

wprost

WYDANIE SPECJALNE



Słuchaj

„Wprost”



PODCAST

na... wprost




empik go



Google Podcasts



PARTNER RAPORTU:  **STUDIO PLAC**

PODCASTY „WPROST”

*Podcasty, choć nie są już nowością, to właśnie teraz **STAJĄ SIĘ JEDNĄ Z NAJPOPULARNIEJSZYCH FORM PUBLIKACJI.***

Wyniki badania przeprowadzonego przez panel Ariadna dla „Wprost” i Studio PLAC w maju 2022 roku wskazują, że już niemal jedna trzecia wszystkich użytkowników Internetu, słucha podcastów przynajmniej raz w tygodniu, a wartość ta nieustannie wzrasta. W związku z powyższym postanowiliśmy

nieco bardziej wnikliwie przyjrzeć się tej formie publikacji, a zebrane informacje prezentujemy w niniejszym raporcie.


Dokument zawiera prezentację trzech nowych podcastów „Wprost”: poświęconych zakulisowym rozgrywkom politycznym „Niedyskrecji parlamentarnych do słuchania”, ujawniającego tajemnice znanych i lubianych „Wprost Przeciwnie” oraz poświęconego wszelkim formom działalności artystycznej „Wprost o Kulturze”.

W raporcie przedstawiliśmy również dane dotyczące słuchaczy podcastów. Sprawdziliśmy, jak liczna jest grupa użytkowników decydujących się na ten rodzaj konsumpcji treści dziennikarskich oraz jakie są jej cechy charakterystyczne. Ponadto przyjrzeliliśmy się również powodom, dla których podcasty przyciągają coraz większe grono odbiorców.

O technicznych aspektach produkcji podcastów porozmawialiśmy z twórcami profesjonalnego studia nagraniowego. Założyciele Studia Plac Marcin



Łukasik i Krzysztof Rzyman, jako doświadczeni radiowcy wiedzą, jak zadbać o wysoką jakość nagrania, co w ich ocenie jest kluczowe dla utrzymania uwagi słuchacza.

Zapraszamy do raportu oraz śledzenia Podcastów „Wprost” na Wprost.pl i zewnętrznych platformach streamingowych! 

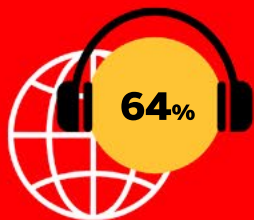




PODCASTY



co słyhać



64% całej populacji Internautów deklaruje, iż w ogóle słyha podcastów

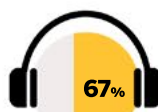


33 % całej populacji Internautów robi to co najmniej 1 raz w tygodniu.

WIEK: Im starszy Internauta tym rzadziej słyha podcastów, jednak w grupie 55+ nadal ponad połowa deklaruje regularne słyhanie podcastów



18-24 lata



25-54 lata



55 lat i więcej

PŁEĆ: po równo dla Kobiet i Mężczyzn

KOBIETY
64%



MĘŻCZYŹNI
64%



MIEJSCE ZAMIESZKANIA: słyhacze podcastów to w głównej mierze Internauci z miast, im większe miasto tym większa populacja osób słyhających podcasty



wieś

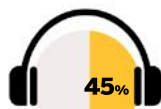


miasta
20-500 tys.

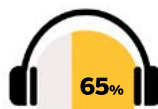


miasta
+ 500 tys.

WYKSZTAŁCENIE: im wyższe wykształcenie tym większa słyhalność podcastów



podstawowe
/zawodowe



średnie



wyższe

demografia

PODCASTY – STOSUNKOWO NOWY KANAŁ BEZPOŚREDNIEGO KONTAKTU MEDIÓW, TWÓRCÓW, A TAKŻE „ZWYKŁYCH” LUDZI ZE SŁUCHACZAMI rozwija się bardzo prężnie, co wynika z najnowszego raportu Ogólnopolskiego Panelu Badawczego Ariadna, który przebadał populację dorosłych Internautów w Polsce. Niemal **DWIE TRZECIE RESPONDENTÓW DEKLARUJE, ŻE W OGÓLE KORZYSTA CZASEM Z NOWEGO MEDIUM**, ale najbardziej interesującą grupą, której należy się przyjrzeć dokładniej są osoby, które słuchają podcastów regularnie (co najmniej raz w tygodniu), a jest ich około 29% – kim one są w szeroko rozumianym polskim Internecie?

