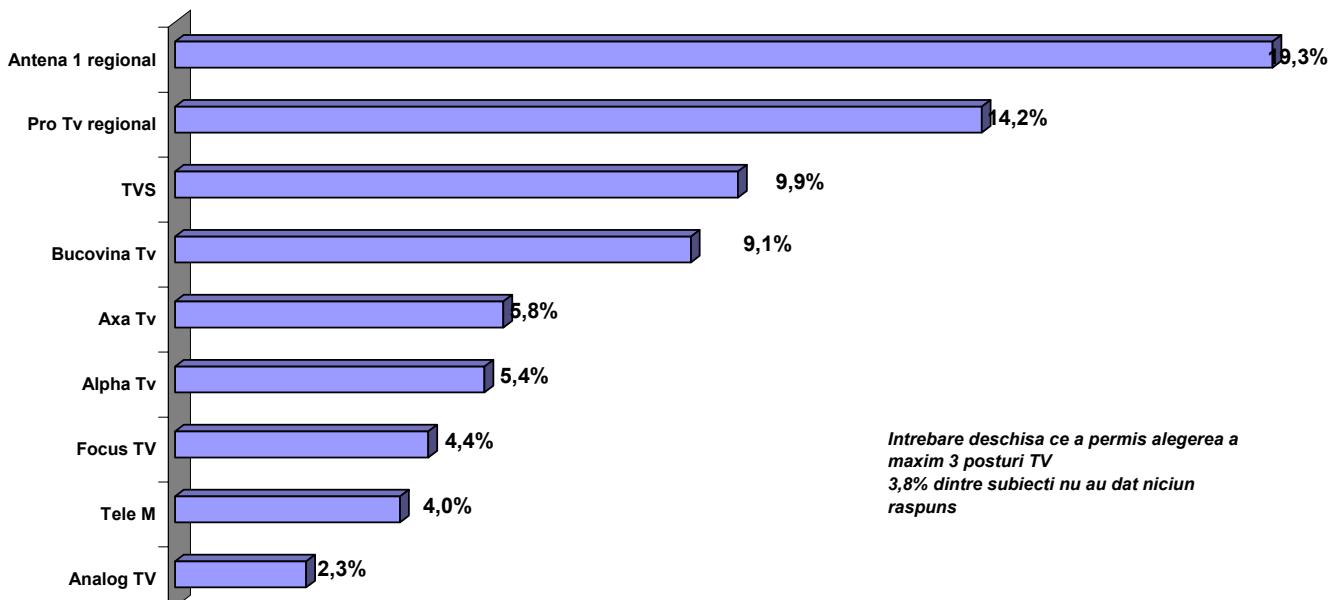
	Frecvența	Procente absolute	Procente valide				
DA	607	24.2	25.5(1)	26%			
NU	1773	70.7	74.5(1)	74%			
Total	2380	94.9	100.0				
NS/NR	127	5.1					
Total	2507	100.0					

INSOMAR-Resultate statistice
1,00 Dominant values

Sondaj Național, 06-28 septembrie 2007

Figura 3.2.2 Cele mai urmărite canale TV locale (toți respondenții care urmăresc canale TV locale)

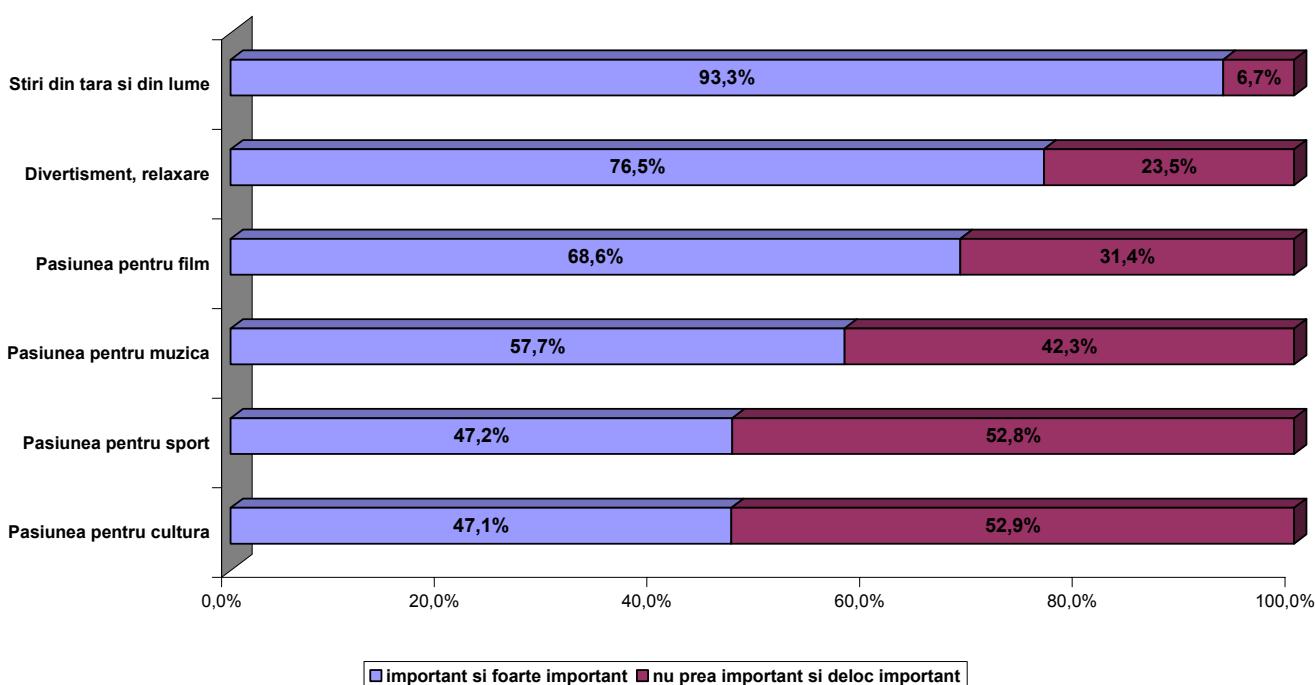
In general, care sunt principalele trei canale TV pe care le urmariti?
- selecție pe respondenții care au declarat că urmăresc canale TV locale-
N=607



MODALITATI SI EFECTE ALE CONSUMULUI TV

Motivațiile de urmărire a programelor TV plasează pe primul loc nevoia de informare (93.3%), urmată de relaxare (76.5%) și consum cultural de filme de ficțiune (68.6%) și producții muzicale (57.7%).

Cât de importante sunt pentru dvs. următoarele motive pentru a vă decide să urmăriți programe TV?
-pentru cei care se uita la TV-



Locații de consum TV: spații domestice și spații publice

Consumul TV are un pronunțat caracter privat și familial. În timpul zilelor lucrătoare consumul TV este localizat în principal în spații domestice, cu o rată mai ridicată de audiență în timpul intervalelor “prime time”, și în intervalele de dimineață (vezi tabelul 3.3.1). Rate de audiență scăzută sunt înregistrate la locul de muncă (între 3,5% și 4,4% pentru intervalul 9.00-18.00), dar și pentru consumul TV social, împreună cu prieteni sau grupuri de rude.

Tabelul 3.3.1 Locații de consum TV pe intervale orare, în timpul unei zile de lucru

Când urmăriți programe de televiziune în timpul săptămânii, de obicei unde vă aflați în următoarele intervale orare

Ore	Acasă	La serviciu	Oriunde găsesc un televizor	La rude, prieteni, colegi	Nu am un loc preferat	Nu urmăresc
06.00-09.00	39,5%	1,5%	0,2%	0,1%	1,1%	57,5%
09.00-12.00	26,0%	4,4%	0,2%	0,5%	2,4%	66,5%
12.00-15.00	25,5%	4,3%	0,4%	0,9%	2,4%	66,5%
15.00-18.00	39,0%	3,5%	0,4%	1,3%	2,6%	53,3%
18.00-21.00	85,9%	0,5%	0,3%	1,0%	1,6%	10,6%
21.00-24.00	80,3%	0,5%	0,2%	0,4%	1,4%	17,3%



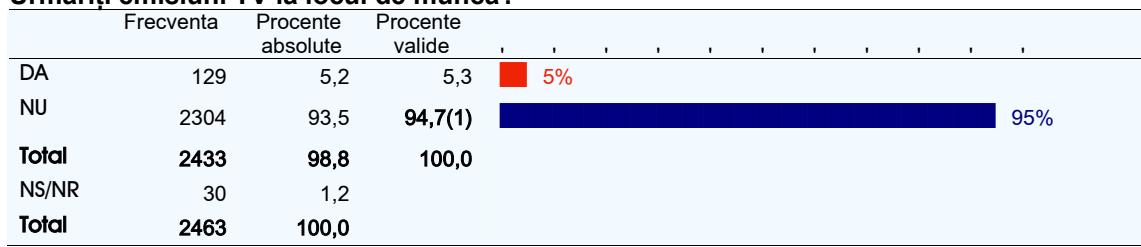
În timpul zilelor de week-end locația dominantă de consum TV este spațiul domestic, cu rate de audiență mai ridicate pentru intervalele orare ale după-amiezii și serii (vezi tabelul 3.3.2). Consumul social de programe TV în compania prietenilor sau ruedelor este scăzut (4.2% pentru intervalul 15.00-18.00, și 3.5 pentru intervalul 18.00-21.00), și subliniază caracterul privat și familial al consumului TV.

Tabelul 3.3.2 Locații de consum TV pe intervale orare, în timpul unei zile de week-end
During the following hours of a week-end day, where do you mostly watch TV?

Ore	Acasă	La serviciu	Oriunde găsesc un televizor	La rude, prieteni, colegi	Nu am un loc preferat	Nu urmăresc
06.00-09.00	38,80%	0,50%	0,20%	-	1,30%	59,10%
09.00-12.00	46,30%	0,70%	0,20%	0,90%	1,80%	50,10%
12.00-15.00	48,10%	0,80%	0,50%	2,70%	2,40%	45,60%
15.00-18.00	61,60%	0,60%	0,60%	4,20%	2,40%	30,60%
18.00-21.00	86,50%	0,20%	0,50%	3,50%	1,80%	7,40%
21.00-24.00	80,90%	0,20%	1,40%	0,90%	1,80%	14,80%

Un total de 5,2% dintre respondenți declară că urmăresc programe TV la locul de muncă, având un consum mediu săptămânal de 7,8 ore (vezi tabelul 3.3.3).

Tabelul 3.3.3 Urmărire programelor TV la locul de muncă și numărul mediu de ore de consum
Urmăriți emisiuni TV la locul de muncă?



INSOMAR-Rezultate statistice
1,00 Valori dominante

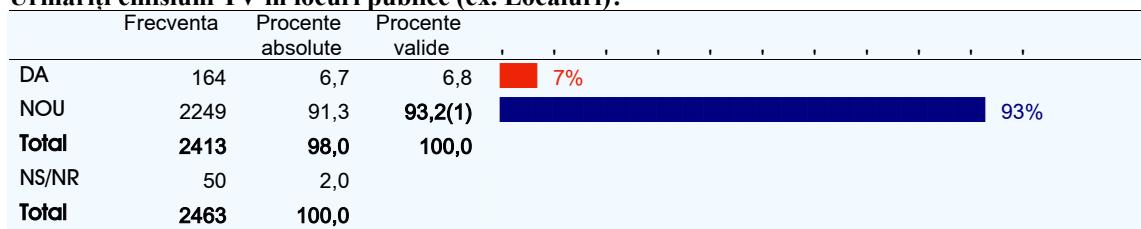
Sondaj Național, 06-28 septembrie 2007

Într-o săptămână obișnuită, cât timp vă petreceți în total urmărind programe TV la locul de munca?

Nr de cazuri	Media	Abaterea standard
114	7,8	10,9

6,7% dintre respondenți au indicat că urmăresc programe TV în spații publice cu o medie de consum de 3 ore (vezi Tabelul 3.3.3).

Tabelul 3.3.3 Urmărire programelor TV în spații publice și numărul mediu de ore de consum
Urmăriți emisiuni TV în locuri publice (ex. Localuri)?



INSOMAR-Rezultate statistice
1,00 Valori dominante

Sondaj Național, 06-28 septembrie 2007



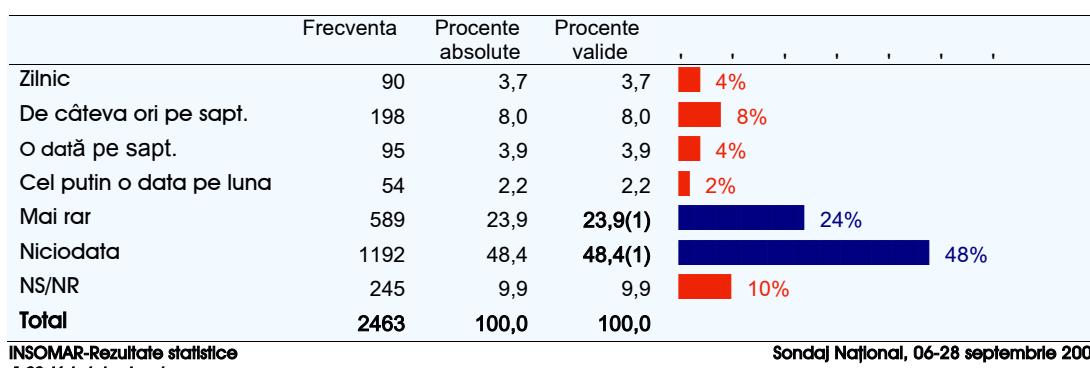
Într-o săptămână obișnuită, cât timp vă petreceți în total urmărind programe TV în locuri publice?

Nr de cazuri	Media	Abaterea standard
148	3,0	3,7

Consumul TV asociat cu perioadele de deplasări de la domiciliu (vâncațe sau delegații) are un volum redus, majoritatea subiecților declarând că nu obișnuiesc să urmăreasca programe TV (48.4%), iar 11.7% urmăresc de câteva ori pe săptămână.

Table 3.3.3 Consumul TV asociat cu perioadele de deplasări de la domiciliu (vâncațe sau delegații)

În general, cât de des urmăriți emisiuni TV când sunteți plecat de acasă (concediu, delegații)



Interesul față de tipuri de emisiuni TV

Cele mai urmărite programe TV sunt știrile (90%), programele muzicale și de divertisment (57,4%) și filmele artistice (56,3%) (vezi tabelul 3.3.4):

- Programele de știri sunt urmărite zilnic de toate grupurile socio-demografice, cu rate mai ridicate pentru grupele de vârstă 36-49 ani, 50-64 ani și 65+ ani;
- Programele muzicale și de divertisment atrag audiențe mai tinere, cu rate de audiență mai ridicate pentru grupele de vârstă 15-22 ani și 23-35 ani, și cea mai scăzută audiență pentru grupa 65+ ani.

Respondenții au indicat un grad ridicat de exclusivitate atribuit urmăririi diverselor tipuri de emisiuni TV, preferând să nu desfășoare și alte activități concomitente. O excepție majoră sunt emisiunile muzicale și de divertisment; 40% dintre respondenți au declarat că derulează activități casnice în timp ce urmăresc astfel de programe.

Profilele socio-demografice pentru fiecare tip de emisiune sunt prezentate în paginile următoare.



Table 3.3.4 Audiența săptămânală pentru tipuri de emisiuni TV.

În general, cât de des urmăriți următoarele genuri de emisiuni TV ?

	Zilnic sau de cateva ori pe saptamana	O data pe saptamana sau mai rar	Niciodată
Filme documentare (istorie/stiinta/natura)	89,8%	8,3%	1,9%
Filme artistice	57,4%	35,0%	7,6%
Muzica/Divertisment	56,3%	34,3%	9,4%
Jurnale de stiri	39,8%	36,8%	23,4%
Emisiuni sportive	38,4%	30,5%	31,1%
Emisiuni religioase	30,6%	44,2%	25,2%
Talkshow-uri (dezbateri politice, cetatenesti etc.)	27,7%	51,4%	20,9%
Emisiuni pentru copii	26,5%	48,6%	24,9%
Emisiuni tip reality-show (viata reala, in direct)	24,9%	23,1%	52,0%
Emisiuni de cultura si arta	20,4%	45,4%	34,1%
Emisiuni pentru minoritati	15,6%	48,8%	35,6%
Concursuri de televiziune	14,6%	49,4%	62,4%
Emisiuni sociale (anchete, reportaje)	10,1%	51,0%	38,9%
Serials	9,9%	27,7%	36,1%
Desene animate	8,0%	34,0%	58,1%
Telenovele	5,5%	36,0%	58,5%

Table 3.3.5 Activități asociate urmăririi de programe TV
In general, cum preferați să urmăriți emisiuni TV de genul....

	fara a avea si alte activitatii	in timpul activitatilor casnice	in timp ce lucrez	nu urmaresc
Filme documentare (istorie/stiinta/natura)	50,1%	13,7%	2,7%	33,4%
Filme artistice	77,2%	8,3%	0,8%	13,7%
Muzica/Divertisment	39,8%	40,0%	8,0%	12,3%
Jurnale de stiri	73,2%	19,6%	3,4%	3,8%
Emisiuni sportive	46,3%	15,1%	3,4%	35,2%
Emisiuni religioase	29,8%	12,4%	2,9%	55,0%
Talkshow-uri (dezbateri politice, cetatenesti etc.)	40,1%	19,6%	4,1%	36,2%
Emisiuni pentru copii	13,2%	9,6%	5,0%	72,2%
Emisiuni tip reality-show (viata reala, in direct)	34,4%	18,6%	4,6%	42,4%
Emisiuni de cultura si arta	32,6%	14,0%	4,0%	49,4%
Emisiuni pentru minoritati	14,0%	10,6%	3,0%	72,4%
Concursuri de televiziune	33,0%	18,7%	4,3%	44,0%
Emisiuni sociale (anchete, reportaje)	45,2%	19,1%	2,9%	32,9%
Serials	52,1%	8,3%	2,3%	37,4%
Desene animate	15,7%	8,4%	2,4%	73,5%
Telenovele	32,1%	6,5%	2,1%	59,3%



Filme documentare (istorie/stiinta/natura)		Urmăresc	Nu urmăresc	NS/NR
Mediu	urban	63,8%	35,0%	1,2%
	rural	40,2%	58,4%	1,4%
Sex	masculin	53,6%	45,1%	1,3%
	feminin	53,8%	44,9%	1,3%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	42,7%	55,8%	1,6%
	liceu, scoala postliceala	63,7%	35,8%	0,6%
	studii superioare	70,9%	26,7%	2,4%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	60,5%	37,5%	2,0%
	23 - 35 ani	61,7%	37,2%	1,0%
	36 - 49 ani	54,4%	45,0%	0,5%
	50 - 64 ani	54,0%	44,5%	1,4%
	peste 65 ani	39,9%	58,2%	1,9%
Regiune	Moldova	57,0%	39,6%	3,4%
	Muntenia	51,5%	48,0%	0,6%
	Transilvania	55,2%	43,8%	1,0%
	Bucuresti	49,3%	50,2%	0,5%
Total		53,7%	45,0%	1,3%

Filme artistice		Urmăresc	Nu urmăresc	NS/NR
Mediu	urban	81,9%	16,8%	1,3%
	rural	73,0%	26,3%	0,7%
Sex	masculin	78,6%	20,6%	0,8%
	feminin	77,6%	21,1%	1,2%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	72,4%	26,6%	1,0%
	liceu, scoala postliceala	85,8%	13,4%	0,8%
	studii superioare	80,4%	17,9%	1,7%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	86,3%	11,7%	2,0%
	23 - 35 ani	84,2%	15,0%	0,8%
	36 - 49 ani	87,0%	12,7%	0,3%
	50 - 64 ani	76,0%	23,2%	0,8%
	peste 65 ani	59,1%	39,2%	1,7%
Regiune	Moldova	75,8%	20,6%	3,6%
	Muntenia	79,2%	20,8%	
	Transilvania	79,7%	19,6%	0,7%
	Bucuresti	73,3%	26,7%	
Total		78,1%	20,9%	1,0%



Muzica/Divertisment		Urmăresc	Nu urmăresc	NS/NR
Mediu	urban	80,3%	18,8%	0,9%
	rural	74,2%	25,0%	0,8%
Sex	masculin	75,5%	24,0%	0,5%
	feminin	79,7%	19,1%	1,2%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	75,1%	24,2%	0,7%
	liceu, scoala postliceala	82,0%	17,2%	0,8%
	studii superioare	76,0%	22,3%	1,7%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	93,6%	4,7%	1,7%
	23 - 35 ani	85,4%	13,5%	1,0%
	36 - 49 ani	78,8%	21,2%	
	50 - 64 ani	74,1%	25,3%	0,6%
	peste 65 ani	63,3%	35,2%	1,5%
Regiune	Moldova	74,3%	23,0%	2,7%
	Muntenia	79,8%	20,1%	0,1%
	Transilvania	78,2%	21,1%	0,7%
	Bucuresti	75,6%	24,4%	
Total		77,7%	21,4%	0,9%

Jurnale de stiri		Urmăresc	Nu urmăresc	NS/NR
Mediu de rezidenta	urban	94,2%	5,1%	0,7%
	rural	96,1%	3,2%	0,7%
Sex	masculin	96,2%	3,2%	0,6%
	feminin	94,0%	5,3%	0,8%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	95,2%	4,3%	0,5%
	liceu, scoala postliceala	95,1%	4,2%	0,7%
	studii superioare	94,3%	4,4%	1,4%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	86,6%	11,7%	1,7%
	23 - 35 ani	93,8%	4,8%	1,5%
	36 - 49 ani	97,2%	2,8%	
	50 - 64 ani	97,2%	2,5%	0,3%
	peste 65 ani	96,0%	3,4%	0,6%
Regiune	Moldova	94,9%	3,4%	1,7%
	Muntenia	95,4%	4,1%	0,6%
	Transilvania	94,6%	5,0%	0,4%
	Bucuresti	95,4%	4,6%	
Total		95,0%	4,3%	0,7%



Emisiuni sportive		Urmăresc	Nu urmăresc	NS/NR
Mediu	urban	59,4%	39,3%	1,3%
	rural	57,8%	41,1%	1,1%
Sex	masculin	78,1%	21,1%	0,8%
	feminin	41,1%	57,2%	1,6%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	55,0%	43,6%	1,4%
	liceu, scoala postliceala	64,1%	35,1%	0,8%
	studii superioare	58,8%	39,5%	1,7%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	56,2%	42,5%	1,3%
	23 - 35 ani	62,2%	36,4%	1,5%
	36 - 49 ani	62,3%	37,2%	0,5%
	50 - 64 ani	61,1%	37,4%	1,4%
	peste 65 ani	49,4%	49,2%	1,5%
Regiune	Moldova	69,7%	26,7%	3,6%
	Muntenia	56,9%	42,9%	0,2%
	Transilvania	56,8%	42,1%	1,1%
	Bucuresti	47,0%	53,0%	
Total		58,7%	40,1%	1,2%

Emisiuni religioase		Urmăresc	Nu urmăresc	NS/NR
Mediu	urban	33,3%	64,8%	1,8%
	rural	38,2%	59,8%	2,0%
Sex	masculin	33,3%	64,8%	1,9%
	feminin	37,3%	60,8%	1,9%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	36,5%	61,4%	2,1%
	liceu, scoala postliceala	37,4%	61,1%	1,4%
	studii superioare	25,3%	72,3%	2,4%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	21,1%	76,3%	2,7%
	23 - 35 ani	28,1%	70,7%	1,2%
	36 - 49 ani	35,5%	63,7%	0,9%
	50 - 64 ani	42,2%	55,5%	2,4%
	peste 65 ani	42,8%	54,4%	2,7%
Regiune	Moldova	52,2%	43,6%	4,2%
	Muntenia	29,8%	68,9%	1,3%
	Transilvania	36,7%	61,8%	1,5%
	Bucuresti	13,4%	86,2%	0,5%
Total		35,4%	62,7%	1,9%



Talkshow-uri (dezbateri politice, cetatenesti etc.)		Urmăresc	Nu urmăresc	NS/NR
Mediu	urban	58,1%	40,0%	1,8%
	rural	49,0%	49,8%	1,2%
Sex	masculin	55,7%	43,2%	1,1%
	feminin	52,8%	45,2%	2,0%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	47,6%	50,8%	1,7%
	liceu, scoala postliceala	61,1%	37,9%	1,0%
	studii superioare	62,2%	35,1%	2,7%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	36,8%	61,5%	1,7%
	23 - 35 ani	55,1%	43,5%	1,5%
	36 - 49 ani	60,7%	38,8%	0,5%
	50 - 64 ani	60,8%	37,3%	1,9%
	peste 65 ani	47,5%	50,0%	2,5%
Regiune	Moldova	63,4%	32,0%	4,6%
	Muntenia	54,1%	45,4%	0,4%
	Transilvania	47,7%	51,1%	1,2%
	Bucuresti	56,7%	42,9%	0,5%
Total		54,2%	44,2%	1,6%

Emisiuni pentru copii		Urmăresc	Nu urmăresc	NS/NR
Mediu	urban	22,0%	76,3%	1,6%
	rural	19,1%	79,4%	1,5%
Sex	masculin	19,6%	79,1%	1,3%
	feminin	21,9%	76,3%	1,9%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	17,1%	81,3%	1,7%
	liceu, scoala postliceala	27,3%	71,6%	1,1%
	studii superioare	17,2%	80,4%	2,4%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	25,8%	72,6%	1,7%
	23 - 35 ani	23,3%	75,7%	1,0%
	36 - 49 ani	29,2%	69,9%	0,9%
	50 - 64 ani	17,7%	80,3%	2,1%
	peste 65 ani	9,1%	88,6%	2,3%
Regiune	Moldova	27,4%	67,8%	4,8%
	Muntenia	21,2%	78,0%	0,8%
	Transilvania	19,6%	79,7%	0,7%
	Bucuresti	7,4%	92,2%	0,5%
Total		20,8%	77,6%	1,6%



Emisiuni tip reality-show (viata reala, in direct)		Urmaresc	Nu urmaresc	NS/NR
Mediu	urban	48,5%	49,8%	1,7%
	rural	42,0%	56,3%	1,7%
Sex	masculin	44,9%	54,0%	1,1%
	feminin	46,5%	51,3%	2,2%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	39,0%	59,3%	1,7%
	liceu, scoala postliceala	55,2%	43,3%	1,4%
	studii superioare	46,3%	51,7%	2,0%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	52,8%	45,2%	2,0%
	23 - 35 ani	51,6%	47,0%	1,5%
	36 - 49 ani	49,9%	49,4%	0,7%
	50 - 64 ani	44,9%	52,9%	2,2%
	peste 65 ani	31,4%	66,2%	2,3%
Regiune	Moldova	58,3%	36,6%	5,1%
	Muntenia	50,7%	49,1%	0,2%
	Transilvania	35,8%	62,8%	1,4%
	Bucuresti	31,3%	67,7%	0,9%
Total		45,7%	52,6%	1,7%

Emisiuni de cultura si arta		Urmaresc	Nu urmaresc	NS/NR
Mediu	urban	45,6%	52,6%	1,8%
	rural	32,8%	65,9%	1,3%
Sex	masculin	40,8%	57,9%	1,4%
	feminin	39,4%	58,7%	1,9%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	29,3%	68,9%	1,8%
	liceu, scoala postliceala	50,6%	48,2%	1,2%
	studii superioare	54,1%	43,9%	2,0%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	39,8%	57,9%	2,3%
	23 - 35 ani	45,5%	53,0%	1,5%
	36 - 49 ani	44,7%	54,6%	0,7%
	50 - 64 ani	43,6%	54,5%	1,9%
	peste 65 ani	24,5%	73,4%	2,1%
Regiune	Moldova	46,9%	49,1%	4,0%
	Muntenia	41,6%	57,9%	0,6%
	Transilvania	36,9%	61,6%	1,5%
	Bucuresti	29,0%	70,0%	0,9%
Total		40,1%	58,3%	1,6%



Concursuri TV		Urmăresc	Nu urmăresc	NS/NR
Mediu	urban	46,1%	52,3%	1,6%
	rural	40,8%	57,6%	1,6%
Sex	masculin	42,0%	56,8%	1,3%
	feminin	45,6%	52,6%	1,9%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	40,9%	57,3%	1,7%
	liceu, scoala postliceala	51,3%	47,3%	1,3%
	studii superioare	34,5%	63,9%	1,7%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	51,8%	46,2%	2,0%
	23 - 35 ani	47,8%	50,9%	1,2%
	36 - 49 ani	48,0%	51,1%	0,9%
	50 - 64 ani	42,0%	56,4%	1,6%
	peste 65 ani	32,3%	65,2%	2,5%
Regiune	Moldova	54,1%	41,3%	4,6%
	Muntenia	48,3%	51,4%	0,3%
	Transilvania	32,9%	65,8%	1,4%
	Bucuresti	41,5%	58,1%	0,5%
Total		43,8%	54,6%	1,6%

Emisiuni sociale (anchete, reportaje)		Urmăresc	Nu urmăresc	NS/NR
Mediu	urban	62,0%	36,4%	1,6%
	rural	50,7%	47,8%	1,5%
Sex	masculin	59,2%	39,6%	1,2%
	feminin	55,2%	42,8%	1,9%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	53,0%	45,4%	1,7%
	liceu, scoala postliceala	62,3%	36,3%	1,3%
	studii superioare	59,8%	38,2%	2,0%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	44,8%	52,8%	2,3%
	23 - 35 ani	60,1%	38,5%	1,5%
	36 - 49 ani	64,5%	35,0%	0,5%
	50 - 64 ani	59,7%	38,5%	1,7%
	peste 65 ani	49,4%	48,3%	2,3%
Regiune	Moldova	67,0%	28,6%	4,4%
	Muntenia	56,4%	43,0%	0,6%
	Transilvania	50,5%	48,4%	1,1%
	Bucuresti	60,8%	38,2%	0,9%
Total		57,1%	41,3%	1,6%



Seriale		Urmăresc	Nu urmăresc	NS/NR
Mediu	urban	58,9%	39,1%	2,0%
	rural	46,3%	52,3%	1,4%
Sex	masculin	45,2%	53,5%	1,3%
	feminin	61,0%	36,8%	2,2%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	49,5%	48,7%	1,8%
	liceu, scoala postliceala	61,7%	36,8%	1,6%
	studii superioare	46,6%	51,4%	2,0%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	63,5%	34,8%	1,7%
	23 - 35 ani	56,8%	41,6%	1,7%
	36 - 49 ani	56,9%	42,3%	0,9%
	50 - 64 ani	51,0%	47,2%	1,7%
	peste 65 ani	43,0%	54,0%	3,0%
Regiune	Moldova	59,8%	36,2%	4,0%
	Muntenia	55,4%	43,7%	0,9%
	Transilvania	48,6%	50,1%	1,2%
	Bucuresti	48,4%	49,8%	1,8%
Total		53,5%	44,7%	1,7%

Desene animate		Urmăresc	Nu urmăresc	NS/NR
Mediu	urban	23,7%	74,5%	1,8%
	rural	17,8%	80,4%	1,8%
Sex	masculin	18,1%	80,2%	1,7%
	feminin	24,0%	74,2%	1,9%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	18,4%	79,7%	1,9%
	liceu, scoala postliceala	25,7%	73,1%	1,2%
	studii superioare	19,9%	77,0%	3,0%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	43,1%	55,5%	1,3%
	23 - 35 ani	26,4%	72,8%	0,8%
	36 - 49 ani	21,7%	76,5%	1,7%
	50 - 64 ani	12,5%	85,2%	2,4%
	peste 65 ani	13,1%	84,6%	2,3%
Regiune	Moldova	27,6%	68,4%	4,0%
	Muntenia	22,1%	76,3%	1,5%
	Transilvania	20,0%	79,1%	1,0%
	Bucuresti	6,5%	93,1%	0,5%
Total		21,2%	77,0%	1,8%





Telenovele		Urmăresc	Nu urmăresc	NS/NR
Mediu	urban	36,0%	62,5%	1,6%
	rural	32,9%	65,6%	1,5%
Sex	masculin	18,1%	80,4%	1,5%
	feminin	49,6%	48,8%	1,6%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	38,3%	60,2%	1,5%
	liceu, scoala postliceala	35,2%	63,4%	1,3%
	studii superioare	17,9%	79,7%	2,4%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	42,1%	54,8%	3,0%
	23 - 35 ani	32,6%	65,7%	1,7%
	36 - 49 ani	35,1%	64,0%	0,9%
	50 - 64 ani	34,9%	64,1%	0,9%
	peste 65 ani	30,8%	67,1%	2,1%
Regiune	Moldova	32,2%	63,8%	4,0%
	Muntenia	40,4%	59,0%	0,7%
	Transilvania	30,5%	68,5%	1,0%
	Bucuresti	31,8%	66,8%	1,4%
Total		34,6%	63,8%	1,5%

Emisiuni pentru minoritati		Urmăresc	Nu urmăresc	NS/NR
Mediu	urban	20,8%	77,4%	1,8%
	rural	16,3%	82,0%	1,7%
Sex	masculin	18,5%	80,1%	1,4%
	feminin	19,2%	78,7%	2,1%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	16,6%	81,7%	1,7%
	liceu, scoala postliceala	23,1%	75,2%	1,7%
	studii superioare	16,2%	81,4%	2,4%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	18,4%	79,6%	2,0%
	23 - 35 ani	19,5%	77,8%	2,7%
	36 - 49 ani	21,9%	77,7%	0,3%
	50 - 64 ani	19,6%	78,8%	1,6%
	peste 65 ani	13,9%	83,5%	2,5%
Regiune	Moldova	21,5%	74,1%	4,4%
	Muntenia	19,6%	79,4%	1,0%
	Transilvania	19,5%	79,7%	0,9%
	Bucuresti	7,4%	90,8%	1,8%
Total		18,9%	79,4%	1,7%



Audiența programelor emise de televiziuni locale

Interesul față de programele televiziunilor locale este orientat în principale către emisiuni de știri și programe de muzică și divertisment (vezi tabelul 3.3.6). Un profil al audienței emisiunilor de știri este prezentat în această secțiune.

Tabelul 3.3.6. Cât de des urmăriți la posturi locale emisiuni TV de genul... N=608 (respondenți ce urmăresc canale locale de televiziune)

	Zilnic	De câteva ori pe sapt.	O dată pe săpt.	Cel puțin o dată pe lună	Mai rar	Niciodata	NS/NR
Filme documentare	2,0%	5,6%	8,4%	3,8%	23,7%	52,1%	4,4%
Filme artistice	4,1%	7,9%	4,8%	2,0%	23,5%	53,3%	4,4%
Muzica/Divertisment	8,4%	15,8%	11,2%	3,8%	21,4%	35,4%	4,1%
Jurnale de știri	45,9%	33,4%	5,4%	2,0%	6,6%	4,1%	2,6%
Emisiuni sportive	10,5%	17,8%	5,9%	3,5%	15,8%	42,6%	3,9%
Emisiuni religioase	2,8%	3,0%	8,7%	3,8%	26,0%	51,6%	4,1%
Talkshow-uri (dezbateri politice, cetătenesti etc.)	3,9%	7,4%	14,6%	10,4%	16,4%	43,6%	3,6%
Emisiuni pentru copii	2,1%	2,8%	2,5%	2,1%	19,2%	66,3%	4,9%
Emisiuni tip reality-show	2,6%	4,6%	4,9%	7,6%	16,4%	58,6%	5,3%
Emisiuni de cultură și artă	2,1%	3,9%	7,1%	8,9%	16,8%	56,1%	5,1%
Emisiuni pentru minorități	2,1%	1,5%	3,0%	5,9%	14,3%	67,4%	5,8%
Concursuri de televiziune	1,5%	3,3%	4,1%	6,7%	15,6%	63,2%	5,6%
Emisiuni sociale (anșete, reportaje)	3,6%	7,2%	16,9%	6,6%	16,1%	44,1%	5,4%
Seriale	2,1%	3,8%	3,3%	2,0%	18,9%	59,4%	10,5%
Desene animate	1,3%	3,3%	1,5%	1,6%	16,1%	65,5%	10,7%
Telenovale	2,6%	2,5%	1,8%	1,6%	14,8%	65,8%	10,9%

Emisiuni de știri		Urmăresc	Nu urmăresc	NS/NR
Mediu	urban	84,9%	11,7%	3,4%
	rural	91,5%	7,9%	0,6%
Sex	masculin	87,9%	9,6%	2,5%
	feminin	85,6%	11,7%	2,8%
Studii	cel mult 10 clase, școală profesională	90,0%	9,1%	0,9%
	liceu, școală postliceală	84,9%	11,7%	3,4%
	studii superioare	82,7%	12,0%	5,3%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	69,0%	24,1%	6,9%
	23 - 35 ani	86,4%	10,2%	3,4%
	36 - 49 ani	87,9%	9,7%	2,4%
	50 - 64 ani	91,7%	7,7%	0,6%
	peste 65 ani	86,7%	10,2%	3,1%
Regiune	Moldova	90,7%	4,3%	5,0%
	Muntenia	89,2%	9,7%	1,1%
	Transilvania	82,9%	15,1%	1,9%
	Bucuresti	50,0%	25,0%	25,0%
Total		86,7%	10,7%	2,6%



Modalități de consum TV

Majoritatea tipurilor de emisiuni TV sunt urmărite ca activitate familială. Cele mai ridicate procente sunt înregistrate pentru emisiunile de știri (60.6%), filme artistice (54.6%) și emisiuni de muzică și divertisment (48%). Principalele grupuri sociale asociate cu consumul TV:

- Familia, principalul grup social de vizionare și comentare;
- Prietenii, în principal ca parteneri pentru dezbaterea conținutului TV.

Întrebările privind rolurile deținute de membrii familiei în alegerea emisiunilor TV urmărite, 69% dintre respondenți au declarat că decizia le aparține în foarte și mare măsură. Tabelul 3.3.6 arată diferențe mici semnificative între sexul, grupa de vîrstă sau nivelul de educație al acestor respondenți, fapt ce indică un grad ridicat de independență privind opțiunile TV între membrii unei familiilor. Sunt remarcabile însă grade mai reduse de participare la procesul decizional pentru copii.

O componentă esențială a consumului TV este comentarea informațiilor receptate cu alte persoane. Cele mai comentate programe TV sunt:

- Știrile, comentate de 72.2% dintre respondenți, în principal cu soțul sau soția (40%), prieteni (11.2%) și vecini (7.2%)
- Filmele artistice, comentate de 53.4% dintre respondenți, în principal cu soțul sau soția (29.5%) și prieteni (11%)
- Emisiuni muzicale sau de divertisment: 47.5% dintre respondenți obișnuiesc să le comenteze, cu soțul sau soția (22.9%) și cu prieteni (12.2%)
- Emisiuni pe teme sociale: sunt comentate de 43.6% dintre respondenți, cu soțul sau soția (23.2%) și prieteni (7%)

Table 3.3.4 Consum TV individual vs colectiv

În general cu cine obișnuiați să urmăriți emisiuni TV de genul....

	Singur	Împreună cu familia	Împreună cu prietenii	Nu urmăresc
Filme documentare	31,2%	33,9%	2,2%	32,8%
Filme artistice	29,7%	54,6%	3,2%	12,5%
Muzica/Divertisment	33,1%	48,0%	5,7%	13,2%
Jurnale de știri	35,1%	60,6%	1,4%	2,9%
Emisiuni sportive	29,4%	27,7%	5,3%	37,6%
Emisiuni religioase	17,6%	25,0%	1,3%	56,0%
Talkshow-uri (dezbateri politice etc.)	20,2%	41,8%	2,6%	35,4%
Emisiuni pentru copii	6,8%	20,2%	1,5%	71,5%
Emisiuni tip reality-show	17,4%	37,6%	3,2%	41,9%
Emisiuni de cultură și artă	19,0%	29,1%	3,4%	48,5%
Emisiuni pentru minorități	9,2%	14,1%	1,6%	75,1%
Concursuri de televiziune	14,9%	37,9%	3,3%	43,9%
Emisiuni sociale (anchete, reportaje)	23,1%	42,9%	1,6%	32,4%
Seriale	28,6%	32,6%	1,7%	37,2%
Desene animate	7,9%	16,7%	2,0%	73,4%
Telenovele	21,1%	17,6%	1,3%	60,0%



Tabelul 3.3.5 Comunicarea socială asociată cu urmărirea emisiunilor TV

În general cu cine obișnuiați să comentați emisiuni TV de genul...

	Soțul, soția	Copii	Parinți	Prieteni	Vecini	Colegi de serviciu-școală	Nu comentez
Filme documentare	23,1%	2,9%	1,8%	10,7%	2,9%	2,5%	56,1%
Filme artistice	29,5%	4,5%	2,2%	11,0%	3,1%	4,1%	45,6%
Muzica/Divertisment	22,9%	4,9%	1,7%	12,2%	2,8%	3,2%	52,5%
Jurnale de stiri	40,4%	2,7%	6,6%	11,2%	7,2%	4,2%	27,8%
Emisiuni sportive	12,3%	3,2%	1,4%	17,2%	4,8%	4,2%	56,9%
Emisiuni religioase	13,6%	1,3%	2,8%	3,3%	1,9%	1,2%	75,8%
Talkshow-uri (dezbateri politice etc.)	21,5%	2,0%	2,8%	9,1%	4,3%	5,5%	54,9%
Emisiuni pentru copii	5,1%	7,2%	0,5%	2,2%	0,7%	0,9%	83,4%
Emisiuni tip reality-show	17,2%	2,1%	2,4%	7,2%	3,9%	3,9%	63,3%
Emisiuni de cultura si arta	13,4%	2,2%	1,1%	6,1%	2,3%	3,4%	71,5%
Emisiuni pentru minoritati	5,8%	1,2%	0,7%	2,6%	1,4%	2,9%	85,4%
Concursuri de televiziune	16,5%	2,4%	2,2%	5,8%	2,7%	2,5%	68,0%
Emisiuni sociale (anchete, reportaje)	23,2%	2,6%	4,0%	7,0%	3,9%	2,9%	56,4%
Seriele	17,8%	1,8%	1,2%	7,5%	2,6%	3,3%	65,9%
Desene animate	3,7%	6,5%	0,5%	2,3%	0,6%	0,6%	85,9%
Telenovale	8,3%	1,6%	1,0%	5,5%	3,5%	1,7%	78,4%



Tabelul 3.3.6 Roluri decizionale în familie privind urmărirea programelor TV.

