



KRAJOWA RADA
RADIOFONII I TELEWIZJI

Widownia audycji informacyjnych oraz
publicystycznych
w programach TVP 1, TVP 2, Polsat, TVN
w październiku i listopadzie 2011

Analiza i opracowanie Justyna Reisner

DEPARTAMENT MONITORINGU

Celem analizy było zbadanie wielkości widowni głównych wydań audycji informacyjnych oraz audycji publicystycznych w TVP 1, TVP 2, Polsacie i TVN w październiku i listopadzie 2011. Raport przedstawia oglądalność i strukturę widowni *Wiadomości* (19.30, TVP 1), *Faktów* (19.00, TVN), *Wydarzeń* (18.00, Polsat), *Teleexpressu* (17.00, TVP 1), *Panoramy* (18.00, TVP 2), oraz audycji publicystycznych - *Tomasz Lis na żywo* (21.40, TVP 2) i *Na pierwszym planie* (22.40, TVP 1).

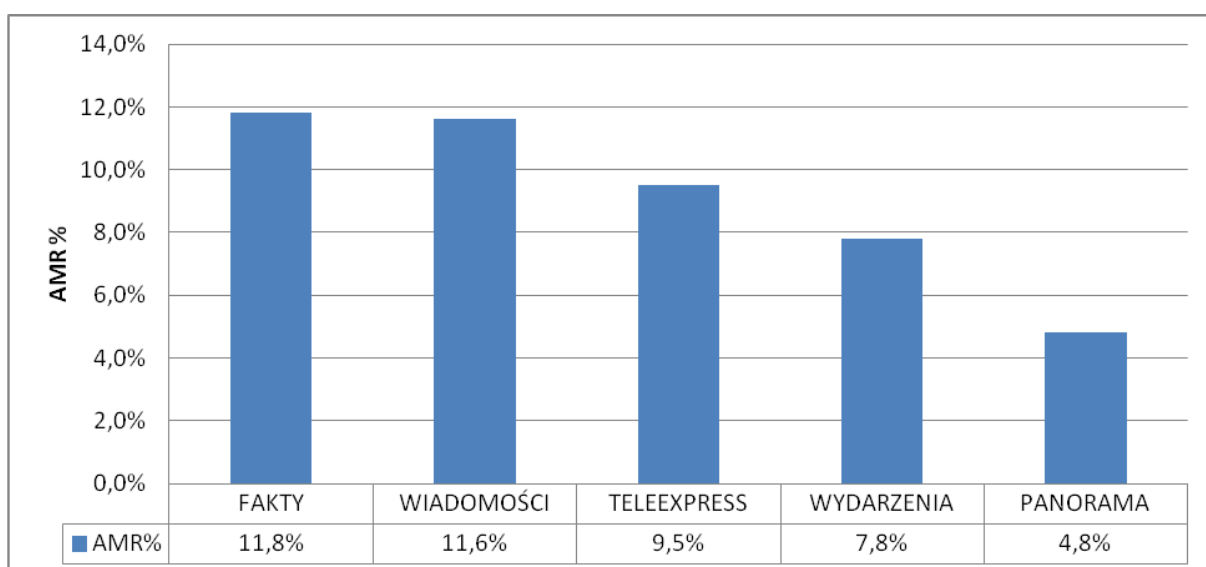
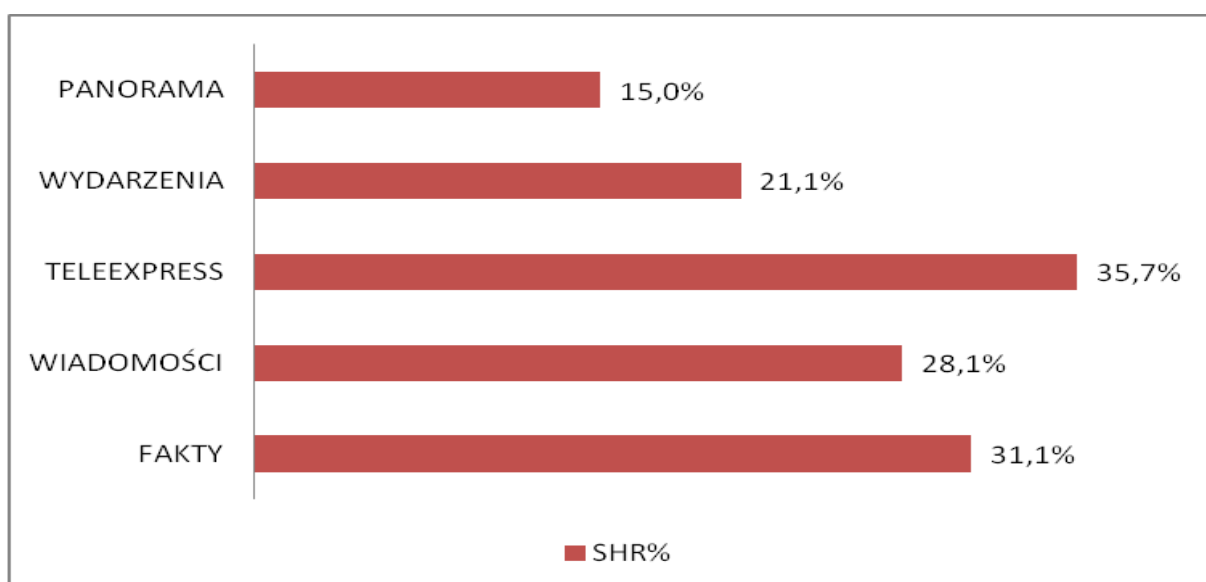
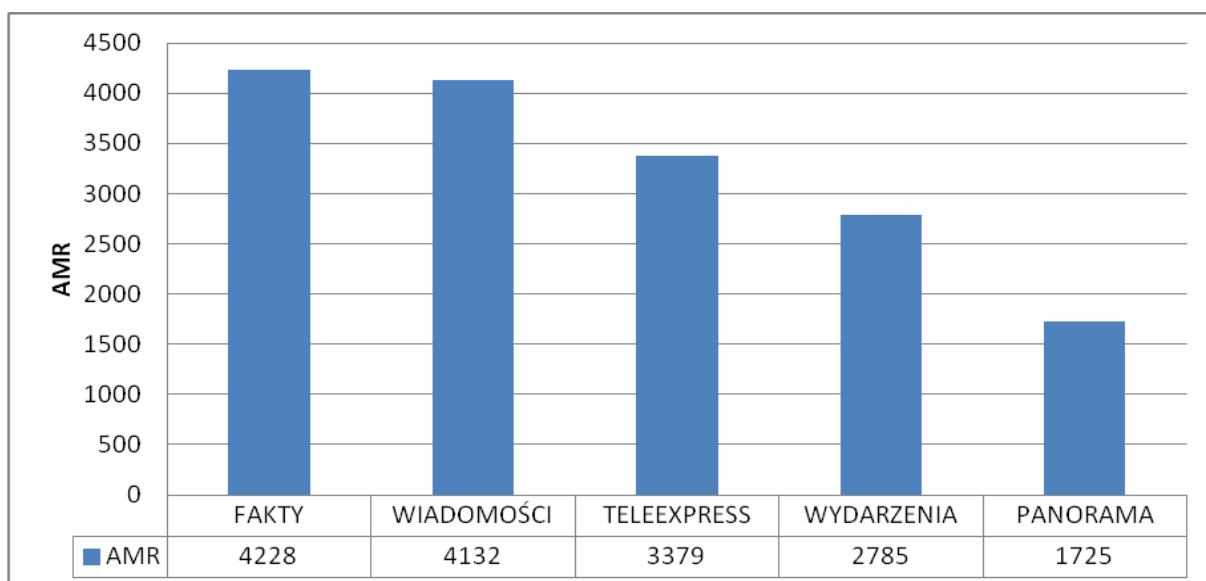
Analiza została przygotowana na podstawie danych telemetrycznych Audience Nielsen Measurement (badanie na reprezentatywnej próbie ludności Polski pow.4 r.ż.).