Nawstępie należy powiedzieć, że nie są to ani bardziej kobiety ani bardziej mężczyźni – płeć nie odgrywa tutaj żadnej roli. Ale na pewno są to osoby raczej młodsze niż starsze – w grupie od 18 do 44 lat odsetek aktywnych słuchaczy wynosi ponad 30%, a po 45. roku życia spada do 25% i mniej. Raczej są to mieszkańcy wielkich aglomeracji liczących ponad 500 tys. mieszkańców (35%), ale na wsi około jedna czwarta to aktywni użytkownicy. Niewątpliwie im wyższe wykształcenie, tym słuchanie podcastów jest bardziej rozpowszechnione – 30% wśród osób z ukończonymi studiami.

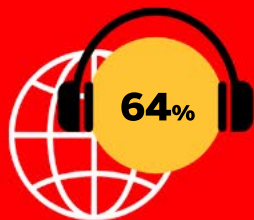
Dostęp do podcastów na pozór wydaje się nie być łatwy – nie znajdziemy ich ani w telewizorze w salonie, ani w kiosku z gazetami, jednak Internauci nie mają z tym problemu – dla trzech czwartych regularnych słuchaczy źródłem jest w największej mierze YouTube, drugie w kolejności są strony internetowe twórców (43%), a następnie Spotify (26%). Tematy-



PODCASTY



jak słychać

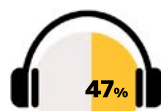


64% całej populacji Internautów deklaruje, iż w ogóle słyca podcastów



33 % całej populacji Internautów robi to co najmniej 1 raz w tygodniu.

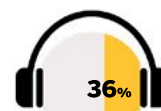
DLACZEGO INTERNAUCI SŁUCHAJĄ PODCASTY:



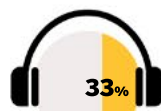
Aby dowiedzieć się czegoś nowego



Dla rozrywki



Żeby być na bieżąco z tym, co się dzieje wokół i na świecie



W celach edukacyjnych lub rozwojowych



Dla zabicia czasu



Żeby lepiej wykorzystać czas przy okazji prostych czynności



Aby mieć ciekawe tematy do rozmów towarzyskich

W JAKICH MIEJSCACH, OKOLICZNOŚCIACH PEŁNOLETNI INTERNAUCI NAJCZĘŚCIEJ SŁUCHAJĄ PODCASTÓW



77%



7%



5%



4%



3%



3%



1%



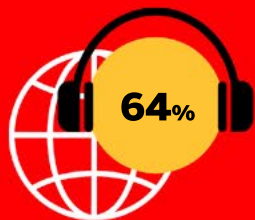
gdzie i jak



PODCASTY



jak słychać



64% całej populacji Internautów deklaruje, iż w ogóle słucha podcastów

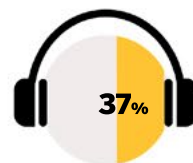


33 % całej populacji Internautów robi to co najmniej 1 raz w tygodniu.

NA JAKICH PLATFORMACH NAJCZĘŚCIEJ SŁUCHASZ PODCASTÓW?



YouTube



WWW



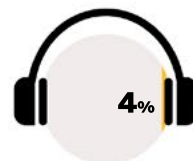
Spotify



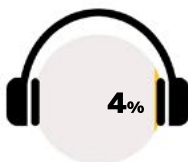
Google Podcasts



empik go



storytel



I N N E



Apple Podcasts

gdzie i jak

ka, która wzbudza największe zainteresowanie to przede wszystkim różnego rodzaju newsy z Polski i ze świata (42%). Edukacja, rozmowy z inspirującymi ludźmi oraz zdrowie i life style w podobnym stopniu interesują polskich Internautów (ponad jedna trzecia badanych). Zagadnienia związane z kulturą ciekawe są dla jednej czwartej, podobnie jak wsłuchiwanie się w historie kryminalne.