În familia dvs., în ce măsură hotărârea privind programele TV ce vor fi urmărite aparține...
Dvs. personal

	Frecventa	Procent absolut	Procent valid		
In foarte mare masura	1019	41,4	41,4(1)		41%
In mare masura	710	28,8	28,8(1)		29%
In mica masura	176	7,1	7,1		7%
In foarte mica masura	57	2,3	2,3		2%
Avem mai multe TV	400	16,2	16,2(1)		16%
NS/NR	101	4,1	4,1		4%
Total	2463	100,0	100,0		

INSOMAR-Rezultate statistice
1,00 Valori dominante

Sondaj Național, 06-28 septembrie 2007

În familia dvs., în ce măsură hotărârea privind programele TV ce vor fi urmărite aparține... Dvs. personal		In foarte mare/mare masura	In mica/foarte mica masura	Avem mai multe televizoare	NS/NR
Sex	masculin	69,4%	20,6%	17,1%	0,8%
	feminin	69,0%	21,1%	15,0%	1,2%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	72,5%	10,0%	10,4%	7,0%
	liceu, scoala postliceala	65,2%	9,7%	21,5%	3,5%
	studii superioare	66,7%	6,4%	23,6%	3,4%
Grupe de vîrstă	15 - 22 ani	59,6%	11,6%	22,2%	6,6%
	23 - 35 ani	69,0%	8,7%	20,0%	2,3%
	36 - 49 ani	69,1%	10,3%	17,1%	3,4%
	50 - 64 ani	68,4%	9,0%	17,0%	5,6%
	peste 65 ani	76,3%	8,6%	5,8%	9,2%
Regiune	Moldova	65,5%	9,5%	17,9%	7,1%
	Muntenia	69,5%	8,3%	16,8%	5,4%
	Transilvania	68,8%	12,3%	15,2%	3,8%
	Bucuresti	78,6%	4,1%	10,9%	6,4%
Total		69,2%	9,5%	16,0%	5,3%

În familia dvs., în ce măsură hotărârea privind programele TV ce vor fi urmărite aparține...
Soțul sau soția

	Frecventa	Procent absolut	Procent valid		
In foarte mare masura	249	10,1	10,1		10%
In mare masura	615	25,0	25,0(1)		25%
In mica masura	280	11,4	11,4		11%
In foarte mica masura	171	6,9	6,9		7%
Avem mai multe TV	513	20,8	20,8(1)		21%
NS/NR	635	25,8	25,8(1)		26%
Total	2463	100,0	100,0		

INSOMAR-Rezultate statistice
1,00 Valori dominante

Sondaj Național, 06-28 septembrie 2007

În familia dvs., în ce măsură hotărârea privind programele TV ce vor fi urmărite aparține...
Copii

	Frecventa	Procent absolut	Procent valid					
În foarte mare masură	90	3,7	3,7	 4%				
În mare masură	221	9,0	9,0	 9%				
În mica masură	254	10,3	10,3	 10%				
În foarte mica masură	264	10,7	10,7	 11%				
Avem mai multe TV	509	20,7	20,7(1)	 21%				
NS/NR	1125	45,7	45,7(1)	 46%				
Total	2463	100,0	100,0					

INSOMAR-Rezultate statistice
1,00 Valori dominante

Sondaj Național, 06-28 septembrie 2007

În familia dvs., în ce măsură hotărârea privind programele TV ce vor fi urmărite aparține...
Părinții

	Frecventa	Procent absolut	Procent valid					
În foarte mare masură	54	2,2	2,2	 2%				
În mare masură	109	4,4	4,4	 4%				
În mica masură	131	5,3	5,3	 5%				
În foarte mica masură	286	11,6	11,6	 12%				
Avem mai multe TV	522	21,2	21,2(1)	 21%				
NS/NR	1361	55,3	55,3(1)	 55%				
Total	2463	100,0	100,0					

INSOMAR-Rezultate statistice
1,00 Valori dominante

Sondaj Național, 06-28 septembrie 2007

În familia dvs., în ce măsură hotărârea privind programele TV ce vor fi urmărite aparține...
Alt membru al familiei

	Frecventa	Procent absolut	Procent valid					
În foarte mare masură	25	1,0	1,0(2)	 1%				
În mare masură	32	1,3	1,3(2)	 1%				
În mica masură	38	1,5	1,5(2)	 2%				
În foarte mica masură	116	4,7	4,7	 5%				
Avem mai multe TV	251	10,2	10,2	 10%				
NS/NR	2001	81,2	81,2(1)	 81%				
Total	2463	100,0	100,0					

INSOMAR-Rezultate statistice

1,00 Valori dominante

2,00 Valori sub pragul de semnificație

Sondaj Național, 06-28 septembrie 2007



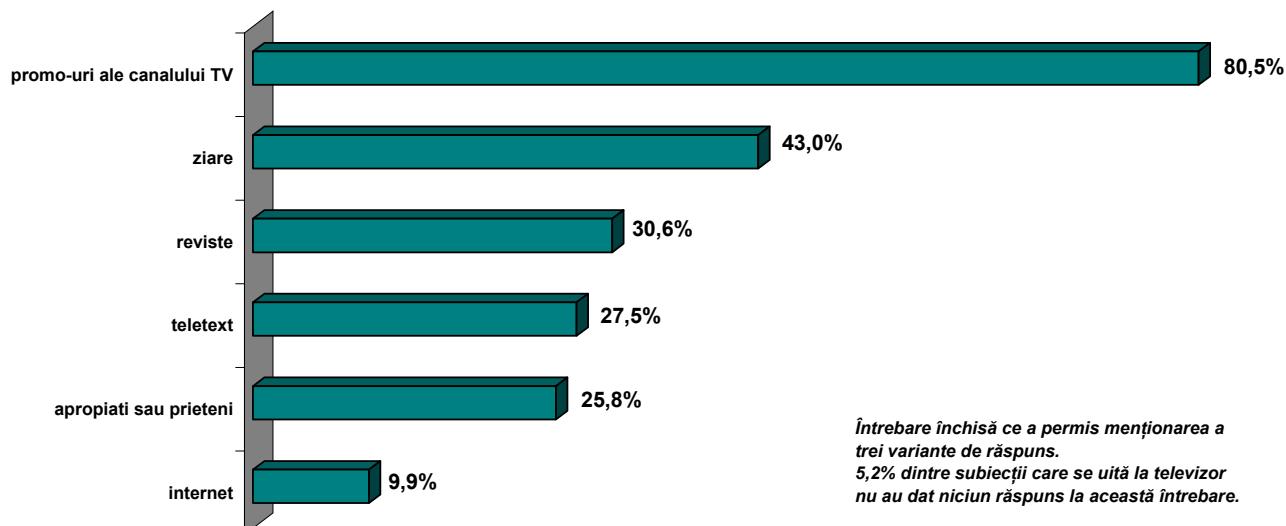
Surse de informare și comportamentul de programare al vizionării TV

Promo-urile TV sunt cea mai eficientă metodă de informare a telespectatorilor privind programele TV. Majoritatea respondenților (80.5%) au indicat promo-urile TV ca principala sursă de informare privind programele TV. Ziarele și revistele sunt modalități secundare de informare și programare a vizionărilor, în timp ce site-urile de internet au cea mai redusă utilizare. Promo-uri TV sunt folosite pentru programarea vizionării zilnic sau de 3-4 ori pe săptămână de către 64.4% dintre respondenți

Care sunt principalele surse pe care le folosiți pentru a afla programul canalelor TV pe care le urmăriți?

-selectie pe cei care au declarat ca se uita la TV-

N=2463



Într-o săptămână obișnuită, cât de des consultați sursele de informație pe care le utilizați pentru a afla programul TV?

-selectie pe cei care au declarat ca se uita la TV-

	zilnic	5-6 zile	3-4 zile	1-2 zile	mai rar	NS/NR
T70. Ziare	13,0%	5,8%	7,4%	12,3%	38,8%	22,7%
T71. Reviste	7,0%	4,5%	7,3%	9,6%	41,7%	29,9%
T72. Promo-uri ale canalului TV	37,2%	15,1%	12,1%	7,3%	14,6%	13,8%
T73. Teletext	12,0%	5,5%	6,0%	6,7%	33,2%	36,6%
T74. Internet	3,8%	2,2%	3,2%	2,5%	36,7%	51,6%
T75. Apropiați sau prieteni	4,3%	3,5%	6,5%	10,4%	41,2%	34,2%



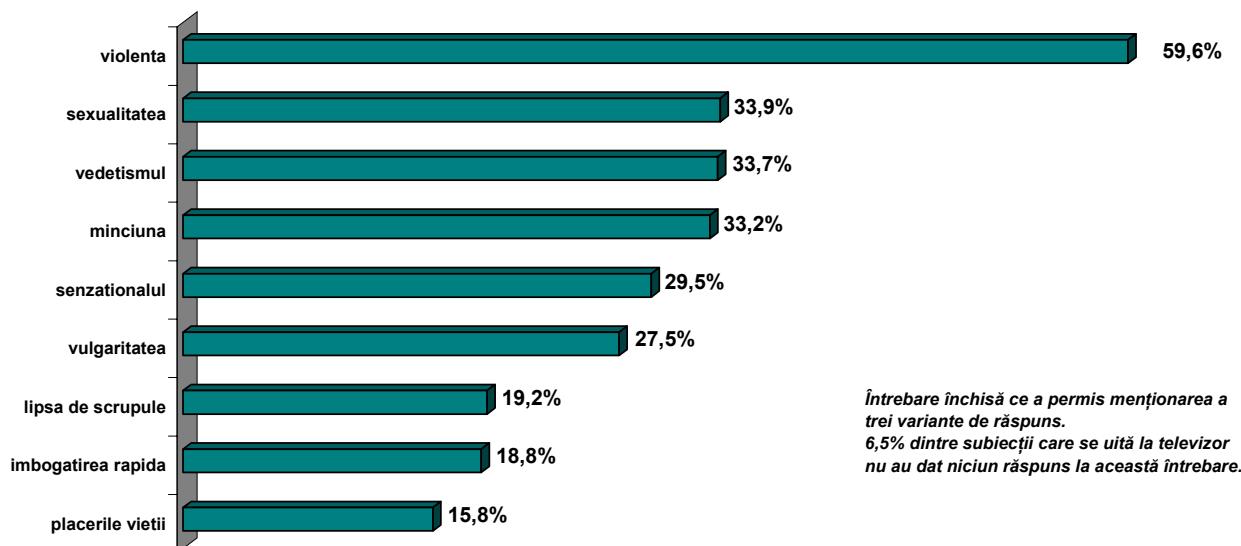
Efecte sociale ale consumului TV

În opinia dvs., care dintre următoarele valori și atitudini sunt mai frecvent promovate

în emisiuni de televiziune?

-selectie respondenti care au declarat ca se uita la TV-

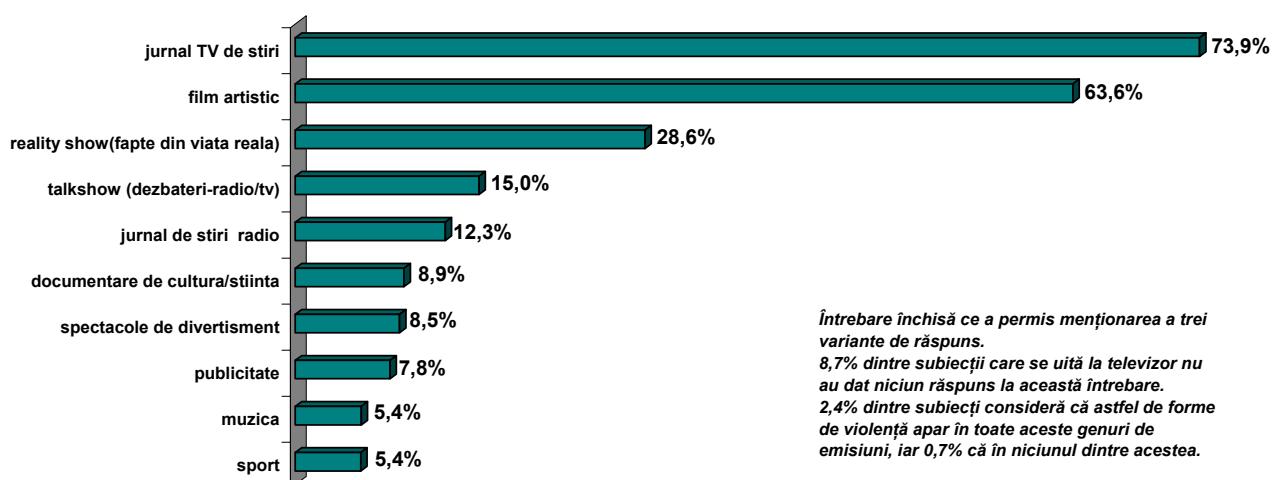
N=2463



În care dintre aceste genuri de emisiuni considerați că apar cel mai des astfel de forme de violență?

-selectie respondenti care au declarat ca se uita la TV-

N=2463



Respondenți au indicat ca valori și comportamente cel mai frecvent promovate în emisiunile TV violență (59.6%) și sexualitatea (33.9%). Violența este asociată în principal cu emisiunile de știri (73.9%) și cu filmele artistice (63.6%).

Majoritatea respondenților (80.7%) consideră că în general copii sunt expuși unui nivel prea ridicat de violență: știri despre crime și sinucideri (71.2%), acte de violență domestică (63.1%) și limbaj agresiv (48.5%).

Tabelul 3.5.7 Opinii privind expunerea copiilor la conținut violent în emisiunile TV

După părerea dvs., credeți că în România copiii sunt expuși unui nivel prea ridicat de influență nocivă din partea emisiunilor de televiziune?

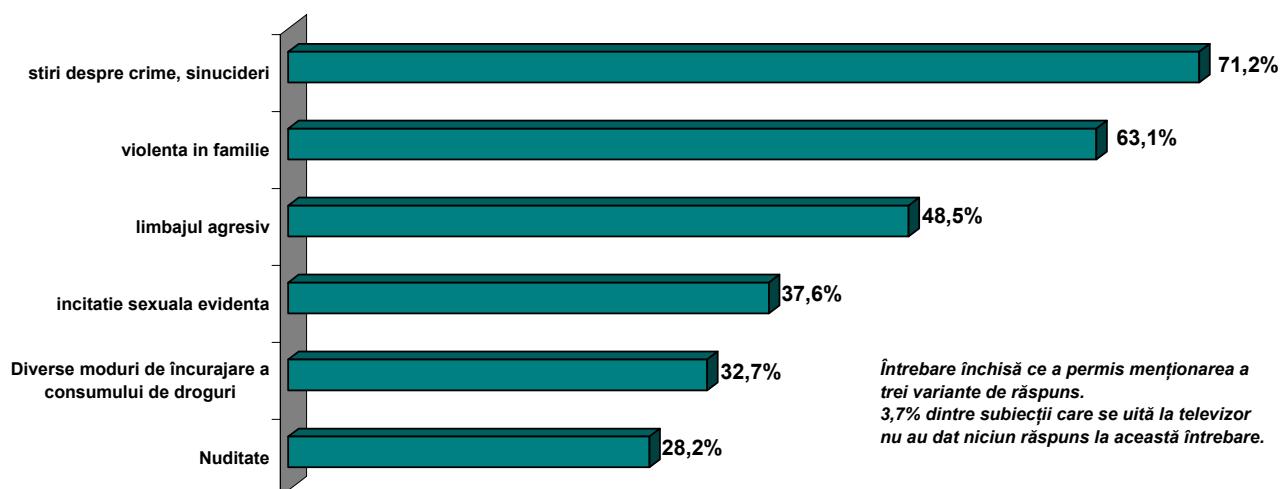
	Frecvența	Procent absolut	Procent valid					
DA	1894	76,9	80,7(1)					81%
NU	129	5,2	5,5	■	5%			
Indecis	325	13,2	13,8	■	14%			
Total	2348	95,3	100,0					
NS/NR	115	4,7						
Total	2463	100,0						

INSOMAR-Rezultate statistice
1,00 Valori dominante

Sondaj Național, 06-28 septembrie 2007

Care dintre următoarele forme de violență le considerați cele mai dăunătoare pentru minori în emisiunile tv?

-selectie a subiectilor care au declarat că urmăresc TV-
N=2463



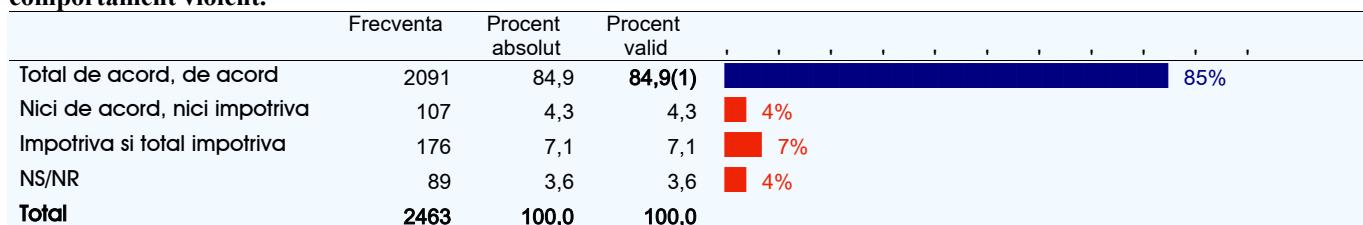
In evaluările asupra efectelor vizionării asupra comportamentului copiilor, respondenții atribuie un rol negativ televiziunii:

- 85% sunt de acord sau total de acord că violența în conținutul TV contribuie la manifestarea de comportamente agresive din partea copiilor;
- 80% consideră ca sexualitatea în conținutul TV contribuie la comportamente sexuale premature ale copiilor;
- 77% sunt de acord sau total de acord că preferințele alimentare ale copiilor sunt influențate de reclamele difuzate la televiziune

Tabelul 3.5.8 Opinii privind efectele vizionării TV asupra comportamentelor copiilor

În ce măsură sunteți de acord cu urmatoarele afirmații:

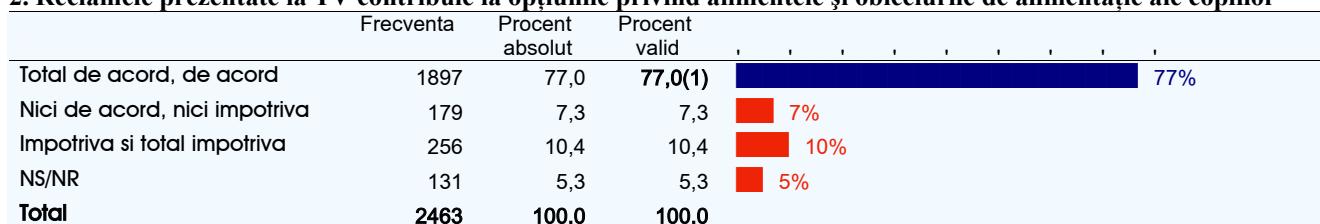
1. Expunerea copiilor la conținut violent (agresiune, violență verbală) în programele TV contribuie la manifestari de comportament violent.



INSOMAR-Rezultate statistice
1,00 Valori dominante

Sondaj Național, 06-28 septembrie 2007

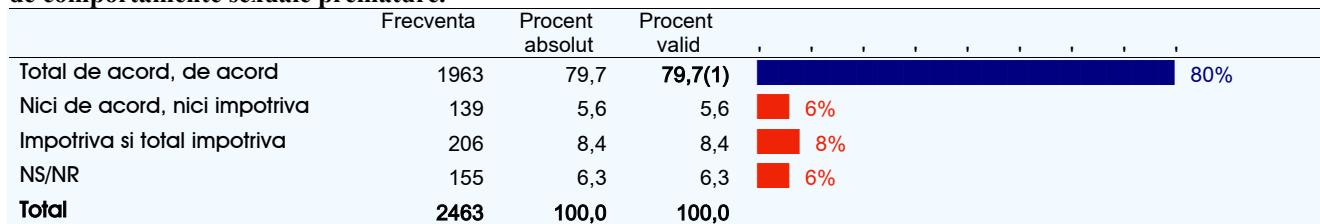
2. Reclamele prezentate la TV contribuie la opțiunile privind alimentele și obiceiurile de alimentație ale copiilor



INSOMAR-Rezultate statistice
1,00 Valori dominante

Sondaj Național, 06-28 septembrie 2007

3. Expunerea copiilor la conținut sexual (nuditate, conținut sexual explicit) în programele TV contribuie la manifestarea de comportamente sexuale premature.



INSOMAR-Rezultate statistice
1,00 Valori dominante

Sondaj Național, 06-28 septembrie 2007

La nivelul întregului eșantion, opinia dominantă este de a atribui televiziunii responsabilități pentru efecte negative asupra comportamentului copiilor. Respondenții ce sunt părinți având copii în întreținere susțin aceeași poziție și plasează „limbajul agresiv” pe prima poziție ca tip de conținut violent ce îi îngrijorează în emisiunile TV urmărite de copii (vezi tabelul 3.5.9)



Părinții au sesizat și efecte ale reclamelor asupra comportamentului copiilor: 76% dintre aceștia au recunoscut că au primit foarte des, des sau rar solicitări pentru achiziționarea anumitor produse alimentare din partea copiilor, ca urmare a vizionării unor spoturi TV (vezi tabelul 3.5.10).

Tabelul 3.5.9 Nivelul de îngrijorare al părinților în raport cu tipuri de conținut nerecomandat copiilor prezent în emisiuni TV

Cât de îngrijorat sunteți de gradul de expunere al copiilor dvs. față de următoarele aspecte din emisiuni TV?
 - selecție a respondenților care sunt părinți și au copii în îngrijire

	Foarte îngrijorat sau destul de îngrijorat	Putin îngrijorat sau deloc îngrijorat	NS/NR
Stiri despre crime, sinucideri etc.	76,7%	21,5%	1,8%
Violenta în familie	76,7%	21,5%	1,8%
Limbajul agresiv	77,0%	20,9%	2,0%
Abuzul de nuditate (trupuri dezgolite)	74,1%	23,9%	2,0%
Incitație sexuală evidență	74,6%	23,2%	2,2%
Diverse moduri de incurajare a consumului de droguri	75,1%	22,3%	2,5%

Tabelul 3.5.10 Influența reclamelor TV asupra comportamentului de consum al copiilor

Cât de frecvent v-au solicitat copii dvs. să cumpărați anumite produse alimentare în urma vizionării unor reclame prezentate la TV?

- selecție a respondenților care sunt părinți și au copii în îngrijire

	Frecvența	Procent absolut	Procent valid			
Foarte des	187	20.9	21.7(1)	22%		
Des	286	32.0	33.2(1)	33%		
Rar	178	19.9	20.6(1)	21%		
Foarte rar	76	8.5	8.8	9%		
Niciodata	135	15.1	15.7(1)	16%		
Total	862	96.5	100.0			
NS/NR	31	3.5				
Total	893	100.0				

INSOMAR-Rezultate statistice
 1,00 Valori dominante

Sondaj Național, 06-28 septembrie 2007

Televiziunea este percepță ca având efecte puternice asupra opiniilor și comportamentelor altor telespectatori, dar și asupra propriilor opinii (vezi tabelul 3.5.11 și 3.5.12). Printre tipurile de conținut TV cărora li se atribuie efecte puternice se numără conținutul violent (72,4% dintre respondenți), urmat de știri TV cu caracter politic (59%). Respondenții acceptă un grad ridicat de influență al conținutului TV asupra formării propriilor opinii și atitudini, în special privind probleme de ordin politic, social și economic (vezi tabelul 3.5.12).



Tabelul 3.5.11 Evaluări ale influenței conținutului TV asupra deciziilor și comportamentelor altor oameni

În ce măsură credeți că oamenii sunt influențați în deciziile și comportamentele lor de zi cu zi de către...

	în mare și foarte mare masură	în mica și foarte mica masură	deloc	NS/NR
Emisiuni TV ce cuprind scene de violență	72,4%	19,8%	1,7%	6,1%
Știri TV cu caracter politic	59,0%	29,6%	3,2%	8,2%
Dezbateri TV cu caracter politic	57,7%	29,8%	3,9%	8,5%
Emisiuni TV ce prezintă comportamente recunoscute ca deviante	57,2%	28,4%	4,1%	10,3%

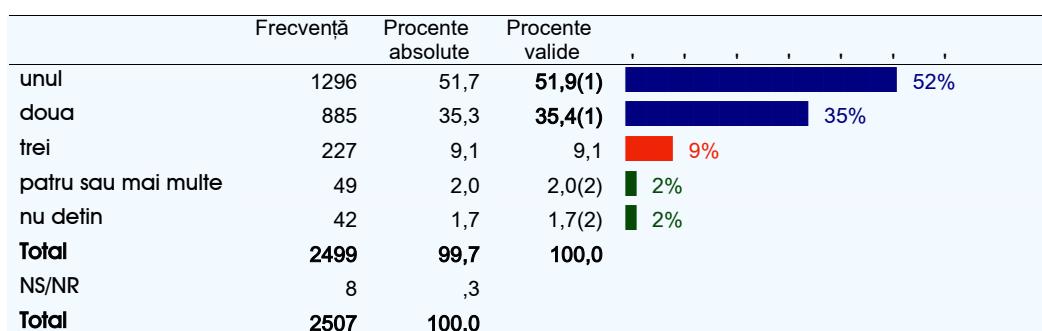
Tabelul 3.5.12 Evaluările efectelor conținutului TV asupra formării propriilor opinii

Vizionarea unor programe TV m-a ajutat să înțeleg mai bine...

	Total de acord și de acord	Impotrivă și total împotrivă	Nici de acord, nici împotrivă
Situată politică din România	75,8%	12,2%	12,0%
Situată economică din România	73,9%	13,2%	12,9%
Situată României ca stat membru al UE	71,8%	14,8%	13,4%
Situată politică internațională	68,5%	17,0%	14,6%
Probleme sociale cu care se confruntă România	75,7%	12,3%	12,0%
Situată corupției în România	71,5%	16,1%	12,5%

Receptoare TV, calitatea receptiei și numarul de canale TV disponibile

Câte televizoare există în gospodăria dvs.?



INSOMAR-Rezultate statistice

1,00 Valori dominante

2,00 Valori sub pragul de semnificație

Sondaj Național, 06-28 septembrie 2007



Care este modalitatea prin care receptati programe TV?

	Frecvență	Procente absolute	Procente valide						
Cablu	1856	75,4	77,1(1)		77%				
Antenă satelit	294	11,9	12,2		12%				
Antena terestră	223	9,1	9,3		9%				
Antenă comună	35	1,4	1,5(2)		1%				
Total	2408	97,8	100,0						
Nu recepționez	17	,7							
NS/NR	38	1,5							
Total	55	2,2							
Total	2463	100,0							

NSOMAR-Resultate statistice

1,00 Valori dominante

2,00 Valori sub pragul de semnificatie

Sondaj Național, 06-28 septembrie 2007

Ați achiziționat pachete de programe suplimentare?

INSOMAR-Resultate statistice
1,00 Valori dominante

Sondaj National, 06-28 septembrie 2007

Care este numărul aproximativ de canale TV locale și nationale pe care le receptionati?

Nr. de cazuri	Media	Abaterea standard
2249	34.2	21.4



RADIO

DEFINIREA PROFILELOR SI AUDIENTELOR RADIO

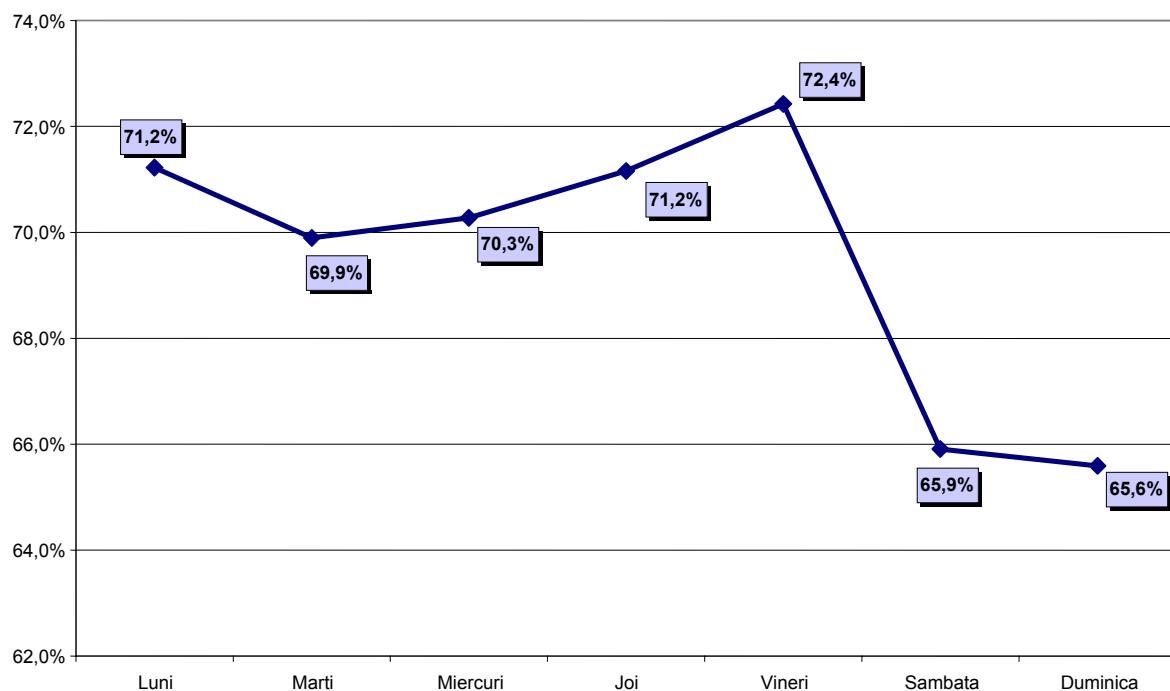
Audiența săptămânală a stațiilor de radio

Audiența radio este asociată zilelor lucrătoare ale săptămânii. Prin comparație cu televiziunea, radioul are în general o audiență mai scăzută (vezi figura 4.1.1), cu niveluri maxime atinse în timpul săptămânii de lucru (Luni și Joi – 71.2%, Vineri -72.4%). Audiența din zilele de week-end scade la valori sub 66%.

Figura 4.1.1 Nivelurile de consum radio în cursul săptămânii

Într-o săptămână obisnuită, care sunt zilele în care obisnuiti sa ascultati emisiuni radio?

-Graficul prezinta procentul celor care au declarat ca se uita in ziua respectiva-



Într-o zi obișnuită de lucru, radioul este ascultat pentru o durată medie de 3 ore, în timp ce într-o zi de week-end rata medie de audiție scade la 2.47 ore. Consumul radio este orientat în principal către stații cu acoperire națională, care cumulează o medie de 9.6 ore de audiție săptămânală. În comparație cu audiența canalelor de televiziune locală (2.40 ore săptămânal), stațiile de radio locale au rol mai important în consumul mediatic.

Table 4.1.1 Ratele medii de consum radio în zile lucrătoare și de week-end, ratele medii de consum radio pentru stații cu acoperire națională și locală.

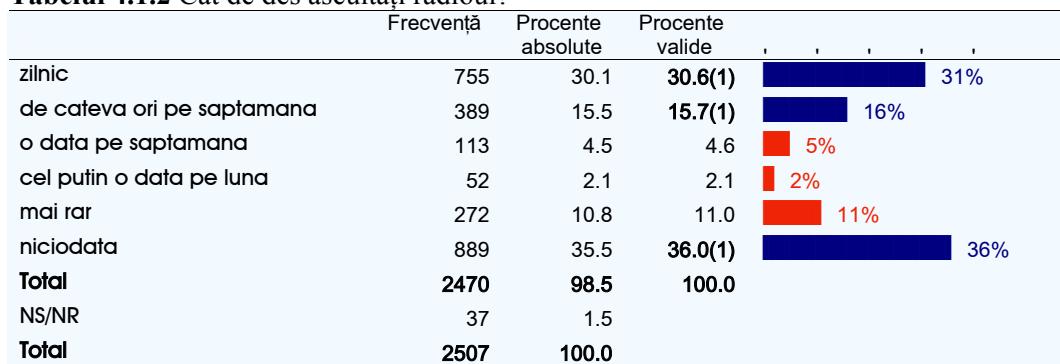
În funcție de zilele săptămânii	Nr. răspunsuri	Media	Abaterea Standard
Dacă ați calculat timpul pe care îl petreceți ascultând emisiuni radio ale stațiilor cu acoperire națională , câte ore credeți că ar fi în total într-o săptămână?	1801	9,60	13,48
Dacă ați calculat timpul pe care îl petreceți ascultând emisiuni radio ale stațiilor cu acoperire locală , câte ore credeți că ar fi în total într-o săptămână?	1594	2,92	6,93

În funcție de tipul postului	Nr. răspunsuri	Media	Abaterea Standard
Dacă ați calculat timpul pe care îl petreceți ascultând programe radio într-o zi obișnuită de lucru , câte ore credeți că ar fi în total într-o săptămână?	1569	3,00	4,24
Dacă ați calculat timpul pe care îl petreceți ascultând programe radio într-o zi de week-end , câte ore credeți că ar fi în total într-o săptămână?	1629	2,47	3,67

Profilul socio-demografic al audienței totale radio este (vezi tabelul 4.1.2):

- Audiență mai ridicată pentru mediul rural (67%) în raport cu mediul urban (61%), atât pentru bărbați cât și pentru femei
- Sunt mai mulți ascultători în grupele tinere de vârstă: 23-25 ani (69%), 15-22 ani (67.5%) și 36-49 ani (67.75%)
- Rata de consum radio crește odată cu nivelul studiilor: cei mai mulți ascultători se află în printre respondenții cu studii superioare (78.6%)
- Regiuni cu audiență mai ridicată: București (70.2%) și Moldova (70.1%)

Tabelul 4.1.2 Cât de des ascultați radioul?



INSOMAR-Rezultate statistice
1,00 Valori dominante

Sondaj Național, 06-28 septembrie 2007

Tabelul 4.1.3 Profilul socio-demografic al audienței totale radio

Cât de des ascultați radioul?		Ascultă radio	Nu asculta radio
Mediu	urban	60,7%	39,3%
	rural	66,6%	33,4%
Sex	masculin	64,6%	35,4%
	feminin	63,5%	36,5%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	67,5%	32,5%
	23 - 35 ani	69,0%	31,0%
	36 - 49 ani	67,7%	32,3%
	50 - 64 ani	63,2%	36,8%
	peste 65 ani	54,1%	45,9%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	54,5%	45,5%
	liceu, scoala postliceala	73,0%	27,0%
	studii superioare	78,6%	21,4%
REGIUNE	Moldova	70,1%	29,9%
	Muntenia	58,2%	41,8%
	Transilvania	64,9%	35,1%
	Bucuresti	70,2%	29,8%
TOTAL		63,2%	36,8%

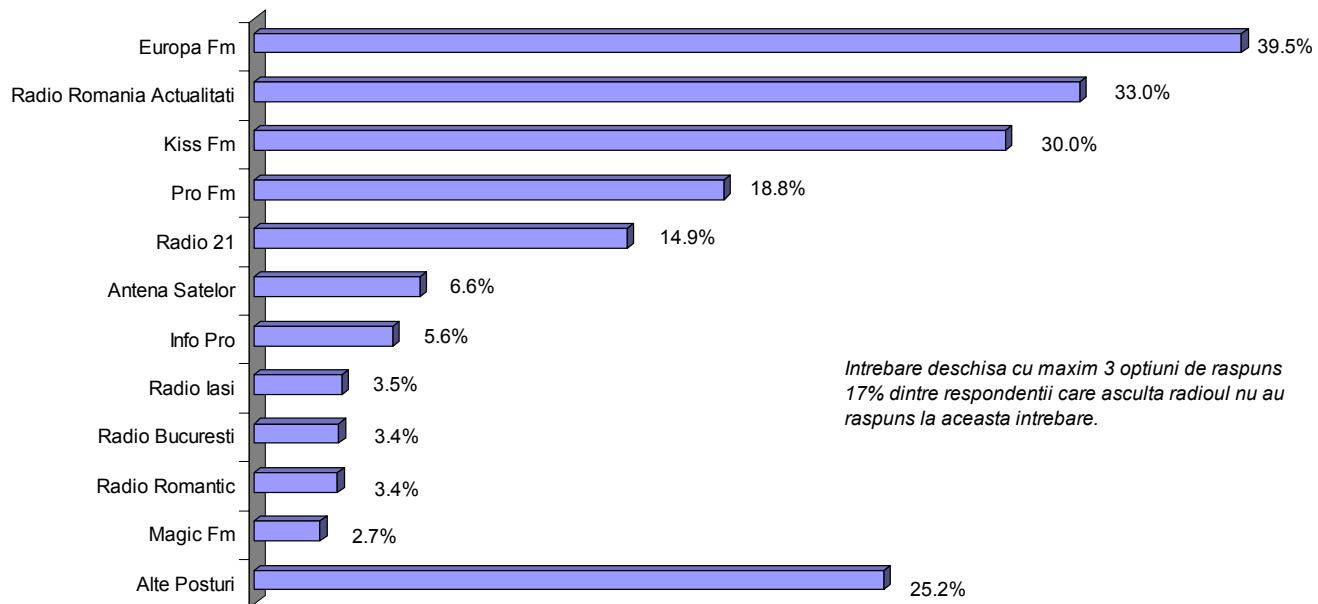
Canale radio favorite și profilele socio-demografice ale audiențelor

Pentru a evidenția preferințele subiecților pentru anumite stații radio au fost utilizate atât întrebări deschise, ce au permis menționarea spontană a primelor trei posturi de radio preferate, cât și scale ce au măsurat audiențele săptămânale ale unui set de posturi radio. Prima metodă este un bun indicator al popularității stațiilor de radio și este o tehnică subiectivă de măsurare. A doua metodă permite întocmirea unei ierarhii clare a stațiilor radio, pe baza comportamentului de consum al auditorilor.

Primele trei stații radio clasate conform menționării spontane de către respondenți sunt două canale comerciale (Europa FM and Kiss FM) și un canal public (Radio Romania Actualitati). Europa FM ocupă primul loc, fiind menționată în 39,5% dintre răspunsurile înregistrate (vezi figura 4.1.2). Al doilea canal popular este Radio Romania Actualitati, menționat în 33% dintre răspunsurile înregistrate, iar Kiss FM a fost menționat în opțiunile a 30% dintre respondenți.



Figura 4.1.2 Cele mai populare stații de radio conform mențiunilor spontane ale respondenților.



Ierarhia celor mai ascultate posturi de radio conform comportamentului de consum indică aceleși stații: (vezi tabelul 3.2.1): Europa FM (53.4% audiență totală), Radio Romania Actualitati (53.3% audiență totală) și Kiss FM (45.4% audiență totală). Următoarele posturi cu audiență relativ mare sunt Pro FM (45.4%) și Radio 21 (35.3%).

Tabelul 4.1.4 Ierarhia stațiilor radio pe baza audiențelor săptămânale

Într-o săptămână obișnuită, cât de des urmăriți programele canalului de radio...

	Zilnic	5-6 zile	3-4 zile	1-2 zile	Mai rar	Audiență totală	Nu ascult	NS/NR
România Actualități	20,9%	7,0%	3,8%	5,1%	16,4%	53,3%	38,6%	8,2%
Europa FM	20,2%	9,5%	9,2%	5,8%	8,7%	53,4%	36,8%	9,8%
Kiss FM	15,6%	7,3%	8,7%	5,0%	8,7%	45,4%	43,1%	11,5%
Pro FM	12,1%	4,0%	4,4%	5,4%	15,2%	41,2%	47,1%	11,6%
Radio 21	8,7%	4,5%	4,5%	4,7%	12,9%	35,3%	52,6%	12,1%
Antena Satelor	4,7%	0,9%	1,7%	2,3%	9,8%	19,4%	68,4%	12,1%
Info Pro	3,2%	2,0%	2,4%	3,5%	11,2%	22,4%	63,9%	13,7%
Romantic FM	2,6%	1,3%	1,3%	3,9%	9,8%	18,8%	68,4%	12,8%
Radio București	2,5%	2,1%	2,1%	2,0%	12,0%	20,6%	67,8%	11,6%
Magic FM	1,9%	1,0%	1,7%	2,7%	10,2%	17,5%	69,4%	13,0%
Radio Guerilla	1,6%	1,5%	2,1%	2,4%	10,4%	18,0%	68,8%	13,2%



Profilele socio-demografice ale stațiilor radio cu audiență ridicată

Pentru fiecare dintre cele cinci stații radio cu audiență ridicată sunt prezentate profilele de audiență totală pe baza corelațiilor cu variabile socio-demografice.

- **audiență totală:** include grupurile care menționează ascultarea postului de radio pe parcursul unei săptămâni.