Audycje informacyjne

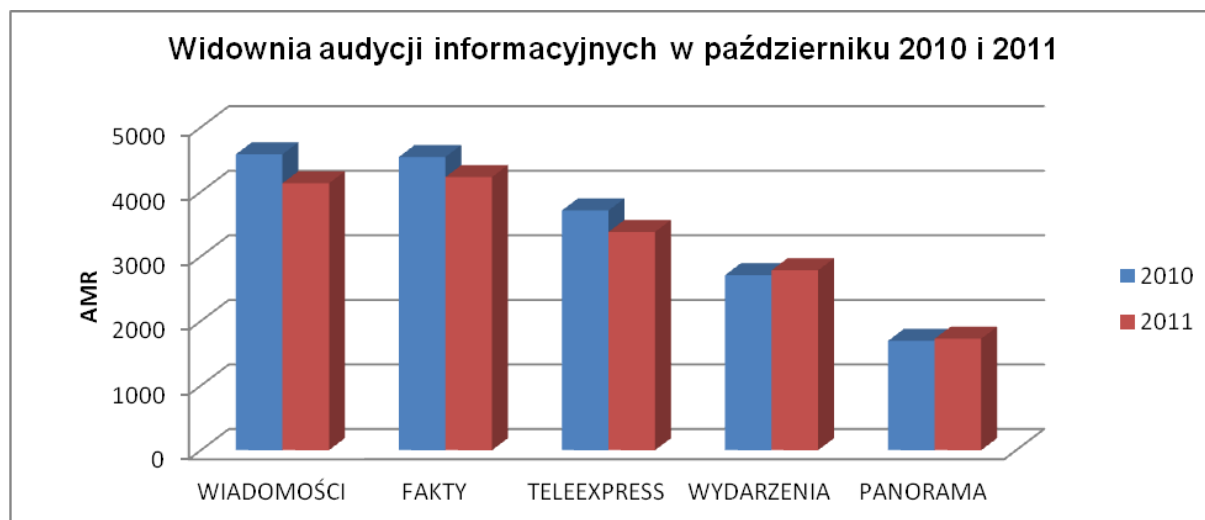
Bieżący rok (**październik, listopad**) przyniósł spadek widowni wszystkich audycji informacyjnych o dużej widowni, zarówno publicznych (*Wiadomości*, *Teleexpress*) jak i komercyjnych (*Fakty*). Przyrost liczby widzów odnotowały natomiast *Wydarzenia* oraz *Panorama* a więc audycje informacyjne o mniejszej widowni. Na ile jest to trwała tendencja pokażą kolejne lata.

Wśród analizowanych audycji informacyjnych największą widownię **w październiku 2011 roku** (mimo spadku w stosunku do analogicznego okresu roku 2010), gromadziły *Fakty* (TVN). następne były - *Wiadomości* (TVP1). Trzecie w kolejności miejsce pod względem zainteresowania widzów należało do *Teleexpressu* (TVP1), czwarte były *Wydarzenia* (Polsat) a piąta *Panorama* (TVP2). Jak wynika z danych średnia widownia dla wydań *Faktów* w październiku wyniosła 4,2 miliona widzów (tj. 11,8% populacji) Polaków). Prawie tyle samo Polaków, tj. 4,1 miliona (tj. 11,6%) gromadziły w badanym okresie *Wiadomości*. Mniej widzów miał *Teleexpress* – blisko 3,4 mln (tj. 9,5% populacji). Jeszcze mniejszą widownię gromadziły *Wydarzenia* - 2,8 miliona widzów, tj. 7,8% a najmniejszą *Panorama* – 1,7 miliona (4,8%). Nieco inne wnioski wypływają z analizy udziałów w widowni tych audycji. Spośród wszystkich osób oglądających telewizję w czasie trwania audycji najwięcej było zainteresowanych *Teleexpressem* (aż 36%), mniej *Faktami* (31%) *Wiadomościami* (28%) *Wydarzeniami* – 21% oraz *Panoramą* - 15%. Szczegółowe dane przedstawiono na wykresach.