Jak zdecydować, co jest warte uwagi, aby poświęcić temu swój czas? Z pomocą przychodzą internetowe portale informacyjne, połowa aktywnych słuchaczy znajduje tam odpowiedź na to pytanie. Dla jednej trzeciej są to w podobnym stopniu znajomi, serwisy z podcastami oraz social media. Najpopularniejszą sytuacją jest preferowanie jednej do dwóch ulubionych audycji, które słuchane są regularnie przez 63% respondentów. Może to przełożyć się na finansowe wspieranie ich twórców – robi tak 12% aktywnych słuchaczy – w równym stopniu poprzez comiesięczne wpłaty, jak i przez kupowanie ich książek, co deklaruje połowa ze wspierających. Sześciu na dzie-



PODCASTY



CO słychać

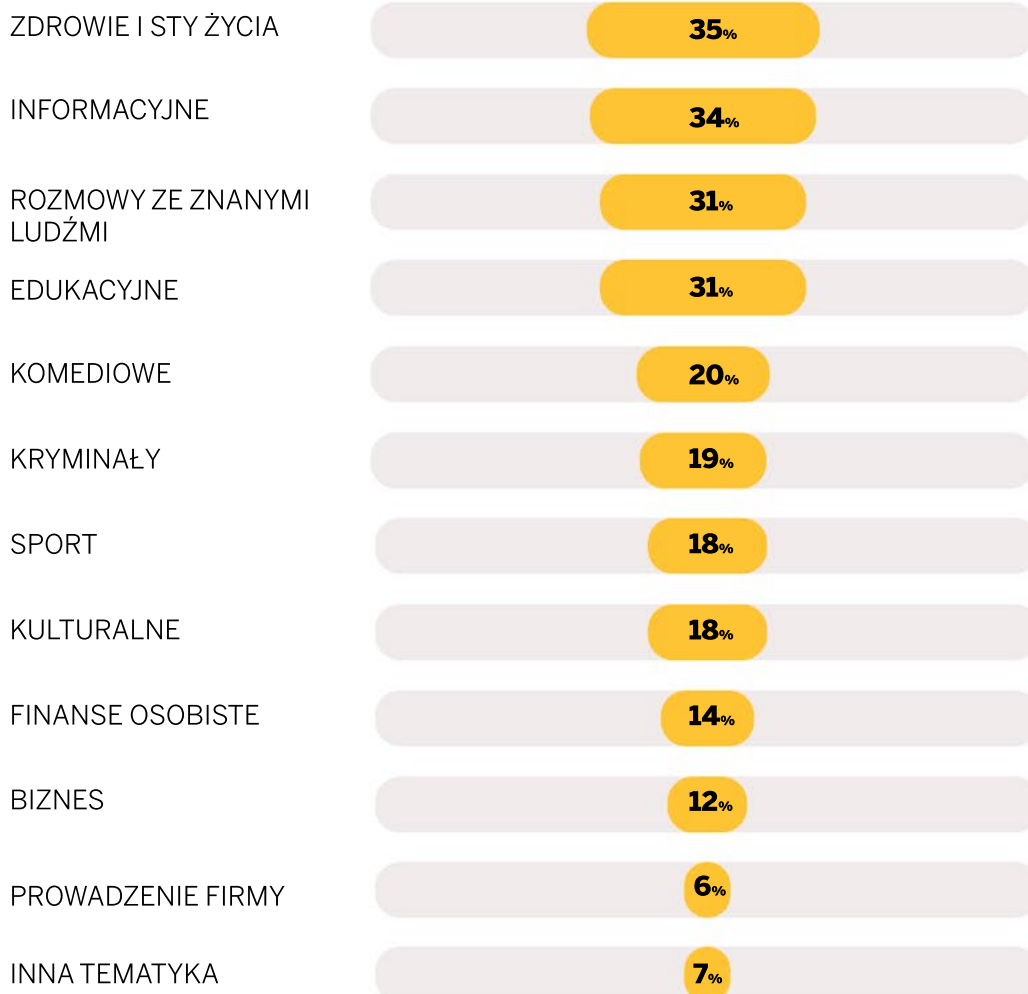


64% całej populacji Internautów deklaruje, iż w ogóle słucha podcastów



33 % całej populacji Internautów robi to co najmniej 1 raz w tygodniu.