Europa FM		Ascultă	Nu ascultă	NS/NR
Mediu	urban	43,2%	39,8%	17,0%
	rural	26,5%	52,2%	21,3%
Sex	masculin	39,6%	42,1%	18,3%
	feminin	32,7%	47,9%	19,4%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	40,4%	42,1%	17,5%
	23 - 35 ani	47,1%	38,2%	14,7%
	36 - 49 ani	43,8%	39,8%	16,4%
	50 - 64 ani	33,0%	47,0%	19,9%
	peste 65 ani	17,3%	57,6%	25,1%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	25,1%	51,3%	23,6%
	liceu, scoala postliceala	45,9%	39,3%	14,8%
	studii superioare	53,2%	36,0%	10,8%
REGIUNE	Moldova	45,5%	26,7%	27,8%
	Muntenia	26,3%	61,1%	12,6%
	Transilvania	37,0%	41,7%	21,2%
	Bucuresti	49,5%	35,9%	14,5%
Total		36.0%	45.2%	18.9%

Europa FM:

- mediul urban (43,2%)
- bărbați (39,6%) și femei (32,7%)
- mai mulți ascultători în grupele de vîrstă: 23-35 ani (47,1%) și 36-49 ani (43,8%)
- nivel de studii superior (53,2%) și mediu (46%)
- regiuni cu audiență totală maximă: București (49,5%) și Moldova (45,5%)



Radio Romania Actualitati		Ascultă	Nu ascultă	NS/NR
Mediu	urban	32,9%	50,6%	16,4%
	rural	38,8%	41,8%	19,5%
Sex	masculin	39,3%	43,8%	16,9%
	feminin	32,0%	49,5%	18,5%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	19,5%	63,9%	16,6%
	23 - 35 ani	23,6%	61,8%	14,7%
	36 - 49 ani	39,7%	44,1%	16,2%
	50 - 64 ani	44,7%	36,8%	18,5%
	peste 65 ani	40,0%	38,0%	22,1%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	34,0%	44,5%	21,5%
	liceu, scoala postliceala	36,2%	49,4%	14,3%
	studii superioare	40,1%	48,5%	11,4%
REGIUNE	Moldova	42,2%	31,9%	25,9%
	Muntenia	31,8%	55,9%	12,3%
	Transilvania	34,1%	46,0%	19,9%
	Bucuresti	39,5%	47,7%	12,7%
TOTAL		35.5%	46.8%	17.7%

Radio Romania Actualitati:

- audiență mai ridicată mediul rural(38.8%) față de mediul urban (33%)
- bărbați (39.3%) și femei (32%)
- grupe de vîrstă: 50-64 ani (44.7%), 65+ ani (40%), 36-49 ani (39.7%)
- nivel de studii: scăzut (34%), mediu (36.3%), superior (40%)
- regiuni cu audiență ridicată: Moldova (42.2%), București (39.5%)



Kiss FM		Ascultă	Nu ascultă	NS/NR
Mediu				
Sex	urban	37,6%	44,8%	17,6%
	rural	21,3%	55,6%	23,0%
Grupe de varsta	masculin	34,2%	46,8%	19,0%
	feminin	27,2%	51,9%	20,9%
Studii	15 - 22 ani	51,3%	32,8%	15,9%
	23 - 35 ani	46,3%	38,4%	15,3%
	36 - 49 ani	37,4%	45,2%	17,4%
	50 - 64 ani	20,9%	56,2%	22,9%
	peste 65 ani	7,0%	66,9%	26,1%
REGIUNE	cel mult 10 clase, scoala profesionala	19,1%	56,2%	24,7%
	liceu, scoala postliceala	41,8%	42,6%	15,6%
	studii superioare	45,8%	41,4%	12,8%
	Moldova	34,0%	36,4%	29,7%
	Muntenia	28,0%	58,3%	13,7%
	Transilvania	26,1%	51,7%	22,2%
	Bucuresti	49,1%	36,4%	14,5%
TOTAL		30.5%	49.5%	20.0%

Kiss FM:

- mediu urban (37,6%)
- bărbați (34,2%) și femei (27,2%)
- grupe de vîrstă: 15-22 ani (51,3%), 23-35 ani (46,3%)
- nivel de studii: mediu (41,8%), superior (45,8%)
- regiuni cu audiență ridicată: București (49,1%), Moldova (34%)



Pro FM		Ascultă	Nu ascultă	NS/NR
Mediu	urban	33,7%	48,2%	18,1%
	rural	19,3%	57,5%	23,2%
Sex	masculin	29,2%	51,1%	19,7%
	feminin	25,8%	53,3%	20,9%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	40,4%	43,0%	16,6%
	23 - 35 ani	38,8%	45,5%	15,7%
	36 - 49 ani	31,6%	50,3%	18,1%
	50 - 64 ani	20,4%	56,2%	23,4%
	peste 65 ani	12,9%	61,4%	25,7%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	19,1%	55,7%	25,2%
	liceu, scoala postliceala	34,9%	49,1%	16,0%
	studii superioare	41,1%	46,5%	12,5%
REGIUNE	Moldova	34,1%	35,4%	30,4%
	Muntenia	20,5%	65,5%	14,0%
	Transilvania	24,9%	52,5%	22,6%
	Bucuresti	50,0%	35,9%	14,1%
TOTAL		27.4%	52.2%	20.3%

Pro FM:

- mediu urban (33.7%)
- bărbați (29.2%) și femei (25.8%)
- grupe de vîrstă: 15-22 ani (40.4%) și 23-35 ani (38.8%)
- nivel de studii: mediu (35%) și superior (41.1%)
- regiuni cu audiență ridicată: București (50%)



		Ascultă	Nu ascultă	NS/NR
Radio 21 Mediu	urban	29,8%	52,0%	18,2%
	rural	15,2%	61,3%	23,5%
Sex	masculin	25,9%	54,1%	20,1%
	feminin	21,3%	57,8%	20,9%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	36,8%	45,4%	17,9%
	23 - 35 ani	37,2%	47,1%	15,7%
	36 - 49 ani	29,8%	52,1%	18,1%
	50 - 64 ani	15,3%	61,4%	23,4%
	peste 65 ani	5,2%	69,1%	25,7%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	14,1%	60,8%	25,1%
	liceu, scoala postliceala	33,1%	50,4%	16,4%
	studii superioare	34,7%	52,5%	12,8%
REGIUNE	Moldova	26,5%	42,5%	31,0%
	Muntenia	16,7%	70,3%	12,9%
	Transilvania	21,6%	54,5%	23,9%
	Bucuresti	51,4%	34,5%	14,1%
TOTAL		23.5%	56.0%	20.5%

Radio 21:

- mediu urban (29.8%)
- bărbați (25%), femei (21.3%)
- grupe de vîrstă: 23-25 ani (37.2%), 15-22 ani (36.8%)
- nivel de studii: mediu (33.1%) și superior (34.7%)
- regiuni cu audientă ridicată: București (51.4%)



Efecte ale consumului si forme de receptare ale radioului

Locul ascultarii: statii locale si nationale

În comparație cu modelele de vizionare TV, audiția programelor de radio are loc mai ales în intervalele de dimineață, în spații domestice. Radioul este un mediu pasiv, audiția având loc în fundalul altor activități cotidiene. Cele mai mari rate de audiție zilnică au loc dimineață (42,3%, vezi tabelul 4.2.1). Acest interval este dominat de stații radio cu acoperire națională, dar reprezintă și cel mai important interval de audiență pentru stațiile locale (20% dintre respondenți indică audiență zilnică, vezi tabelul 4.2.2).

Radioul are rate de audiență de peste 35% pentru aproape toate intervalele zilei, având un rol de mediu pasiv și de relaxare pentru auditori.

Tabelul 4.2.1 Locații și intervale de consum pentru audiția stațiilor radio naționale

**Într-o zi obișnuită a săptămânii, cât de des obișnuiați să ascultați programe radio NAȚIONALE...
 Selectie pe respondentii care au declarat ca asculta radio**

	zilnic	de cateva ori pe saptamana	o data pe saptamana	cel putin o data pe luna	mai rar	niciodata
Dimineata sau la micul dejun	42,3%	15,1%	6,2%	1,6%	11,1%	23,7%
In drum spre locul de munca	12,8%	8,3%	2,7%	1,0%	11,2%	64,1%
Acasa, in timpul zilei	26,6%	13,5%	4,2%	4,9%	16,2%	34,6%
La locul de munca, in timpul zilei	9,8%	5,9%	4,7%	1,3%	10,8%	67,5%
In drum spre casa	12,1%	6,8%	3,3%	1,5%	11,8%	64,4%
Acasa, seara	21,1%	8,0%	4,9%	2,6%	18,7%	44,7%
Acasa, noaptea la ore tarzii	5,7%	2,8%	1,0%	2,2%	13,6%	74,6%
Intotdeauna cand conduc autoturismul	12,4%	4,9%	1,0%	2,3%	7,3%	72,1%

Table 4.2.1 Locații și intervale de consum pentru audiția stațiilor radio locale

**Într-o zi obișnuită a săptămânii, cât de des obișnuiați să ascultați programe radio NAȚIONALE...
 Selectie pe respondentii care au declarat ca asculta radio**

	zilnic	de cateva ori pe saptamana	o data pe saptamana	cel putin o data pe luna	mai rar	niciodata
Dimineata sau la micul dejun	20,5%	8,4%	2,3%	1,0%	10,9%	56,8%
In drum spre locul de munca	4,9%	5,8%	1,4%	0,7%	11,4%	75,9%
Acasa, in timpul zilei	11,5%	8,7%	2,1%	5,6%	10,2%	61,9%
La locul de munca, in timpul zilei	4,0%	2,6%	3,5%	1,0%	10,7%	78,2%
In drum spre casa	4,2%	3,3%	2,6%	0,7%	12,1%	77,1%
Acasa, seara	9,4%	4,3%	3,7%	1,1%	12,5%	69,0%
Acasa, noaptea la ore tarzii	2,7%	1,7%	2,5%	0,9%	8,5%	83,7%
Intotdeauna cand conduc autoturismul	4,5%	2,3%	1,4%	0,8%	9,1%	81,9%



Un număr mic de respondenți declară că obșnuesc să asculte posturi de radio la locul de muncă: 9,8% în fiecare zi, 10,6% cel puțin o dată pe săptămână (vezi tabelul 4.2.3).

Ascultarea programelor radio în locuri publice are o frecvență foarte redusă (12% dintre respondenți) cu o medie săptămânală de 2,9 ore.

Tabelul 4.2.3 Audiția radio la locul de muncă

Ascultați emisiuni radio la locul de muncă?

Frecvența	Procent absolut	Procent valid					
DA	308	19,5	20,5(1)	20%			
NU	1198	75,8	79,5(1)	80%			
Total	1506	95,3	100,0				
NS/NR	75	4,7					
Total	1581	100,0					

INSOMAR-Rezultate statistice
1,00 Valori dominante

Sondaj Național, 06-28 septembrie 2007

Într-o săptămână obișnuită, cât timp vă petreceți în total ascultând emisiuni radio la locul de munca?
Selecție respondenți care au declarat că ascultă emisiuni radio la locul de muncă

Nr. de cazuri	Media	Abaterea standard
265	10,9	13,3

Table 4.2.3 Audiția radio în locuri publice

Ascultați emisiuni radio în locuri publice (de ex. cluburi, localuri)?

Frecvența	Procent absolut	Procent valid					
DA	176	11,1	11,9	12%			
NU	1306	82,6	88,1(1)	88%			
Total	1482	93,7	100,0				
NS/NR	99	6,3					
Total	1581	100,0					

INSOMAR-Rezultate statistice
1,00 Valori dominante

Sondaj Național, 06-28 septembrie 2007

Într-o săptămână obișnuită, cât timp vă petreceți în total ascultând emisiuni radio în locuri publice?
Selecție respondenți care au declarat că ascultă emisiuni radio în locuri publice

Nr. de cazuri	Media	Abaterea standard
152	2,9	2,5



MODALITATI DE CONSUM RADIO

Radioul reprezintă un mediu pasiv, fiind des folosit ca fundal al unor alte activități legate de gospodărie sau locul de muncă (vezi tabelul 4.2.4). Respondenți au indicat ascultarea radioului în timpul altor activități casnice, și în special auditia de programe muzicale sau de divertisment (47.1%), emisiuni de știri (40%) sau emisiuni de sport (24.2%). Auditia radio la locul de muncă include emisiuni muzicale și de divertisment (19%) și emisiuni de știri (18.8%).

Table 4.2.4 Ascultarea programelor radio în timpul activităților casnice

In general, cum preferați să ascultați emisiuni radio de genul...

Selectie a respondenților care au declarat că asculta radio

	fara a avea si alte activitati	in timpul activitatilor casnice	in timp ce lucrez	nu urmăresc	NS/NR
Reportaje si documentare	8,0%	23,6%	12,7%	47,4%	8,3%
Teatru radiofonic	5,1%	13,1%	8,9%	64,1%	8,9%
Muzica/Divertisment	11,3%	47,1%	19,2%	15,4%	7,0%
Jurnale de stiri	18,8%	40,0%	18,8%	15,3%	7,0%
Emisiuni sportive	11,8%	24,2%	12,1%	42,9%	9,0%
Emisiuni religioase	8,5%	17,1%	8,1%	57,4%	8,9%
Talkshow-uri	6,0%	21,6%	11,7%	51,5%	9,2%
Emisiuni pentru copii	3,3%	9,0%	7,3%	71,1%	9,4%
Concursuri radiofonice	3,5%	16,1%	8,9%	62,2%	9,2%
Emisiuni de cultura si arta	4,9%	14,0%	9,7%	60,0%	11,3%
Emisiuni pentru minoratii	3,1%	9,2%	5,4%	71,6%	10,7%

Datele privind consumul individual sau colectiv al radioului indică o funcție importantă asigurată de acest mediu: asigurarea unei companii plăcute, reducerea monotoniei unor sarcini repetitive precum activitățile casnice. Tabelul 4.2.5 indică tipurile de emisiuni ascultate de respondenți în mod individual: muzică și divertisment (34%) și emisiuni de știri (33.8%). Aceleași tipuri de programe radio sunt ascultate în mod colectiv, în familie: 33.3% dintre respondenți ascultă știri cu familia, iar 30.2% ascultă programe muzicale și de divertisment. Aceste date pot fi justificate de audiența ridicată a radioului în timpul dimineții și în intervalele de seară, momente în care membrii familiei sunt reuniți



Tabelul 4.2.5 Consum radio individual și colectiv

În general cu cine obișnuiați să ascultați emisiuni radio de genul...

Selectie pe respondentii care au declarat ca asculta radio

	singur	impreuna cu familia	impreuna cu prietenii	nu urmaresc	NS/NR
Reportaje si documentare	23,4%	16,0%	4,2%	47,4%	9,0%
Teatru radiofonic	10,1%	10,3%	4,4%	64,8%	10,4%
Muzica/Divertisment	34,0%	30,2%	12,6%	15,9%	7,3%
Jurnale de stiri	33,8%	33,5%	9,9%	15,4%	7,3%
Emisiuni sportive	22,3%	14,9%	10,5%	43,9%	8,5%
Emisiuni religioase	12,5%	17,2%	2,7%	58,4%	9,1%
Talkshow-uri	16,8%	15,1%	7,0%	51,8%	9,3%
Emisiuni pentru copii	7,8%	8,3%	2,4%	70,6%	10,9%
Concursuri radiofonice	9,2%	13,0%	4,2%	62,4%	11,1%
Emisiuni de cultura si arta	13,5%	9,2%	5,6%	60,4%	11,3%
Emisiuni pentru minoritati	7,3%	6,5%	3,0%	71,0%	12,3%

Comentarea emisiunilor radio este diferențiată după tipul de emisiuni, este vizibil astfel impactul social pe care îl au diversele programe radio. Cele mai comentate emisiuni sunt știrile, 24,4% dintre respondenți comentează știri cu soțul sau soția, iar 21% cu prieteni, vecini sau colegi. Reportajele și documentarele sunt comentate în interiorul familiei de către 13% dintre respondenți, și de către 13,2% cu prieteni, vecini sau colegi. Emisiunile sportive au un rol social important, fiind comentate de 22% dintre ascultători împreună cu prieteni, vecini sau colegi.

Tabelul 4.2.6 Comentarea programelor radio

În general cu cine obișnuiați să comentați emisiuni radio de genul...

Selectie pe respondentii care au declarat ca asculta radio

	sotul/sotia	copii	parintii	prietenii	vecini	colegi	nu comentez	NS/NR
Reportaje si documentare	12,8%	0,8%	0,8%	5,1%	2,8%	5,3%	64,7%	7,8%
Teatru radiofonic	5,4%	2,4%	0,3%	2,0%	1,1%	1,6%	76,7%	10,4%
Muzica/Divertisment	10,9%	3,8%	0,5%	9,2%	2,7%	5,3%	59,4%	8,2%
Jurnale de stiri	24,4%	1,8%	2,8%	9,4%	4,9%	6,7%	42,1%	7,8%
Emisiuni sportive	8,9%	0,9%	0,3%	9,8%	5,9%	5,1%	60,2%	8,9%
Emisiuni religioase	6,6%	0,8%	0,5%	4,1%	3,6%	1,8%	74,0%	8,7%
Talkshow-uri	7,1%	0,5%	0,3%	6,7%	4,4%	5,1%	66,9%	9,0%
Emisiuni pentru copii	4,9%	2,3%	0,6%	2,7%	0,9%	1,6%	77,7%	9,2%
Concursuri radiofonice	6,5%	1,0%	0,6%	1,8%	1,5%	2,9%	76,4%	9,2%
Emisiuni de cultura si arta	5,4%	2,8%	0,7%	2,5%	1,7%	2,5%	75,1%	9,4%
Emisiuni pentru minoritati	4,9%	0,3%	0,3%	1,0%	0,8%	2,5%	81,2%	9,0%



Procesul decizional familial privind selectarea programelor ascultate indică o utilizare individuală a radioului (vezi tabelul 4.2.7), 54.7% dintre respondenți își aleg des foarte des singuri emisiunile ascultate. Un rol important îl au copii, aceștia selectând des și foarte des emisiunile radio în 40% dintre cazuri.

Table 4.2.7 Procesul decizional familial de selecție a emisiunilor radio

În familia dvs., în ce măsură hotărârea privind postul de radio ce va fi ascultat aparține...

Selectie pe respondentii care au declarat ca asculta radio

	in foarte mare masura	in mare masura	in mica masura	in foarte mica masura	de loc	NS/NR
Dvs personal	42,3%	15,1%	6,2%	1,6%	11,1%	23,7%
Sotului/Sotiei	12,8%	8,3%	2,7%	1,0%	11,2%	64,1%
Copiilor	26,6%	13,5%	4,2%	4,9%	16,2%	34,6%
Parintilor	9,8%	5,9%	4,7%	1,3%	10,8%	67,5%
Altui membru	12,1%	6,8%	3,3%	1,5%	11,8%	64,4%

Interesul față de tipuri de emisiuni radio

Ierarhia celor mai ascultate emisiuni de radio după audiența totală este dominată de:

- Emisiuni de știri** (73%) ascultate de:
 - Auditori din mediul urban (72.2%) și rural (74.1%)
 - Mai mulți bărbați (77.3%) decât femei (69%)
 - 8 din 10 ascultători cu studii superioare, 75% dintre cei cu nivel de educație scăzut și 68.5 dintre cei cu studii medii
 - Audiență mai mare pentru grupele de vîrstă: 50-64 ani (81.2%) și 65+ ani (80.6%)
 - Minim 7 din 10 ascultători pentru toate regiunile
- Emisiuni de muzică și divertisment** (68.5%):
 - Mediul urban (70%) și rural (67%)
 - bărbați (71%) și femei (66.3%)
 - ascultători cu studii superioare (80%), studii medii (68%) și nivel de educație scăzut (65%)
 - audiență ridicată pentru toate grupele de vîrstă cu excepția grupelor 65+ (55%)
 - urmărite de 9 din 10 ascultători din București, 71% din Transilvania și 69% în Muntenia. Audiență mai scăzută în Moldova (55.7%)
- Emisiuni de sport** (37.9%):
 - mediul rural (42%) și urban (35%)
 - bărbații reprezentă 54.2% dintre ascultători
 - audiența cea mai ridicată pentru grupul cu nivel de educație scăzut (40.4%)
 - grupe de vîrstă dominante: 50-64 ani (43.3%) și 65+ (39.3%)
 - regiuni: Moldova (48%), Muntenia (38%) și Transilvania (35%)



4. Reportaje și documentare (28.7%)

- Mediul urban (28%) și rural (29%)
- Bărbați (30%) și femei (28%)
- Studii superioare (34.5%)
- Grupe de vârstă: 50-64 ani (35%) și 23-35 ani (33.5%)
- Audiențe între 27% și 30.5% în toate regiunile

În general, cât de des ascultați emisiuni radio de genul... ?

Selecție pe respondenți care au declarat că ascultă radio

	zilnic	de cateva ori pe săptămanna	o dată pe săptămână	cel puțin o dată pe luna	Audienta totală	Mai rar	Nu ascult	NS/NR
Reportaje si documentare	8,9%	9,5%	6,3%	4,0%	28,7%	23,7%	40,4%	7,3%
Teatru radiofonic	2,8%	3,0%	2,5%	2,6%	10,9%	21,5%	59,9%	7,7%
Muzica/Divertisment	40,3%	20,7%	5,1%	2,4%	68,5%	10,8%	14,3%	6,5%
Jurnale de stiri	46,7%	20,7%	4,2%	1,4%	73,0%	6,7%	14,3%	6,0%
Emisiuni sportive	16,6%	10,6%	6,3%	4,4%	37,9%	14,7%	39,9%	7,5%
Emisiuni religioase	4,0%	5,2%	8,5%	3,7%	21,4%	18,7%	52,1%	7,8%
Talkshow-uri	6,1%	8,3%	7,2%	5,5%	27,1%	18,3%	46,6%	8,0%
Emisiuni pentru copii	2,3%	2,5%	1,5%	3,3%	9,6%	17,5%	65,1%	7,7%
Concursuri radiofonice	4,7%	5,9%	2,8%	4,1%	17,6%	16,8%	57,7%	7,8%
Emisiuni de cultură și artă	3,9%	4,6%	4,0%	6,3%	18,8%	18,4%	54,6%	8,1%
Emisiuni pentru minorități	2,3%	1,9%	1,8%	4,7%	10,8%	15,2%	66,3%	7,8%



Profile socio demografice pentru cei care ascultă diverse tipuri de emisiuni radio

Reportaje si documentare		Asculta	Nu asculta	NS/NR
Mediu	urban	28,4%	65,0%	6,6%
	rural	29,0%	62,7%	8,3%
Sex	masculin	29,7%	63,9%	6,5%
	feminin	27,7%	64,3%	8,0%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	26,8%	65,2%	7,9%
	liceu, scoala postliceala	28,3%	64,5%	7,2%
	studii superioare	34,5%	59,9%	5,6%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	17,6%	75,4%	7,0%
	23 - 35 ani	33,5%	61,3%	5,1%
	36 - 49 ani	21,6%	70,1%	8,3%
	50 - 64 ani	34,9%	58,0%	7,0%
	peste 65 ani	31,7%	59,3%	9,0%
Regiune	Moldova	30,5%	58,6%	10,8%
	Muntenia	28,0%	65,7%	6,3%
	Transilvania	28,3%	64,5%	7,2%
	Bucuresti	27,5%	69,9%	2,6%
Total		28,7%	64,1%	7,3%

Teatru radiofonic		Asculta	Nu asculta	NS/NR
Mediu	urban	10,8%	82,3%	6,9%
	rural	11,2%	80,1%	8,7%
Sex	masculin	10,8%	82,7%	6,5%
	feminin	11,1%	80,2%	8,7%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	12,0%	80,1%	7,9%
	liceu, scoala postliceala	9,5%	82,8%	7,7%
	studii superioare	11,6%	81,5%	6,9%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	10,6%	82,4%	7,0%
	23 - 35 ani	7,9%	87,0%	5,1%
	36 - 49 ani	6,8%	84,2%	9,1%
	50 - 64 ani	14,1%	78,4%	7,5%
	peste 65 ani	16,4%	74,3%	9,3%
Regiune	Moldova	10,0%	78,6%	11,4%
	Muntenia	9,7%	83,5%	6,8%
	Transilvania	13,4%	79,2%	7,4%
	Bucuresti	9,2%	88,2%	2,6%
Total		10,9%	81,4%	7,7%



Muzica si divertisment		Asculta	Nu asculta	NS/NR
Mediu	urban	69,6%	24,7%	5,7%
	rural	66,9%	25,6%	7,5%
Sex	masculin	70,8%	23,6%	5,5%
	feminin	66,3%	26,4%	7,3%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	64,9%	28,1%	6,9%
	liceu, scoala postliceala	68,0%	25,3%	6,7%
	studii superioare	80,2%	15,5%	4,3%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	76,4%	17,6%	6,0%
	23 - 35 ani	76,7%	18,1%	5,1%
	36 - 49 ani	64,4%	28,3%	7,3%
	50 - 64 ani	70,9%	23,1%	6,0%
	peste 65 ani	54,9%	37,3%	7,8%
Regiune	Moldova	55,7%	34,6%	9,7%
	Muntenia	68,8%	25,0%	6,3%
	Transilvania	70,9%	23,4%	5,7%
	Bucuresti	90,2%	7,8%	2,0%
Total		68,5%	25,0%	6,5%

Știri		Asculta	Nu asculta	NS/NR
Mediu	urban	72,2%	22,6%	5,2%
	rural	74,1%	18,7%	7,2%
Sex	masculin	77,3%	17,5%	5,1%
	feminin	69,0%	24,2%	6,8%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	74,9%	19,2%	5,9%
	liceu, scoala postliceala	68,5%	24,8%	6,7%
	studii superioare	79,7%	15,9%	4,3%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	56,8%	37,2%	6,0%
	23 - 35 ani	72,8%	21,8%	5,4%
	36 - 49 ani	67,8%	25,2%	7,0%
	50 - 64 ani	81,2%	13,1%	5,8%
	peste 65 ani	80,6%	13,8%	5,6%
Regiune	Moldova	72,2%	19,5%	8,4%
	Muntenia	70,5%	23,5%	6,1%
	Transilvania	74,5%	20,0%	5,5%
	Bucuresti	78,4%	19,6%	2,0%
Total		73,0%	21,0%	6,0%



Emisiuni sportive		Asculta	Nu asculta	NS/NR
Mediu	urban	35,0%	58,6%	6,5%
	rural	42,0%	48,9%	9,0%
Sex	masculin	54,2%	39,3%	6,5%
	feminin	22,8%	68,7%	8,5%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	40,4%	51,7%	7,9%
	liceu, scoala postliceala	38,6%	53,8%	7,7%
	studii superioare	28,0%	65,9%	6,0%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	32,2%	61,3%	6,5%
	23 - 35 ani	38,4%	56,2%	5,4%
	36 - 49 ani	34,0%	57,9%	8,1%
	50 - 64 ani	43,2%	49,5%	7,3%
	peste 65 ani	39,2%	50,4%	10,4%
Regiune	Moldova	48,1%	41,1%	10,8%
	Muntenia	38,1%	54,9%	7,0%
	Transilvania	35,3%	57,5%	7,2%
	Bucuresti	21,6%	75,8%	2,6%
Total		37,9%	54,6%	7,5%

Emisiuni pe teme religioase		Asculta	Nu asculta	NS/NR
Mediu	urban	16,4%	76,4%	7,2%
	rural	28,5%	62,9%	8,6%
Sex	masculin	19,4%	73,6%	7,0%
	feminin	23,2%	68,3%	8,5%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	30,3%	61,3%	8,4%
	liceu, scoala postliceala	15,0%	77,6%	7,4%
	studii superioare	12,5%	80,2%	7,3%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	10,1%	83,4%	6,5%
	23 - 35 ani	8,5%	85,8%	5,7%
	36 - 49 ani	16,9%	75,1%	8,1%
	50 - 64 ani	29,1%	62,1%	8,8%
	peste 65 ani	40,7%	50,0%	9,3%
Regiune	Moldova	28,9%	59,7%	11,4%
	Muntenia	15,2%	78,0%	6,8%
	Transilvania	25,3%	67,0%	7,7%
	Bucuresti	11,1%	86,3%	2,6%
Total		21,4%	70,8%	7,8%



Talkshow-uri		Asculta	Nu asculta	NS/NR
Mediu	urban	28,5%	64,6%	6,9%
	rural	25,0%	65,5%	9,5%
Sex	masculin	26,5%	66,0%	7,5%
	feminin	27,6%	64,0%	8,4%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	27,4%	64,2%	8,4%
	liceu, scoala postliceala	26,3%	65,5%	8,1%
	studii superioare	28,0%	65,5%	6,5%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	14,6%	78,4%	7,0%
	23 - 35 ani	28,1%	66,5%	5,4%
	36 - 49 ani	22,9%	67,8%	9,4%
	50 - 64 ani	31,9%	60,6%	7,5%
	peste 65 ani	34,0%	55,6%	10,4%
Regiune	Moldova	32,7%	56,2%	11,1%
	Muntenia	23,7%	69,3%	7,0%
	Transilvania	24,2%	67,5%	8,3%
	Bucuresti	35,3%	62,1%	2,6%
Total		27,1%	65,0%	8,0%

Emisiuni pentru copii		Asculta	Nu asculta	NS/NR
Mediu	urban	8,6%	84,4%	7,0%
	rural	11,0%	80,2%	8,7%
Sex	masculin	8,4%	85,2%	6,3%
	feminin	10,7%	80,3%	9,0%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	12,1%	79,9%	7,9%
	liceu, scoala postliceala	8,1%	84,1%	7,8%
	studii superioare	6,0%	87,1%	6,9%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	6,0%	86,9%	7,0%
	23 - 35 ani	6,3%	87,9%	5,7%
	36 - 49 ani	8,3%	83,4%	8,3%
	50 - 64 ani	9,0%	83,7%	7,3%
	peste 65 ani	19,0%	70,5%	10,4%
Regiune	Moldova	14,1%	74,6%	11,4%
	Muntenia	6,6%	86,2%	7,2%
	Transilvania	11,5%	81,3%	7,2%
	Bucuresti	2,6%	94,8%	2,6%
Total		9,6%	82,7%	7,7%



		Asculta	Nu asculta	NS/NR
Concursuri radiofonice				
Mediu	urban	17,2%	75,9%	6,9%
	rural	18,1%	72,7%	9,2%
Sex	masculin	16,2%	76,5%	7,3%
	feminin	18,8%	72,8%	8,4%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	18,2%	73,4%	8,4%
	liceu, scoala postliceala	17,8%	74,4%	7,8%
	studii superioare	14,7%	78,9%	6,5%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	16,6%	76,4%	7,0%
	23 - 35 ani	15,4%	79,2%	5,4%
	36 - 49 ani	15,1%	76,4%	8,6%
	50 - 64 ani	18,3%	73,9%	7,8%
	peste 65 ani	23,5%	66,0%	10,4%
Regiune	Moldova	18,1%	70,3%	11,6%
	Muntenia	18,8%	74,4%	6,8%
	Transilvania	16,2%	76,0%	7,7%
	Bucuresti	17,0%	80,4%	2,6%
Total		17,6%	74,6%	7,8%

		Asculta	Nu asculta	NS/NR
Emisiuni de cultura si arta				
Mediu	urban	18,2%	74,7%	7,1%
	rural	19,8%	70,7%	9,5%
Sex	masculin	18,3%	74,4%	7,3%
	feminin	19,3%	71,8%	8,9%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	16,7%	74,5%	8,8%
	liceu, scoala postliceala	19,9%	72,1%	8,0%
	studii superioare	21,6%	72,0%	6,5%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	11,6%	80,4%	8,0%
	23 - 35 ani	21,5%	73,4%	5,1%
	36 - 49 ani	11,4%	80,0%	8,6%
	50 - 64 ani	21,9%	70,1%	8,0%
	peste 65 ani	27,2%	61,6%	11,2%
Regiune	Moldova	24,9%	63,8%	11,4%
	Muntenia	18,4%	74,1%	7,6%
	Transilvania	17,0%	75,1%	7,9%
	Bucuresti	12,4%	85,0%	2,6%
Total		18,8%	73,1%	8,1%



Emisiuni pentru minorități		Asculta	Nu asculta	NS/NR
Mediu	urban	9,7%	83,4%	6,9%
	rural	12,3%	78,7%	9,0%
Sex	masculin	9,5%	83,6%	6,9%
	feminin	11,9%	79,5%	8,6%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	12,7%	78,6%	8,7%
	liceu, scoala postliceala	10,3%	82,1%	7,7%
	studii superioare	5,6%	88,8%	5,6%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	6,5%	85,9%	7,5%
	23 - 35 ani	11,5%	83,7%	4,8%
	36 - 49 ani	6,2%	85,5%	8,3%
	50 - 64 ani	9,0%	82,9%	8,0%
	peste 65 ani	22,0%	67,5%	10,4%
Regiune	Moldova	19,7%	68,9%	11,4%
	Muntenia	5,9%	87,3%	6,8%
	Transilvania	11,5%	80,8%	7,7%
	Bucuresti	3,3%	94,1%	2,6%
Total		10,8%	81,5%	7,8%

Surse de informare și comportamente de programare a audierei radio

Audiția radio nu are caracterul programatic întâlnit în cazul consumului TV. Principala sursă de informație pentru ascultători sunt promo-urile radio (54,4%), urmate de informații oferite de prieteni (19%). Rata de utilizare a acestor surse este scăzută, doar 23,4% dintre respondenți urmăresc zilnic promo-urile radio pentru a își programa intervalele de audiere.

Într-o săptămână obișnuită, cât de des consultați sursele de informație pe care le utilizați pentru a afla programul radio?

Selecție a respondenților ce urmăresc programe radio

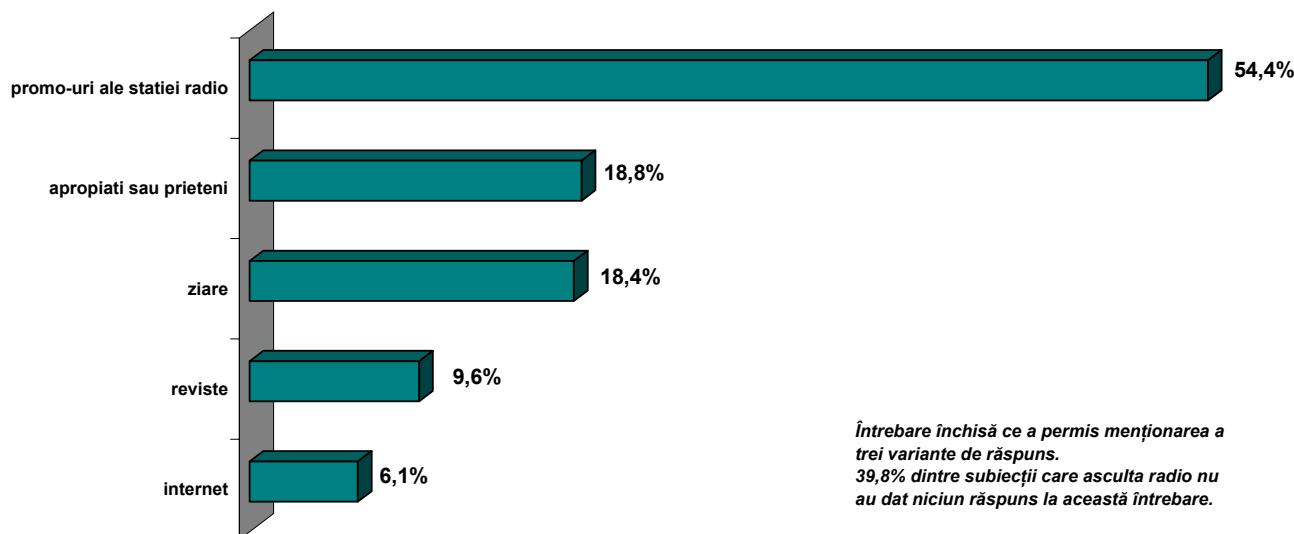
	Zilnic	5-6 zile	3-4 zile	1-2 zile	Mai rar	NS/NR
Ziare	5,1%	1,8%	3,9%	4,5%	34,0%	50,9%
Reviste	2,1%	1,3%	2,8%	4,4%	33,9%	55,5%
Promo-uri radio	23,4%	5,8%	8,9%	8,2%	15,9%	37,8%
Internet	1,7%	0,8%	2,5%	1,6%	28,2%	65,2%
Prieteni sau apropiați	2,5%	2,4%	5,2%	4,6%	29,7%	55,7%



**Care sunt principalele surse pe care le folosiți pentru a afla programul stațiilor radio
pe care le ascultați?**

-selectie pe cei care au declarat ca asculta radio-

N=1581



Efecte sociale ale consumului radio

Radioul este utilizat de către mulți dintre respondenți ca instrument pentru a primi ultimele știri, dar și ca mediu pasiv asociat altor activități. Opiniile privind efectele mesajelor radio asupra atitudinilor și comportamentelor cotidiene în măsură mai mică la ideea rolului persuasiv al radioului ca mediu, față de cel atribuit televiziunii. 50% dintre respondenți consideră că știrile pe teme politice și dezbatările cu teme politice difuzate la radio au o influență ridicată sau foarte ridicată asupra opiniilor și comportamentelor altor oameni. La întrebarea privind rolul radioului în conturarea propriilor opinii politice, 29% dintre cei ce asculta radioul nu răspund la această întrebare, 20% sunt nedeciși și doar 41% atribuie o influență informațiilor prezentate la radio. Aceste rezultate sugerează un rol secundar al radio-ului în construcția opiniilor și atitudinilor privind probleme politice, economice sau sociale, pentru mulți dintre ascultători.

În ce măsură credeți că oamenii sunt influențați în deciziile și comportamentele lor de zi cu zi de către...

	Mare și foarte mare măsură	Mică și foarte mică măsură	Deloc	NS/NR
Emisiuni radio ce cuprind scene de violență	46,1%	28,4%	6,8%	18,7%
Știri TV cu caracter politic	49,5%	32,3%	4,6%	13,6%
Dezbateri TV cu caracter politic	49,7%	31,8%	4,6%	13,9%
Emisiuni radio ce prezintă comportamente recunoscute ca deviante	44,5%	28,4%	6,9%	20,2%

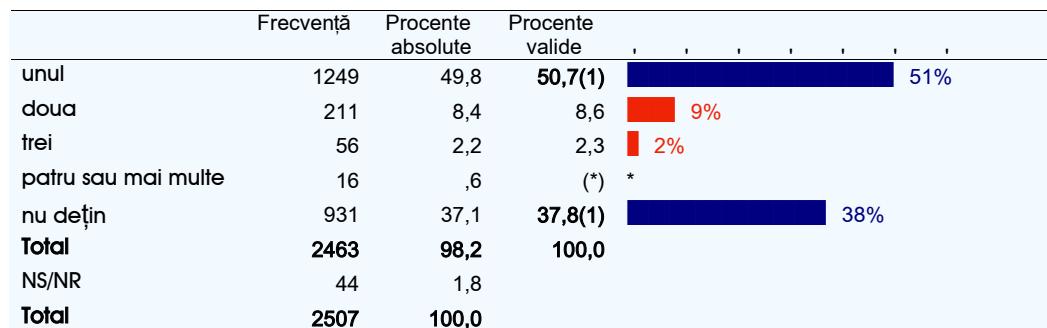


În ce măsură sunteți de acord cu următoarele afirmații? Audierea unor programe radio m-a ajutat să înțeleg mai bine...

	Total de acord și de acord	Total împotrivă și împotrivă	Nici de acord nici împotrivă	NS/NR
Situată politica din România	41,4%	10,3%	19,0%	29,4%
Situată economică din România	40,6%	10,6%	19,4%	29,4%
Situată României ca stat membru al UE	37,9%	12,4%	19,7%	29,9%
Situată politică internațională	37,1%	12,5%	20,1%	30,4%
Probleme sociale cu care se confruntă România	40,7%	10,1%	19,3%	29,9%
Situată corupției în România	38,5%	11,8%	19,4%	30,2%

Numărul de receptoare radio din gospodărie

Câte aparate radio există în gospodăria dvs.?



INSOMAR-Rezultate statistice

1,00 Valori dominante

* Valori nesemnificative

Sondaj Național, 06-28 septembrie 2007

CONSUM CULTURAL SI TIMP LIBER

Modurile de consum cultural al respondenților sunt dominate de televiziune (82%) si radio (30.6%). Presa scrisă și revistele tipărite au o poziție secundară, 56.2% dintre respondenți indicând lectura cel puțin săptămânală a acestora. 53.6% dintre bărbați citesc presa sau reviste cel puțin o dată pe săptămână, față de 44% dintre femei. Rata scăzută de penetrare a internetului și a canalelor mediatiche electronice, fac ca televiziunea și radioul difuzate pe internet să fie utilizate săptămânal doar de 5% dintre respondenți.

Cât de des...

	zilnic	de cateva ori pe săptamana	o data pe săptamana	cel putin o data pe luna	mai rar	niciodata
va uitati la televizor	81,9%	13,3%	1,3%	0,4%	1,7%	1,4%
ascultati radioul	30,6%	15,7%	4,6%	2,1%	11,0%	36,0%
cititi presa sau reviste in format tiparit	16,2%	17,7%	14,7%	7,7%	16,7%	27,1%
cititi presa sau reviste in editiile publicate pe internet	3,4%	3,5%	2,6%	2,2%	6,9%	81,4%
va uitati la emisiuni TV transmise pe internet	2,0%	2,7%	1,3%	1,4%	8,8%	83,8%
ascultati emisiuni radiofonice transmise pe internet	2,0%	1,5%	2,1%	1,0%	6,4%	87,1%

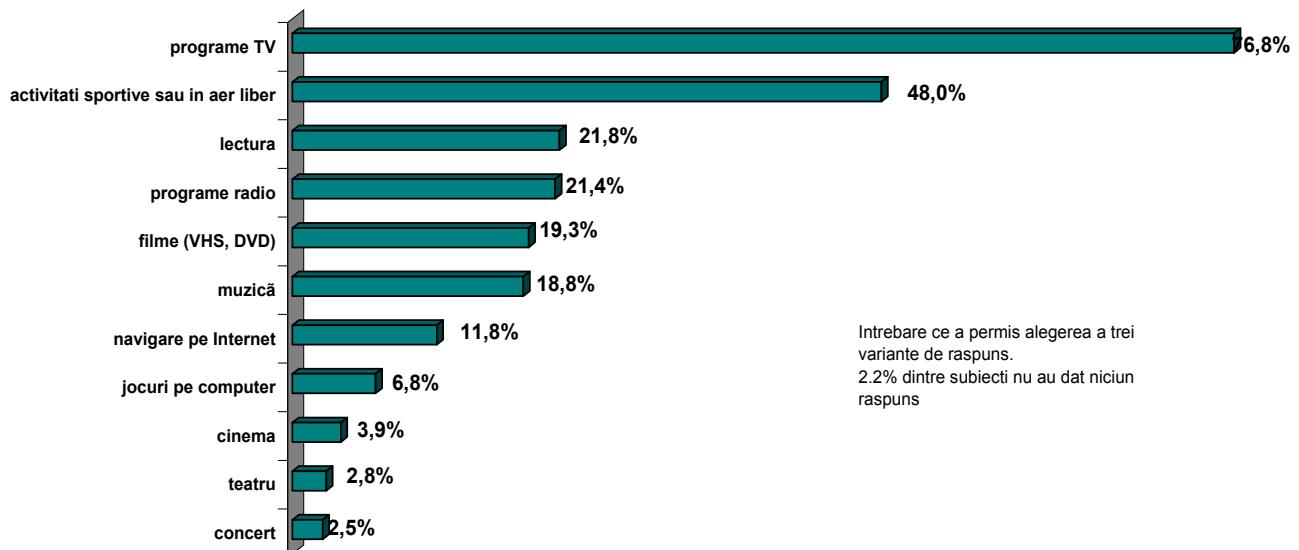
Respondenți au indicat primele trei opțiuni de petrecere a timpului liber. Rezultatele indică o preferință ridicată față de consumul TV (75.8% din totalul răspunsurilor înregistrate pentru o zi lucrătoare și 73.7% în timpul unei zile de week-end). Alegerea modalităților de petrecere a timpului liber este diferită între grupuri definite de sex și vârstă:

- **Femeile** aleg urmărirea programelor Tv (80%), activități în aer liber (45%) și programe radio (25%), iar față de bărbați preferă în mai mică măsură lectura (15%) sau vizionarea de filme (13%).
- **Bărbații** aleg urmărirea programelor TV (74.1%), activități în aer liber (49.7%), lectura (26.5%) și vizionarea de filme (23.4%).
- **Tinerii**, grupele de vârstă 15-22 ani și 23-35 de ani, au cea mai largă paletă de opțiuni: programe TV (54.3% și 68.2%), activități în aer liber (51.3% și 52.7%), ascultă muzică (37.7% și 25.8%), vizionarea de filme (34.4% și 27.5%), navigarea pe Internet (33.1% și 26.7%).