Widownia audycji informacyjnych w październiku (AMR, AMR %, SHR %)



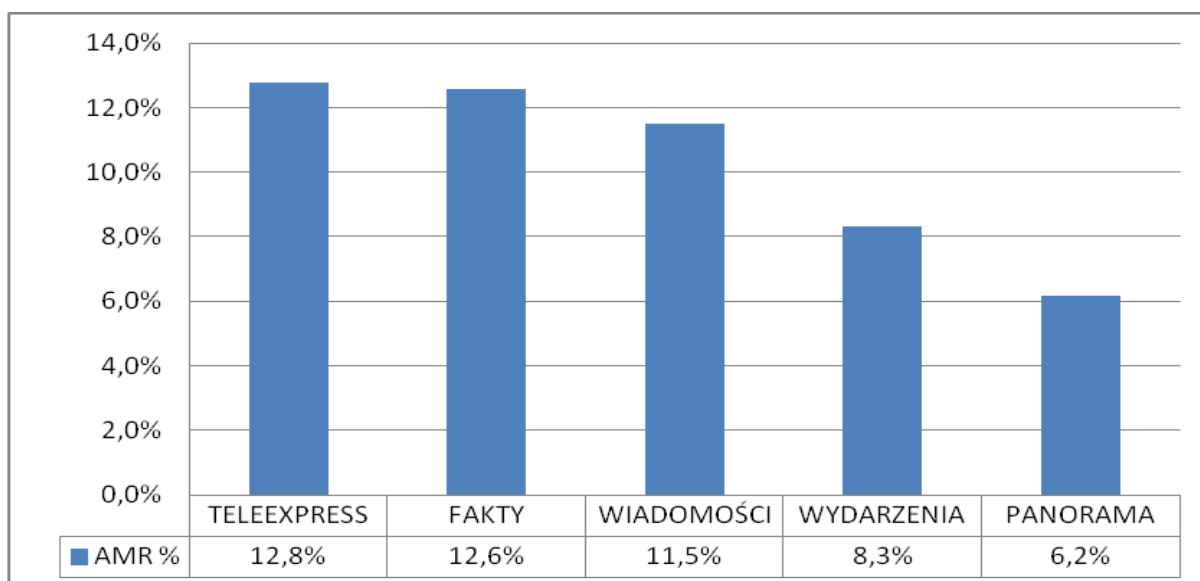
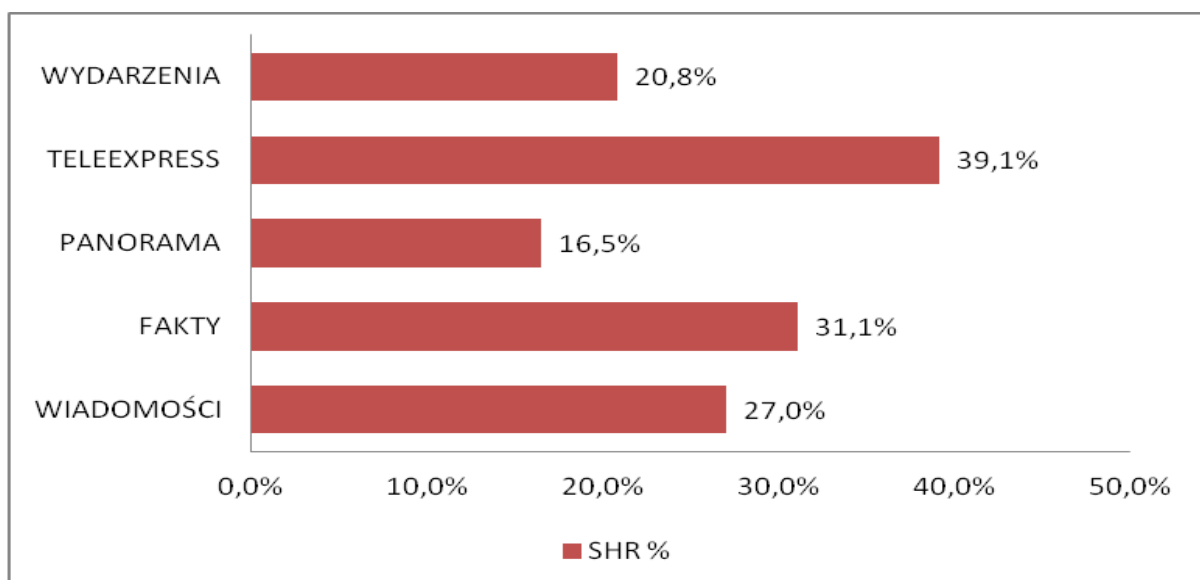
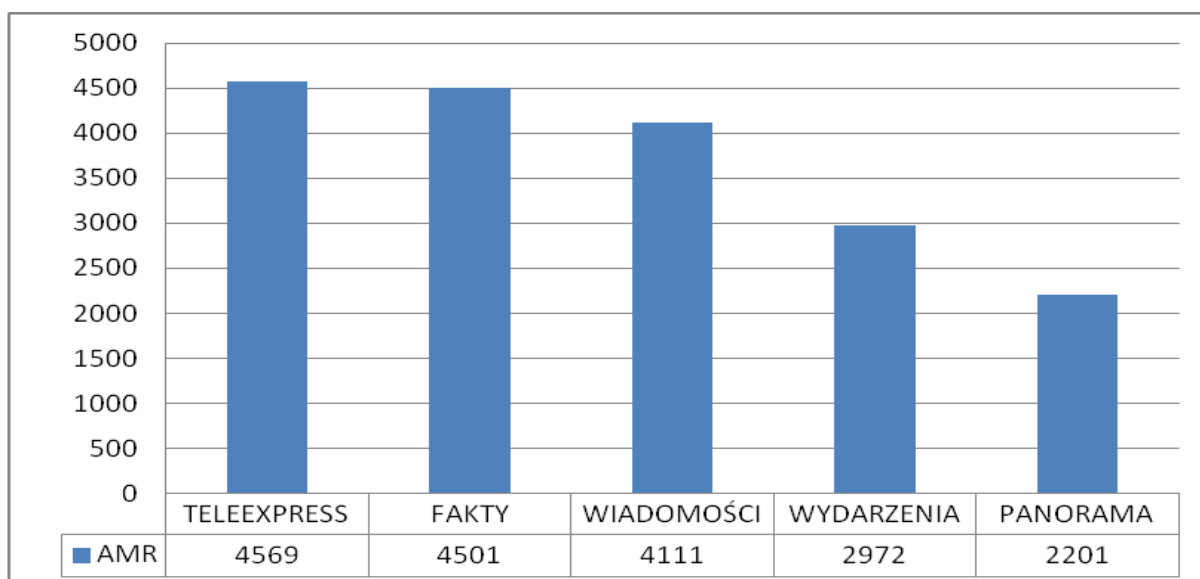
Należy podkreślić, że w stosunku do analogicznego okresu roku poprzedniego straciły widzów *Wiadomości*, *Fakty*, a także *Teleexpress*. Nieco większą widownię niż w roku ubiegłym gromadziły natomiast *Panorama* i *Wydarzenia*.