JAKA JEST TEMATYKA PODCASTÓW, KTÓRE ZAZWYCZAJ SŁUCHASZ?





słuchaj na wprost | 40

PODCASTY



CO słychać

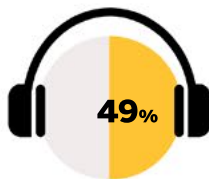


64% całej populacji Internautów deklaruje, iż w ogóle słucha podcastów

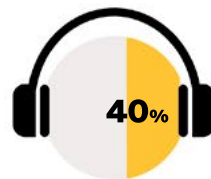


33 % całej populacji Internautów robi to co najmniej 1 raz w tygodniu.

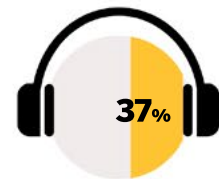
JAKIE KWESTIE SĄ DLA CIEBIE WAŻNE PRZY WYBORZE I SŁUCHANIU PODCASTÓW?



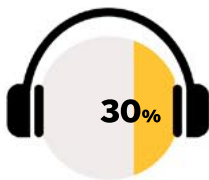
POZIOM MERYTORYCZNY



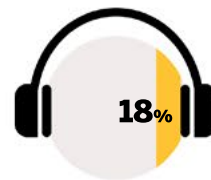
ODNIESIENIE DO BIEŻĄCYCH WYDARZEŃ



OSOBY BIORĄCE UDZIAŁ



GŁOS I DYKCJA PROWADZĄCYCH



ASPEKTY TECHNICZNE CZYLI JAKOŚĆ REALIZACJI



PROWADZĄCY JEST KIMŚ ZNANYM




POPULARNOŚĆ POZYCJA W RANKINGU



INNE

sięciu aktywnych użytkowników słucha podcastów najczęściej wieczorami (między godziną 18 a 23) i przede wszystkim robi to we własnym domu (75%). Możliwe, że przy okazji zapoznaje się z treściami, które autorzy zamieścili w swoich mediach społecznościowych (47%), a jeśli tak, to zapewne zagląda w tym celu na Facebooka (61%).

Co jest najważniejsze dla regularnych odbiorców podcastów? Najistotniejszy jest poziom merytoryczny audycji (dla połowy respondentów), ale także ważna jest ich aktualność, czyli odnośnienie się do bieżących wydarzeń (46%). Czterech na dziesięciu słuchaczy największą uwagę zwraca na osoby, które pojawiają się w trakcie (prowadzący i goście). Warto na koniec dodać, że dostrzegane są także aspekty warsztatowe, takie jak głos i dykcja (34%) oraz jakość realizacji podcastu (25%). 



NIEDYSKRECJE PARLAMENTARNE DO SŁUCHANIA

*Eliza Olczyk i Joanna Miziołek - dziennikarki „Wprost”, autorki
Niedyskrecji parlamentarnych*


Niedyskrecje parlamentarne do słuchania to
PODCAST JOANNY MIZIOŁEK I ELIZY OLCZYK
POŚWIĘCONY POLITYCE OD KULIS. *Jest roz-*
szerzeniem wychodzących w każdy poniedzia-
łek Niedyskrecji parlamentarnych. Zawiera
kuluarowe informacje i komentarze.

Autorki starają się wyjaśniać dlaczego politycy podejmują takie, a nie inne decyzje, które mają wpływ na obywateli. A także czego można się spodziewać na scenie politycznej w nadchodzących miesiącach. Z reguły autorki omawiają kulisy bieżących wydarzeń politycznym. Ale są też odcinki tematyczne. Przykładowo jeden z odcinków został poświęcony uchodźcom z Ukrainy. Do tego podcastu zostali zaproszeni goście - prof. Wojciech Łukowski, socjolog z Uniwersytetu Warszawskiego i Joanna Kluzik-Rostkowska, posłanka PO,



minister pracy w rządzie Jarosława Kaczyńskiego i minister edukacji narodowej w rządzie Donalda Tuska. Starali się odpowiedzieć na pytanie czy obecność prawie 2 mln uchodźców wojennych w Polsce stanowi zagrożenie dla spokoju społecznego i dla usług publicznych takich jak oświata i służba zdrowia, czy też są szansą dla naszej gospodarki. Czy

uchodźcy zostaną z nami na dłużej, czy odejdą gdy tylko poprawi się sytuacja na Ukrainie.