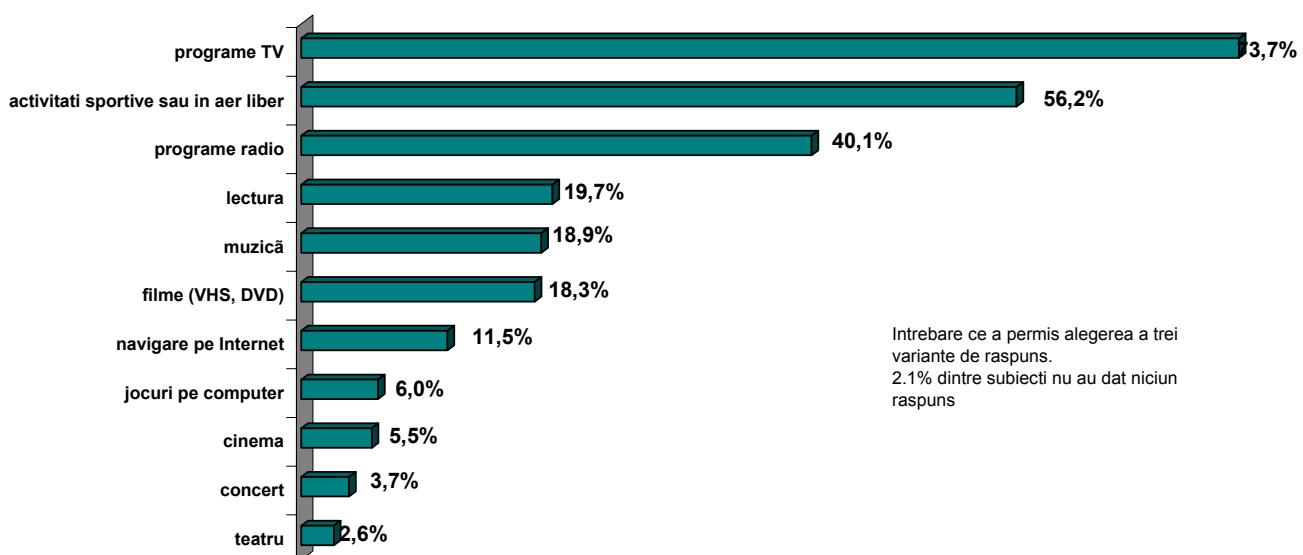
Cum preferati sa va petreceti timpul liber intr-o zi obisnuita a saptamanii?

N=2507



Intr-o zi obisnuita de weekend, cum preferati sa va petreceti timpul liber?

N=2507



EVALUAREA POLITICILOR PROMOVATE DE CNA -protecția consumatorului, reglementări-

Vizibilitatea publică a Consiliului Național al Audiovizualului este ridicată; 85.6% dintre respondenți au auzit despre activitățile CNA și doar 14.4% declară că nu cunosc activitatea CNA.

CN1. Ați auzit de existența Consiliului Național al Audiovizualului?

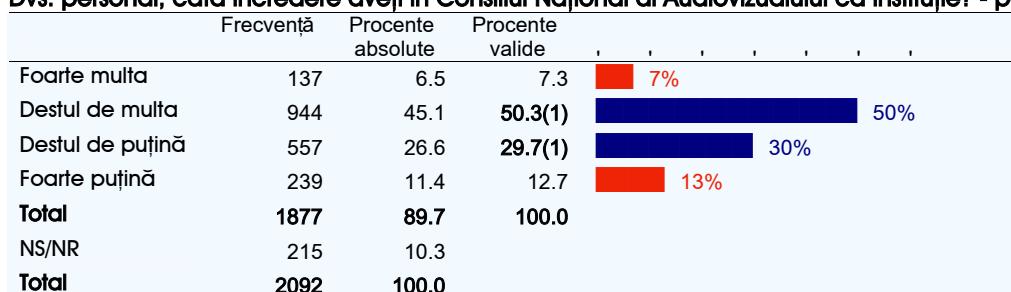
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	DA	2092	83.4	85.6	85.6
	NU	351	14.0	14.4	100.0
	Total	2443	97.4	100.0	
Missing	NS/NR	64	2.6		
	Total	2507	100.0		

INSOMAR-Rezultate statistice

Sondaj Național, 06-28 septembrie 2007

Consiliul Național al Audiovizualului beneficiază de un grad ridicat și foarte ridicat de încredere din partea a 57.6% dintre respondenți, iar 42.4% declară niveluri reduse de încredere în instituție.

Dvs. personal, câtă încredere aveți în Consiliul Național al Audiovizualului ca instituție? - pentru cel care au auzit de CNA



INSOMAR-Rezultate statistice
 1,00 Valori dominante

Sondaj Național, 06-28 septembrie 2007

Evaluarea respondenților asupra activităților de reglementare derulate de CNA este predominant pozitivă: 52% dintre aceștia consideră că CNA emite un număr acceptabil de reglementări privind conținutul TV, iar o treime dintre subiecți ar dori un număr mai ridicat de reglementări. 11% dintre respondenți consideră că există un excedent de reglementări. Gradul de utilitate publică al reglementărilor privind protecția minorilor a fost evaluat de respondenții care sunt părinți și au copii în întreținere. Aceștia au indicat în procent de 62% utilizarea frecventă și foarte frecventă a sistemului de avertizare privind conținutul emisiunilor TV.



Dvs. personal, considerați ca CNA... - pentru cei care au auzit de CNA

	Frecvență	Procente absolute	Procente valide				
intervine prea puțin cu reglementări privind conținutul programelor de TV și radio	646	30.9	35.3(1)		35%		
intervine atât cât trebuie cu reglementări privind conținutul programelor de TV și radio	950	45.4	51.9(1)		52%		
intervine prea mult cu reglementări privind conținutul programelor de TV și radio	234	11.2	12.8		13%		
Total	1830	87.5	100.0				
NS/NR	262	12.5					
Total	2092	100.0					

INSOMAR-Rezultate statistice
1,00 Valori dominante

Sondaj Național, 06-28 septembrie 2007

În România funcționează în prezent un sistem de avertizare a părinților cu privire la conținutul violent la emisiunilor TV la care pot avea acces minorii. În ceea ce vă privește, cât de des luați în considerare astfel de avertismente atunci când decideți ce emisiuni urmează să vizioneze copiii dvs?

- Pentru cei care au copii și locuiesc cu ei în gospodarie

	Frecvență	Procente absolute	Procente valide				
Foarte des	181	20.2	21.2(1)		21%		
Des	347	38.6	40.7(1)		41%		
Rar	149	16.6	17.5(1)		17%		
Foarte rar	68	7.6	8.0		8%		
Deloc	107	11.9	12.6		13%		
Total	852	94.9	100.0				
NS/NR	46	5.1					
Total	898	100.0					

INSOMAR-Rezultate statistice
1,00 Valori dominante

Sondaj Național, 06-28 septembrie 2007





INSTITUTUL NATIONAL PENTRU STUDII DE OPINIE SI MARKETING

NISOMAR

The insight research

TABELE DE FRECVENTA

**Câte televizoare există în gospodăria dvs.?**

	Frecvență	Procente absolute	Procente valide	
unul	1296	51,7	51,9 ¹	52%
doua	885	35,3	35,4 ¹	35%
trei	227	9,1	9,1	9%
patru sau mai multe	49	2,0	2,0 ²	2%
nu detin	42	1,7	1,7 ²	2%
Total	2499	99,7	100,0	
NS/NR	8	,3		
Total	2507	100,0		

INSOMAR-Rezultate statistice
Sondaj National. 06-28 septembrie 2007

1. Valori dominante

2. Valori sub pragul de semnificativ

Câte aparate radio există în gospodăria dvs.?

	Frecvență	Procente absolute	Procente valide	
unul	1249	49,8	50,7 ¹	51%
doua	211	8,4	8,6	9%
trei	56	2,2	2,3	2%
patru sau mai multe	16	,6	*	*
nu detin	931	37,1	37,8 ¹	38%
Total	2463	98,2	100,0	
NS/NR	44	1,8		
Total	2507	100,0		

INSOMAR-Rezultate statistice
Sondaj National. 06-28 septembrie 2007

1. Valori dominante

*. Valori nesemnificative

Cat de des....

	zilnic	de cateva ori pe saptamana	o data pe saptamana	cel putin o data pe luna	mai rar	niciodata
va uitati la televizor	81.9%	13.3%	1.3%	0.4%	1.7%	1.4%
ascultati radioul	30.6%	15.7%	4.6%	2.1%	11.0%	36.0%
cititi presa sau reviste in format tiparit	16.2%	17.7%	14.7%	7.7%	16.7%	27.1%
cititi presa sau reviste in editiile publicate pe internet	3.4%	3.5%	2.6%	2.2%	6.9%	81.4%
va uitati la emisiuni TV transmise pe internet	2.0%	2.7%	1.3%	1.4%	8.8%	83.8%
ascultati emisiuni radiofonice transmise pe internet	2.0%	1.5%	2.1%	1.0%	6.4%	87.1%



Cat de des vă uități la televizor?

	Frecvență	Procente absolute	Procente valide	
zilnic	2045	81.6	81.9 ¹	 82%
de cateva ori pe saptamana	332	13.2	13.3	 13%
o data pe saptamana	33	1.3	1.3 ²	 1%
cel putin o data pe luna	11	.4	*	*
mai rar	42	1.7	1.7 ²	 2%
niciodata	34	1.4	1.4 ²	 1%
Total	2497	99.6	100.0	
NS/NR	10	.4		
Total	2507	100.0		

INSOMAR-Rezultate statistice
Sondaj National. 06-28 septembrie 2007

1. Valori dominante

2. Valori sub pragul de semnificație

*. Valori nesemnificative

Ascultati radioul?

	Frecvență	Procente absolute	Procente valide	
zilnic	755	30.1	30.6 ¹	 31%
de cateva ori pe saptamana	389	15.5	15.7 ¹	 16%
o data pe saptamana	113	4.5	4.6	 5%
cel putin o data pe luna	52	2.1	2.1	 2%
mai rar	272	10.8	11.0	 11%
niciodata	889	35.5	36.0 ¹	 36%
Total	2470	98.5	100.0	
NS/NR	37	1.5		
Total	2507	100.0		

INSOMAR-Rezultate statistice
Sondaj National. 06-28 septembrie 2007

1. Valori dominante



Cât de des vă uitați la televizor ?

- Corelații cu socio-demografice-

		cel putin de cateva ori pe saptamana	o data pe saptamana sau mai rar	niciodata
Mediu	urban	96.6%	2.8%	0.6%
	rural	93.3%	4.3%	2.4%
Sex	masculin	95.0%	4.1%	0.9%
	feminin	95.4%	2.9%	1.7%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	95.0%	4.0%	1.0%
	23 - 35 ani	96.1%	3.7%	0.2%
	36 - 49 ani	96.7%	2.9%	0.3%
	50 - 64 ani	96.6%	2.3%	1.1%
	peste 65 ani	90.9%	4.8%	4.2%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	93.9%	3.8%	2.3%
	liceu, scoala postliceala	96.8%	2.9%	0.3%
	studii superioare	96.0%	3.7%	0.3%
REGIUNE	Moldova	94.9%	3.8%	1.3%
	Muntenia	95.6%	3.0%	1.4%
	Transilvania	95.0%	3.6%	1.3%
	Bucuresti	95.0%	3.6%	1.4%
TOTAL		95.2%	3.4%	1.4%



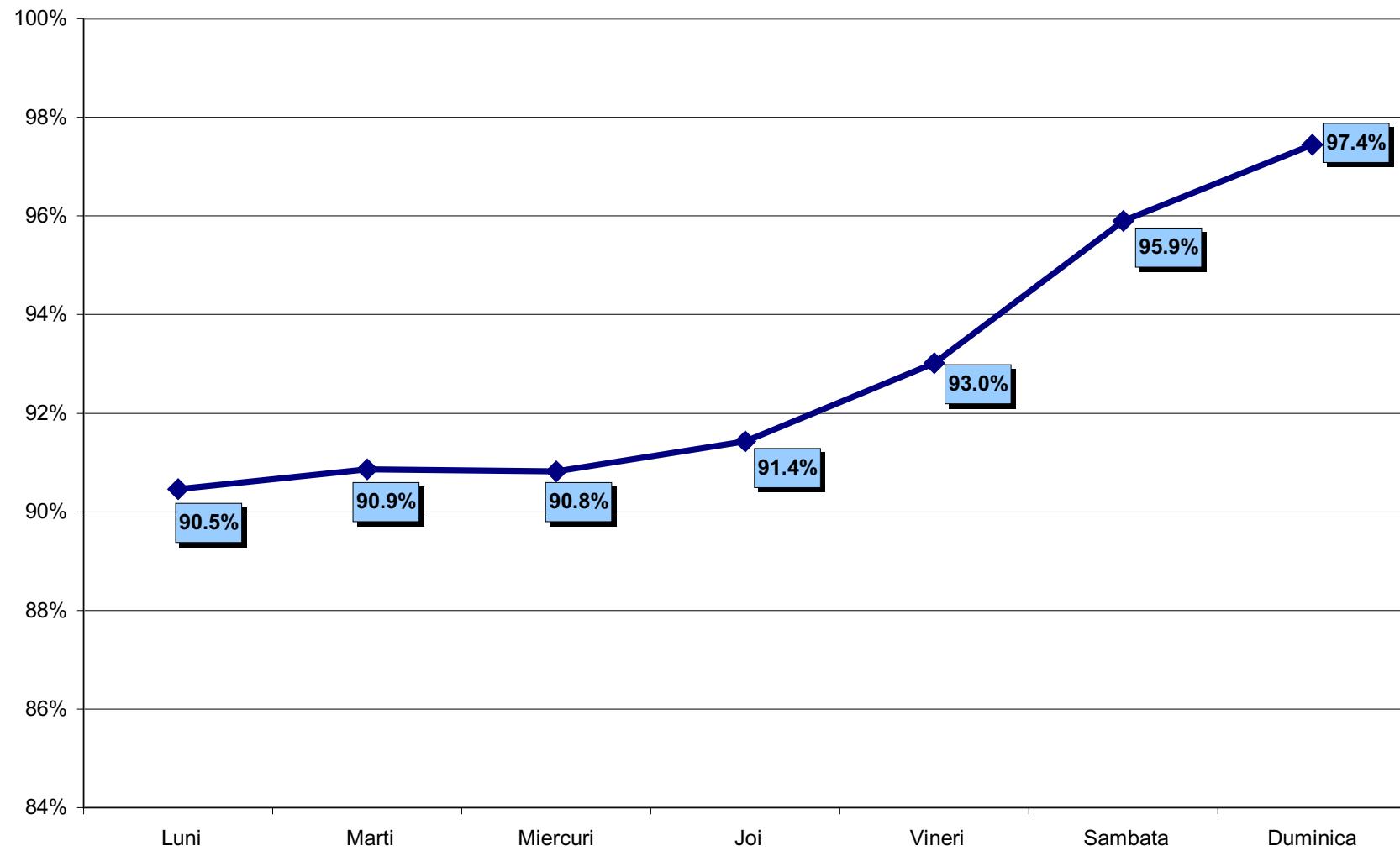
Cât de des ascultați radioul?

- Corelații cu socio-demografice-

		cel putin de cateva ori pe saptamana	o data pe luna sau mai rar	niciodata
Mediu	urban	43.2%	17.5%	39.3%
	rural	48.7%	17.8%	33.4%
Sex	masculin	48.9%	15.7%	35.4%
	feminin	43.9%	19.5%	36.5%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	45.4%	22.0%	32.5%
	23 - 35 ani	47.9%	21.0%	31.0%
	36 - 49 ani	47.5%	20.2%	32.3%
	50 - 64 ani	48.6%	14.6%	36.8%
	peste 65 ani	41.2%	12.9%	45.9%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	38.4%	16.1%	45.5%
	liceu, scoala postliceala	52.5%	20.4%	27.0%
	studii superioare	62.0%	16.6%	21.4%
REGIUNE	Moldova	50.9%	19.1%	29.9%
	Muntenia	38.8%	19.4%	41.8%
	Transilvania	47.6%	17.3%	35.1%
	Bucuresti	61.5%	8.7%	29.8%
Total		50.9%	13.1%	36.0%



Într-o săptămână obișnuită, în care din zile obisnuite să vă uitați la televizor? *Graficul prezintă procentul celor care au declarat ca se uita în ziua respectivă*





	Nr. raspunsuri	Media	Std. Deviation
Dacă ați calculat timpul pe care îl petreceți urmărind programe TV într-o zi obișnuită de lucru, câte ore credeți că ar fi în total?	2254	4.13	3.546
Dacă ați calculat timpul pe care îl petreceți urmărind programe TV într-o zi de week-end, câte ore credeți că ar fi în total?	2263	5.09	3.340
Dacă ați calculat timpul pe care îl petreceți urmărind programele televiziunilor locale într-o săptămână obișnuită, câte ore credeți că ar fi în total?	1888	2.40	5.543
Dacă ați calculat timpul pe care îl petreceți urmărind programele televiziunilor naționale într-o săptămână obișnuită, câte ore credeți că ar fi în total?	2328	22.80	14.462
Valid N (listwise)	1821		

INSOMAR-Rezultate statistice
Sondaj National. 06-28 septembrie 2007

Media consumului TV

In functie de zilele saptamanii

	Nr. raspunsuri	Media	Abaterea Standard
Daca ati calcula timpul pe care il petreceti urmarind programe TV intr-o zi obisnuita de lucru, cate ore credeti ca ar fi in total?	2254	4.1%	3.5%
Daca ati calcula timpul pe care il petreceti urmarind programe TV intr-o zi de week-end, cate ore credeti ca ar fi in total?	2263	5.1%	3.3%

In functie de tipul postului

Daca ati calcula timpul pe care il petreceti urmarind programele televiziunilor locale intr-o saptamana obisnuita, cate ore credeti ca ar fi in total?	1888	2.4%	5.5%
Daca ati calcula timpul pe care il petreceti urmarind programele televiziunilor nationale intr-o saptamana obisnuita, cate ore credeti ca ar fi in total?	2328	22.8%	14.5%

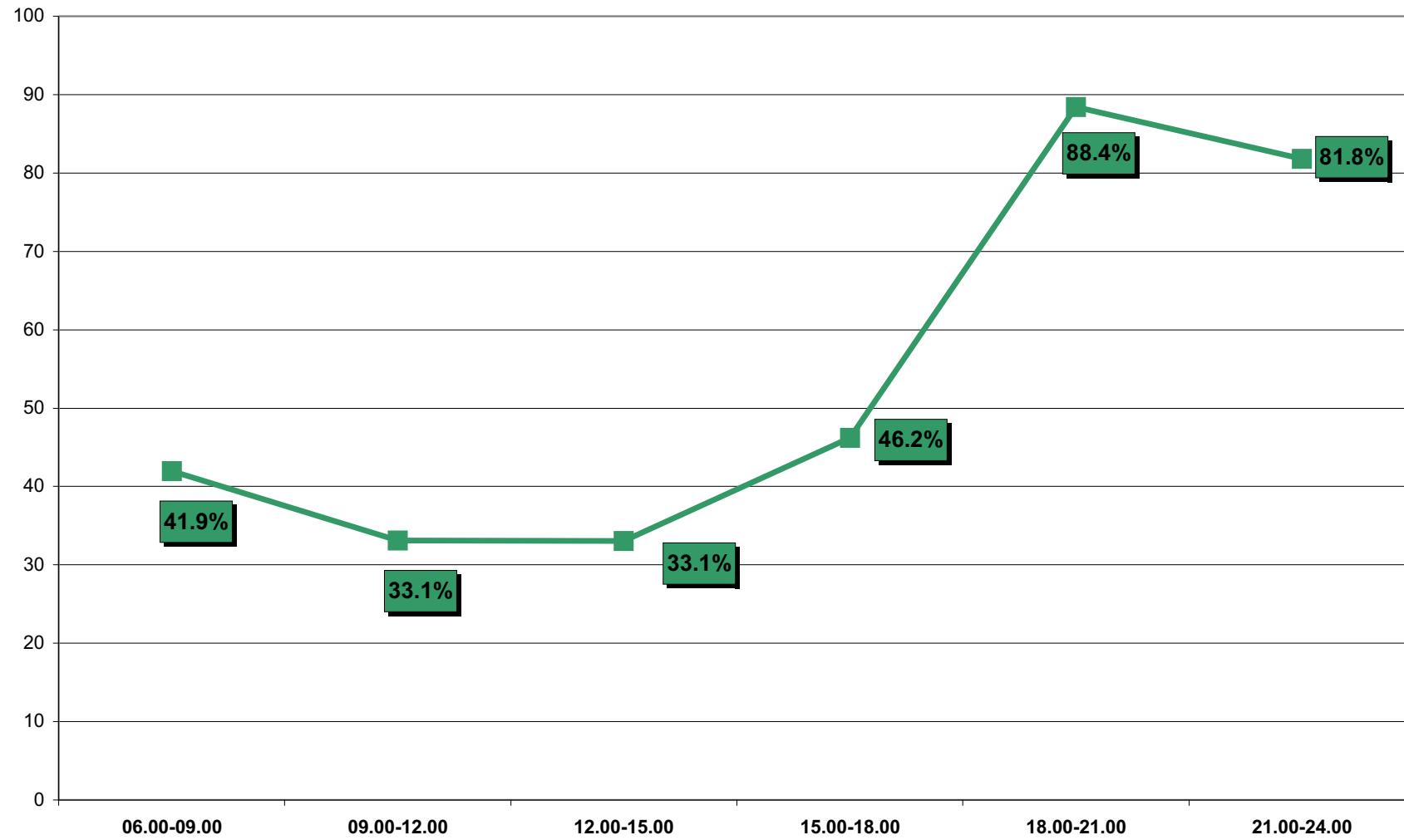


Când urmăriți programe de televiziune în timpul săptămânii, de obicei unde vă aflați în următoarele intervale orare:

Interval	acasa	la serviciu	oriunde gasesc un televizor	la rude, prieteni, colegi	nu am un loc preferat	nu urmaresc
06.00-09.00	39.5%	1.5%	0.2%	0.1%	1.1%	57.5%
09.00-12.00	26.0%	4.4%	0.2%	0.5%	2.4%	66.5%
12.00-15.00	25.5%	4.3%	0.4%	0.9%	2.4%	66.5%
15.00-18.00	39.0%	3.5%	0.4%	1.3%	2.6%	53.3%
18.00-21.00	85.9%	0.5%	0.3%	1.0%	1.6%	10.6%
21.00-24.00	80.3%	0.5%	0.2%	0.4%	1.4%	17.3%



Nivel al consumului TV pe intervale orare - *in timpul saptamanii-*



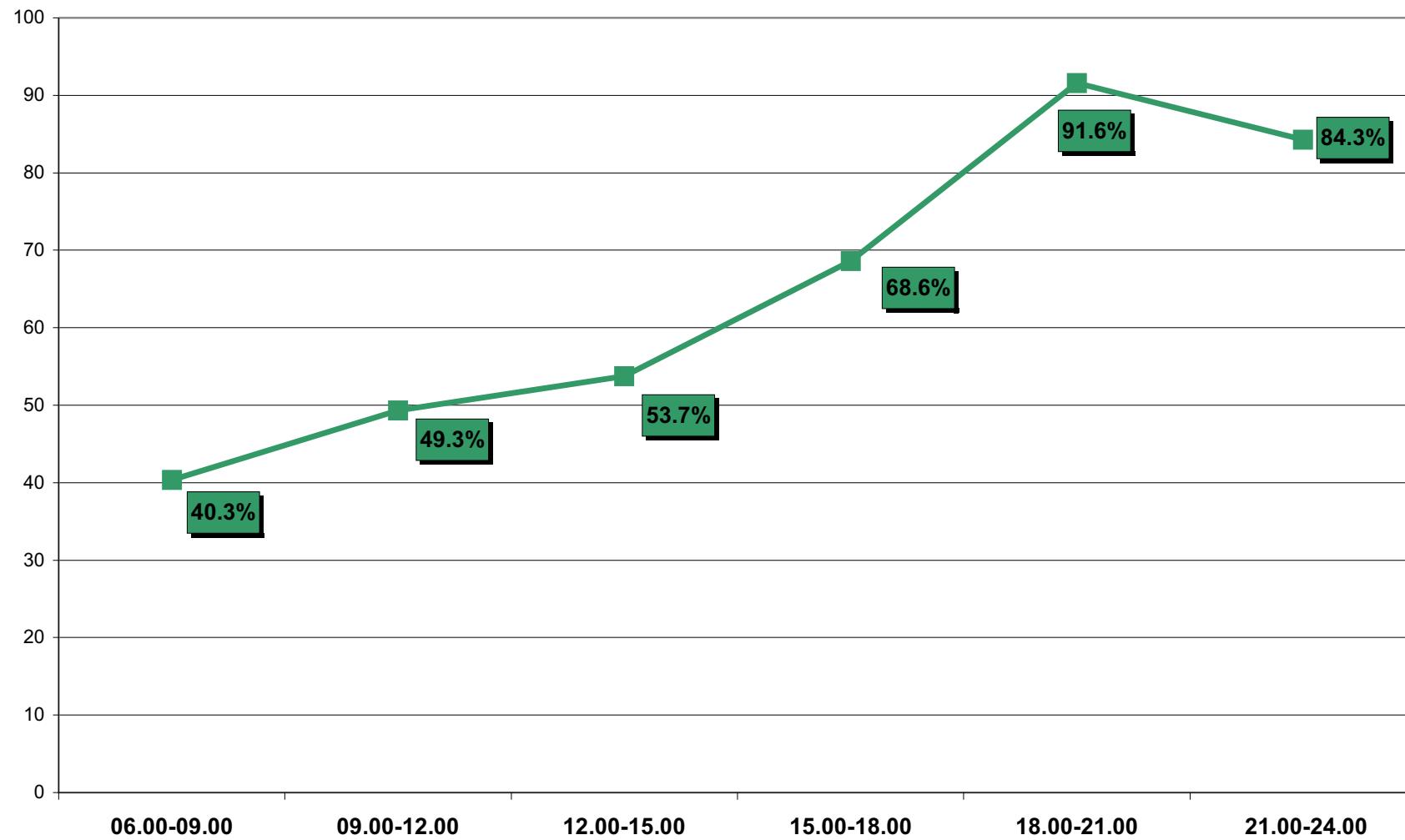


Când urmăriți programe de televiziune în week-end, de obicei unde vă aflați, în următoarele intervale orare:

Interval	acasa	la serviciu	oriunde gasesc un televizor	la rude, prieteni, colegi	nu am un loc preferat	nu urmaresc
06.00-09.00	38.80%	0.50%	0.20%		1.30%	59.10%
09.00-12.00	46.30%	0.70%	0.20%	0.90%	1.80%	50.10%
12.00-15.00	48.10%	0.80%	0.50%	2.70%	2.40%	45.60%
15.00-18.00	61.60%	0.60%	0.60%	4.20%	2.40%	30.60%
18.00-21.00	86.50%	0.20%	0.50%	3.50%	1.80%	7.40%
21.00-24.00	80.90%	0.20%	1.40%	0.90%	1.80%	14.80%



Nivel al consumului TV pe intervale orare - in week-end -





Care este postul de televiziune la care vă uitați de obicei în următoarele intervale orare?

	06.00-09.00	09.00-12.00	12.00-15.00	15.00-18.00	18.00-21.00	21.00-24.00
TVR 1	7.5%	4.3%	4.8%	6.2%	12.3%	6.5%
TVR 2					1.0%	1.1%
Pro tv	13.7%	9.6%	9.0%	15.3%	25.9%	19.3%
Acasa	1.3%	3.0%	4.3%	6.7%	5.5%	4.5%
Sport.ro			1.1%	1.6%	1.7%	2.6%
Telesport					1.0%	
MTV				1.1%		
Antena 1	7.1%	5.1%	5.0%	7.6%	15.2%	10.7%
Antena 2			1.7%	1.3%		
Antena3	1.0%	1.1%	2.2%	1.7%	1.9%	1.9%
Realitatea Tv	5.6%	4.8%	3.9%	4.1%	6.9%	4.0%
Prima tv			1.5%	2.0%	3.5%	2.6%
National tv						1.3%
OTV					2.0%	9.3%
HBO					1.7%	2.9%
Kanal D				1.5%	1.3%	1.8%
Alta	4.7%	9.7%	8.4%	9.7%	9.9%	11.9%
NS/NR/Nu urmaresc	59.1%	62.5%	58.3%	41.1%	10.2%	19.6%

Care este postul de televiziune la care vă uitati de obicei în următoarele intervale orare *-selectie pe cei care au declarat ca se uita la televizor-*

06.00-09.00

	Frecvență	Procente absolute	Procente valide	
NS/NR/Nu urmaresc	1455	59.1	59.1 ¹	 59%
Pro tv	337	13.7	13.7	 14%
TVR 1	185	7.5	7.5	 8%
Antena 1	176	7.1	7.1	 7%
Realitatea Tv	139	5.6	5.6	 6%
Alta	116	4.7	4.7	 5%
Acasă	31	1.3	1.3 ²	 1%
Antena3	24	1.0	*	*
Total	2463	100.0	100.0	

INSOMAR-Resultate statistice
 Sondaj National. 06-28 septembrie 2007

1. Valori dominante

2. Valori sub pragul de semnificație

*. Valori nesemnificative

09.00-12.00

	Frecvență	Procente absolute	Procente valide	
NS/NR/Nu urmaresc	1539	62.5	62.5 ¹	 62%
Alta	239	9.7	9.7	 10%
Pro tv	237	9.6	9.6	 10%
Antena 1	125	5.1	5.1	 5%
Realitatea Tv	117	4.8	4.8	 5%
TVR 1	106	4.3	4.3	 4%
Acasă	74	3.0	3.0	 3%
Antena3	26	1.1	1.1 ²	 1%
Total	2463	100.0	100.0	

INSOMAR-Resultate statistice
 Sondaj National. 06-28 septembrie 2007

1. Valori dominante

2. Valori sub pragul de semnificație

Care este postul de televiziune la care vă uitati de obicei în următoarele intervale orare -selectie pe cei care au declarat ca se uita la televizor-

12.00-15.00

	Frecvență	Procente absolute	Procente valide	
NS/NR/Nu urmaresc	1435	58.3	58.3 ¹	58%
Pro tv	221	9.0	9.0	9%
Alta	207	8.4	8.4	8%
Antena 1	122	5.0	5.0	5%
TVR 1	117	4.8	4.8	5%
Acasă	105	4.3	4.3	4%
Realitatea Tv	97	3.9	3.9	4%
Antena3	53	2.2	2.2	2%
Antena 2	42	1.7	1.7 ²	2%
Prima tv	36	1.5	1.5 ²	1%
Sport.ro	28	1.1	1.1 ²	1%
Total	2463	100.0	100.0	

INSOMAR-Rezultate statistice
 Sondaj National. 06-28 septembrie 2007

1. Valori dominante

2. Valori sub pragul de semnificație

15.00-18.00

	Frecvență	Procente absolute	Procente valide	
NS/NR/Nu urmaresc	1013	41.1	41.1 ¹	41%
Pro tv	378	15.3	15.3 ¹	15%
Alta	239	9.7	9.7	10%
Antena 1	188	7.6	7.6	8%
Acasă	166	6.7	6.7	7%
TVR 1	152	6.2	6.2	6%
Realitatea Tv	101	4.1	4.1	4%
Prima tv	50	2.0	2.0	2%
Antena3	42	1.7	1.7 ²	2%
Sport.ro	39	1.6	1.6 ²	2%
Kanal D	36	1.5	1.5 ²	1%
Antena 2	33	1.3	1.3 ²	1%
MTV	26	1.1	1.1 ²	1%
Total	2463	100.0	100.0	

INSOMAR-Rezultate statistice
 Sondaj National. 06-28 septembrie 2007

1. Valori dominante

2. Valori sub pragul de semnificație

Care este postul de televiziune la care vă uitati de obicei în următoarele intervale orare -selectie pe cei care au declarat ca se uita la televizor-

18.00-21.00

	Frecvență	Procente absolute	Procente valide	
Pro tv	638	25.9	25.9 ¹	26%
Antena 1	374	15.2	15.2 ¹	15%
TVR 1	304	12.3	12.3	12%
NS/NR/Nu urmaresc	250	10.2	10.2	10%
Alta	243	9.9	9.9	10%
Realitatea Tv	170	6.9	6.9	7%
Acasă	136	5.5	5.5	6%
Prima tv	85	3.5	3.5	3%
OTV	50	2.0	2.0	2%
Antena3	47	1.9	1.9 ²	2%
HBO	43	1.7	1.7 ²	2%
Sport.ro	42	1.7	1.7 ²	2%
Kanal D	33	1.3	1.3 ²	1%
TVR 2	24	1.0	*	*
Telesport	24	1.0	*	*
Total	2463	100.0	100.0	

INSOMAR-Resultate statistice
 Sondaj National. 06-28 septembrie 2007

1. Valori dominante

2. Valori sub pragul de semnificatie

*. Valori nesemnificative

21.00-24.00

	Frecvență	Procente absolute	Procente valide	
NS/NR/Nu urmaresc	482	19.6	19.6 ¹	20%
Pro tv	476	19.3	19.3 ¹	19%
Alta	293	11.9	11.9	12%
Antena 1	263	10.7	10.7	11%
OTV	228	9.3	9.3	9%
TVR 1	160	6.5	6.5	6%
Acasă	110	4.5	4.5	4%
Realitatea Tv	99	4.0	4.0	4%
HBO	71	2.9	2.9	3%
Prima tv	65	2.6	2.6	3%
Sport.ro	64	2.6	2.6	3%
Antena3	48	1.9	1.9 ²	2%
Kanal D	45	1.8	1.8 ²	2%
Național tv	31	1.3	1.3 ²	1%
TVR 2	28	1.1	1.1 ²	1%
Total	2463	100.0	100.0	

INSOMAR-Resultate statistice
 Sondaj National. 06-28 septembrie 2007

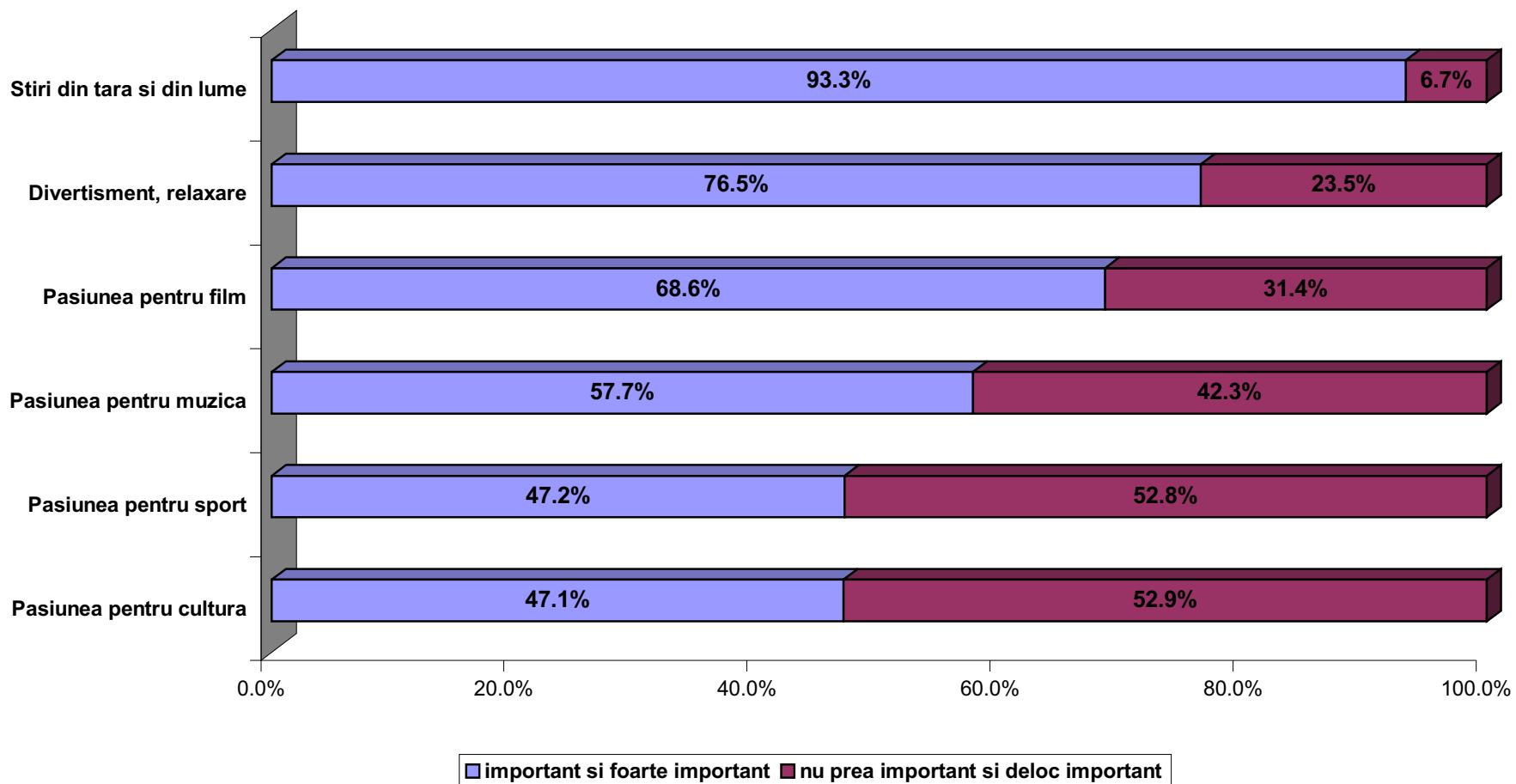
1. Valori dominante

2. Valori sub pragul de semnificatie



Cât de importante sunt pentru dvs. următoarele motive pentru a vă decide să urmăriți programe TV?

-pentru cei care se uita la TV-





În general, cât de des urmăriți următoarele genuri de emisiuni TV ?

	zilnic	de cateva ori pe saptamana	o data pe saptamana	cel putin o data pe luna	mai rar	niciodata
Filme documentare (istorie/stiinta/natura)	7.9%	19.9%	15.4%	11.2%	24.7%	20.9%
Filme artistice	21.3%	35.0%	16.0%	6.7%	11.6%	9.4%
Muzica/Divertisment	28.1%	29.3%	14.2%	6.8%	14.0%	7.6%
Jurnale de stiri	73.6%	16.1%	4.6%	1.3%	2.5%	1.9%
Emisiuni sportive	23.2%	16.6%	12.0%	7.6%	17.2%	23.4%
Emisiuni religioase	3.9%	6.2%	17.7%	8.3%	25.0%	38.9%
Talkshow-uri (dezbateri politice, cetatenesti etc.)	10.1%	20.5%	15.5%	9.0%	19.7%	25.2%
Emisiuni pentru copii	2.8%	5.1%	6.0%	7.2%	20.8%	58.1%
Emisiuni tip reality-show (viata reala, in direct)	6.0%	14.5%	16.6%	9.4%	19.4%	34.1%
Emisiuni de cultura si arta	4.5%	10.1%	13.1%	13.0%	23.2%	36.1%
Emisiuni pentru minoritati	1.7%	3.8%	6.9%	6.9%	22.3%	58.5%
Concursuri de televiziune	3.8%	11.8%	16.3%	12.7%	19.9%	35.6%
Emisiuni sociale (anchete, reportaje)	7.5%	19.0%	20.9%	10.6%	17.0%	24.9%
Seriale	17.8%	20.6%	10.9%	5.2%	14.4%	31.1%
Desene animate	4.5%	5.4%	5.8%	5.9%	16.0%	62.4%
Telenovele	15.7%	9.2%	6.2%	4.1%	12.8%	52.0%



În general, cât de des urmăriți următoarele genuri de emisiuni TV ?

Filme documentare(istorie, stiinta, natura)

		Urmăresc	Nu urmăresc	NS/NR
Mediu	urban	63.8%	35.0%	1.2%
	rural	40.2%	58.4%	1.4%
Sex	masculin	53.6%	45.1%	1.3%
	feminin	53.8%	44.9%	1.3%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	42.7%	55.8%	1.6%
	liceu, scoala postliceala	63.7%	35.8%	0.6%
	studii superioare	70.9%	26.7%	2.4%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	60.5%	37.5%	2.0%
	23 - 35 ani	61.7%	37.2%	1.0%
	36 - 49 ani	54.4%	45.0%	0.5%
	50 - 64 ani	54.0%	44.5%	1.4%
	peste 65 ani	39.9%	58.2%	1.9%
Regiune	Moldova	57.0%	39.6%	3.4%
	Muntenia	51.5%	48.0%	0.6%
	Transilvania	55.2%	43.8%	1.0%
	Bucuresti	49.3%	50.2%	0.5%
Total		53.7%	45.0%	1.3%



În general, cât de des urmăriți următoarele genuri de emisiuni TV ?

Filme artistice

		Urmăresc	Nu urmăresc	NS/NR
Mediu	urban	81.9%	16.8%	1.3%
	rural	73.0%	26.3%	0.7%
Sex	masculin	78.6%	20.6%	0.8%
	feminin	77.6%	21.1%	1.2%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	72.4%	26.6%	1.0%
	liceu, scoala postliceala	85.8%	13.4%	0.8%
	studii superioare	80.4%	17.9%	1.7%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	86.3%	11.7%	2.0%
	23 - 35 ani	84.2%	15.0%	0.8%
	36 - 49 ani	87.0%	12.7%	0.3%
	50 - 64 ani	76.0%	23.2%	0.8%
	peste 65 ani	59.1%	39.2%	1.7%
Regiune	Moldova	75.8%	20.6%	3.6%
	Muntenia	79.2%	20.8%	
	Transilvania	79.7%	19.6%	0.7%
	Bucuresti	73.3%	26.7%	
Total		78.1%	20.9%	1.0%



În general, cât de des urmăriți următoarele genuri de emisiuni TV ?

Muzica/Divertisment

		Urmăresc	Nu urmăresc	NS/NR
Mediu	urban	80.3%	18.8%	0.9%
	rural	74.2%	25.0%	0.8%
Sex	masculin	75.5%	24.0%	0.5%
	feminin	79.7%	19.1%	1.2%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	75.1%	24.2%	0.7%
	liceu, scoala postliceala	82.0%	17.2%	0.8%
	studii superioare	76.0%	22.3%	1.7%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	93.6%	4.7%	1.7%
	23 - 35 ani	85.4%	13.5%	1.0%
	36 - 49 ani	78.8%	21.2%	
	50 - 64 ani	74.1%	25.3%	0.6%
	peste 65 ani	63.3%	35.2%	1.5%
Regiune	Moldova	74.3%	23.0%	2.7%
	Muntenia	79.8%	20.1%	0.1%
	Transilvania	78.2%	21.1%	0.7%
	Bucuresti	75.6%	24.4%	
Total		77.7%	21.4%	0.9%



În general, cât de des urmăriți următoarele genuri de emisiuni TV ?