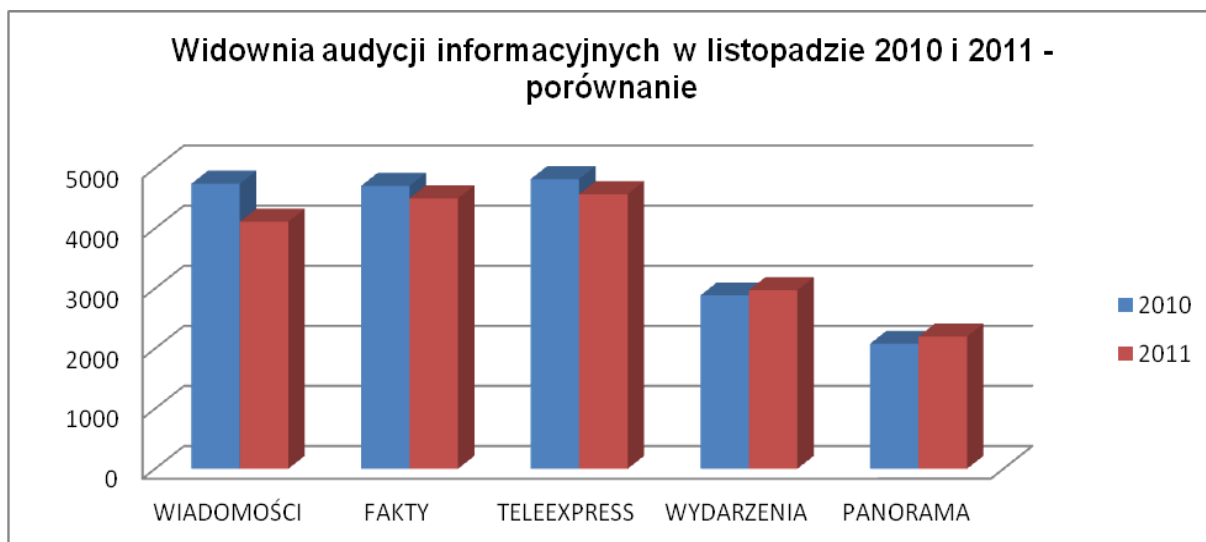
W listopadzie ranking przedstawiał się inaczej niż w październiku. Największą widownię spośród audycji informacyjnych gromadził *Teleexpress*, nieco mniejszą *Fakty*, następne były *Wiadomości*. Czwarte w kolejności miejsce należało do *Wydarzeń* a piąte do *Panoramy*. *Teleexpress* oglądało blisko 4,6 mln (tj. 12,8% populacji). Na zbliżonym poziomie pozostawała średnia widownia *Faktów*, która wyniosła 4,5 miliona widzów (tj. 12,6% populacji). Mniej Polaków, tj. 4,1 miliona (11,5%) gromadziły w badanym okresie *Wiadomości*. Prawie 3 milionową widownię miały *Wydarzenia* (8,3%). Najmniej widzów, podobnie jak w październiku, przyciągnęła *Panorama* – 2,2 miliona (6,2%).