W przyszłości przewidziane są kolejne tematyczne podcasty, poświęcone najbardziej gorącym sprawom, do których zostaną zaproszeni eksperci i politycy. Będą w nich poruszane m.in. takie tematy jak np. polityka socjalna rządu, problemami opozycji ze zjednoczeniem czy możliwe zmiany w ordynacji wyborczej. 



*Paulina
Socha-
-Jakubowska*


**„WPROST PRZECIWNIE”.
GORĄCE TEMATY
I NIEOCZYWISTE
PYTANIA**

*Bohaterzy masowej wyobraźni, **KRÓLUJĄCE W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH NAZWISKA, AUTORYTETY – TO GOŚCIE PODCASTU „WPROST PRZECIWNIE” PAULINY SOCHY-JAKUBOWSKIEJ**, w którym dziennikarka, traktując bieżące wydarzenia medialne niczym trampolinę, stara się znaleźć odpowiedź na nurtujące nas wszystkie pytania.*

Jestem nie tylko dziennikarką, ale i odbiorczynią mediów, także tych społecznościowych. Z pasją obserwuję ich bohaterów, ludzi którzy „tłumaczą świat” dziesiątkom, czy setkom tysięcy swoich odbiorców w Internecie. Ale nie tylko im chcę zadawać pytania. W podcaście „Wprost Przeciwnie” sięgam również po bohaterów, którzy – choć w mediach społecznościowych bywają rzadko – wybierają inne pola, by edukować, bawić, a czasem nawet sprzeczać się w słusznej sprawie – mówi Paulina Socha-Jakubowska.



Kto płaci za „polityczną” aktywność Marianny Schreiber, ilu parom fundacja Małgorzaty Rozenek-Majdan walcząca o dostęp do in vitro – dotychczas pomogła? Jak Dorota Wellman reaguje na hejt, co Tomasz Terlikowski sądzi o papieżu Franciszku, jakie tajemnice skrywała do niedawna rodzina Łukasza Orbitowskiego? Czy Monika Richardson odnajduje

się w roli macochy, a Maja Staśko stanie w oktagonie z Magdaleną Ogórek? Co Anna Dzieduszycka sądzi o Hollywood, a Oliwer Kubiak i Jacek Jelonek o swojej „medialnej” miłości? Dlaczego artyści znani jako Mumio nigdy nie żartują z polityki? Wszystkie te pytania padły już we „Wprost Przeciwnie”, którego premierowe odcinki pojawiają się w każdą sobotę na wprost.pl oraz w najpopularniejszych serwisach streamingowych. Do tej pory dziennikarka nagrała 13 odcinków, ale – jak sama mówi – to dopiero rozgrzewka. 





*Maciej
Drzażdżewski*

WPROST O KULTURZE


„CZYM JEST DLA CIEBIE KULTURA?” - TO PYTANIE ZADAJEMY WSZYSTKIM GOŚCIOM NASZEGO PODCASTU *i choć rozmawiamy z osobami, które kulturze poświęciły całe swoje życie, to odpowiedzi nigdy nie przychodzą im łatwo, a każda z nich jest zaskoczeniem.*

Nasze zaproszenie przyjęli już m.in. Hanna Wróblewska, która przez wiele lat zarządzała warszawską Zachętą, prezydent Polskiej Akademii Filmowej Dariusz Jabłoński, neurobiolog prof. Rafał Ohme i bijący rekordy popularności zespół Kwiat Jabłoni.

Naszą misją jest mówić o kulturze bez zbędnego zadęcia, odsłaniać przed słuchaczami barwny i inspirowany świat sztuki i przekonywać ich, że do obcowania z dziełami kultury nie potrzebują encyklopedycznej wiedzy. W rozmowach stawiamy na prosty, zrozumiały dla każdego słuchacza język i swobodną atmos-

MACIEJ
DRZAŹDŹEWSKI*Wprost*
O KULTURZE

ferę. Każdy z gości wnosi do studia ogrom bezcennych informacji, otwartość i gotowość do dzielenia się swoim doświadczeniem.

„Wprost o Kulturze”, czyli wszystko, co chcieliście wiedzieć o kulturze, ale baliście się zapytać. Na rozmowy zaprasza Maciej Drzażdżewski. 