Jurnale de stiri

		Urmăresc	Nu urmăresc	NS/NR
Mediu	urban	94.2%	5.1%	0.7%
	rural	96.1%	3.2%	0.7%
Sex	masculin	96.2%	3.2%	0.6%
	feminin	94.0%	5.3%	0.8%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	95.2%	4.3%	0.5%
	liceu, scoala postliceala	95.1%	4.2%	0.7%
	studii superioare	94.3%	4.4%	1.4%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	86.6%	11.7%	1.7%
	23 - 35 ani	93.8%	4.8%	1.5%
	36 - 49 ani	97.2%	2.8%	
	50 - 64 ani	97.2%	2.5%	0.3%
	peste 65 ani	96.0%	3.4%	0.6%
Regiune	Moldova	94.9%	3.4%	1.7%
	Muntenia	95.4%	4.1%	0.6%
	Transilvania	94.6%	5.0%	0.4%
	Bucuresti	95.4%	4.6%	
Total		95.0%	4.3%	0.7%



În general, cât de des urmăriți următoarele genuri de emisiuni TV ?

Emisiuni sportive

		Urmăresc	Nu urmăresc	NS/NR
Mediu	urban	59.4%	39.3%	1.3%
	rural	57.8%	41.1%	1.1%
Sex	masculin	78.1%	21.1%	0.8%
	feminin	41.1%	57.2%	1.6%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	55.0%	43.6%	1.4%
	liceu, scoala postliceala	64.1%	35.1%	0.8%
	studii superioare	58.8%	39.5%	1.7%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	56.2%	42.5%	1.3%
	23 - 35 ani	62.2%	36.4%	1.5%
	36 - 49 ani	62.3%	37.2%	0.5%
	50 - 64 ani	61.1%	37.4%	1.4%
	peste 65 ani	49.4%	49.2%	1.5%
Regiune	Moldova	69.7%	26.7%	3.6%
	Muntenia	56.9%	42.9%	0.2%
	Transilvania	56.8%	42.1%	1.1%
	Bucuresti	47.0%	53.0%	
Total		58.7%	40.1%	1.2%



În general, cât de des urmăriți următoarele genuri de emisiuni TV ?

Emisiuni religioase

		Urmăresc	Nu urmăresc	NS/NR
Mediu	urban	33.3%	64.8%	1.8%
	rural	38.2%	59.8%	2.0%
Sex	masculin	33.3%	64.8%	1.9%
	feminin	37.3%	60.8%	1.9%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	36.5%	61.4%	2.1%
	liceu, scoala postliceala	37.4%	61.1%	1.4%
	studii superioare	25.3%	72.3%	2.4%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	21.1%	76.3%	2.7%
	23 - 35 ani	28.1%	70.7%	1.2%
	36 - 49 ani	35.5%	63.7%	0.9%
	50 - 64 ani	42.2%	55.5%	2.4%
	peste 65 ani	42.8%	54.4%	2.7%
Regiune	Moldova	52.2%	43.6%	4.2%
	Muntenia	29.8%	68.9%	1.3%
	Transilvania	36.7%	61.8%	1.5%
	Bucuresti	13.4%	86.2%	0.5%
Total		35.4%	62.7%	1.9%



În general, cât de des urmăriți următoarele genuri de emisiuni TV ?

Talkshow-uri (dezbateri politice, cetatenesti etc.)

		Urmăresc	Nu urmăresc	NS/NR
Mediu	urban	58.1%	40.0%	1.8%
	rural	49.0%	49.8%	1.2%
Sex	masculin	55.7%	43.2%	1.1%
	feminin	52.8%	45.2%	2.0%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	47.6%	50.8%	1.7%
	liceu, scoala postliceala	61.1%	37.9%	1.0%
	studii superioare	62.2%	35.1%	2.7%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	36.8%	61.5%	1.7%
	23 - 35 ani	55.1%	43.5%	1.5%
	36 - 49 ani	60.7%	38.8%	0.5%
	50 - 64 ani	60.8%	37.3%	1.9%
	peste 65 ani	47.5%	50.0%	2.5%
Regiune	Moldova	63.4%	32.0%	4.6%
	Muntenia	54.1%	45.4%	0.4%
	Transilvania	47.7%	51.1%	1.2%
	Bucuresti	56.7%	42.9%	0.5%
Total		54.2%	44.2%	1.6%



În general, cât de des urmăriți următoarele genuri de emisiuni TV ?

Emisiuni pentru copii

		Urmăresc	Nu urmăresc	NS/NR
Mediu	urban	22.0%	76.3%	1.6%
	rural	19.1%	79.4%	1.5%
Sex	masculin	19.6%	79.1%	1.3%
	feminin	21.9%	76.3%	1.9%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	17.1%	81.3%	1.7%
	liceu, scoala postliceala	27.3%	71.6%	1.1%
	studii superioare	17.2%	80.4%	2.4%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	25.8%	72.6%	1.7%
	23 - 35 ani	23.3%	75.7%	1.0%
	36 - 49 ani	29.2%	69.9%	0.9%
	50 - 64 ani	17.7%	80.3%	2.1%
	peste 65 ani	9.1%	88.6%	2.3%
Regiune	Moldova	27.4%	67.8%	4.8%
	Muntenia	21.2%	78.0%	0.8%
	Transilvania	19.6%	79.7%	0.7%
	Bucuresti	7.4%	92.2%	0.5%
Total		20.8%	77.6%	1.6%



În general, cât de des urmăriți următoarele genuri de emisiuni TV ?

Emisiuni tip reality-show (viata reala, in direct)

		Urmăresc	Nu urmăresc	NS/NR
Mediu	urban	48.5%	49.8%	1.7%
	rural	42.0%	56.3%	1.7%
Sex	masculin	44.9%	54.0%	1.1%
	feminin	46.5%	51.3%	2.2%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	39.0%	59.3%	1.7%
	liceu, scoala postliceala	55.2%	43.3%	1.4%
	studii superioare	46.3%	51.7%	2.0%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	52.8%	45.2%	2.0%
	23 - 35 ani	51.6%	47.0%	1.5%
	36 - 49 ani	49.9%	49.4%	0.7%
	50 - 64 ani	44.9%	52.9%	2.2%
	peste 65 ani	31.4%	66.2%	2.3%
Regiune	Moldova	58.3%	36.6%	5.1%
	Muntenia	50.7%	49.1%	0.2%
	Transilvania	35.8%	62.8%	1.4%
	Bucuresti	31.3%	67.7%	0.9%
Total		45.7%	52.6%	1.7%



În general, cât de des urmăriți următoarele genuri de emisiuni TV ?

Emisiuni de cultură și artă

		Urmăresc	Nu urmăresc	NS/NR
Mediu	urban	45.6%	52.6%	1.8%
	rural	32.8%	65.9%	1.3%
Sex	masculin	40.8%	57.9%	1.4%
	feminin	39.4%	58.7%	1.9%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	29.3%	68.9%	1.8%
	liceu, scoala postliceala	50.6%	48.2%	1.2%
	studii superioare	54.1%	43.9%	2.0%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	39.8%	57.9%	2.3%
	23 - 35 ani	45.5%	53.0%	1.5%
	36 - 49 ani	44.7%	54.6%	0.7%
	50 - 64 ani	43.6%	54.5%	1.9%
	peste 65 ani	24.5%	73.4%	2.1%
Regiune	Moldova	46.9%	49.1%	4.0%
	Muntenia	41.6%	57.9%	0.6%
	Transilvania	36.9%	61.6%	1.5%
	Bucuresti	29.0%	70.0%	0.9%
Total		40.1%	58.3%	1.6%



În general, cât de des urmăriți următoarele genuri de emisiuni TV ?

Emisiuni pentru minoritati

		Urmăresc	Nu urmăresc	NS/NR
Mediu	urban	20.8%	77.4%	1.8%
	rural	16.3%	82.0%	1.7%
Sex	masculin	18.5%	80.1%	1.4%
	feminin	19.2%	78.7%	2.1%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	16.6%	81.7%	1.7%
	liceu, scoala postliceala	23.1%	75.2%	1.7%
	studii superioare	16.2%	81.4%	2.4%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	18.4%	79.6%	2.0%
	23 - 35 ani	19.5%	77.8%	2.7%
	36 - 49 ani	21.9%	77.7%	0.3%
	50 - 64 ani	19.6%	78.8%	1.6%
	peste 65 ani	13.9%	83.5%	2.5%
Regiune	Moldova	21.5%	74.1%	4.4%
	Muntenia	19.6%	79.4%	1.0%
	Transilvania	19.5%	79.7%	0.9%
	Bucuresti	7.4%	90.8%	1.8%
Total		18.9%	79.4%	1.7%

În general, cât de des urmăriți următoarele genuri de emisiuni TV ?

Concursuri de televiziune

		Urmăresc	Nu urmăresc	NS/NR
Mediu	urban	46.1%	52.3%	1.6%
	rural	40.8%	57.6%	1.6%
Sex	masculin	42.0%	56.8%	1.3%
	feminin	45.6%	52.6%	1.9%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	40.9%	57.3%	1.7%
	liceu, scoala postliceala	51.3%	47.3%	1.3%
	studii superioare	34.5%	63.9%	1.7%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	51.8%	46.2%	2.0%
	23 - 35 ani	47.8%	50.9%	1.2%
	36 - 49 ani	48.0%	51.1%	0.9%
	50 - 64 ani	42.0%	56.4%	1.6%
	peste 65 ani	32.3%	65.2%	2.5%
Regiune	Moldova	54.1%	41.3%	4.6%
	Muntenia	48.3%	51.4%	0.3%
	Transilvania	32.9%	65.8%	1.4%
	Bucuresti	41.5%	58.1%	0.5%
Total		43.8%	54.6%	1.6%



În general, cât de des urmăriți următoarele genuri de emisiuni TV ?

Emisiuni sociale (anchte, reportaje)

		Urmăresc	Nu urmăresc	NS/NR
Mediu	urban	62.0%	36.4%	1.6%
	rural	50.7%	47.8%	1.5%
Sex	masculin	59.2%	39.6%	1.2%
	feminin	55.2%	42.8%	1.9%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	53.0%	45.4%	1.7%
	liceu, scoala postliceala	62.3%	36.3%	1.3%
	studii superioare	59.8%	38.2%	2.0%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	44.8%	52.8%	2.3%
	23 - 35 ani	60.1%	38.5%	1.5%
	36 - 49 ani	64.5%	35.0%	0.5%
	50 - 64 ani	59.7%	38.5%	1.7%
	peste 65 ani	49.4%	48.3%	2.3%
Regiune	Moldova	67.0%	28.6%	4.4%
	Muntenia	56.4%	43.0%	0.6%
	Transilvania	50.5%	48.4%	1.1%
	Bucuresti	60.8%	38.2%	0.9%
Total		57.1%	41.3%	1.6%

În general, cât de des urmăriți următoarele genuri de emisiuni TV ?

Seriale

		Urmăresc	Nu urmăresc	NS/NR
Mediu	urban	58.9%	39.1%	2.0%
	rural	46.3%	52.3%	1.4%
Sex	masculin	45.2%	53.5%	1.3%
	feminin	61.0%	36.8%	2.2%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	49.5%	48.7%	1.8%
	liceu, scoala postliceala	61.7%	36.8%	1.6%
	studii superioare	46.6%	51.4%	2.0%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	63.5%	34.8%	1.7%
	23 - 35 ani	56.8%	41.6%	1.7%
	36 - 49 ani	56.9%	42.3%	0.9%
	50 - 64 ani	51.0%	47.2%	1.7%
	peste 65 ani	43.0%	54.0%	3.0%
Regiune	Moldova	59.8%	36.2%	4.0%
	Muntenia	55.4%	43.7%	0.9%
	Transilvania	48.6%	50.1%	1.2%
	Bucuresti	48.4%	49.8%	1.8%
Total		53.5%	44.7%	1.7%



În general, cât de des urmăriți următoarele genuri de emisiuni TV ?

Desene animate

		Urmăresc	Nu urmăresc	NS/NR
Mediu	urban	23.7%	74.5%	1.8%
	rural	17.8%	80.4%	1.8%
Sex	masculin	18.1%	80.2%	1.7%
	feminin	24.0%	74.2%	1.9%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	18.4%	79.7%	1.9%
	liceu, scoala postliceala	25.7%	73.1%	1.2%
	studii superioare	19.9%	77.0%	3.0%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	43.1%	55.5%	1.3%
	23 - 35 ani	26.4%	72.8%	0.8%
	36 - 49 ani	21.7%	76.5%	1.7%
	50 - 64 ani	12.5%	85.2%	2.4%
	peste 65 ani	13.1%	84.6%	2.3%
Regiune	Moldova	27.6%	68.4%	4.0%
	Muntenia	22.1%	76.3%	1.5%
	Transilvania	20.0%	79.1%	1.0%
	Bucuresti	6.5%	93.1%	0.5%
Total		21.2%	77.0%	1.8%



În general, cât de des urmăriți următoarele genuri de emisiuni TV ?

Telenovele

		Urmăresc	Nu urmăresc	NS/NR
Mediu	urban	36.0%	62.5%	1.6%
	rural	32.9%	65.6%	1.5%
Sex	masculin	18.1%	80.4%	1.5%
	feminin	49.6%	48.8%	1.6%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	38.3%	60.2%	1.5%
	liceu, scoala postliceala	35.2%	63.4%	1.3%
	studii superioare	17.9%	79.7%	2.4%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	42.1%	54.8%	3.0%
	23 - 35 ani	32.6%	65.7%	1.7%
	36 - 49 ani	35.1%	64.0%	0.9%
	50 - 64 ani	34.9%	64.1%	0.9%
	peste 65 ani	30.8%	67.1%	2.1%
Regiune	Moldova	32.2%	63.8%	4.0%
	Muntenia	40.4%	59.0%	0.7%
	Transilvania	30.5%	68.5%	1.0%
	Bucuresti	31.8%	66.8%	1.4%
Total		34.6%	63.8%	1.5%



Urmăriți emisiuni TV la locul de muncă?

	Frecvență	Procent absolut	Procent valid	
DA	129	5,2	5,3	5%
NU	2304	93,5	94,7 ¹	95%
Total	2433	98,8	100,0	
NS/NR	30	1,2		
Total	2463	100,0		

INSOMAR-Rezultate statistice
Sondaj National. 06-28 septembrie 2007

1. Valori dominante

Intr-o săptămână obisnuită, cat timp va petreceți în total urmărind programe TV la locul de munca?

Numar de cazuri	Medie	Abatere standard
114	7.8	10.9

Urmăriți emisiuni TV in locuri publice (ex. Localuri)?

	Frecvență	Procente absolute	Procente valide	
DA	164	6,7	6,8	7%
NU	2249	91,3	93,2 ¹	93%
Total	2413	98,0	100,0	
NS/NR	50	2,0		
Total	2463	100,0		

INSOMAR-Rezultate statistice
Sondaj National. 06-28 septembrie 2007

1. Valori dominante

Într-o săptămână obișnuită, cât timp vă petreceți în total urmărind programe TV in locuri publice?

Numar de cazuri	Medie	Abatere standard
148	3.0	3.7

În general, cât de des urmăriți emisiuni TV când sunteți plecat de acasă (concediu, delegații)

	Frecvență	Procente absolute	Procente valide	
zilnic	90	3,7	3,7	4%
de cateva ori pe săptămâna	198	8,0	8,0	8%
o data pe săptămâna	95	3,9	3,9	4%
cel puțin o data pe luna	54	2,2	2,2	2%
mai rar	589	23,9	23,9 ¹	24%
niciodată	1192	48,4	48,4 ¹	48%
NS/NR	245	9,9	9,9	10%
Total	2463	100,0	100,0	

INSOMAR-Rezultate statistice
Sondaj National. 06-28 septembrie 2007

1. Valori dominante



In general, cum preferați să urmăriți emisiuni TV de genul...

	fara a avea si alte activitati	in timpul activitatilor casnice	in timp ce lucrez	nu urmaresc
Filme documentare (istorie/stiinta/natura)	50.1%	13.7%	2.7%	33.4%
Filme artistice	77.2%	8.3%	0.8%	13.7%
Muzica/Divertisment	39.8%	40.0%	8.0%	12.3%
Jurnale de stiri	73.2%	19.6%	3.4%	3.8%
Emisiuni sportive	46.3%	15.1%	3.4%	35.2%
Emisiuni religioase	29.8%	12.4%	2.9%	55.0%
Talkshow-uri (dezbateri politice, cetatenesti etc.)	40.1%	19.6%	4.1%	36.2%
Emisiuni pentru copii	13.2%	9.6%	5.0%	72.2%
Emisiuni tip reality-show (viata reala, in direct)	34.4%	18.6%	4.6%	42.4%
Emisiuni de cultura si arta	32.6%	14.0%	4.0%	49.4%
Emisiuni pentru minoritati	14.0%	10.6%	3.0%	72.4%
Concursuri de televiziune	33.0%	18.7%	4.3%	44.0%
Emisiuni sociale (anchete, reportaje)	45.2%	19.1%	2.9%	32.9%
Seriale	52.1%	8.3%	2.3%	37.4%
Desene animate	15.7%	8.4%	2.4%	73.5%
Telenovele	32.1%	6.5%	2.1%	59.3%

In familia dvs, in ce masura hotararea privind programele Tv ce vor fi urmarite apartine... - selectie respondenti care se uita la TV -

Dvs personal

	Frecvență	Procente absolute	Procente valide	
in foarte mare masura	1019	41,4	41,4 ¹	41%
in mare masura	710	28,8	28,8 ¹	29%
in mica masura	176	7,1	7,1	7%
in foarte mica masura	57	2,3	2,3	2%
avem mai multe televizoare	400	16,2	16,2 ¹	16%
NS/NR	101	4,1	4,1	4%
Total	2463	100,0	100,0	

INSOMAR-Resultate statistice
 Sondaj National. 06-28 septembrie 2007

1. Valori dominante

Sotului/Sotiei

	Frecvență	Procente absolute	Procente valide	
in foarte mare masura	249	10,1	10,1	10%
in mare masura	615	25,0	25,0 ¹	25%
in mica masura	280	11,4	11,4	11%
in foarte mica masura	171	6,9	6,9	7%
avem mai multe televizoare	513	20,8	20,8 ¹	21%
NS/NR	635	25,8	25,8 ¹	26%
Total	2463	100,0	100,0	

INSOMAR-Resultate statistice
 Sondaj National. 06-28 septembrie 2007

1. Valori dominante

Copiiilor

	Frecvență	Procente absolute	Procente valide	
in foarte mare masura	90	3,7	3,7	4%
in mare masura	221	9,0	9,0	9%
in mica masura	254	10,3	10,3	10%
in foarte mica masura	264	10,7	10,7	11%
avem mai multe televizoare	509	20,7	20,7 ¹	21%
NS/NR	1125	45,7	45,7 ¹	46%
Total	2463	100,0	100,0	

INSOMAR-Resultate statistice
 Sondaj National. 06-28 septembrie 2007

1. Valori dominante

In familia dvs, in ce masura hotararea privind programele Tv ce vor fi urmarite apartine... - selectie respondenti care se uita la TV -

Părintilor

	Frecvență	Procente absolute	Procente valide	
in foarte mare masura	54	2,2	2,2	2%
in mare masura	109	4,4	4,4	4%
in mica masura	131	5,3	5,3	5%
in foarte mica masura	286	11,6	11,6	12%
avem mai multe televizoare	522	21,2	21,2 ¹	21%
NS/NR	1361	55,3	55,3 ¹	55%
Total	2463	100,0	100,0	

INSOMAR-Rezultate statistice
 Sondaj National. 06-28 septembrie 2007

1. Valori dominante

Alt membru

	Frecvență	Procente absolute	Procente valide	
in foarte mare masura	25	1,0	1,0 ²	1%
in mare masura	32	1,3	1,3 ²	1%
in mica masura	38	1,5	1,5 ²	2%
in foarte mica masura	116	4,7	4,7	5%
avem mai multe televizoare	251	10,2	10,2	10%
NS/NR	2001	81,2	81,2 ¹	81%
Total	2463	100,0	100,0	

INSOMAR-Rezultate statistice
 Sondaj National. 06-28 septembrie 2007

1. Valori dominante

2. Valori sub pragul de semnificatie



In general, cu cine obișnuiți să urmăriți emisiuni TV de genul...

	singur	impreuna cu familia	impreuna cu prietenii	nu urmaresc
Filme documentare (istorie/stiinta/natura)	31.2%	33.9%	2.2%	32.8%
Filme artistice	29.7%	54.6%	3.2%	12.5%
Muzica/Divertisment	33.1%	48.0%	5.7%	13.2%
Jurnale de stiri	35.1%	60.6%	1.4%	2.9%
Emisiuni sportive	29.4%	27.7%	5.3%	37.6%
Emisiuni religioase	17.6%	25.0%	1.3%	56.0%
Talkshow-uri (dezbateri politice, cetatenesti etc.)	20.2%	41.8%	2.6%	35.4%
Emisiuni pentru copii	6.8%	20.2%	1.5%	71.5%
Emisiuni tip reality-show (viata reala, in direct)	17.4%	37.6%	3.2%	41.9%
Emisiuni de cultura si arta	19.0%	29.1%	3.4%	48.5%
Emisiuni pentru minoritati	9.2%	14.1%	1.6%	75.1%
Concursuri de televiziune	14.9%	37.9%	3.3%	43.9%
Emisiuni sociale (anchete, reportaje)	23.1%	42.9%	1.6%	32.4%
Seriale	28.6%	32.6%	1.7%	37.2%
Desene animate	7.9%	16.7%	2.0%	73.4%
Telenovele	21.1%	17.6%	1.3%	60.0%

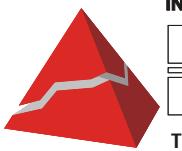
In general, cu cine obișnuiți să comentăti emisiuni TV de genul...

	sotul/sotia	copii	parintii	prietenii	vecini	colegii de serviciu/scoala	nu comentez
Filme documentare (istorie/stiinta/natura)	23.1%	2.9%	1.8%	10.7%	2.9%	2.5%	56.1%
Filme artistice	29.5%	4.5%	2.2%	11.0%	3.1%	4.1%	45.6%
Muzica/Divertisment	22.9%	4.9%	1.7%	12.2%	2.8%	3.2%	52.5%
Jurnale de stiri	40.4%	2.7%	6.6%	11.2%	7.2%	4.2%	27.8%
Emisiuni sportive	12.3%	3.2%	1.4%	17.2%	4.8%	4.2%	56.9%
Emisiuni religioase	13.6%	1.3%	2.8%	3.3%	1.9%	1.2%	75.8%
Talkshow-uri (dezbatere politice, cetatenesti etc.)	21.5%	2.0%	2.8%	9.1%	4.3%	5.5%	54.9%
Emisiuni pentru copii	5.1%	7.2%	0.5%	2.2%	0.7%	0.9%	83.4%
Emisiuni tip reality-show (viata reala, in direct)	17.2%	2.1%	2.4%	7.2%	3.9%	3.9%	63.3%
Emisiuni de cultura si arta	13.4%	2.2%	1.1%	6.1%	2.3%	3.4%	71.5%
Emisiuni pentru minoritati	5.8%	1.2%	0.7%	2.6%	1.4%	2.9%	85.4%
Concursuri de televiziune	16.5%	2.4%	2.2%	5.8%	2.7%	2.5%	68.0%
Emisiuni sociale (anchete, reportaje)	23.2%	2.6%	4.0%	7.0%	3.9%	2.9%	56.4%
Seriale	17.8%	1.8%	1.2%	7.5%	2.6%	3.3%	65.9%
Desene animate	3.7%	6.5%	0.5%	2.3%	0.6%	0.6%	85.9%
Telenovele	8.3%	1.6%	1.0%	5.5%	3.5%	1.7%	78.4%



Într-o săptămână obișnuită, cât de des urmăriți programele canalului...

	zilnic	5-6 zile	3-4 zile	1-2 zile	mai rar	nu urmaresc
TVR 1	26.2%	8.1%	11.6%	12.7%	27.8%	13.6%
TVR 2	9.1%	6.8%	7.8%	12.3%	33.8%	30.3%
TVR Cultural	2.9%	1.5%	4.2%	7.4%	29.7%	54.2%
PRO TV	56.2%	14.3%	8.2%	5.3%	4.5%	11.4%
Acasa	23.3%	7.1%	6.8%	7.5%	18.9%	36.4%
Sport.ro	13.2%	8.5%	8.5%	7.3%	15.6%	47.0%
Telesport	9.8%	7.6%	9.1%	6.3%	15.6%	51.6%
MTV	9.4%	7.1%	6.1%	6.8%	16.1%	54.4%
Favorit TV	8.6%	6.0%	7.4%	10.1%	17.7%	50.2%
Antena 1	47.4%	16.3%	9.6%	6.5%	4.9%	15.2%
Antena 2	14.1%	9.0%	8.2%	8.6%	14.8%	45.3%
Antena3	19.2%	11.5%	10.0%	8.6%	12.8%	38.0%
Realitatea Tv	32.1%	14.0%	10.4%	8.6%	11.8%	23.0%
Prima tv	24.5%	15.0%	15.7%	11.9%	11.5%	21.4%
National tv	13.9%	9.9%	14.4%	11.4%	18.2%	32.2%
OTV	19.5%	10.9%	10.0%	10.3%	15.5%	33.8%
Euronews	1.3%	3.4%	1.7%	2.9%	11.9%	78.8%
CNN	0.7%	0.8%	0.7%	2.4%	11.4%	84.2%
BBC World	0.3%	0.7%	0.3%	0.8%	8.0%	90.0%
Money Channel	0.4%	0.9%	1.2%	1.7%	9.1%	86.7%
Mezzo	0.3%	0.4%	0.8%	1.0%	7.3%	90.1%
ETNO	6.5%	6.0%	8.2%	7.9%	14.8%	56.6%
Taraf	7.8%	5.5%	6.9%	5.6%	12.1%	62.2%
HBO	4.9%	3.7%	5.2%	4.7%	7.2%	74.2%
MGM	0.6%	0.9%	2.0%	1.9%	7.5%	87.1%
Tv 1000	0.5%	0.9%	1.5%	2.4%	6.3%	88.4%
B1TV	4.0%	5.6%	13.7%	13.2%	16.9%	46.5%
Kanal D	10.0%	8.3%	13.7%	13.4%	14.6%	39.9%
ProCinema	4.4%	5.7%	10.4%	12.1%	15.8%	51.6%
N24	3.8%	4.0%	8.6%	13.1%	15.1%	55.5%
Cosmos TV	0.2%	0.8%	1.4%	4.0%	9.2%	84.3%
Euforia TV	2.4%	2.7%	5.7%	6.9%	12.2%	70.3%
Romantica	2.8%	3.8%	5.3%	7.4%	11.5%	69.3%
Hallmark	2.3%	3.5%	5.8%	10.6%	12.6%	65.2%
AXN	2.3%	3.0%	5.3%	5.8%	9.1%	74.6%



Într-o săptămână obișnuită, cât de des urmăriți programele canalului... - ierarhie în funcție de consumul zilnic -

	zilnic	5-6 zile	3-4 zile	1-2 zile	mai rar	nu urmaresc
PRO TV	56.2%	14.3%	8.2%	5.3%	4.5%	11.4%
Antena 1	47.4%	16.3%	9.6%	6.5%	4.9%	15.2%
Realitatea Tv	32.1%	14.0%	10.4%	8.6%	11.8%	23.0%
TVR 1	26.2%	8.1%	11.6%	12.7%	27.8%	13.6%
Prima tv	24.5%	15.0%	15.7%	11.9%	11.5%	21.4%
Acasa	23.3%	7.1%	6.8%	7.5%	18.9%	36.4%
OTV	19.5%	10.9%	10.0%	10.3%	15.5%	33.8%
Antena3	19.2%	11.5%	10.0%	8.6%	12.8%	38.0%
Antena 2	14.1%	9.0%	8.2%	8.6%	14.8%	45.3%
National tv	13.9%	9.9%	14.4%	11.4%	18.2%	32.2%
Sport.ro	13.2%	8.5%	8.5%	7.3%	15.6%	47.0%
Kanal D	10.0%	8.3%	13.7%	13.4%	14.6%	39.9%
Telesport	9.8%	7.6%	9.1%	6.3%	15.6%	51.6%
MTV	9.4%	7.1%	6.1%	6.8%	16.1%	54.4%
TVR 2	9.1%	6.8%	7.8%	12.3%	33.8%	30.3%
Favorit TV	8.6%	6.0%	7.4%	10.1%	17.7%	50.2%
Taraf	7.8%	5.5%	6.9%	5.6%	12.1%	62.2%
ETNO	6.5%	6.0%	8.2%	7.9%	14.8%	56.6%
HBO	4.9%	3.7%	5.2%	4.7%	7.2%	74.2%
ProCinema	4.4%	5.7%	10.4%	12.1%	15.8%	51.6%
B1TV	4.0%	5.6%	13.7%	13.2%	16.9%	46.5%
N24	3.8%	4.0%	8.6%	13.1%	15.1%	55.5%
TVR Cultural	2.9%	1.5%	4.2%	7.4%	29.7%	54.2%
Romantica	2.8%	3.8%	5.3%	7.4%	11.5%	69.3%
Euforia TV	2.4%	2.7%	5.7%	6.9%	12.2%	70.3%
Hallmark	2.3%	3.5%	5.8%	10.6%	12.6%	65.2%
AXN	2.3%	3.0%	5.3%	5.8%	9.1%	74.6%
Euronews	1.3%	3.4%	1.7%	2.9%	11.9%	78.8%
CNN	0.7%	0.8%	0.7%	2.4%	11.4%	84.2%
MGM	0.6%	0.9%	2.0%	1.9%	7.5%	87.1%
Tv 1000	0.5%	0.9%	1.5%	2.4%	6.3%	88.4%
Money Channel	0.4%	0.9%	1.2%	1.7%	9.1%	86.7%
Mezzo	0.3%	0.4%	0.8%	1.0%	7.3%	90.1%
BBC World	0.3%	0.7%	0.3%	0.8%	8.0%	90.0%
Cosmos TV	0.2%	0.8%	1.4%	4.0%	9.2%	84.3%

Într-o săptămână obișnuită, cât de des urmăriți programele canalului...

TVR 1

		3-4 zile pe saptamana sau mai des	1-2 zile pe saptamana sau mai rar	Nu urmaresc
Mediu	urban	41.0%	45.1%	13.9%
	rural	52.1%	34.5%	13.3%
Sex	masculin	45.0%	42.4%	12.6%
	feminin	46.6%	38.9%	14.6%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	52.2%	34.0%	13.8%
	liceu, scoala postliceala	39.4%	47.3%	13.3%
	studii superioare	39.0%	46.9%	14.0%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	19.3%	49.7%	31.1%
	23 - 35 ani	29.7%	53.5%	16.8%
	36 - 49 ani	46.3%	41.2%	12.5%
	50 - 64 ani	55.7%	36.6%	7.7%
	peste 65 ani	65.5%	25.9%	8.6%
Regiune	Moldova	48.9%	41.2%	9.9%
	Muntenia	48.0%	36.5%	15.6%
	Transilvania	43.8%	42.9%	13.4%
	Bucuresti	37.2%	47.4%	15.3%
Total		45.8%	40.5%	13.6%

Într-o săptămână obișnuită, cât de des urmăriți programele canalului...

TVR 2

		3-4 zile pe saptamana sau mai des	1-2 zile pe saptamana sau mai rar	Nu urmaresc
Mediu	urban	22.1%	51.1%	26.8%
	rural	25.7%	39.4%	35.0%
Sex	masculin	22.7%	46.3%	31.0%
	feminin	24.5%	45.9%	29.6%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	26.9%	38.3%	34.8%
	liceu, scoala postliceala	19.8%	55.4%	24.8%
	studii superioare	22.5%	49.5%	28.0%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	9.6%	50.5%	39.9%
	23 - 35 ani	14.2%	58.0%	27.8%
	36 - 49 ani	22.8%	49.9%	27.3%
	50 - 64 ani	29.7%	44.3%	26.0%
	peste 65 ani	35.7%	28.1%	36.2%
Regiune	Moldova	27.6%	52.6%	19.8%
	Muntenia	22.7%	44.5%	32.8%
	Transilvania	23.9%	43.3%	32.8%
	Bucuresti	18.1%	48.4%	33.5%
Total		23.6%	46.1%	30.3%



Într-o săptămână obișnuită, cât de des urmăriți programele canalului...

PRO TV

		3-4 zile pe saptamana sau mai des	1-2 zile pe saptamana sau mai rar	Nu urmaresc
Mediu	urban	82.8%	11.6%	5.6%
	rural	73.2%	7.5%	19.3%
Sex	masculin	79.2%	9.2%	11.6%
	feminin	78.2%	10.5%	11.3%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	72.1%	9.7%	18.2%
	liceu, scoala postliceala	87.5%	8.5%	4.1%
	studii superioare	79.0%	15.1%	5.8%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	83.1%	14.2%	2.7%
	23 - 35 ani	87.8%	8.2%	4.0%
	36 - 49 ani	84.0%	8.5%	7.6%
	50 - 64 ani	77.0%	10.3%	12.7%
	peste 65 ani	61.7%	10.0%	28.3%
Regiune	Moldova	79.1%	9.4%	11.5%
	Muntenia	80.0%	8.9%	11.1%
	Transilvania	75.1%	10.6%	14.3%
	Bucuresti	85.6%	12.1%	2.3%
Total		78.7%	9.9%	11.4%



Într-o săptămână obișnuită, cât de des urmăriți programele canalului...

Acasa

		3-4 zile pe saptamana sau mai des	1-2 zile pe saptamana sau mai rar	Nu urmaresc
Mediu	urban	38.6%	29.6%	31.8%
	rural	35.3%	22.1%	42.6%
Sex	masculin	20.4%	29.4%	50.2%
	feminin	52.2%	23.7%	24.1%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	38.9%	19.8%	41.3%
	liceu, scoala postliceala	38.6%	32.3%	29.1%
	studii superioare	25.6%	35.6%	38.8%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	41.8%	26.4%	31.8%
	23 - 35 ani	35.9%	31.9%	32.1%
	36 - 49 ani	37.9%	31.7%	30.4%
	50 - 64 ani	36.7%	24.5%	38.8%
	peste 65 ani	35.1%	16.4%	48.5%
Regiune	Moldova	34.1%	35.6%	30.3%
	Muntenia	41.5%	19.4%	39.1%
	Transilvania	35.3%	28.6%	36.1%
	Bucuresti	32.7%	27.1%	40.2%
Total		37.2%	26.4%	36.4%

Într-o săptămână obișnuită, cât de des urmăriți programele canalului...

Antena 1

		3-4 zile pe saptamana sau mai des	1-2 zile pe saptamana sau mai rar	Nu urmaresc
Mediu	urban	78.2%	13.2%	8.6%
	rural	66.7%	9.2%	24.1%
Sex	masculin	73.8%	10.5%	15.7%
	feminin	72.9%	12.4%	14.8%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	67.4%	9.9%	22.7%
	liceu, scoala postliceala	80.5%	12.3%	7.3%
	studii superioare	76.2%	15.5%	8.3%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	70.3%	20.8%	8.9%
	23 - 35 ani	78.3%	12.4%	9.3%
	36 - 49 ani	77.8%	11.6%	10.7%
	50 - 64 ani	75.4%	8.6%	16.0%
	peste 65 ani	61.3%	8.1%	30.5%
Regiune	Moldova	76.6%	11.1%	12.3%
	Muntenia	76.2%	9.3%	14.5%
	Transilvania	65.8%	14.3%	19.9%
	Bucuresti	81.7%	11.3%	7.0%
Total		73.3%	11.5%	15.2%

Într-o săptămână obișnuită, cât de des urmăriți programele canalului...

Antena 2

		3-4 zile pe saptamana sau mai des	1-2 zile pe saptamana sau mai rar	Nu urmaresc
Mediu	urban	34.1%	28.5%	37.3%
	rural	27.4%	16.5%	56.1%
Sex	masculin	31.2%	23.3%	45.5%
	feminin	31.4%	23.5%	45.2%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	25.2%	19.0%	55.8%
	liceu, scoala postliceala	37.0%	27.4%	35.5%
	studii superioare	39.0%	29.3%	31.7%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	27.5%	31.6%	40.9%
	23 - 35 ani	32.3%	28.4%	39.4%
	36 - 49 ani	39.1%	24.0%	36.9%
	50 - 64 ani	29.6%	20.7%	49.7%
	peste 65 ani	24.9%	15.5%	59.6%
Regiune	Moldova	50.5%	20.3%	29.2%
	Muntenia	30.9%	21.2%	47.9%
	Transilvania	19.8%	25.8%	54.3%
	Bucuresti	31.5%	30.5%	38.0%
Total		31.3%	23.4%	45.3%

Într-o săptămână obișnuită, cât de des urmăriți programele canalului...

Antena3

		3-4 zile pe saptamana sau mai des	1-2 zile pe saptamana sau mai rar	Nu urmaresc
Mediu	urban	43.7%	26.6%	29.7%
	rural	36.5%	14.5%	49.0%
Sex	masculin	40.6%	22.0%	37.3%
	feminin	40.6%	20.8%	38.5%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	33.3%	17.5%	49.2%
	liceu, scoala postliceala	46.5%	25.4%	28.1%
	studii superioare	52.4%	24.8%	22.8%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	30.0%	32.1%	37.9%
	23 - 35 ani	42.5%	24.1%	33.4%
	36 - 49 ani	48.9%	21.1%	29.9%
	50 - 64 ani	40.8%	20.8%	38.4%
	peste 65 ani	34.9%	12.4%	52.8%
Regiune	Moldova	54.6%	19.4%	25.9%
	Muntenia	42.1%	15.3%	42.6%
	Transilvania	28.7%	28.7%	42.6%
	Bucuresti	46.7%	24.8%	28.5%
Total		40.6%	21.4%	38.0%

Într-o săptămână obișnuită, cât de des urmăriți programele canalului...

Realitatea Tv

		3-4 zile pe saptamana sau mai des	1-2 zile pe saptamana sau mai rar	Nu urmaresc
Mediu	urban	60.9%	22.9%	16.2%
	rural	50.8%	16.9%	32.2%
Sex	masculin	58.9%	19.4%	21.7%
	feminin	54.5%	21.3%	24.2%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	49.2%	18.7%	32.1%
	liceu, scoala postliceala	62.8%	23.2%	14.1%
	studii superioare	67.7%	19.2%	13.1%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	35.3%	35.7%	29.0%
	23 - 35 ani	59.5%	24.7%	15.7%
	36 - 49 ani	63.7%	20.6%	15.8%
	50 - 64 ani	61.7%	16.5%	21.8%
	peste 65 ani	51.0%	10.9%	38.1%
Regiune	Moldova	65.7%	17.3%	17.1%
	Muntenia	58.6%	18.1%	23.2%
	Transilvania	49.3%	23.8%	26.9%
	Bucuresti	54.7%	24.3%	21.0%
Total		56.6%	20.4%	23.0%



Într-o săptămână obișnuită, cât de des urmăriți programele canalului...

Prima tv

		3-4 zile pe saptamana sau mai des	1-2 zile pe saptamana sau mai rar	Nu urmaresc
Mediu	urban	60.3%	25.3%	14.4%
	rural	48.4%	20.8%	30.8%
Sex	masculin	53.7%	24.2%	22.2%
	feminin	56.5%	22.6%	20.8%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	47.5%	21.7%	30.8%
	liceu, scoala postliceala	64.4%	24.0%	11.6%
	studii superioare	58.4%	28.5%	13.1%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	53.9%	30.8%	15.3%
	23 - 35 ani	61.6%	26.2%	12.2%
	36 - 49 ani	61.3%	22.2%	16.5%
	50 - 64 ani	55.4%	23.8%	20.8%
	peste 65 ani	40.9%	16.5%	42.7%
Regiune	Moldova	64.3%	18.8%	16.9%
	Muntenia	54.3%	24.4%	21.3%
	Transilvania	50.1%	23.7%	26.2%
	Bucuresti	57.5%	28.0%	14.5%
Total		55.2%	23.4%	21.4%



Într-o săptămână obișnuită, cât de des urmăriți programele canalului...

OTV

		3-4 zile pe saptamana sau mai des	1-2 zile pe saptamana sau mai rar	Nu urmaresc
Mediu	urban	38.2%	31.2%	30.6%
	rural	43.3%	18.6%	38.0%
Sex	masculin	39.6%	27.2%	33.2%
	feminin	41.1%	24.6%	34.3%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	41.8%	19.3%	38.9%
	liceu, scoala postliceala	42.8%	30.3%	26.9%
	studii superioare	27.5%	39.2%	33.3%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	25.9%	34.5%	39.7%
	23 - 35 ani	36.1%	33.5%	30.4%
	36 - 49 ani	46.6%	26.3%	27.2%
	50 - 64 ani	46.0%	23.2%	30.8%
	peste 65 ani	38.8%	14.9%	46.3%
Regiune	Moldova	50.8%	24.1%	25.1%
	Muntenia	44.2%	24.1%	31.7%
	Transilvania	27.5%	28.5%	44.0%
	Bucuresti	48.4%	27.0%	24.7%
Total		40.4%	25.8%	33.8%

Într-o săptămână obișnuită, cât de des urmăriți programele canalului...

National tv

		3-4 zile pe saptamana sau mai des	1-2 zile pe saptamana sau mai rar	Nu urmaresc
mediu	urban	39.7%	34.7%	25.6%
	rural	36.4%	22.8%	40.9%
Sex	masculin	38.0%	30.6%	31.4%
	feminin	38.5%	28.7%	32.9%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	33.4%	25.1%	41.5%
	liceu, scoala postliceala	44.4%	34.2%	21.4%
	studii superioare	40.1%	33.6%	26.4%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	24.7%	41.4%	33.9%
	23 - 35 ani	41.6%	34.7%	23.7%
	36 - 49 ani	46.0%	28.3%	25.7%
	50 - 64 ani	39.0%	29.3%	31.6%
	peste 65 ani	32.6%	18.2%	49.2%
Regiune	Moldova	48.0%	27.3%	24.7%
	Muntenia	39.4%	27.3%	33.4%
	Transilvania	33.0%	30.2%	36.9%
	Bucuresti	31.3%	42.5%	26.2%
Total		38.3%	29.6%	32.2%



Care este modalitatea prin care receptați programe TV?

	Frecvență	Procente absolute	Procente valide	
Cablu	1856	75,4	77,1 ¹	
Antenă satelit	294	11,9	12,2	
Antena terestră	223	9,1	9,3	
Antenă comună	35	1,4	1,5 ²	
Total	2408	97,8	100,0	
Nu recepționez	17	,7		
NS/NR	38	1,5		
Total	55	2,2		
Total	2463	100,0		

INSOMAR-Rezultate statistice
Sondaj National. 06-28 septembrie 2007

1. Valori dominante

2. Valori sub pragul de semnificativ

Ați achiziționat pachete de programe suplimentare?