Podobna była kolejność pod względem udziałów w widowni. Spośród wszystkich osób zgromadzonych przed telewizorami w czasie trwania audycji najwięcej było zainteresowanych *Teleexpressem* (39%), mniej *Faktami* (31%) *Wiadomościami* (27%) *Wydarzeniami* – 21% oraz *Panoramą* -17%. Szczegółowe dane przedstawiono na wykresach.

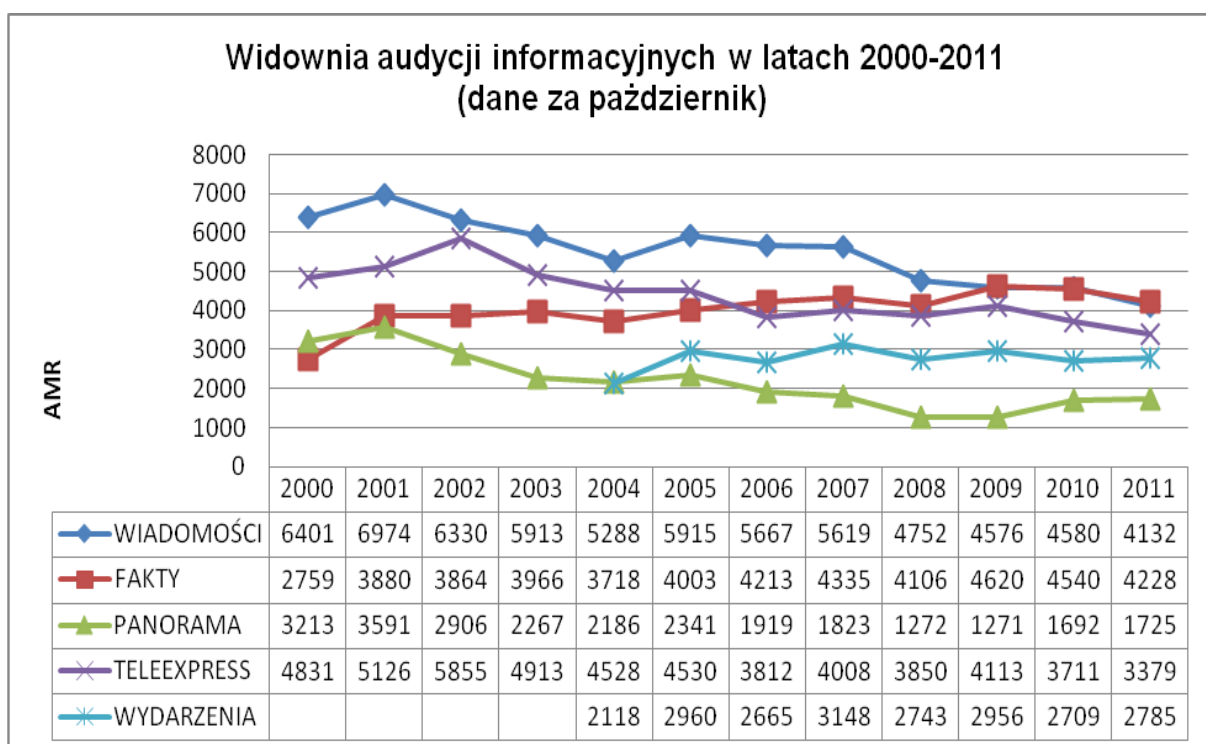
Widownia audycji informacyjnych w listopadzie (AMR, AMR %, SHR %)