STUDIO PLAC – TWORZYMY PODCASTY

Krzysiek Rzyman i Marcin Łukasik – Studio Plac



STUDIO PLAC

Maciej Drzażdzewski „Wprost”: Choć podcasty w szybkim tempie zyskują na popularności, to wciąż niewiele jest miejsc, które oferują profesjonalne usługi w zakresie ich nagrywania. Wy stworzyliście takie miejsce. Jaka jest geneza Studia Plac?

MARCIN ŁUKASIK: Zaczęło się od radia. Przez blisko 10 lat pracowaliśmy jako prowadzący w największych stacjach radiowych w Polsce. Krzysiek w Jedynce Polskiego Radia, ja w RMF FM i Radio ZET, gdzie tworzyliśmy najróżniejsze formaty radiowe.

W połowie 2019 spotkaliśmy się w moim podcaście, Krzysiek przyszedł opowiedzieć o swoich kawiarniach. Zawiązała się między nami nic porozumienia i doszliśmy do wniosku, że Studio PLAC, które prowadził już wtedy Krzysiek, trzeba podnieść na wyższy poziom.

KRZYSIEK RZYMAN: Pomysł stworzenia miejsca, w którym podcasterzy mogą bez większego wysiłku nagrywać swoje produkcje chodził mi po głowie od 2018 roku. Po zakończeniu pracy w mediach publicznych byłem zaangażowany w tworzenie gospodarczych audycji edukacyjnych na antenie Radia Kampus. Wystartowałem też ze swoim kanałem na YouTube’ie, ale cały czas brakowało mi własnej audycji. By zacząć ją nagrywać potrzebowałem konkretnego miejsca. I tak powstało Studio PLAC. Z ręką na sercu mogę powiedzieć, że to miejsce stworzone z pasji do radia, słowa mówionego, ale i nowych formatów, jak video na YouTube’a, czy krótkie formy w social mediach.

Kto dziś częściej nagrywa podcasty w studiu - indywidualni twórcy, tradycyjne media, czy firmy?

K.RZ.: To jest piękne w podcastach, że może je tworzyć każdy. Nagrywają u nas indywidualni twórcy, jak Natalia Kusiak, która w ostatnich miesiącach odniosła duży sukces ze swoim formatem „Pierwsza randka”. Bardzo często współpracujemy z organiza-


cjami z trzeciego sektora. Podcasty są dla fundacji, czy stowarzyszeń, formą komunikacji, uzupełniają publikowane raporty, zwracają uwagę słuchaczek i słuchaczy na ważne problemy.

M.Ł.: Duża część naszej działalności to obsługa firm. Podcasty i videocasty wykorzystywane są przez nie w komunikacji z klientami. Za ich pomocą firmy kształtują swój wizerunek, a czasem także służą one do komunikacji z pracownikami. Mamy też w portfolio udane współpracy z wydawnictwami literackimi i redakcjami.

Samo nagrywanie podcastu wydaje się pozornie nieskomplikowane. Podejrzewam jednak, że sprawa nie jest tak prosta. W czym tkwi sekret dobrego podcastu?

M.Ł.: Podcast to bardzo intymna forma komunikacji, dlatego kluczowa jest tutaj jakość nagrania. W dzisiejszych czasach przyciągnięcie uwagi słuchacza to nie lada wyzwanie. Lata pracy w mediach pozwoliły nam wkroczyć na rynek produkcji podcastów i videocastów z pełnym know-how, dzięki

czemu możemy produkować je na światowym poziomie.

K.RZ.: Liczba podcastów przyrasta w bardzo szybkim tempie, przybywa też osób słuchających. Wszyscy twórcy konkurują o czas odbiorców. Oczywiście kluczowa jest treść, ale tak jak kiedyś wiele osób śmiało się, że w polskich filmach nie słychać dialogów, podobnie było na początku z filmami na YouTube. Przy tak szybko rosnącym rynku podcastów, obronią się te formaty, które są nie tylko ciekawe, ale też jakościowo wyprodukowane. 



wprost | LAT 40

CYFROWA SUBSKRYPCJA WPROST



- **CO TYDZIEŃ
WPROST DO POBRANIA**
- **ARTYKUŁY PREMIUM
NA WPROST.PL**
- **NAJKORZYSTNIEJSZA
CENOWO OFERTA**

POZNAJ SZCZEGÓŁY >