	Frecvență	Procente absolute	Procente valide	
DA	305	12,4	13,1	
NU	2021	82,1	86,9 ¹	
Total	2326	94,4	100,0	
NS/NR	137	5,6		
Total	2463	100,0		

INSOMAR-Rezultate statistice
Sondaj National. 06-28 septembrie 2007

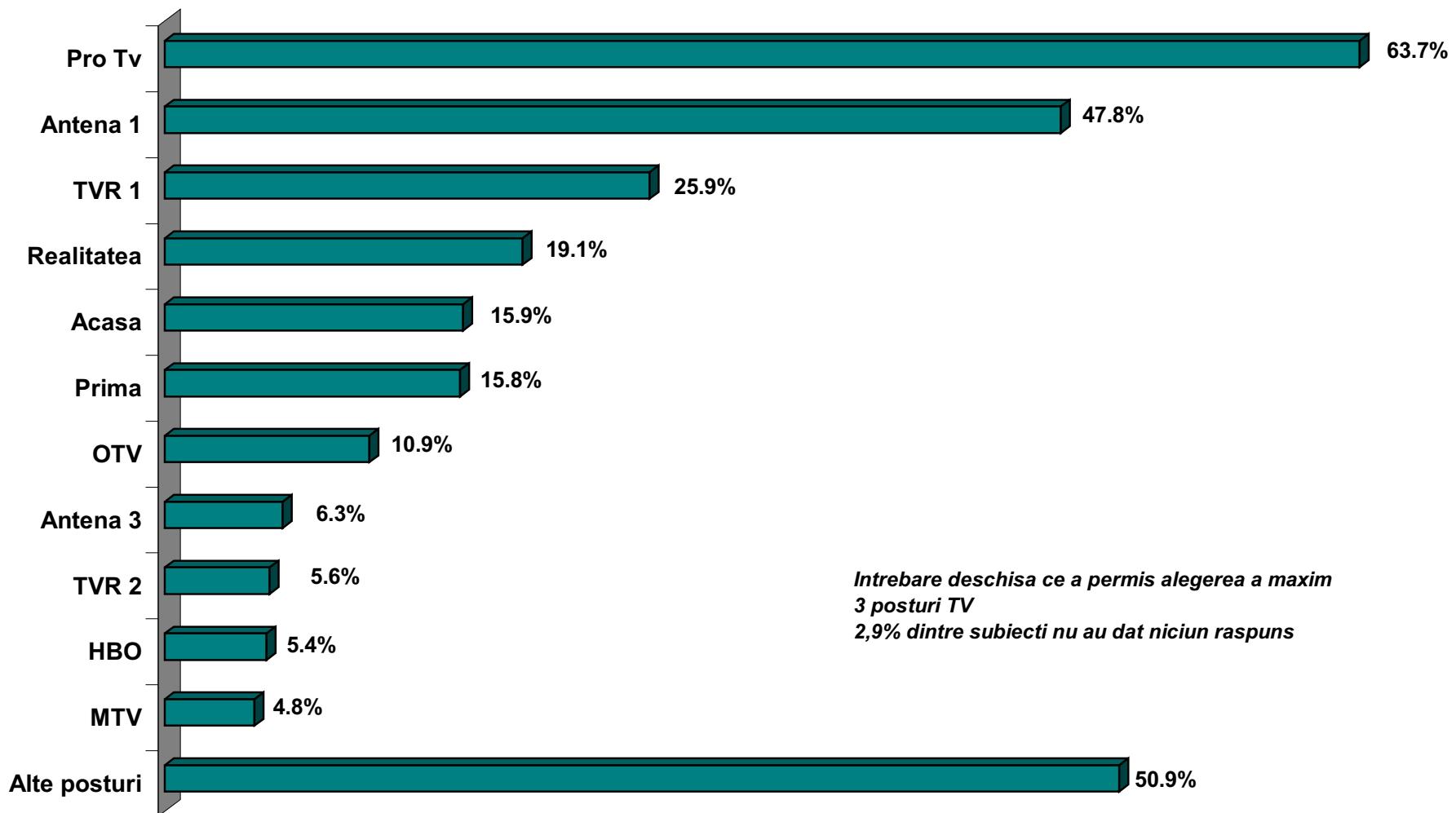
1. Valori dominante

Care este numarul aproximativ de canale TV locale si nationale pe care le receptionati?

Numar de cazuri	Medie	Abatere standard
2249	34.2	21.4



In general, care sunt principalele trei canale TV pe care le urmariti?





Urmăriți posturi TV locale?

	Frecvență	Procente absolute	Procente valide	
DA	607	24.2	25.5 ¹	26%
NU	1773	70.7	74.5 ¹	74%
Total	2380	94.9	100.0	
NS/NR	127	5.1		
Total	2507	100.0		

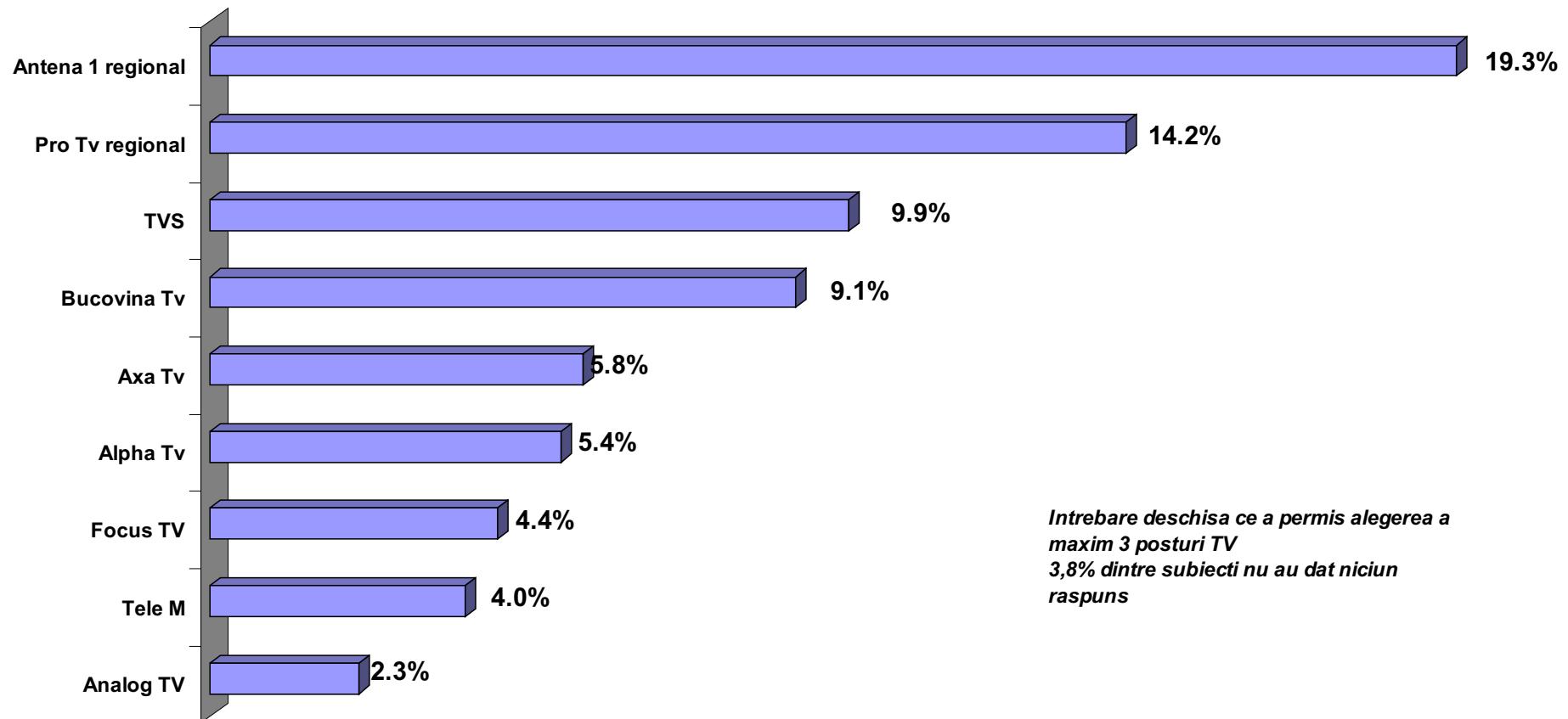
INSOMAR-Rezultate statistice
Sondaj National. 06-28 septembrie 2007

1. Valori dominante



În general, care sunt principalele trei canale TV pe care le urmariti?

- selectie pe respondentii care au declarat ca urmaresc canale TV locale - N=607





Cât de des urmăriți la posturi locale emisiuni TV de genul... (respondenții care se urmaresc posturi locale) N=607

	zilnic	de cateva ori pe saptamana	o data pe saptamana	cel putin o data pe luna	mai rar	niciodata	NS/NR
Filme documentare (istorie/stiinta/natura)	2.0%	5.6%	8.4%	3.8%	23.7%	52.1%	4.4%
Filme artistice	4.1%	7.9%	4.8%	2.0%	23.5%	53.3%	4.4%
Muzica/Divertisment	8.4%	15.8%	11.2%	3.8%	21.4%	35.4%	4.1%
Jurnale de stiri	45.9%	33.4%	5.4%	2.0%	6.6%	4.1%	2.6%
Emisiuni sportive	10.5%	17.8%	5.9%	3.5%	15.8%	42.6%	3.9%
Emisiuni religioase	2.8%	3.0%	8.7%	3.8%	26.0%	51.6%	4.1%
Talkshow-uri (dezbatere politice, cetatenesti etc.)	3.9%	7.4%	14.6%	10.4%	16.4%	43.6%	3.6%
Emisiuni pentru copii	2.1%	2.8%	2.5%	2.1%	19.2%	66.3%	4.9%
Emisiuni tip reality-show (viata reala, in direct)	2.6%	4.6%	4.9%	7.6%	16.4%	58.6%	5.3%
Emisiuni de cultura si arta	2.1%	3.9%	7.1%	8.9%	16.8%	56.1%	5.1%
Emisiuni pentru minoritati	2.1%	1.5%	3.0%	5.9%	14.3%	67.4%	5.8%
Concursuri de televiziune	1.5%	3.3%	4.1%	6.7%	15.6%	63.2%	5.6%
Emisiuni sociale (anchete, reportaje)	3.6%	7.2%	16.9%	6.6%	16.1%	44.1%	5.4%
Seriale	2.1%	3.8%	3.3%	2.0%	18.9%	59.4%	10.5%
Desene animate	1.3%	3.3%	1.5%	1.6%	16.1%	65.5%	10.7%
Telenovele	2.6%	2.5%	1.8%	1.6%	14.8%	65.8%	10.9%



Cât de des urmăriți la posturi locale emisiuni TV de genul...

Filme documentare(istorie, știință, natură)

		Urmăresc	Nu urmăresc	NS/NR
Mediu	urban	20.7%	74.1%	5.2%
	rural	17.1%	80.5%	2.4%
Sex	masculin	26.6%	68.4%	5.0%
	feminin	13.8%	82.2%	4.0%
Studii	cel mult 10 clase, școală profesională	13.4%	83.1%	3.5%
	liceu, școală postliceală	22.8%	72.8%	4.4%
	studii superioare	28.0%	65.3%	6.7%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	25.9%	67.2%	6.9%
	23 - 35 ani	34.7%	59.3%	5.9%
	36 - 49 ani	11.5%	83.6%	4.8%
	50 - 64 ani	20.7%	77.5%	1.8%
	peste 65 ani	10.2%	84.7%	5.1%
Regiune	Moldova	28.0%	60.9%	11.2%
	Muntenia	15.1%	84.3%	0.5%
	Transilvania	17.8%	79.5%	2.7%
	Bucuresti	25.0%	50.0%	25.0%
Total		19.7%	75.8%	4.4%



Cât de des urmăriți la posturi locale emisiuni TV de genul...

Filme artistice

		Urmăresc	Nu urmăresc	NS/NR
Mediu	urban	19.6%	75.2%	5.2%
	rural	16.5%	81.1%	2.4%
Sex	masculin	20.6%	74.8%	4.6%
	feminin	17.2%	78.5%	4.3%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	19.9%	77.1%	3.0%
	liceu, scoala postliceala	16.8%	78.5%	4.7%
	studii superioare	24.0%	69.3%	6.7%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	29.3%	63.8%	6.9%
	23 - 35 ani	12.7%	81.4%	5.9%
	36 - 49 ani	17.6%	78.8%	3.6%
	50 - 64 ani	24.9%	72.8%	2.4%
	peste 65 ani	11.2%	82.7%	6.1%
Regiune	Moldova	16.1%	72.7%	11.2%
	Muntenia	19.5%	80.0%	0.5%
	Transilvania	19.8%	77.5%	2.7%
	Bucuresti	25.0%	50.0%	25.0%
Total		18.8%	76.8%	4.4%



Cât de des urmăriți la posturi locale emisiuni TV de genul...

Muzica/Divertisment

		Urmăresc	Nu urmăresc	NS/NR
Mediu	urban	37.4%	57.7%	5.0%
	rural	43.9%	54.3%	1.8%
Sex	masculin	43.3%	52.1%	4.6%
	feminin	35.6%	60.7%	3.7%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	41.6%	55.8%	2.6%
	liceu, scoala postliceala	38.9%	56.7%	4.4%
	studii superioare	34.7%	58.7%	6.7%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	48.3%	44.8%	6.9%
	23 - 35 ani	51.7%	43.2%	5.1%
	36 - 49 ani	29.7%	66.7%	3.6%
	50 - 64 ani	44.4%	52.7%	3.0%
	peste 65 ani	25.5%	70.4%	4.1%
Regiune	Moldova	37.3%	50.9%	11.8%
	Muntenia	37.3%	62.7%	
	Transilvania	42.2%	55.8%	1.9%
	Bucuresti		75.0%	25.0%
Total		39.1%	56.7%	4.1%



Cât de des urmăriți la posturi locale emisiuni TV de genul...

Jurnale de stiri

		Urmăresc	Nu urmăresc	NS/NR
Mediu	urban	84.9%	11.7%	3.4%
	rural	91.5%	7.9%	0.6%
Sex	masculin	87.9%	9.6%	2.5%
	feminin	85.6%	11.7%	2.8%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	90.0%	9.1%	0.9%
	liceu, scoala postliceala	84.9%	11.7%	3.4%
	studii superioare	82.7%	12.0%	5.3%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	69.0%	24.1%	6.9%
	23 - 35 ani	86.4%	10.2%	3.4%
	36 - 49 ani	87.9%	9.7%	2.4%
	50 - 64 ani	91.7%	7.7%	0.6%
	peste 65 ani	86.7%	10.2%	3.1%
Regiune	Moldova	90.7%	4.3%	5.0%
	Muntenia	89.2%	9.7%	1.1%
	Transilvania	82.9%	15.1%	1.9%
	Bucuresti	50.0%	25.0%	25.0%
Total		86.7%	10.7%	2.6%



Cât de des urmăriți la posturi locale emisiuni TV de genul...

Emisiuni sportive

		Urmăresc	Nu urmăresc	NS/NR
Mediu	urban	33.8%	61.5%	4.7%
	rural	48.2%	50.0%	1.8%
Sex	masculin	57.4%	38.7%	3.9%
	feminin	20.6%	75.5%	4.0%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	32.0%	65.4%	2.6%
	liceu, scoala postliceala	43.6%	52.3%	4.0%
	studii superioare	32.0%	61.3%	6.7%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	32.8%	58.6%	8.6%
	23 - 35 ani	45.8%	48.3%	5.9%
	36 - 49 ani	41.8%	54.5%	3.6%
	50 - 64 ani	38.5%	59.2%	2.4%
	peste 65 ani	22.4%	75.5%	2.0%
Regiune	Moldova	57.8%	31.7%	10.6%
	Muntenia	35.7%	64.3%	
	Transilvania	27.1%	70.5%	2.3%
	Bucuresti		75.0%	25.0%
Total		37.7%	58.4%	3.9%



Cât de des urmăriți la posturi locale emisiuni TV de genul...

Emisiuni religioase

		Urmăresc	Nu urmăresc	NS/NR
Mediu	urban	16.9%	78.4%	4.7%
	rural	22.0%	75.6%	2.4%
Sex	masculin	21.6%	74.1%	4.3%
	feminin	15.3%	80.7%	4.0%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	23.8%	73.2%	3.0%
	liceu, scoala postliceala	16.4%	79.5%	4.0%
	studii superioare	9.3%	84.0%	6.7%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	15.5%	77.6%	6.9%
	23 - 35 ani	11.9%	83.1%	5.1%
	36 - 49 ani	15.2%	81.2%	3.6%
	50 - 64 ani	27.8%	69.8%	2.4%
	peste 65 ani	16.3%	78.6%	5.1%
Regiune	Moldova	16.8%	72.7%	10.6%
	Muntenia	16.8%	83.2%	
	Transilvania	20.5%	76.7%	2.7%
	Bucuresti		75.0%	25.0%
Total		18.3%	77.6%	4.1%



Cât de des urmăriți la posturi locale emisiuni TV de genul...

Talkshow-uri (dezbateri politice, cetatenesti etc.)

		Urmăresc	Nu urmăresc	NS/NR
Mediu	urban	33.8%	61.9%	4.3%
	rural	43.3%	54.9%	1.8%
Sex	masculin	43.3%	52.8%	3.9%
	feminin	30.4%	66.3%	3.4%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	30.3%	67.5%	2.2%
	liceu, scoala postliceala	43.0%	52.7%	4.4%
	studii superioare	29.3%	65.3%	5.3%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	29.3%	65.5%	5.2%
	23 - 35 ani	44.1%	50.8%	5.1%
	36 - 49 ani	38.2%	58.2%	3.6%
	50 - 64 ani	39.6%	58.0%	2.4%
	peste 65 ani	22.4%	74.5%	3.1%
Regiune	Moldova	54.7%	35.4%	9.9%
	Muntenia	33.5%	66.5%	
	Transilvania	26.4%	71.7%	1.9%
	Bucuresti	75.0%		25.0%
Total		36.3%	60.0%	3.6%



Cât de des urmăriți la posturi locale emisiuni TV de genul...

Emisiuni pentru copii

		Urmăresc	Nu urmăresc	NS/NR
Mediu	urban	8.6%	85.8%	5.6%
	rural	12.2%	84.8%	3.0%
Sex	masculin	12.1%	83.7%	4.3%
	feminin	7.4%	87.1%	5.5%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	12.6%	84.4%	3.0%
	liceu, scoala postliceala	7.7%	86.6%	5.7%
	studii superioare	8.0%	85.3%	6.7%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	15.5%	74.1%	10.3%
	23 - 35 ani	7.6%	86.4%	5.9%
	36 - 49 ani	9.7%	85.5%	4.8%
	50 - 64 ani	11.2%	85.8%	3.0%
	peste 65 ani	5.1%	90.8%	4.1%
Regiune	Moldova	11.2%	76.4%	12.4%
	Muntenia	9.2%	90.3%	0.5%
	Transilvania	8.9%	88.0%	3.1%
	Bucuresti		75.0%	25.0%
Total		9.5%	85.5%	4.9%



Cât de des urmăriți la posturi locale emisiuni TV de genul...

Emisiuni tip reality-show (viata reala, in direct)

		Urmăresc	Nu urmăresc	NS/NR
Mediu	urban	18.5%	75.9%	5.6%
	rural	23.2%	72.6%	4.3%
Sex	masculin	24.8%	69.9%	5.3%
	feminin	15.3%	79.4%	5.2%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	18.6%	77.5%	3.9%
	liceu, scoala postliceala	21.1%	73.2%	5.7%
	studii superioare	18.7%	74.7%	6.7%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	19.0%	70.7%	10.3%
	23 - 35 ani	31.4%	61.9%	6.8%
	36 - 49 ani	12.1%	82.4%	5.5%
	50 - 64 ani	22.5%	74.6%	3.0%
	peste 65 ani	14.3%	81.6%	4.1%
Regiune	Moldova	32.3%	56.5%	11.2%
	Muntenia	16.2%	83.2%	0.5%
	Transilvania	14.3%	81.0%	4.7%
	Bucuresti	25.0%	50.0%	25.0%
Total		19.7%	75.0%	5.3%



Cât de des urmăriți la posturi locale emisiuni TV de genul...

Emisiuni de cultura si arta

		Urmăresc	Nu urmăresc	NS/NR
Mediu	urban	21.8%	72.5%	5.6%
	rural	22.6%	73.8%	3.7%
Sex	masculin	30.1%	64.5%	5.3%
	feminin	15.0%	80.1%	4.9%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	16.9%	78.8%	4.3%
	liceu, scoala postliceala	23.8%	71.1%	5.0%
	studii superioare	32.0%	61.3%	6.7%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	24.1%	69.0%	6.9%
	23 - 35 ani	34.7%	58.5%	6.8%
	36 - 49 ani	15.2%	80.6%	4.2%
	50 - 64 ani	22.5%	72.8%	4.7%
	peste 65 ani	16.3%	79.6%	4.1%
Regiune	Moldova	30.4%	57.1%	12.4%
	Muntenia	18.4%	81.6%	
	Transilvania	19.4%	76.7%	3.9%
	Bucuresti	25.0%	50.0%	25.0%
Total		22.0%	72.9%	5.1%



Cât de des urmăriți la posturi locale emisiuni TV de genul...

Emisiuni pentru minoritati

		Urmaresc	Nu urmaresc	NS/NR
Mediu	urban	11.3%	82.9%	5.9%
	rural	15.9%	78.7%	5.5%
Sex	masculin	17.0%	77.3%	5.7%
	feminin	8.6%	85.6%	5.8%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	11.3%	83.5%	5.2%
	liceu, scoala postliceala	15.1%	79.5%	5.4%
	studii superioare	6.7%	85.3%	8.0%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	12.1%	79.3%	8.6%
	23 - 35 ani	26.3%	67.8%	5.9%
	36 - 49 ani	6.1%	89.1%	4.8%
	50 - 64 ani	10.7%	82.8%	6.5%
	peste 65 ani	10.2%	85.7%	4.1%
Regiune	Moldova	24.8%	62.1%	13.0%
	Muntenia	10.8%	88.6%	0.5%
	Transilvania	5.8%	89.5%	4.7%
	Bucuresti	25.0%	50.0%	25.0%
Total		12.5%	81.7%	5.8%



Cât de des urmăriți la posturi locale emisiuni TV de genul...

Concursuri de televiziune

		Urmăresc	Nu urmăresc	NS/NR
Mediu	urban	14.2%	80.0%	5.9%
	rural	19.5%	75.6%	4.9%
Sex	masculin	19.1%	76.2%	4.6%
	feminin	12.6%	81.0%	6.4%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	14.7%	80.1%	5.2%
	liceu, scoala postliceala	17.8%	76.8%	5.4%
	studii superioare	10.7%	82.7%	6.7%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	15.5%	77.6%	6.9%
	23 - 35 ani	26.3%	66.9%	6.8%
	36 - 49 ani	10.9%	84.2%	4.8%
	50 - 64 ani	15.4%	78.7%	5.9%
	peste 65 ani	11.2%	84.7%	4.1%
Regiune	Moldova	29.2%	58.4%	12.4%
	Muntenia	15.7%	82.7%	1.6%
	Transilvania	7.4%	88.8%	3.9%
	Bucuresti		75.0%	25.0%
Total		15.6%	78.8%	5.6%



Cât de des urmăriți la posturi locale emisiuni TV de genul...

Emisiuni sociale (anșete, reportaje)

		Urmăresc	Nu urmăresc	NS/NR
Mediu	urban	32.7%	61.5%	5.9%
	rural	39.0%	56.7%	4.3%
Sex	masculin	39.4%	55.0%	5.7%
	feminin	30.1%	64.7%	5.2%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	26.8%	67.5%	5.6%
	liceu, scoala postliceala	39.9%	55.4%	4.7%
	studii superioare	36.0%	57.3%	6.7%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	22.4%	67.2%	10.3%
	23 - 35 ani	37.3%	55.9%	6.8%
	36 - 49 ani	42.4%	53.3%	4.2%
	50 - 64 ani	37.9%	57.4%	4.7%
	peste 65 ani	18.4%	77.6%	4.1%
Regiune	Moldova	51.6%	35.4%	13.0%
	Muntenia	25.9%	73.5%	0.5%
	Transilvania	30.2%	65.9%	3.9%
	Bucuresti		75.0%	25.0%
Total		34.4%	60.2%	5.4%



Cât de des urmăriți la posturi locale emisiuni TV de genul...

Seriale

		Urmăresc	Nu urmăresc	NS/NR
Mediu	urban	12.2%	77.3%	10.6%
	rural	8.5%	81.1%	10.4%
Sex	masculin	12.4%	78.0%	9.6%
	feminin	10.1%	78.5%	11.3%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	14.7%	73.2%	12.1%
	liceu, scoala postliceala	9.7%	81.2%	9.1%
	studii superioare	6.7%	82.7%	10.7%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	25.9%	58.6%	15.5%
	23 - 35 ani	5.9%	80.5%	13.6%
	36 - 49 ani	8.5%	83.6%	7.9%
	50 - 64 ani	14.8%	75.1%	10.1%
	peste 65 ani	7.1%	83.7%	9.2%
Regiune	Moldova	12.4%	73.9%	13.7%
	Muntenia	10.8%	77.3%	11.9%
	Transilvania	10.5%	82.9%	6.6%
	Bucuresti	25.0%		75.0%
Total		11.2%	78.3%	10.5%



Cât de des urmăriți la posturi locale emisiuni TV de genul...

Desene animate

		Urmăresc	Nu urmăresc	NS/NR
Mediu	urban	7.7%	81.5%	10.8%
	rural	7.9%	81.7%	10.4%
Sex	masculin	9.9%	80.9%	9.2%
	feminin	5.8%	82.2%	12.0%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	9.5%	78.4%	12.1%
	liceu, scoala postliceala	7.0%	83.2%	9.7%
	studii superioare	5.3%	85.3%	9.3%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	15.5%	70.7%	13.8%
	23 - 35 ani	6.8%	79.7%	13.6%
	36 - 49 ani	8.5%	82.4%	9.1%
	50 - 64 ani	8.3%	81.7%	10.1%
	peste 65 ani	2.0%	88.8%	9.2%
Regiune	Moldova	9.9%	75.8%	14.3%
	Muntenia	7.6%	78.9%	13.5%
	Transilvania	6.6%	88.0%	5.4%
	Bucuresti		25.0%	75.0%
Total		7.7%	81.6%	10.7%



Cât de des urmăriți la posturi locale emisiuni TV de genul...

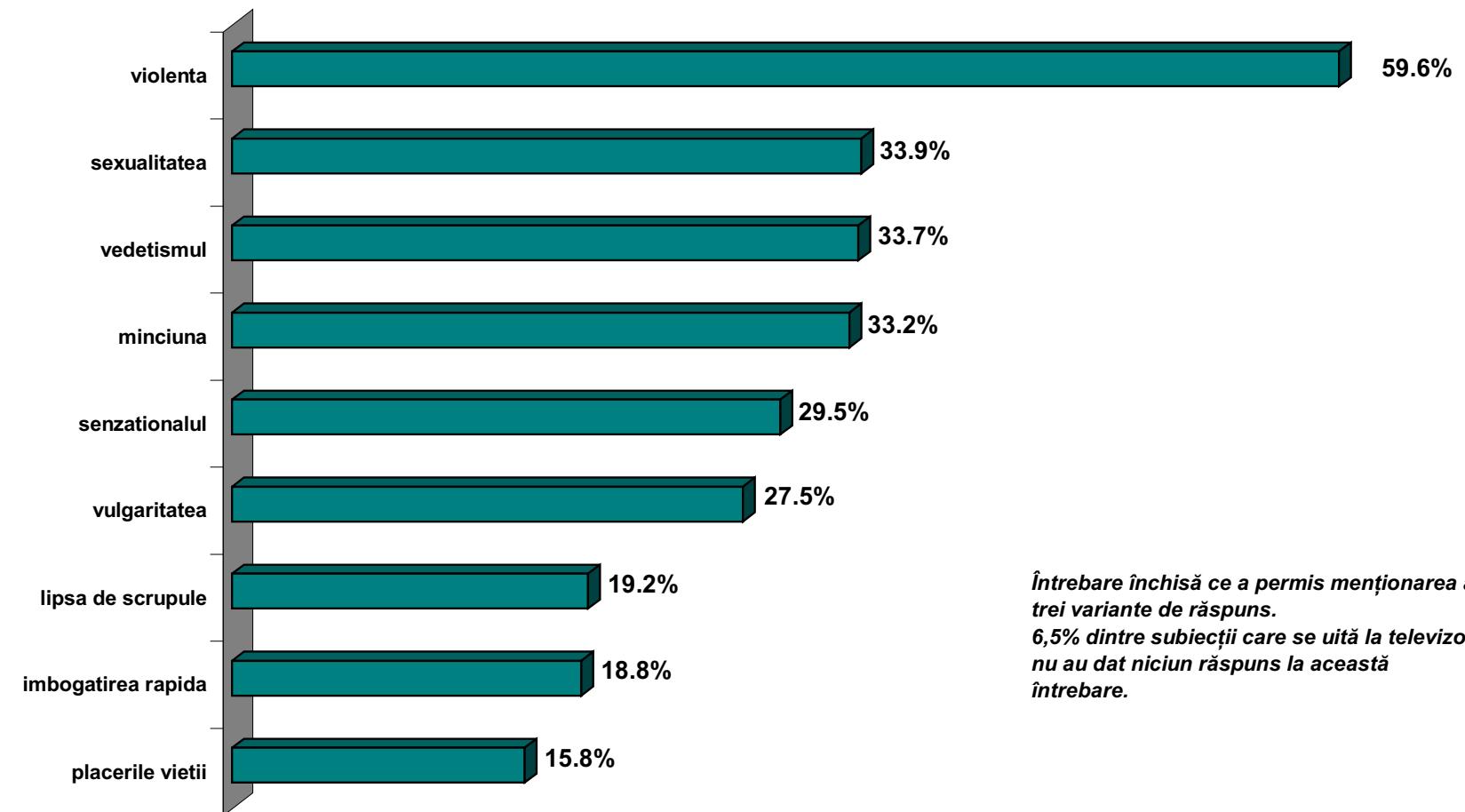
Telenovale

		Urmăresc	Nu urmăresc	NS/NR
Mediu	urban	9.2%	80.0%	10.8%
	rural	6.7%	82.3%	11.0%
Sex	masculin	7.8%	81.9%	10.3%
	feminin	9.2%	79.4%	11.3%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	10.4%	77.1%	12.6%
	liceu, scoala postliceala	8.4%	82.2%	9.4%
	studii superioare	4.0%	86.7%	9.3%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	24.1%	58.6%	17.2%
	23 - 35 ani	4.2%	82.2%	13.6%
	36 - 49 ani	9.1%	81.8%	9.1%
	50 - 64 ani	8.3%	81.7%	10.1%
	peste 65 ani	4.1%	87.8%	8.2%
Regiune	Moldova	9.3%	77.0%	13.7%
	Muntenia	9.2%	77.8%	13.0%
	Transilvania	7.8%	85.7%	6.6%
	Bucuresti		25.0%	75.0%
Total		8.6%	80.6%	10.9%



În opinia dvs., care dintre următoarele valori și atitudini sunt mai frecvent promovate în emisiuni de televiziune?

-selectie respondenti care au declarat ca se uita la TV- N=2463



Întrebare închisă ce a permis menționarea a trei variante de răspuns.
6,5% dintre subiecții care se uită la televizor nu au dat niciun răspuns la această întrebare.

Toleranta fata de prezenta diverselor tipuri de violenta in emisiunile TV - selectie pe cei care au declarat ca se uita la TV -

limbaj violent

	Frecventă	Procente absolute	Procente valide	
Toleranta nula	68	2,8	2,8	3%
Toleranta redusa	141	5,7	5,7	6%
Toleranta moderata	224	9,1	9,1	9%
Toleranta ridicata	550	22,3	22,3 ¹	22%
Toleranta totala	1480	60,1	60,1 ¹	60%
Total	2463	100,0	100,0	

INSOMAR-Rezultate statistice
 Sondaj National. 06-28 septembrie 2007

1. Valori dominante

acte de agresiune fizica

	Frecventă	Procente absolute	Procente valide	
Toleranta nula	62	2,5	2,5	3%
Toleranta redusa	87	3,5	3,5	4%
Toleranta moderata	226	9,2	9,2	9%
Toleranta ridicata	597	24,2	24,2 ¹	24%
Toleranta totala	1491	60,5	60,5 ¹	61%
Total	2463	100,0	100,0	

INSOMAR-Rezultate statistice
 Sondaj National. 06-28 septembrie 2007

1. Valori dominante

Toleranta fata de prezenta diverselor tipuri de violenta in emisiunile TV

Limbaj violent

		Toleranta scazuta	Toleranta ridicata
Mediu	urban	19.1%	80.9%
	rural	15.5%	84.5%
Sex	masculin	19.3%	80.7%
	feminin	16.0%	84.0%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	14.7%	85.3%
	liceu, scoala postliceala	20.1%	79.9%
	studii superioare	22.3%	77.7%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	16.1%	83.9%
	23 - 35 ani	21.6%	78.4%
	36 - 49 ani	20.3%	79.7%
	50 - 64 ani	16.9%	83.1%
	peste 65 ani	12.0%	88.0%
Regiune	Moldova	14.9%	85.1%
	Muntenia	20.4%	79.6%
	Transilvania	13.3%	86.7%
	Bucuresti	28.6%	71.4%
Total		17.6%	82.4%

Acte de agresiune fizica

		Toleranta scazuta	Toleranta ridicata
Mediu	urban	17.8%	82.2%
	rural	11.7%	88.3%
Sex	masculin	15.6%	84.4%
	feminin	14.8%	85.2%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	13.2%	86.8%
	liceu, scoala postliceala	15.8%	84.2%
	studii superioare	22.3%	77.7%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	14.4%	85.6%
	23 - 35 ani	15.0%	85.0%
	36 - 49 ani	18.3%	81.7%
	50 - 64 ani	15.8%	84.2%
	peste 65 ani	11.6%	88.4%
Regiune	Moldova	10.5%	89.5%
	Muntenia	16.8%	83.2%
	Transilvania	12.7%	87.3%
	Bucuresti	29.5%	70.5%
Total		15.2%	84.8%

Toleranta fata de prezența diverselor tipuri de violență în emisiunile TV - selectie pe cei care au declarat ca se uita la TV -

conflicte in familie

	Frecvență	Procente absolute	Procente valide	
Toleranta nula	61	2,5	2,5	2%
Toleranta redusa	50	2,0	2,0	2%
Toleranta moderata	219	8,9	8,9	9%
Toleranta ridicata	623	25,3	25,3 ¹	25%
Toleranta totala	1510	61,3	61,3 ¹	61%
Total	2463	100,0	100,0	

INSOMAR-Rezultate statistice
 Sondaj National. 06-28 septembrie 2007

1. Valori dominante

crime, sinucideri

	Frecvență	Procente absolute	Procente valide	
Toleranta nula	66	2,7	2,7	3%
Toleranta redusa	74	3,0	3,0	3%
Toleranta moderata	210	8,5	8,5	9%
Toleranta ridicata	606	24,6	24,6 ¹	25%
Toleranta totala	1507	61,2	61,2 ¹	61%
Total	2463	100,0	100,0	

INSOMAR-Rezultate statistice
 Sondaj National. 06-28 septembrie 2007

1. Valori dominante

Toleranta fata de prezenta diverselor tipuri de violenta in emisiunile TV

Conflict in familie

Mediu	urban	15.7%	84.3%
	rural	10.3%	89.7%
Sex	masculin	14.4%	85.6%
	feminin	12.5%	87.5%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	11.3%	88.7%
	liceu, scoala postliceala	14.2%	85.8%
	studii superioare	19.9%	80.1%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	13.7%	86.3%
	23 - 35 ani	12.5%	87.5%
	36 - 49 ani	15.3%	84.7%
	50 - 64 ani	13.3%	86.7%
	peste 65 ani	12.0%	88.0%
Regiune	Moldova	10.3%	89.7%
	Muntenia	13.4%	86.6%
	Transilvania	12.2%	87.8%
	Bucuresti	25.3%	74.7%
Total		13.4%	86.6%

Crime, sinucideri

		Toleranta scazuta	Toleranta ridicata
Mediu	urban	16.2%	83.8%
	rural	11.6%	88.4%
Sex	masculin	16.4%	83.6%
	feminin	12.2%	87.8%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	11.2%	88.8%
	liceu, scoala postliceala	16.4%	83.6%
	studii superioare	20.3%	79.7%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	11.7%	88.3%
	23 - 35 ani	15.2%	84.8%
	36 - 49 ani	15.8%	84.2%
	50 - 64 ani	15.5%	84.5%
	peste 65 ani	11.2%	88.8%
Regiune	Moldova	10.1%	89.9%
	Muntenia	16.2%	83.8%
	Transilvania	10.8%	89.2%
	Bucuresti	28.6%	71.4%
Total		14.2%	85.8%

Toleranta fata de prezența diverselor tipuri de violență în emisiunile TV

- selectie pe cei care au declarat ca se uita la TV -

imagini de razboi

	Frecvență	Procente absolute	Procente valide	
Toleranta nula	59	2,4	2,4	2%
Toleranta redusa	47	1,9	1,9 ²	2%
Toleranta moderata	250	10,2	10,2	10%
Toleranta ridicata	685	27,8	27,8 ¹	28%
Toleranta totala	1422	57,7	57,7 ¹	58%
Total	2463	100,0	100,0	

INSOMAR-Rezultate statistice
 Sondaj National. 06-28 septembrie 2007

1. Valori dominante

2. Valori sub pragul de semnificație

abuz de droguri

	Frecvență	Procente absolute	Procente valide	
Toleranta nula	74	3,0	3,0	3%
Toleranta redusa	44	1,8	1,8 ²	2%
Toleranta moderata	206	8,4	8,4	8%
Toleranta ridicata	597	24,2	24,2 ¹	24%
Toleranta totala	1542	62,6	62,6 ¹	63%
Total	2463	100,0	100,0	

INSOMAR-Rezultate statistice
 Sondaj National. 06-28 septembrie 2007

1. Valori dominante

2. Valori sub pragul de semnificație

Toleranta fata de prezenta diverselor tipuri de violenta in emisiunile TV

Imagini de razboi

		Toleranta scazuta	Toleranta ridicata
Mediu	urban	16.0%	84.0%
	rural	12.4%	87.6%
Sex	masculin	14.1%	85.9%
	feminin	14.8%	85.2%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	13.3%	86.7%
	liceu, scoala postliceala	13.7%	86.3%
	studii superioare	22.0%	78.0%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	10.0%	90.0%
	23 - 35 ani	12.5%	87.5%
	36 - 49 ani	16.0%	84.0%
	50 - 64 ani	14.8%	85.2%
	peste 65 ani	16.9%	83.1%
Regiune	Moldova	14.9%	85.1%
	Muntenia	11.3%	88.7%
	Transilvania	14.8%	85.2%
	Bucuresti	25.3%	74.7%
Total		14.5%	85.5%

Abuz de droguri

		Toleranta scazuta	Toleranta ridicata
Mediu	urban	14.5%	85.5%
	rural	11.4%	88.6%
Sex	masculin	14.0%	86.0%
	feminin	12.4%	87.6%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	11.1%	88.9%
	liceu, scoala postliceala	13.9%	86.1%
	studii superioare	19.6%	80.4%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	10.0%	90.0%
	23 - 35 ani	13.1%	86.9%
	36 - 49 ani	16.9%	83.1%
	50 - 64 ani	13.9%	86.1%
	peste 65 ani	9.7%	90.3%
Regiune	Moldova	8.2%	91.8%
	Muntenia	14.0%	86.0%
	Transilvania	10.6%	89.4%
	Bucuresti	31.3%	68.7%
Total		13.2%	86.8%

Toleranta fata de prezența diverselor tipuri de violență în emisiunile TV - selectie pe cei care au declarat ca se uita la TV -

atacuri de tip terorist

	Frecvență	Procente absolute	Procente valide	
Toleranta nula	70	2,8	2,8	■ 3%
Toleranta redusa	35	1,4	1,4 ²	■ 1%
Toleranta moderata	250	10,2	10,2	■ 10%
Toleranta ridicata	618	25,1	25,1 ¹	■ 25%
Toleranta totala	1490	60,5	60,5 ¹	■ 60%
Total	2463	100,0	100,0	

INSOMAR-Rezultate statistice
 Sondaj National. 06-28 septembrie 2007

1. Valori dominante

2. Valori sub pragul de semnificație

acte de agresiune împotriva animalelor

	Frecvență	Procente absolute	Procente valide	
Toleranta nula	77	3,1	3,1	■ 3%
Toleranta redusa	29	1,2	1,2 ²	■ 1%
Toleranta moderata	237	9,6	9,6	■ 10%
Toleranta ridicata	534	21,7	21,7 ¹	■ 22%
Toleranta totala	1586	64,4	64,4 ¹	■ 64%
Total	2463	100,0	100,0	

INSOMAR-Rezultate statistice
 Sondaj National. 06-28 septembrie 2007

1. Valori dominante

2. Valori sub pragul de semnificație

Toleranta fata de prezenta diverselor tipuri de violenta in emisiunile TV

Atacuri de tip terorist

		Toleranta scazuta	Toleranta ridicata
Mediu	urban	16.3%	83.7%
	rural	11.8%	88.2%
Sex	masculin	14.6%	85.4%
	feminin	14.2%	85.8%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	13.5%	86.5%
	liceu, scoala postliceala	13.8%	86.2%
	studii superioare	20.3%	79.7%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	9.7%	90.3%
	23 - 35 ani	12.5%	87.5%
	36 - 49 ani	17.7%	82.3%
	50 - 64 ani	14.1%	85.9%
	peste 65 ani	15.8%	84.2%
Regiune	Moldova	14.1%	85.9%
	Muntenia	12.1%	87.9%
	Transilvania	12.9%	87.1%
	Bucuresti	30.4%	69.6%
Total		14.4%	85.6%

Acte de agresiune impotriva animalelor

		Toleranta scazuta	Toleranta ridicata
Mediu	urban	14.8%	85.2%
	rural	12.8%	87.2%
Sex	masculin	13.8%	86.2%
	feminin	14.0%	86.0%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	12.3%	87.7%
	liceu, scoala postliceala	13.9%	86.1%
	studii superioare	20.9%	79.1%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	11.4%	88.6%
	23 - 35 ani	13.1%	86.9%
	36 - 49 ani	16.5%	83.5%
	50 - 64 ani	13.4%	86.6%
	peste 65 ani	13.9%	86.1%
Regiune	Moldova	14.7%	85.3%
	Muntenia	13.1%	86.9%
	Transilvania	9.5%	90.5%
	Bucuresti	32.3%	67.7%
Total		13.9%	86.1%

Toleranta fata de prezența diverselor tipuri de violență în emisiunile TV - selectie pe cei care au declarat ca se uita la TV -

acte de agresiune impotriva unor persoane delicvente

	Frecvență	Procente absolute	Procente valide	
Toleranta nula	58	2,4	2,4	2%
Toleranta redusa	43	1,7	1,7 ²	2%
Toleranta moderata	260	10,6	10,6	11%
Toleranta ridicata	515	20,9	20,9 ¹	21%
Toleranta totala	1587	64,4	64,4 ¹	64%
Total	2463	100,0	100,0	

INSOMAR-Rezultate statistice
 Sondaj National. 06-28 septembrie 2007

1. Valori dominante

2. Valori sub pragul de semnificativitate

imagini de accidente (rutiere, aviatiche, etc)

	Frecvență	Procente absolute	Procente valide	
Toleranta nula	62	2,5	2,5	3%
Toleranta redusa	58	2,4	2,4	2%
Toleranta moderata	246	10,0	10,0	10%
Toleranta ridicata	711	28,9	28,9 ¹	29%
Toleranta totala	1386	56,3	56,3 ¹	56%
Total	2463	100,0	100,0	

INSOMAR-Rezultate statistice
 Sondaj National. 06-28 septembrie 2007

1. Valori dominante

Toleranta fata de prezenta diverselor tipuri de violenta in emisiunile TV

Acte de agresiune impotriva unor persoane delicvente

		Toleranta scazuta	Toleranta ridicata
Mediu	urban	15.8%	84.2%
	rural	13.2%	86.8%
Sex	masculin	15.0%	85.0%
	feminin	14.4%	85.6%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	11.8%	88.2%
	liceu, scoala postliceala	17.1%	82.9%
	studii superioare	19.3%	80.7%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	10.7%	89.3%
	23 - 35 ani	17.5%	82.5%
	36 - 49 ani	15.7%	84.3%
	50 - 64 ani	13.4%	86.6%
	peste 65 ani	14.8%	85.2%
Regiune	Moldova	18.3%	81.7%
	Muntenia	12.4%	87.6%
	Transilvania	11.6%	88.4%
	Bucuresti	26.7%	73.3%
Total		14.7%	85.3%

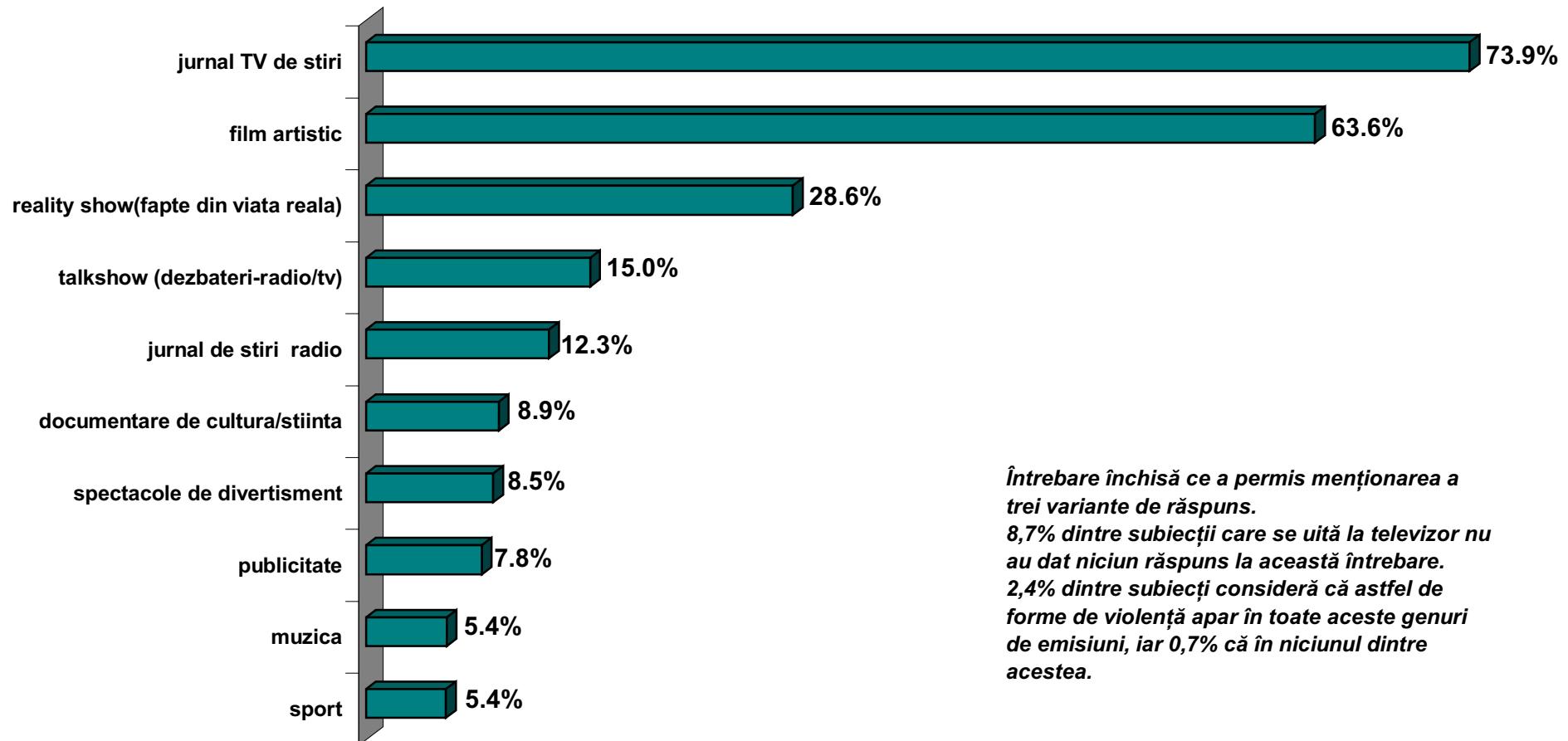
Imagini de accidente (rutiere, aviatiche, etc)

		Toleranta scazuta	Toleranta ridicata
Mediu	urban	17.5%	82.5%
	rural	11.4%	88.6%
Sex	masculin	14.4%	85.6%
	feminin	15.2%	84.8%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	13.2%	86.8%
	liceu, scoala postliceala	14.6%	85.4%
	studii superioare	23.0%	77.0%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	11.4%	88.6%
	23 - 35 ani	13.1%	86.9%
	36 - 49 ani	17.2%	82.8%
	50 - 64 ani	15.0%	85.0%
	peste 65 ani	15.8%	84.2%
Regiune	Moldova	14.7%	85.3%
	Muntenia	13.6%	86.4%
	Transilvania	13.2%	86.8%
	Bucuresti	26.7%	73.3%
Total		14.9%	85.1%



În care dintre aceste genuri de emisiuni considerați că apar cel mai des astfel de forme de violență?

-selectie respondenti care au declarat ca se uita la TV- N=2463



**După părerea dvs., credeți că în România copiii sunt expuși unui nivel prea ridicat de influență nocivă din partea emisiunilor de televiziune?**

	Frecvență	Procente absolute	Procente valide	
DA	1894	76,9	80,7 ¹	 81%
NU	129	5,2	5,5	 5%
Nu pot aprecia	325	13,2	13,8	 14%
Total	2348	95,3	100,0	
NS/NR	115	4,7		
Total	2463	100,0		

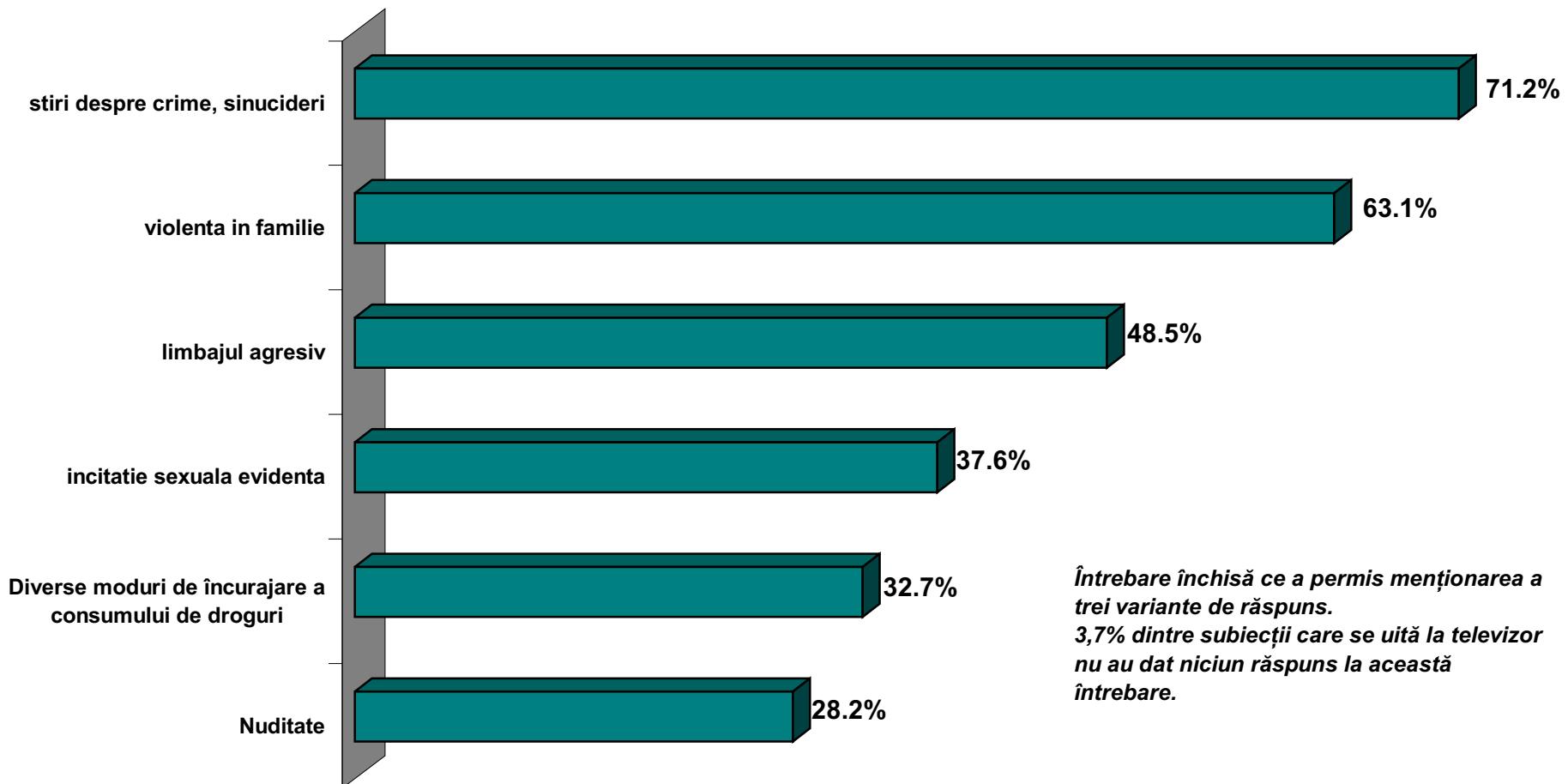
INSOMAR-Rezultate statistice
Sondaj National. 06-28 septembrie 2007

1. Valori dominante



Care dintre următoarele forme de violență le considerați cele mai dăunătoare pentru minori în emisiunile tv?

-selectie a subiectilor care au declarat ca urmaresc TV- N=2463



In ce masura sunteți de acord cu urmatoarele afirmații:

Expunerea copiilor la conținut violent (agresiune, violență verbală) în programele TV contribuie la manifestari de comportament violent.

	Frecvență	Procente absolute	Procente valide	
Mai degrabă de acord și total de acord	2091	84,9	84,9 ¹	 85%
Nici de acord, nici impotriva	107	4,3	4,3	 4%
Mai degrabă impotriva și total impotriva	176	7,1	7,1	 7%
Nu stiu/Nu raspund	89	3,6	3,6	 4%
Total	2463	100,0	100,0	

INSOMAR-Rezultate statistice
 Sondaj National. 06-28 septembrie 2007

1. Valori dominante

Reclamele prezentate la TV contribuie la opțiunile privind alimentele și obiceiurile de alimentație ale copiilor

	Frecvență	Procente absolute	Procente valide	
Mai degrabă de acord și total de acord	1897	77,0	77,0 ¹	 77%
Nici de acord, nici impotriva	179	7,3	7,3	 7%
Mai degrabă impotriva și total impotriva	256	10,4	10,4	 10%
Nu stiu/Nu raspund	131	5,3	5,3	 5%
Total	2463	100,0	100,0	

INSOMAR-Rezultate statistice
 Sondaj National. 06-28 septembrie 2007

1. Valori dominante

Expunerea copiilor la conținut sexual (nuditate, conținut sexual explicit) în programele TV contribuie la manifestarea de comportamente sexuale premature.

	Frecvență	Procente absolute	Procente valide	
Mai degrabă de acord și total de acord	1963	79,7	79,7 ¹	 80%
Nici de acord, nici impotriva	139	5,6	5,6	 6%
Mai degrabă impotriva și total impotriva	206	8,4	8,4	 8%
Nu stiu/Nu raspund	155	6,3	6,3	 6%
Total	2463	100,0	100,0	

INSOMAR-Rezultate statistice
 Sondaj National. 06-28 septembrie 2007

1. Valori dominante



În România funcționează în prezent un sistem de avertizare a părintilor cu privire la conținutul violent la emisiunilor TV la care pot avea acces minorii. În ceea ce vă privește, cât de des luați în considerare astfel de avertismente atunci când decideți ce emisiuni urmează să vizioneze copiii dvs?

- Pentru cei care au copii și locuiesc cu ei în gospodarie

	Frecvență	Procente absolute	Procente valide	
Foarte des	181	20.2	21.2 ¹	21%
Des	347	38.6	40.7 ¹	41%
Rar	149	16.6	17.5 ¹	17%
Foarte rar	68	7.6	8.0	8%
Deloc	107	11.9	12.6	13%
Total	852	94.9	100.0	
NS/NR	46	5.1		
Total	898	100.0		

INSOMAR-Rezultate statistice
Sondaj National. 06-28 septembrie 2007

1. Valori dominante



Cât de îngrijorat sunteți de gradul de expunere al copiilor dvs. față de următoarele aspecte din emisiuni TV?

selectie respondenti care au copii si locuiesc in gospodarie cu acestia

	Foarte ingrijorat sau destul de ingrijorat	Putin ingrijorat sau deloc ingrijorat	NS/NR
Stiri despre crime, sinucideri etc.	76.7%	21.5%	1.8%
Violenta în familie	76.7%	21.5%	1.8%
Limbajul agresiv	77.0%	20.9%	2.0%
Abuzul de nuditate (trupuri dezgolite)	74.1%	23.9%	2.0%
Incitație sexuală evidență	74.6%	23.2%	2.2%
Diverse moduri de incurajare a consumului de droguri	75.1%	22.3%	2.5%



Cât de frecvent v-au solicitat copii dvs. să cumpărați anumite produse alimentare în urma vizionării unor reclame prezentate la TV?

-selectie respondenti care au copii si locuiesc in gospodarie cu acestia -

	Frecvență	Procente absolute	Procente valide	
Foarte des	187	20.9	21.7 ¹	22%
Des	286	32.0	33.2 ¹	33%
Rar	178	19.9	20.6 ¹	21%
Foarte rar	76	8.5	8.8	9%
Deloc	135	15.1	15.7 ¹	16%
Total	862	96.5	100.0	
NS/NR	31	3.5		
Total	893	100.0		

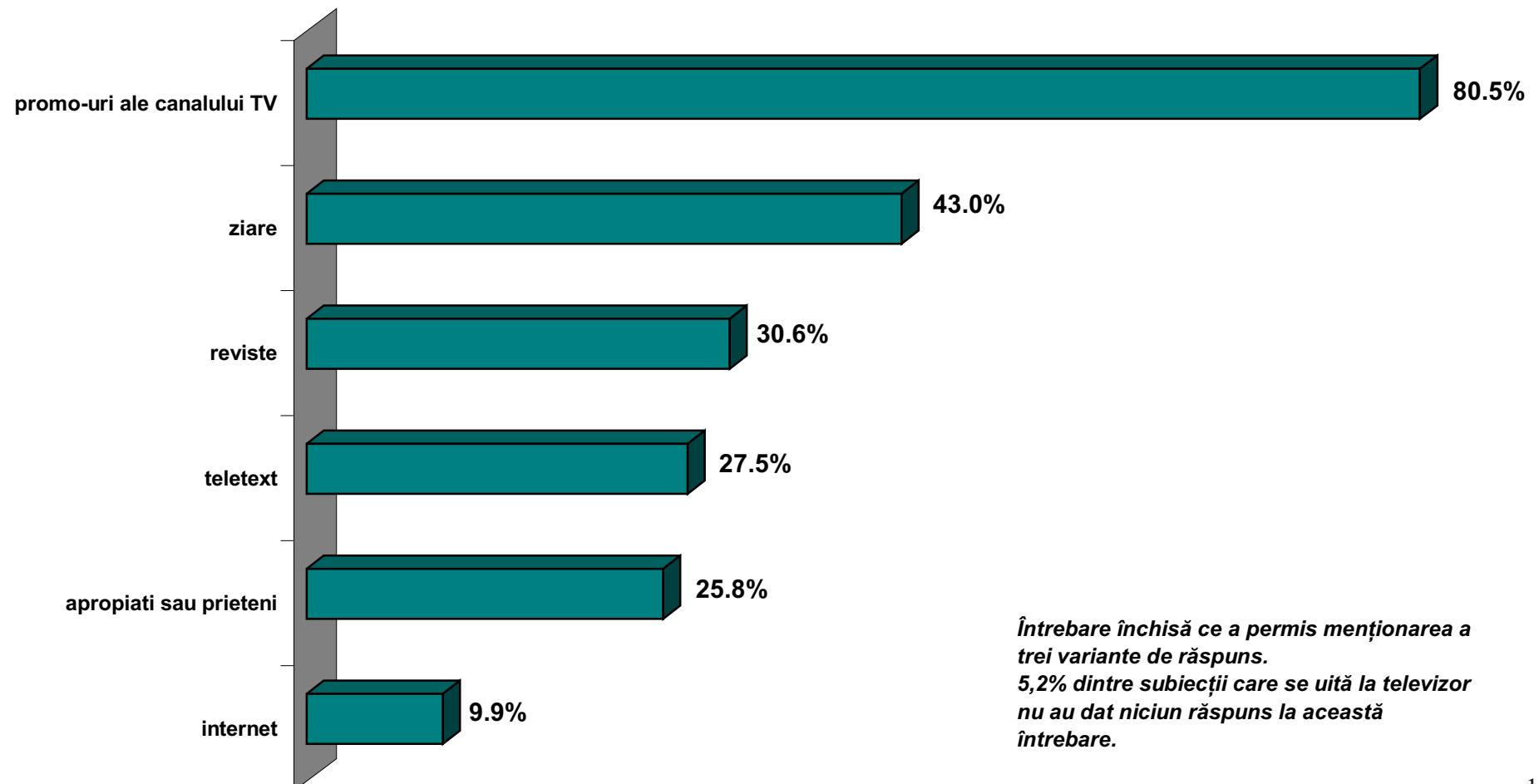
INSOMAR-Resultate statistice
Sondaj National. 06-28 septembrie 2007

1. Valori dominante



Care sunt principalele surse pe care le folosiți pentru a afla programul canalelor TV pe care le urmăriți?

-selectie pe cei care au declarat ca se uita la TV- N=2463





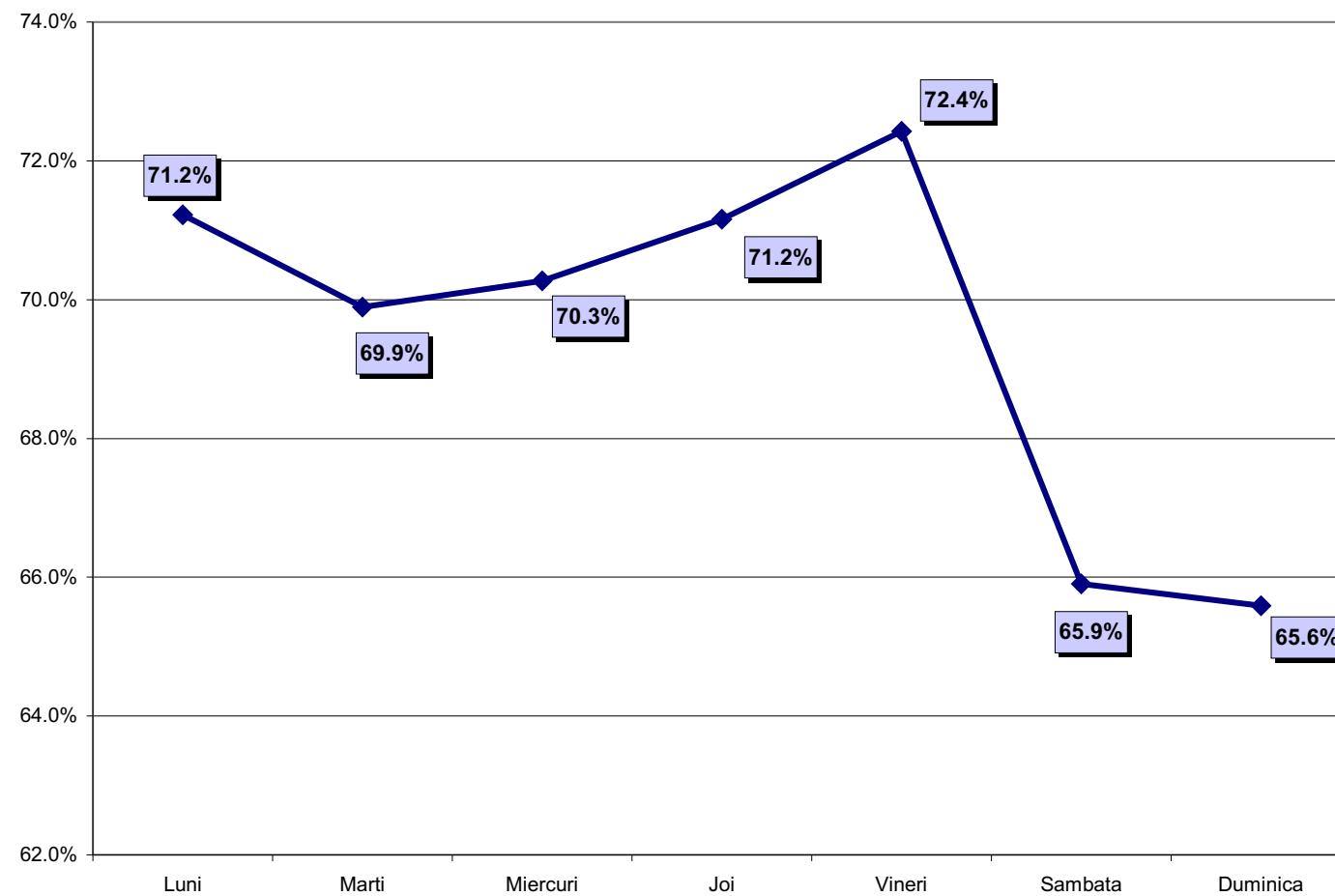
Într-o săptămână obișnuită, cât de des consultați sursele de informație pe care le utilizați pentru a afla programul TV?

-selectie pe cei care au declarat ca se uita la TV-

	zilnic	5-6 zile	3-4 zile	1-2 zile	mai rar	NS/NR
T70. Ziare	13.0%	5.8%	7.4%	12.3%	38.8%	22.7%
T71. Reviste	7.0%	4.5%	7.3%	9.6%	41.7%	29.9%
T72. Promo-uri ale canalului TV	37.2%	15.1%	12.1%	7.3%	14.6%	13.8%
T73. Teletext	12.0%	5.5%	6.0%	6.7%	33.2%	36.6%
T74. Internet	3.8%	2.2%	3.2%	2.5%	36.7%	51.6%
T75. Apropiati sau prieteni	4.3%	3.5%	6.5%	10.4%	41.2%	34.2%

Într-o săptămână obișnuită, care sunt zilele în care obișnuiti să ascultați emisiuni radio?

-Graficul prezintă procentul celor care au declarat ca se uita în ziua respectivă-





Într-o zi obișnuită a săptămânii, cât de des obișnuiați să ascultați programe radio NAȚIONALE...

selectie pe respondentii care au declarat ca asculta radio

	zilnic	de cateva ori pe saptamana	o data pe saptamana	cel putin o data pe luna	mai rar	niciodata
Dimineata sau la micul dejun	42.3%	15.1%	6.2%	1.6%	11.1%	23.7%
In drum spre locul de munca	12.8%	8.3%	2.7%	1.0%	11.2%	64.1%
Acasa, in timpul zilei	26.6%	13.5%	4.2%	4.9%	16.2%	34.6%
La locul de munca, in timpul zilei	9.8%	5.9%	4.7%	1.3%	10.8%	67.5%
In drum spre casa	12.1%	6.8%	3.3%	1.5%	11.8%	64.4%
Acasa, seara	21.1%	8.0%	4.9%	2.6%	18.7%	44.7%
Acasa, noaptea la ore tarzii	5.7%	2.8%	1.0%	2.2%	13.6%	74.6%
Intotdeauna cand conduc autoturismul	12.4%	4.9%	1.0%	2.3%	7.3%	72.1%



Într-o zi obișnuită a săptămânii, cât de des obișnuiați să ascultați programe radio LOCALE...

selectie pe respondentii care au declarat ca asculta radio

	zilnic	de cateva ori pe saptamana	o data pe saptamana	cel putin o data pe luna	mai rar	niciodata
Dimineata sau la micul dejun	20.5%	8.4%	2.3%	1.0%	10.9%	56.8%
In drum spre locul de munca	4.9%	5.8%	1.4%	0.7%	11.4%	75.9%
Acasa, in timpul zilei	11.5%	8.7%	2.1%	5.6%	10.2%	61.9%
La locul de munca, in timpul zilei	4.0%	2.6%	3.5%	1.0%	10.7%	78.2%
In drum spre casa	4.2%	3.3%	2.6%	0.7%	12.1%	77.1%
Acasa, seara	9.4%	4.3%	3.7%	1.1%	12.5%	69.0%
Acasa, noaptea la ore tarzii	2.7%	1.7%	2.5%	0.9%	8.5%	83.7%
Intotdeauna cand conduc autoturismul	4.5%	2.3%	1.4%	0.8%	9.1%	81.9%

Media orelor de consum radio

In functie de zilele saptamanii

	Nr. raspunsuri	Media	Abaterea Standard
Daca ati calcula timpul pe care il petreceti ascultand emisiuni radio ale statilor cu acoperire nationala, cate ore credeti ca ar fi in total intr-o saptamana?	1801	9.60	13.48
Daca ati calcula timpul pe care il petreceti ascultand emisiuni radio ale statilor cu acoperire locala, cate ore credeti ca ar fi in total intr-o saptamana?	1594	2.92	6.93

In functie de tipul postului

	Nr. raspunsuri	Media	Abaterea Standard
Daca ati calcula timpul pe care il petreceti ascultand programe radio intr-o zi obisnuita de lucru, cate ore credeti ca ar fi in total intr-o saptamana?	1569	3.00	4.24
Daca ati calcula timpul pe care il petreceti ascultand programe radio intr-o zi de week-end, cate ore credeti ca ar fi in total intr-o saptamana?	1629	2.47	3.67



În general, cât de des ascultați emisiuni radio de genul... ? *Selectie pe respondentii care au declarat ca asculta radio*

	zilnic	de cateva ori pe saptamana	o data pe saptamana	cel putin o data pe luna	mai rar	niciodata	NS/NR
Reportaje si documentare	8.9%	9.5%	6.3%	4.0%	23.7%	40.4%	7.3%
Teatru radiofonic	2.8%	3.0%	2.5%	2.6%	21.5%	59.9%	7.7%
Muzica/Divertisment	40.3%	20.7%	5.1%	2.4%	10.8%	14.3%	6.5%
Jurnale de stiri	46.7%	20.7%	4.2%	1.4%	6.7%	14.3%	6.0%
Emisiuni sportive	16.6%	10.6%	6.3%	4.4%	14.7%	39.9%	7.5%
Emisiuni religioase	4.0%	5.2%	8.5%	3.7%	18.7%	52.1%	7.8%
Talkshow-uri	6.1%	8.3%	7.2%	5.5%	18.3%	46.6%	8.0%
Emisiuni pentru copii	2.3%	2.5%	1.5%	3.3%	17.5%	65.1%	7.7%
Concursuri radiofonice	4.7%	5.9%	2.8%	4.1%	16.8%	57.7%	7.8%
Emisiuni de cultura si arta	3.9%	4.6%	4.0%	6.3%	18.4%	54.6%	8.1%
Emisiuni pentru minoritati	2.3%	1.9%	1.8%	4.7%	15.2%	66.3%	7.8%

În general, cât de des ascultați emisiuni radio de genul... ?

Reportaje si documentare

		Ascult	Nu ascult	NS/NR
Mediu	urban	28.4%	65.0%	6.6%
	rural	29.0%	62.7%	8.3%
Sex	masculin	29.7%	63.9%	6.5%
	feminin	27.7%	64.3%	8.0%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	26.8%	65.2%	7.9%
	liceu, scoala postliceala	28.3%	64.5%	7.2%
	studii superioare	34.5%	59.9%	5.6%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	17.6%	75.4%	7.0%
	23 - 35 ani	33.5%	61.3%	5.1%
	36 - 49 ani	21.6%	70.1%	8.3%
	50 - 64 ani	34.9%	58.0%	7.0%
	peste 65 ani	31.7%	59.3%	9.0%
Regiune	Moldova	30.5%	58.6%	10.8%
	Muntenia	28.0%	65.7%	6.3%
	Transilvania	28.3%	64.5%	7.2%
	Bucuresti	27.5%	69.9%	2.6%
Total		28.7%	64.1%	7.3%



În general, cât de des ascultați emisiuni radio de genul... ?

Teatru radiofonic

		Ascult	Nu ascult	NS/NR
Mediu	urban	10.8%	82.3%	6.9%
	rural	11.2%	80.1%	8.7%
Sex	masculin	10.8%	82.7%	6.5%
	feminin	11.1%	80.2%	8.7%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	12.0%	80.1%	7.9%
	liceu, scoala postliceala	9.5%	82.8%	7.7%
	studii superioare	11.6%	81.5%	6.9%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	10.6%	82.4%	7.0%
	23 - 35 ani	7.9%	87.0%	5.1%
	36 - 49 ani	6.8%	84.2%	9.1%
	50 - 64 ani	14.1%	78.4%	7.5%
	peste 65 ani	16.4%	74.3%	9.3%
Regiune	Moldova	10.0%	78.6%	11.4%
	Muntenia	9.7%	83.5%	6.8%
	Transilvania	13.4%	79.2%	7.4%
	Bucuresti	9.2%	88.2%	2.6%
Total		10.9%	81.4%	7.7%



În general, cât de des ascultați emisiuni radio de genul... ?

Muzica/Divertisment

		Ascult	Nu ascult	NS/NR
Mediu	urban	69.6%	24.7%	5.7%
	rural	66.9%	25.6%	7.5%
Sex	masculin	70.8%	23.6%	5.5%
	feminin	66.3%	26.4%	7.3%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	64.9%	28.1%	6.9%
	liceu, scoala postliceala	68.0%	25.3%	6.7%
	studii superioare	80.2%	15.5%	4.3%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	76.4%	17.6%	6.0%
	23 - 35 ani	76.7%	18.1%	5.1%
	36 - 49 ani	64.4%	28.3%	7.3%
	50 - 64 ani	70.9%	23.1%	6.0%
	peste 65 ani	54.9%	37.3%	7.8%
Regiune	Moldova	55.7%	34.6%	9.7%
	Muntenia	68.8%	25.0%	6.3%
	Transilvania	70.9%	23.4%	5.7%
	Bucuresti	90.2%	7.8%	2.0%
Total		68.5%	25.0%	6.5%

În general, cât de des ascultați emisiuni radio de genul... ?

Jurnale de stiri

		Ascult	Nu ascult	NS/NR
Mediu	urban	72.2%	22.6%	5.2%
	rural	74.1%	18.7%	7.2%
Sex	masculin	77.3%	17.5%	5.1%
	feminin	69.0%	24.2%	6.8%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	74.9%	19.2%	5.9%
	liceu, scoala postliceala	68.5%	24.8%	6.7%
	studii superioare	79.7%	15.9%	4.3%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	56.8%	37.2%	6.0%
	23 - 35 ani	72.8%	21.8%	5.4%
	36 - 49 ani	67.8%	25.2%	7.0%
	50 - 64 ani	81.2%	13.1%	5.8%
	peste 65 ani	80.6%	13.8%	5.6%
Regiune	Moldova	72.2%	19.5%	8.4%
	Muntenia	70.5%	23.5%	6.1%
	Transilvania	74.5%	20.0%	5.5%
	Bucuresti	78.4%	19.6%	2.0%
Total		73.0%	21.0%	6.0%



În general, cât de des ascultați emisiuni radio de genul... ?

Emisiuni sportive

		Ascult	Nu ascult	NS/NR
Mediu	urban	35.0%	58.6%	6.5%
	rural	42.0%	48.9%	9.0%
Sex	masculin	54.2%	39.3%	6.5%
	feminin	22.8%	68.7%	8.5%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	40.4%	51.7%	7.9%
	liceu, scoala postliceala	38.6%	53.8%	7.7%
	studii superioare	28.0%	65.9%	6.0%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	32.2%	61.3%	6.5%
	23 - 35 ani	38.4%	56.2%	5.4%
	36 - 49 ani	34.0%	57.9%	8.1%
	50 - 64 ani	43.2%	49.5%	7.3%
	peste 65 ani	39.2%	50.4%	10.4%
Regiune	Moldova	48.1%	41.1%	10.8%
	Muntenia	38.1%	54.9%	7.0%
	Transilvania	35.3%	57.5%	7.2%
	Bucuresti	21.6%	75.8%	2.6%
Total		37.9%	54.6%	7.5%



În general, cât de des ascultați emisiuni radio de genul... ?

Emisiuni religioase

		Ascult	Nu ascult	NS/NR
Mediu	urban	16.4%	76.4%	7.2%
	rural	28.5%	62.9%	8.6%
Sex	masculin	19.4%	73.6%	7.0%
	feminin	23.2%	68.3%	8.5%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	30.3%	61.3%	8.4%
	liceu, scoala postliceala	15.0%	77.6%	7.4%
	studii superioare	12.5%	80.2%	7.3%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	10.1%	83.4%	6.5%
	23 - 35 ani	8.5%	85.8%	5.7%
	36 - 49 ani	16.9%	75.1%	8.1%
	50 - 64 ani	29.1%	62.1%	8.8%
	peste 65 ani	40.7%	50.0%	9.3%
Regiune	Moldova	28.9%	59.7%	11.4%
	Muntenia	15.2%	78.0%	6.8%
	Transilvania	25.3%	67.0%	7.7%
	Bucuresti	11.1%	86.3%	2.6%
Total		21.4%	70.8%	7.8%

În general, cât de des ascultați emisiuni radio de genul... ?

Talkshow-uri

		Ascult	Nu ascult	NS/NR
Mediu	urban	28.5%	64.6%	6.9%
	rural	25.0%	65.5%	9.5%
Sex	masculin	26.5%	66.0%	7.5%
	feminin	27.6%	64.0%	8.4%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	27.4%	64.2%	8.4%
	liceu, scoala postliceala	26.3%	65.5%	8.1%
	studii superioare	28.0%	65.5%	6.5%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	14.6%	78.4%	7.0%
	23 - 35 ani	28.1%	66.5%	5.4%
	36 - 49 ani	22.9%	67.8%	9.4%
	50 - 64 ani	31.9%	60.6%	7.5%
	peste 65 ani	34.0%	55.6%	10.4%
Regiune	Moldova	32.7%	56.2%	11.1%
	Muntenia	23.7%	69.3%	7.0%
	Transilvania	24.2%	67.5%	8.3%
	Bucuresti	35.3%	62.1%	2.6%
Total		27.1%	65.0%	8.0%



În general, cât de des ascultați emisiuni radio de genul... ?

Emisiuni pentru copii

		Ascult	Nu ascult	NS/NR
Mediu	urban	8.6%	84.4%	7.0%
	rural	11.0%	80.2%	8.7%
Sex	masculin	8.4%	85.2%	6.3%
	feminin	10.7%	80.3%	9.0%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	12.1%	79.9%	7.9%
	liceu, scoala postliceala	8.1%	84.1%	7.8%
	studii superioare	6.0%	87.1%	6.9%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	6.0%	86.9%	7.0%
	23 - 35 ani	6.3%	87.9%	5.7%
	36 - 49 ani	8.3%	83.4%	8.3%
	50 - 64 ani	9.0%	83.7%	7.3%
	peste 65 ani	19.0%	70.5%	10.4%
Regiune	Moldova	14.1%	74.6%	11.4%
	Muntenia	6.6%	86.2%	7.2%
	Transilvania	11.5%	81.3%	7.2%
	Bucuresti	2.6%	94.8%	2.6%
Total		9.6%	82.7%	7.7%

În general, cât de des ascultați emisiuni radio de genul... ?

Concursuri radiofonice

		Ascult	Nu ascult	NS/NR
Mediu	urban	17.2%	75.9%	6.9%
	rural	18.1%	72.7%	9.2%
Sex	masculin	16.2%	76.5%	7.3%
	feminin	18.8%	72.8%	8.4%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	18.2%	73.4%	8.4%
	liceu, scoala postliceala	17.8%	74.4%	7.8%
	studii superioare	14.7%	78.9%	6.5%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	16.6%	76.4%	7.0%
	23 - 35 ani	15.4%	79.2%	5.4%
	36 - 49 ani	15.1%	76.4%	8.6%
	50 - 64 ani	18.3%	73.9%	7.8%
	peste 65 ani	23.5%	66.0%	10.4%
Regiune	Moldova	18.1%	70.3%	11.6%
	Muntenia	18.8%	74.4%	6.8%
	Transilvania	16.2%	76.0%	7.7%
	Bucuresti	17.0%	80.4%	2.6%
Total		17.6%	74.6%	7.8%

În general, cât de des ascultați emisiuni radio de genul... ?

Emisiuni de cultură și artă

		Ascult	Nu ascult	NS/NR
Mediu	urban	18.2%	74.7%	7.1%
	rural	19.8%	70.7%	9.5%
Sex	masculin	18.3%	74.4%	7.3%
	feminin	19.3%	71.8%	8.9%
Studii	cel mult 10 clase, școală profesională	16.7%	74.5%	8.8%
	liceu, școală postliceală	19.9%	72.1%	8.0%
	studii superioare	21.6%	72.0%	6.5%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	11.6%	80.4%	8.0%
	23 - 35 ani	21.5%	73.4%	5.1%
	36 - 49 ani	11.4%	80.0%	8.6%
	50 - 64 ani	21.9%	70.1%	8.0%
	peste 65 ani	27.2%	61.6%	11.2%
Regiune	Moldova	24.9%	63.8%	11.4%
	Muntenia	18.4%	74.1%	7.6%
	Transilvania	17.0%	75.1%	7.9%
	Bucuresti	12.4%	85.0%	2.6%
Total		18.8%	73.1%	8.1%



În general, cât de des ascultați emisiuni radio de genul... ?

Emisiuni pentru minoritati

		Ascult	Nu ascult	NS/NR
Mediu	urban	9.7%	83.4%	6.9%
	rural	12.3%	78.7%	9.0%
Sex	masculin	9.5%	83.6%	6.9%
	feminin	11.9%	79.5%	8.6%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	12.7%	78.6%	8.7%
	liceu, scoala postliceala	10.3%	82.1%	7.7%
	studii superioare	5.6%	88.8%	5.6%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	6.5%	85.9%	7.5%
	23 - 35 ani	11.5%	83.7%	4.8%
	36 - 49 ani	6.2%	85.5%	8.3%
	50 - 64 ani	9.0%	82.9%	8.0%
	peste 65 ani	22.0%	67.5%	10.4%
Regiune	Moldova	19.7%	68.9%	11.4%
	Muntenia	5.9%	87.3%	6.8%
	Transilvania	11.5%	80.8%	7.7%
	Bucuresti	3.3%	94.1%	2.6%
Total		10.8%	81.5%	7.8%



In general, cum preferăți să ascultati emisiuni radio de genul... *Selectie pe respondentii care au declarat ca asculta radio*

	fara a avea si alte activitati	in timpul activitatilor casnice	in timp ce lucrez	nu urmaresc	NS/NR
Reportaje si documentare	8.0%	23.6%	12.7%	47.4%	8.3%
Teatru radiofonic	5.1%	13.1%	8.9%	64.1%	8.9%
Muzica/Divertisment	11.3%	47.1%	19.2%	15.4%	7.0%
Jurnale de stiri	18.8%	40.0%	18.8%	15.3%	7.0%
Emisiuni sportive	11.8%	24.2%	12.1%	42.9%	9.0%
Emisiuni religioase	8.5%	17.1%	8.1%	57.4%	8.9%
Talkshow-uri	6.0%	21.6%	11.7%	51.5%	9.2%
Emisiuni pentru copii	3.3%	9.0%	7.3%	71.1%	9.4%
Concursuri radiofonice	3.5%	16.1%	8.9%	62.2%	9.2%
Emisiuni de cultura si arta	4.9%	14.0%	9.7%	60.0%	11.3%
Emisiuni pentru minoritati	3.1%	9.2%	5.4%	71.6%	10.7%



Ascultați emisiuni radio la locul de muncă?

	Frecvență	Procente absolute	Procente valide	
DA	308	19,5	20,5 ¹	20%
NU	1198	75,8	79,5 ¹	80%
Total	1506	95,3	100,0	
NS/NR	75	4,7		
Total	1581	100,0		

INSOMAR-Rezultate statistice
Sondaj National. 06-28 septembrie 2007

1. Valori dominante

Într-o săptămână obișnuită, cât timp vă petreceti în total ascultând emisiuni radio la locul de munca?

Numar de cazuri	Medie	Abatere standard
265	10.9	13.3

**Ascultați emisiuni radio în locuri publice (de ex. cluburi, localuri)?**

	Frecvență	Procente absolute	Procente valide	
DA	176	11,1	11,9	 12%
NU	1306	82,6	88,1 ¹	 88%
Total	1482	93,7	100,0	
NS/NR	99	6,3		
Total	1581	100,0		

INSOMAR-Rezultate statistice
Sondaj National. 06-28 septembrie 2007

1. Valori dominante

Într-o săptămână obișnuită, cât timp vă petreceți în total ascultând emisiuni radio în locuri publice?

Numar de cazuri	Medie	Abatere standard
152	2.9	2.5

În general cu cine obișnuiați să ascultați emisiuni radio de genul... *Selectie pe respondentii care au declarat ca asculta radio*

	singur	impreuna cu familia	impreuna cu prietenii	nu urmaresc	NS/NR
Reportaje si documentare	23.4%	16.0%	4.2%	47.4%	9.0%
Teatru radiofonic	10.1%	10.3%	4.4%	64.8%	10.4%
Muzica/Divertisment	34.0%	30.2%	12.6%	15.9%	7.3%
Jurnale de stiri	33.8%	33.5%	9.9%	15.4%	7.3%
Emisiuni sportive	22.3%	14.9%	10.5%	43.9%	8.5%
Emisiuni religioase	12.5%	17.2%	2.7%	58.4%	9.1%
Talkshow-uri	16.8%	15.1%	7.0%	51.8%	9.3%
Emisiuni pentru copii	7.8%	8.3%	2.4%	70.6%	10.9%
Concursuri radiofonice	9.2%	13.0%	4.2%	62.4%	11.1%
Emisiuni de cultura si arta	13.5%	9.2%	5.6%	60.4%	11.3%
Emisiuni pentru minoritati	7.3%	6.5%	3.0%	71.0%	12.3%



În general cu cine obișnuiați să comentă emisiuni radio de genul... *Selectie pe respondentii care au declarat ca asculta radio*

	sotul/sotia	copii	parintii	prietenii	vecini	colegii de serviciu/scoala	nu comentez	NS/NR
Reportaje si documentare	12.8%	0.8%	0.8%	5.1%	2.8%	5.3%	64.7%	7.8%
Teatru radiofonic	5.4%	2.4%	0.3%	2.0%	1.1%	1.6%	76.7%	10.4%
Muzica/Divertisment	10.9%	3.8%	0.5%	9.2%	2.7%	5.3%	59.4%	8.2%
Jurnale de stiri	24.4%	1.8%	2.8%	9.4%	4.9%	6.7%	42.1%	7.8%
Emisiuni sportive	8.9%	0.9%	0.3%	9.8%	5.9%	5.1%	60.2%	8.9%
Emisiuni religioase	6.6%	0.8%	0.5%	4.1%	3.6%	1.8%	74.0%	8.7%
Talkshow-uri	7.1%	0.5%	0.3%	6.7%	4.4%	5.1%	66.9%	9.0%
Emisiuni pentru copii	4.9%	2.3%	0.6%	2.7%	0.9%	1.6%	77.7%	9.2%
Concursuri radiofonice	6.5%	1.0%	0.6%	1.8%	1.5%	2.9%	76.4%	9.2%
Emisiuni de cultura si arta	5.4%	2.8%	0.7%	2.5%	1.7%	2.5%	75.1%	9.4%
Emisiuni pentru minoritati	4.9%	0.3%	0.3%	1.0%	0.8%	2.5%	81.2%	9.0%



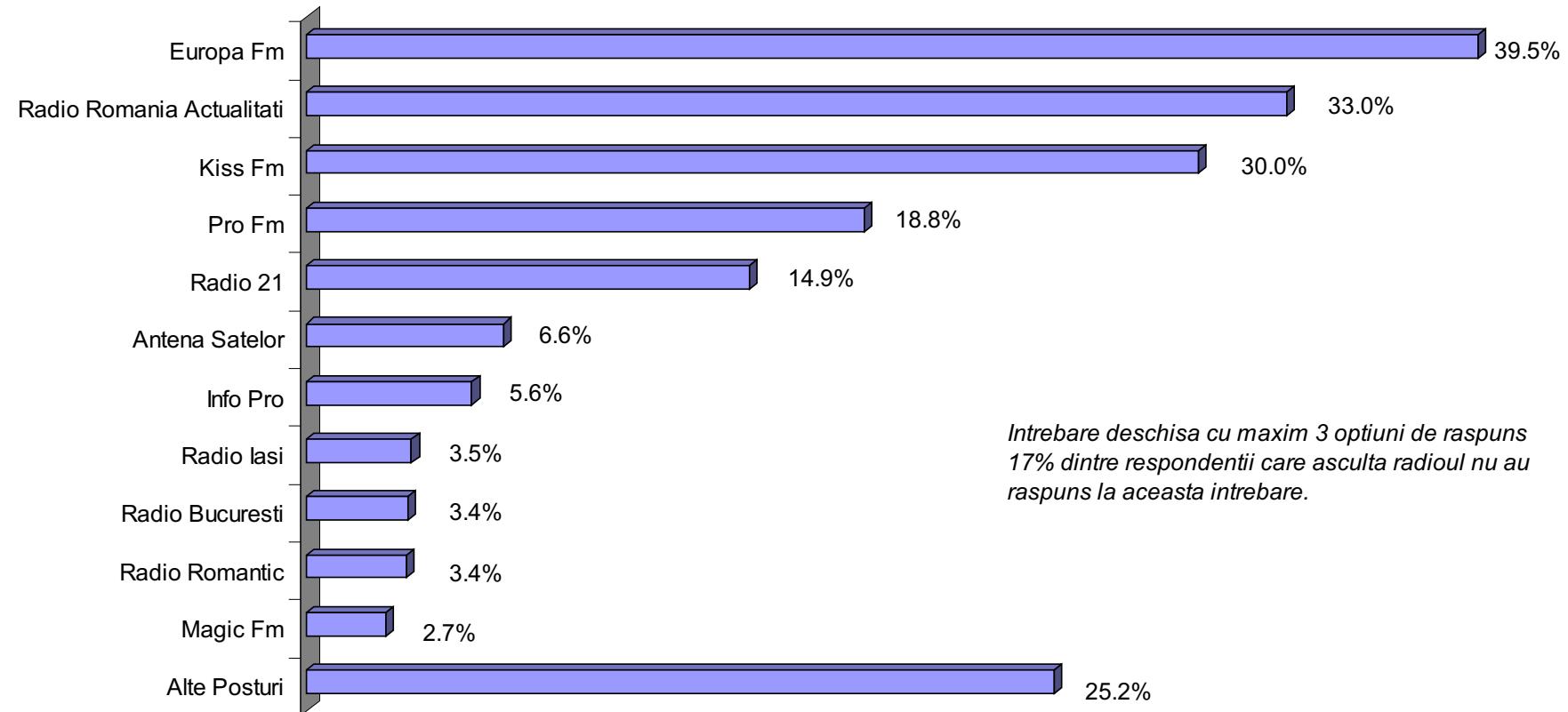
În familia dvs., în ce măsură hotărârea privind postul de radio ce va fi ascultat aparține...

Selectie pe respondentii care au declarat ca asculta radio

	in foarte mare masura	in mare masura	in mica masura	in foarte mica masura	deloc	NS/NR
Dvs personal	42.3%	15.1%	6.2%	1.6%	11.1%	23.7%
Sotului/Sotiei	12.8%	8.3%	2.7%	1.0%	11.2%	64.1%
Copiilor	26.6%	13.5%	4.2%	4.9%	16.2%	34.6%
Parintilor	9.8%	5.9%	4.7%	1.3%	10.8%	67.5%
Altui membru	12.1%	6.8%	3.3%	1.5%	11.8%	64.4%



În general, care sunt principalele trei posturi radio pe care le ascultă?





Intr-o săptămână obișnuită, cât de des urmăriți programele canalului de radio... *lerarhie in functie de consumul zilnic*

	zilnic	5-6 zile	3-4 zile	1-2 zile	mai rar	nu urmaresc	Ns/Nr
Romania Actualitati	20.9%	7.0%	3.8%	5.1%	16.4%	38.6%	8.2%
Europa FM	20.2%	9.5%	9.2%	5.8%	8.7%	36.8%	9.8%
Kiss FM	15.6%	7.3%	8.7%	5.0%	8.7%	43.1%	11.5%
Pro FM	12.1%	4.0%	4.4%	5.4%	15.2%	47.1%	11.6%
Radio 21	8.7%	4.5%	4.5%	4.7%	12.9%	52.6%	12.1%
Antena Satelor	4.7%	0.9%	1.7%	2.3%	9.8%	68.4%	12.1%
Info Pro	3.2%	2.0%	2.4%	3.5%	11.2%	63.9%	13.7%
Romantic FM	2.6%	1.3%	1.3%	3.9%	9.8%	68.4%	12.8%
Radio Bucuresti	2.5%	2.1%	2.1%	2.0%	12.0%	67.8%	11.6%
Magic FM	1.9%	1.0%	1.7%	2.7%	10.2%	69.4%	13.0%
Radio Guerilla	1.6%	1.5%	2.1%	2.4%	10.4%	68.8%	13.2%



Profile de audientă

1. Radio Romania Actualitati		asculta radio	nu asculta radio	NS/NR
Mediu	urban	32.9%	50.6%	16.4%
	rural	38.8%	41.8%	19.5%
Sex	masculin	39.3%	43.8%	16.9%
	feminin	32.0%	49.5%	18.5%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	19.5%	63.9%	16.6%
	23 - 35 ani	23.6%	61.8%	14.7%
	36 - 49 ani	39.7%	44.1%	16.2%
	50 - 64 ani	44.7%	36.8%	18.5%
	peste 65 ani	40.0%	38.0%	22.1%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	34.0%	44.5%	21.5%
	liceu, scoala postliceala	36.2%	49.4%	14.3%
	studii superioare	40.1%	48.5%	11.4%
Regiune	Moldova	42.2%	31.9%	25.9%
	Muntenia	31.8%	55.9%	12.3%
	Transilvania	34.1%	46.0%	19.9%
	Bucuresti	39.5%	47.7%	12.7%
Total		35.5%	46.8%	17.7%



Profile de audiență

2. Europa FM		asculta radio	nu asculta radio	NS/NR
Mediu	urban	43.2%	39.8%	17.0%
	rural	26.5%	52.2%	21.3%
Sex	masculin	39.6%	42.1%	18.3%
	feminin	32.7%	47.9%	19.4%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	40.4%	42.1%	17.5%
	23 - 35 ani	47.1%	38.2%	14.7%
	36 - 49 ani	43.8%	39.8%	16.4%
	50 - 64 ani	33.0%	47.0%	19.9%
	peste 65 ani	17.3%	57.6%	25.1%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	25.1%	51.3%	23.6%
	liceu, scoala postliceala	45.9%	39.3%	14.8%
	studii superioare	53.2%	36.0%	10.8%
Regiune	Moldova	45.5%	26.7%	27.8%
	Muntenia	26.3%	61.1%	12.6%
	Transilvania	37.0%	41.7%	21.2%
	Bucuresti	49.5%	35.9%	14.5%
Total		36.0%	45.1%	18.9%

Profile de audiență

3. Pro FM		asculta radio	nu asculta radio	NS/NR
Mediu	urban	33.7%	48.2%	18.1%
	rural	19.3%	57.5%	23.2%
Sex	masculin	29.2%	51.1%	19.7%
	feminin	25.8%	53.3%	20.9%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	40.4%	43.0%	16.6%
	23 - 35 ani	38.8%	45.5%	15.7%
	36 - 49 ani	31.6%	50.3%	18.1%
	50 - 64 ani	20.4%	56.2%	23.4%
	peste 65 ani	12.9%	61.4%	25.7%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	19.1%	55.7%	25.2%
	liceu, scoala postliceala	34.9%	49.1%	16.0%
	studii superioare	41.1%	46.5%	12.5%
Regiune	Moldova	34.1%	35.4%	30.4%
	Muntenia	20.5%	65.5%	14.0%
	Transilvania	24.9%	52.5%	22.6%
	Bucuresti	50.0%	35.9%	14.1%
Total		27.4%	52.2%	20.3%



Profile de audiență

4. Radio 21		asculta radio	nu asculta radio	NS/NR
Mediu	urban	29.8%	52.0%	18.2%
	rural	15.2%	61.3%	23.5%
Sex	masculin	25.9%	54.1%	20.1%
	feminin	21.3%	57.8%	20.9%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	36.8%	45.4%	17.9%
	23 - 35 ani	37.2%	47.1%	15.7%
	36 - 49 ani	29.8%	52.1%	18.1%
	50 - 64 ani	15.3%	61.4%	23.4%
	peste 65 ani	5.2%	69.1%	25.7%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	14.1%	60.8%	25.1%
	liceu, scoala postliceala	33.1%	50.4%	16.4%
	studii superioare	34.7%	52.5%	12.8%
Regiune	Moldova	26.5%	42.5%	31.0%
	Muntenia	16.7%	70.3%	12.9%
	Transilvania	21.6%	54.5%	23.9%
	Bucuresti	51.4%	34.5%	14.1%
Total		23.5%	56.0%	20.5%



Profile de audientă

5. Kiss FM		asculta radio	nu asculta radio	NS/NR
Mediu	urban	37.6%	44.8%	17.6%
	rural	21.3%	55.6%	23.0%
Sex	masculin	34.2%	46.8%	19.0%
	feminin	27.2%	51.9%	20.9%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	51.3%	32.8%	15.9%
	23 - 35 ani	46.3%	38.4%	15.3%
	36 - 49 ani	37.4%	45.2%	17.4%
	50 - 64 ani	20.9%	56.2%	22.9%
	peste 65 ani	7.0%	66.9%	26.1%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	19.1%	56.2%	24.7%
	liceu, scoala postliceala	41.8%	42.6%	15.6%
	studii superioare	45.8%	41.4%	12.8%
Regiune	Moldova	34.0%	36.4%	29.7%
	Muntenia	28.0%	58.3%	13.7%
	Transilvania	26.1%	51.7%	22.2%
	Bucuresti	49.1%	36.4%	14.5%
Total		30.5%	49.5%	20.0%



Cât de des ascultati la stațiile locale emisiuni radio de genul... *Selectie pe respondentii care au declarat ca asculta radio la statii locale*

	zilnic	de cateva ori pe saptamana	o data pe saptamana	cel putin o data pe luna	mai rar	niciodata	NS/NR
Reportaje si documentare	2.7%	3.4%	3.8%	2.8%	9.6%	26.6%	51.1%
Teatru radiofonic	0.8%	1.3%	0.9%	1.1%	10.2%	34.6%	51.1%
Muzica/Divertisment	13.5%	12.3%	2.6%	0.4%	3.0%	16.8%	51.4%
Jurnale de stiri	17.8%	10.6%	2.0%	0.7%	3.6%	14.8%	50.5%
Emisiuni sportive	7.1%	4.7%	2.6%	1.5%	6.0%	26.8%	51.3%
Emisiuni religioase	1.5%	3.3%	2.5%	1.3%	7.9%	32.3%	51.3%
Talkshow-uri	1.9%	4.8%	1.8%	1.8%	8.2%	30.3%	51.3%
Emisiuni pentru copii	0.9%	1.8%	1.1%	0.6%	5.8%	38.5%	51.1%
Concursuri radiofonice	1.8%	2.7%	1.2%	1.1%	7.8%	34.3%	51.2%
Emisiuni de cultura si arta	1.0%	2.0%	1.6%	2.7%	9.4%	31.4%	51.8%
Emisiuni pentru minoritati	0.9%	1.1%	0.8%	0.7%	7.2%	37.8%	51.5%

Cât de des ascultati la stațiile locale emisiuni radio de genul...

Reportaje si documentare

		Ascult	Nu ascult	NS/NR
Mediu	urban	14.0%	38.0%	48.0%
	rural	10.9%	33.6%	55.5%
Sex	masculin	12.4%	37.9%	49.7%
	feminin	13.0%	34.6%	52.4%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	11.7%	35.1%	53.2%
	liceu, scoala postliceala	14.7%	39.8%	45.5%
	studii superioare	9.9%	29.3%	60.8%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	8.0%	39.2%	52.8%
	23 - 35 ani	16.3%	32.9%	50.8%
	36 - 49 ani	9.1%	43.6%	47.3%
	50 - 64 ani	13.8%	36.9%	49.2%
	peste 65 ani	15.3%	26.1%	58.6%
Regiune	Moldova	22.4%	23.2%	54.3%
	Muntenia	10.4%	41.3%	48.3%
	Transilvania	10.6%	44.3%	45.1%
	Bucuresti	4.6%	21.6%	73.9%
Total		12.7%	36.2%	51.1%



Cât de des ascultati la stațiile locale emisiuni radio de genul...

Teatru radiofonic

		Ascult	Nu ascult	NS/NR
Mediu	urban	4.6%	47.5%	47.9%
	rural	3.4%	41.0%	55.7%
Sex	masculin	4.9%	45.4%	49.7%
	feminin	3.4%	44.2%	52.4%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	3.9%	43.0%	53.1%
	liceu, scoala postliceala	4.7%	49.6%	45.6%
	studii superioare	2.6%	36.6%	60.8%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	5.5%	42.2%	52.3%
	23 - 35 ani	3.9%	45.0%	51.1%
	36 - 49 ani	3.6%	48.6%	47.8%
	50 - 64 ani	5.3%	45.7%	49.0%
	peste 65 ani	2.2%	39.6%	58.2%
Regiune	Moldova	3.8%	42.4%	53.8%
	Muntenia	4.0%	47.7%	48.3%
	Transilvania	4.9%	49.8%	45.3%
	Bucuresti	2.6%	22.9%	74.5%
Total		4.1%	44.8%	51.1%



Cât de des ascultati la stațiile locale emisiuni radio de genul...

Muzica/Divertisment

		Ascult	Nu ascult	NS/NR
Mediu	urban	31.2%	21.0%	47.8%
	rural	25.5%	18.1%	56.4%
Sex	masculin	32.8%	17.8%	49.3%
	feminin	25.2%	21.6%	53.2%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	23.2%	22.7%	54.1%
	liceu, scoala postliceala	36.6%	18.1%	45.3%
	studii superioare	23.3%	16.4%	60.3%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	30.2%	18.1%	51.8%
	23 - 35 ani	30.5%	18.4%	51.1%
	36 - 49 ani	33.0%	19.0%	48.1%
	50 - 64 ani	30.4%	19.6%	50.0%
	peste 65 ani	17.5%	24.3%	58.2%
Regiune	Moldova	30.5%	16.2%	53.2%
	Muntenia	25.8%	24.4%	49.8%
	Transilvania	35.1%	19.8%	45.1%
	Bucuresti	13.7%	12.4%	73.9%
Total		28.8%	19.8%	51.4%

Cât de des ascultati la stațiile locale emisiuni radio de genul...

Jurnale de stiri

		Ascult	Nu ascult	NS/NR
Mediu	urban	33.4%	19.5%	47.1%
	rural	27.8%	16.9%	55.4%
Sex	masculin	36.0%	15.0%	48.9%
	feminin	26.5%	21.5%	52.0%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	26.3%	20.9%	52.8%
	liceu, scoala postliceala	38.0%	17.2%	44.9%
	studii superioare	25.4%	14.7%	59.9%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	22.6%	25.6%	51.8%
	23 - 35 ani	31.4%	18.4%	50.2%
	36 - 49 ani	36.1%	16.4%	47.5%
	50 - 64 ani	36.4%	15.3%	48.2%
	peste 65 ani	21.6%	20.5%	57.8%
Regiune	Moldova	33.2%	14.3%	52.4%
	Muntenia	27.7%	24.2%	48.1%
	Transilvania	38.7%	16.4%	44.9%
	Bucuresti	11.1%	15.0%	73.9%
Total		31.1%	18.4%	50.5%



Cât de des ascultati la stațiile locale emisiuni radio de genul...

Emisiuni sportive

		Ascult	Nu ascult	NS/NR
Mediu	urban	16.4%	35.5%	48.1%
	rural	15.3%	28.8%	55.8%
Sex	masculin	22.8%	27.3%	49.9%
	feminin	9.6%	37.8%	52.6%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	14.6%	32.2%	53.2%
	liceu, scoala postliceala	18.8%	35.2%	45.9%
	studii superioare	11.6%	27.6%	60.8%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	14.1%	31.7%	54.3%
	23 - 35 ani	20.5%	29.0%	50.5%
	36 - 49 ani	14.8%	37.4%	47.8%
	50 - 64 ani	19.8%	31.2%	49.0%
	peste 65 ani	7.5%	34.0%	58.6%
Regiune	Moldova	16.5%	29.5%	54.1%
	Muntenia	16.9%	34.7%	48.5%
	Transilvania	17.9%	36.4%	45.7%
	Bucuresti	4.6%	21.6%	73.9%
Total		15.9%	32.8%	51.3%



Cât de des ascultati la stațiile locale emisiuni radio de genul...

Emisiuni religioase

		Ascult	Nu ascult	NS/NR
Mediu	urban	7.8%	44.1%	48.1%
	rural	9.5%	34.7%	55.8%
Sex	masculin	10.3%	40.0%	49.7%
	feminin	6.8%	40.5%	52.7%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	7.8%	38.8%	53.4%
	liceu, scoala postliceala	10.7%	43.5%	45.8%
	studii superioare	3.9%	35.3%	60.8%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	6.5%	40.7%	52.8%
	23 - 35 ani	11.8%	37.2%	51.1%
	36 - 49 ani	6.0%	46.2%	47.8%
	50 - 64 ani	10.6%	39.9%	49.5%
	peste 65 ani	6.3%	35.4%	58.2%
Regiune	Moldova	13.5%	32.7%	53.8%
	Muntenia	3.6%	47.7%	48.7%
	Transilvania	11.7%	42.8%	45.5%
	Bucuresti	2.0%	23.5%	74.5%
Total		8.5%	40.2%	51.3%



Cât de des ascultati la stațiile locale emisiuni radio de genul...

Talkshow-uri

		Ascult	Nu ascult	NS/NR
Mediu	urban	10.4%	41.7%	47.9%
	rural	10.0%	33.9%	56.1%
Sex	masculin	11.6%	38.3%	50.1%
	feminin	9.0%	38.6%	52.4%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	7.6%	38.8%	53.5%
	liceu, scoala postliceala	13.9%	40.4%	45.6%
	studii superioare	7.3%	31.9%	60.8%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	9.0%	38.2%	52.8%
	23 - 35 ani	15.1%	34.1%	50.8%
	36 - 49 ani	7.5%	44.4%	48.1%
	50 - 64 ani	11.3%	39.2%	49.5%
	peste 65 ani	7.5%	34.3%	58.2%
Regiune	Moldova	14.3%	32.2%	53.5%
	Muntenia	8.3%	43.6%	48.1%
	Transilvania	10.9%	42.8%	46.2%
	Bucuresti	4.6%	20.9%	74.5%
Total		10.2%	38.5%	51.3%



Cât de des ascultati la stațiile locale emisiuni radio de genul...

Emisiuni pentru copii

		Ascult	Nu ascult	NS/NR
Mediu	urban	4.3%	47.8%	47.9%
	rural	4.9%	39.4%	55.7%
Sex	masculin	4.5%	45.8%	49.7%
	feminin	4.6%	43.0%	52.4%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	5.3%	41.6%	53.1%
	liceu, scoala postliceala	4.4%	49.9%	45.6%
	studii superioare	2.2%	37.1%	60.8%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	5.5%	42.2%	52.3%
	23 - 35 ani	4.8%	44.4%	50.8%
	36 - 49 ani	4.4%	47.5%	48.1%
	50 - 64 ani	5.8%	45.2%	49.0%
	peste 65 ani	1.9%	39.9%	58.2%
Regiune	Moldova	4.9%	41.4%	53.8%
	Muntenia	5.1%	46.6%	48.3%
	Transilvania	4.7%	50.0%	45.3%
	Bucuresti	1.3%	24.2%	74.5%
Total		4.6%	44.3%	51.1%

Cât de des ascultati la stațiile locale emisiuni radio de genul...

Concursuri radiofonice

		Ascult	Nu ascult	NS/NR
Mediu	urban	7.1%	44.9%	48.0%
	rural	6.3%	38.0%	55.7%
Sex	masculin	6.6%	43.7%	49.7%
	feminin	6.9%	40.6%	52.5%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	5.5%	41.1%	53.4%
	liceu, scoala postliceala	9.3%	45.2%	45.5%
	studii superioare	3.0%	36.2%	60.8%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	5.5%	42.2%	52.3%
	23 - 35 ani	7.6%	41.7%	50.8%
	36 - 49 ani	5.7%	46.2%	48.1%
	50 - 64 ani	10.1%	40.7%	49.2%
	peste 65 ani	3.4%	38.4%	58.2%
Regiune	Moldova	5.9%	40.3%	53.8%
	Muntenia	9.5%	42.4%	48.1%
	Transilvania	6.0%	48.3%	45.7%
	Bucuresti	2.0%	23.5%	74.5%
Total		6.8%	42.1%	51.2%



Cât de des ascultati la stațiile locale emisiuni radio de genul...

Emisiuni de cultura si arta

		Ascult	Nu ascult	NS/NR
Mediu	urban	6.9%	44.0%	49.1%
	rural	8.0%	36.3%	55.7%
Sex	masculin	8.7%	40.9%	50.4%
	feminin	6.1%	40.8%	53.1%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	4.9%	41.4%	53.7%
	liceu, scoala postliceala	10.1%	43.5%	46.4%
	studii superioare	6.5%	31.9%	61.6%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	5.0%	41.7%	53.3%
	23 - 35 ani	13.0%	35.6%	51.4%
	36 - 49 ani	4.7%	46.5%	48.8%
	50 - 64 ani	9.0%	41.7%	49.2%
	peste 65 ani	3.4%	37.3%	59.3%
Regiune	Moldova	11.6%	34.3%	54.1%
	Muntenia	6.1%	44.7%	49.2%
	Transilvania	7.2%	46.6%	46.2%
	Bucuresti	2.0%	23.5%	74.5%
Total		7.3%	40.9%	51.8%



Cât de des ascultati la stațiile locale emisiuni radio de genul...

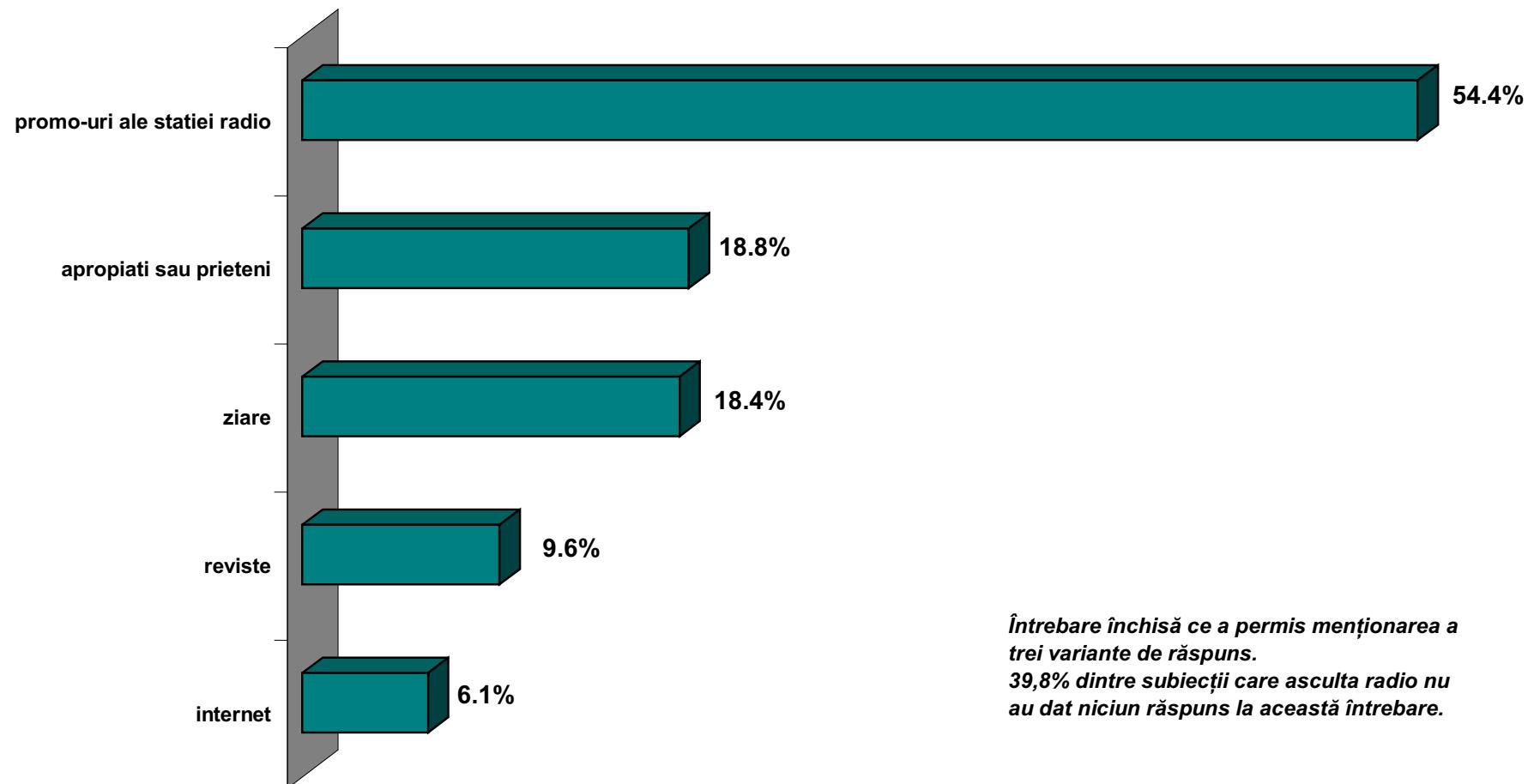
Emisiuni pentru minorități

		Ascult	Nu ascult	NS/NR
Mediu	urban	3.1%	48.4%	48.4%
	rural	4.0%	40.0%	56.0%
Sex	masculin	3.4%	46.3%	50.3%
	feminin	3.5%	43.7%	52.7%
Studii	cel mult 10 clase, scoala profesionala	3.5%	42.7%	53.8%
	liceu, scoala postliceala	4.0%	50.2%	45.8%
	studii superioare	1.7%	37.1%	61.2%
Grupe de varsta	15 - 22 ani	3.0%	44.2%	52.8%
	23 - 35 ani	2.4%	46.5%	51.1%
	36 - 49 ani	3.4%	48.1%	48.6%
	50 - 64 ani	5.0%	45.7%	49.2%
	peste 65 ani	3.0%	38.1%	59.0%
Regiune	Moldova	3.5%	42.4%	54.1%
	Muntenia	1.9%	49.6%	48.5%
	Transilvania	5.8%	48.1%	46.0%
	Bucuresti	0.7%	24.2%	75.2%
Total		3.5%	45.0%	51.5%



Care sunt principalele surse pe care le folosiți pentru a afla programul stațiilor radio pe care le ascultați?

-selectie pe cei care au declarat ca ascultă radio- N=1581





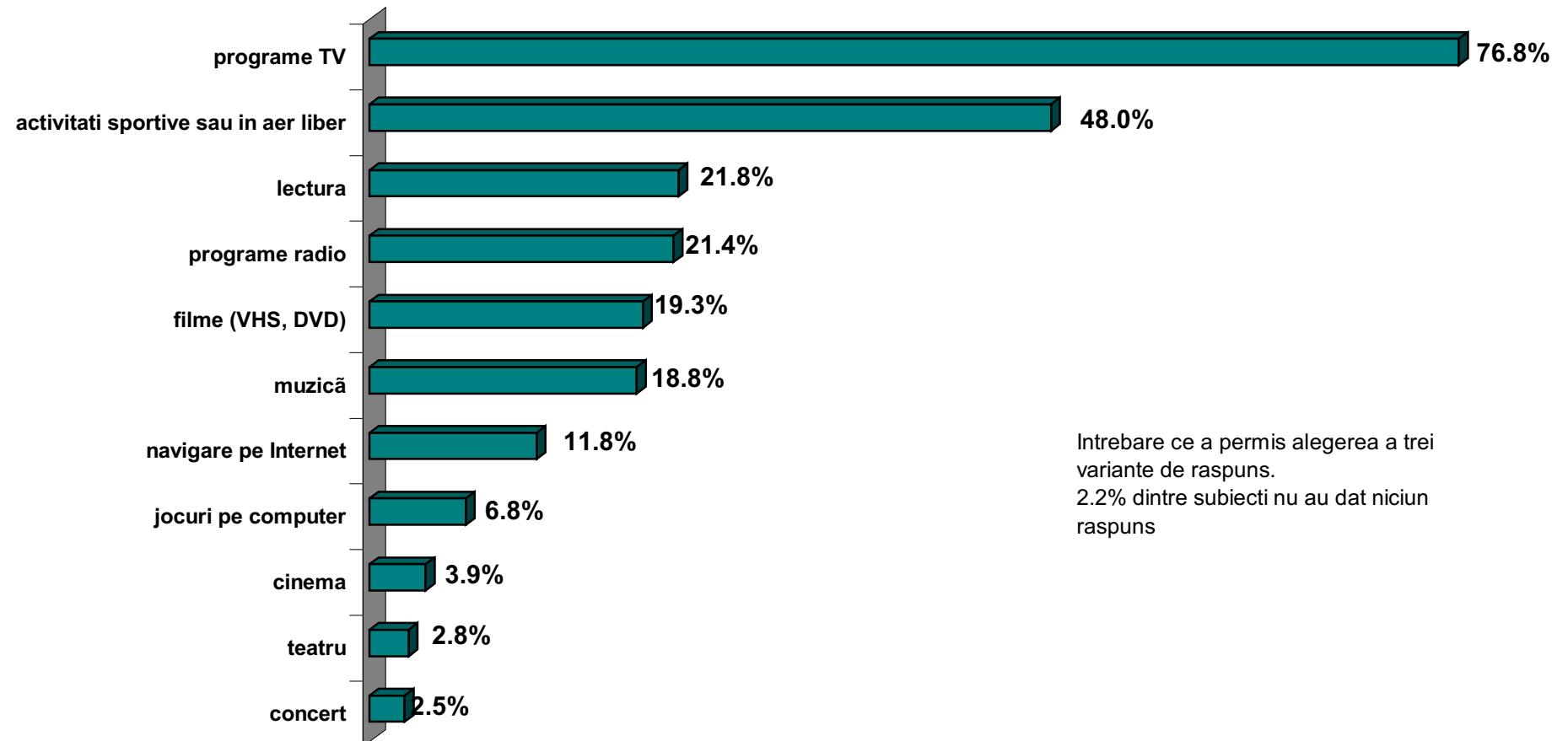
Într-o săptămână obișnuită, cât de des consultați sursele de informație pe care le utilizați pentru a afla programul radio?

Selectie pe respondentii care au declarat ca asculta radio

	zilnic	5-6 zile	3-4 zile	1-2 zile	mai rar	NS/NR
Ziare	5.1%	1.8%	3.9%	4.5%	34.0%	50.9%
Reviste	2.1%	1.3%	2.8%	4.4%	33.9%	55.5%
Promo-uri ale statiei radio	23.4%	5.8%	8.9%	8.2%	15.9%	37.8%
Internet	1.7%	0.8%	2.5%	1.6%	28.2%	65.2%
Apropiati sau prieteni	2.5%	2.4%	5.2%	4.6%	29.7%	55.7%

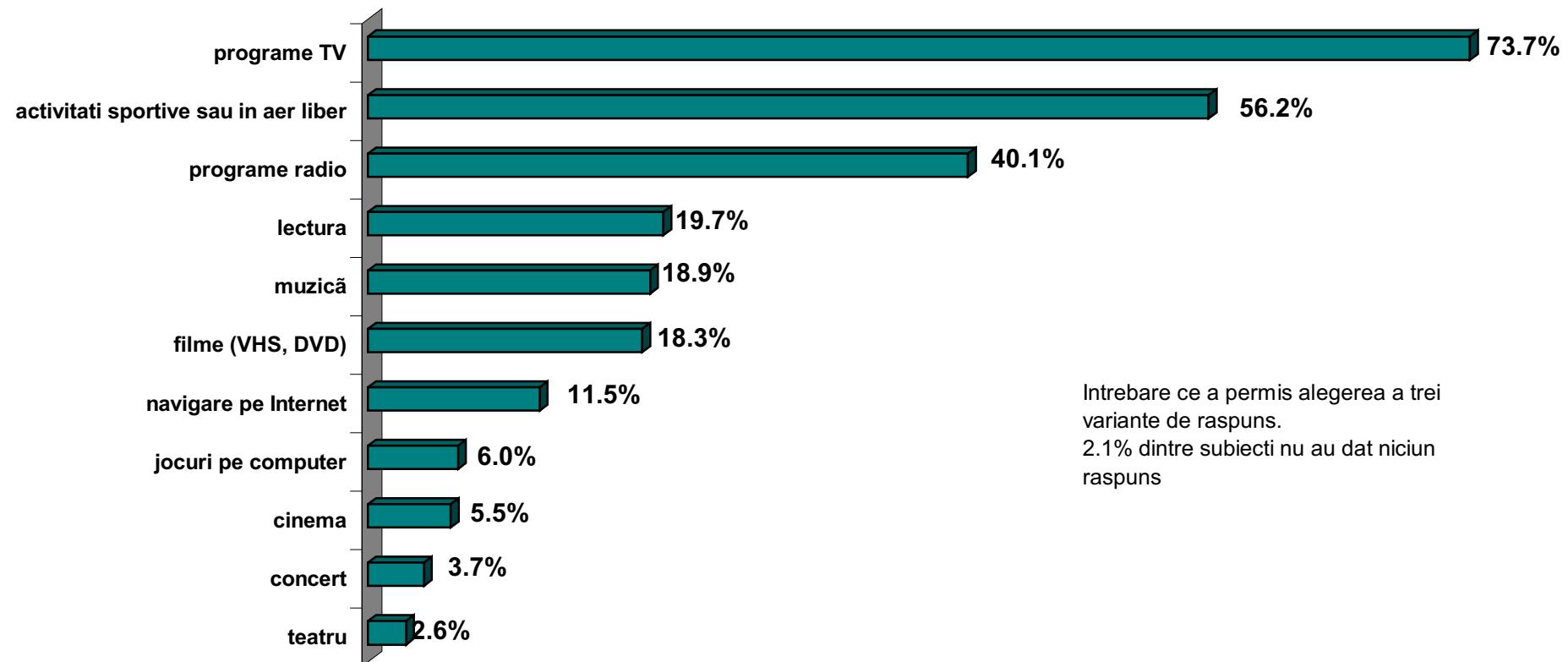


Cum preferati sa va petreceti timpul liber intr-o zi obisnuita a saptamani? N=2507





Intr-o zi obisnuită de weekend, cum preferați să va petreceti timpul liber? N=2507



În ce măsură credeți că oamenii sunt influențați în deciziile și comportamentele lor de zi cu zi de către...

	in mare si foarte mare	in mica si foarte mica masura	deloc	NS/NR
Emisiuni TV ce cuprind scene de violență	72.4%	19.8%	1.7%	6.1%
Stiri TV cu caracter politic	59.0%	29.6%	3.2%	8.2%
Dezbateri TV cu caracter politic	57.7%	29.8%	3.9%	8.5%
Emisiuni TV ce prezintă comportamente recunoscute ca deviante	57.2%	28.4%	4.1%	10.3%
Emisiuni radio ce cuprind scene de violență	46.1%	28.4%	6.8%	18.7%
Stiri TV cu caracter politic	49.5%	32.3%	4.6%	13.6%
Dezbateri TV cu caracter politic	49.7%	31.8%	4.6%	13.9%
Emisiuni radio ce prezintă comportamente recunoscute ca deviante	44.5%	28.4%	6.9%	20.2%

În ce măsură sunteți de acord cu următoarele afirmații? Vizionarea unor programe TV m-a ajutat să înțeleg mai bine...

	de acord si total de acord	impotriva si total impotriva	nici de acord, nici impotriva
Situatia politica din Romania	75.8%	12.2%	12.0%
Situatia economica din Romania	73.9%	13.2%	12.9%
Situatia Romaniei ca stat membru al UE	71.8%	14.8%	13.4%
Situatia politica internationala	68.5%	17.0%	14.6%
Probleme sociale cu care se confrunta Romania	75.7%	12.3%	12.0%
Situatia coruptiei in Romania	71.5%	16.1%	12.5%

În ce măsură sunteți de acord cu următoarele afirmații? Audierea unor programe radio m-a ajutat să înțeleg mai bine...

	de acord si total de acord	împotriva si total împotriva	nici de acord, nici împotriva	NS/NR
Situatia politica din Romania	41.4%	10.3%	19.0%	29.4%
Situatia economica din Romania	40.6%	10.6%	19.4%	29.4%
Situatia Romaniei ca stat membru al UE	37.9%	12.4%	19.7%	29.9%
Situatia politica internationala	37.1%	12.5%	20.1%	30.4%
Probleme sociale cu care se confrunta Romania	40.7%	10.1%	19.3%	29.9%
Situatia coruptiei in Romania	38.5%	11.8%	19.4%	30.2%



În ce măsură sunteți de acord cu următoarele afirmații?

	de acord si total de acord	impotriva si total impotriva	nici de acord, nici impotriva	NS/NR
Prea multe melodii romanesti sunt interpretate in limbi straine	40.3%	21.9%	25.0%	12.7%
Cuvinte din alte limbi decat limba romana sunt folosite excesiv in emisiuni radio si TV	47.7%	17.5%	22.0%	12.8%
Ar trebui incurajata utilizarea limbilor oficiale din Uniunea Europeana in melodiiile romanesti	27.4%	32.5%	26.4%	13.6%
Ar trebui incurajata utilizarea limbilor oficiale din Uniunea Europeana in emisiunile TV si radio	28.0%	31.8%	26.6%	13.6%



Ati auzit de existență Consiliului Național al Audiovizualului?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	DA	2092	83.4	85.6	85.6
	NU	351	14.0	14.4	100.0
	Total	2443	97.4	100.0	
Missing	NS/NR	64	2.6		
Total		2507	100.0		

Dvs. personal, considerați ca CNA... - pentru cei care au auzit de CNA

	Frecvență	Procente absolute	Procente valide	
intervine prea puțin cu reglementări privind conținutul programelor de TV și radio	646	30.9	35.3 ¹	35%
intervine atât cât trebuie cu reglementări privind conținutul programelor de TV și radio	950	45.4	51.9 ¹	52%
intervine prea mult cu reglementări privind conținutul programelor de TV și radio	234	11.2	12.8	13%
Total	1830	87.5	100.0	
NS/NR	262	12.5		
Total	2092	100.0		

INSOMAR-Rezultate statistice
Sondaj National. 06-28 septembrie 2007

1. Valori dominante

Dvs. personal, câtă încredere aveți în Consiliul Național al Audiovizualului ca instituție? - pentru cei care au auzit de CNA

	Frecvență	Procente absolute	Procente valide	
Foarte multă	137	6.5	7.3	7%
Destul de multă	944	45.1	50.3 ¹	50%
Destul de puțină	557	26.6	29.7 ¹	30%
Foarte puțină	239	11.4	12.7	13%
Total	1877	89.7	100.0	
NS/NR	215	10.3		
Total	2092	100.0		

INSOMAR-Rezultate statistice
Sondaj National. 06-28 septembrie 2007

1. Valori dominante