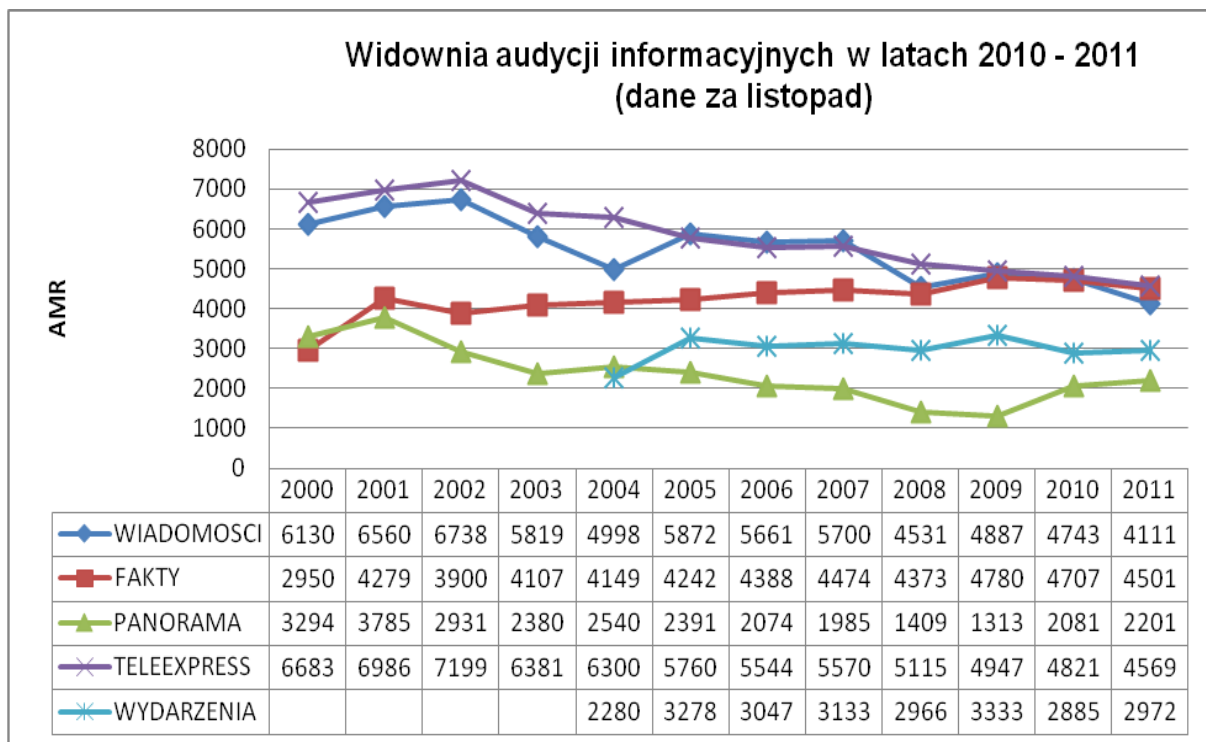


W listopadzie obserwowana była podobna tendencja jak w październiku tzn. w stosunku do analogicznego okresu roku poprzedniego **zmniejszyła się widownia *Wiadomości, Faktów i Teleexpressu* a wzrosła *Panoramy i Wydarzeń***.



Z analizy danych z ostatnich lat (październik i listopad 2000 -2011) wynika, że sukcesywnie zmniejszało się zainteresowanie informacją w uniwersalnych programach publicznych TVP 1 i TVP 2. W programach komercyjnych natomiast obserwowana była tendencja wzrostowa, jak w przypadku *Faktów* (TVN) lub stabilizacja - na względnie stałym poziomie, jak w przypadku *Wydarzeń* (Polsat)





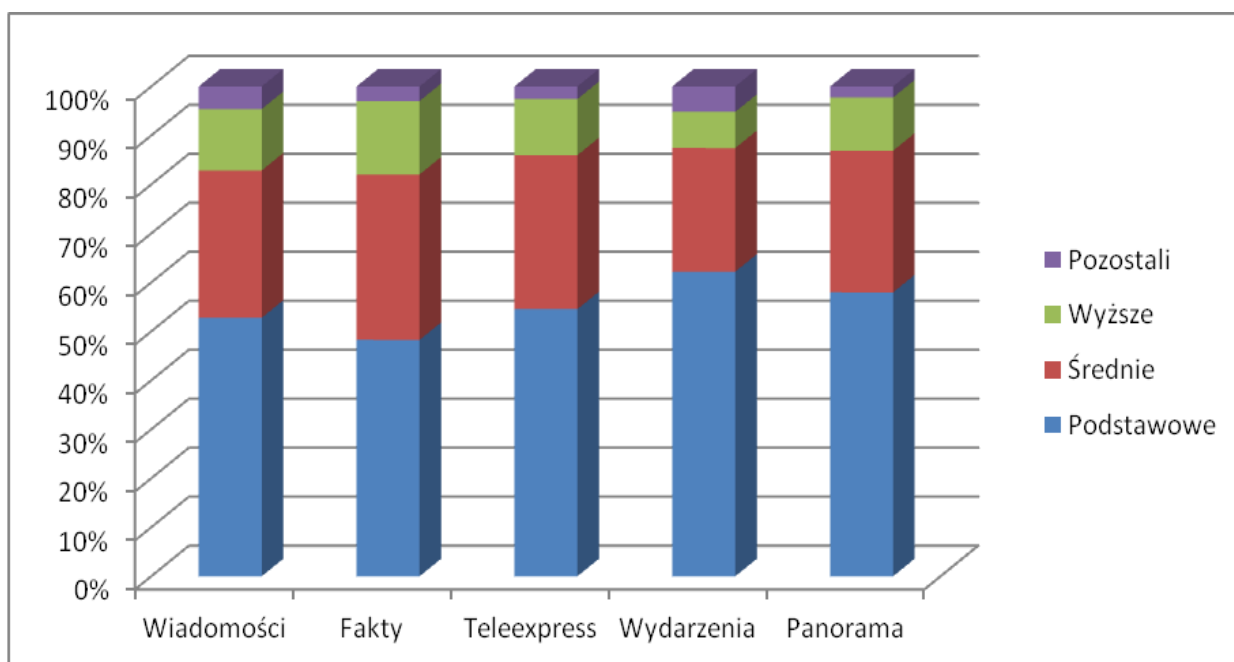
Profil widowni - audycje informacyjne

Jak wynika z analizy w badanym okresie **audycje informacyjne** oglądały chętniej kobiety niż mężczyźni. Kobiety stanowiły ponad połowę w strukturze widowni każdego tytułu za wyjątkiem *Panoramy*, która była preferowana przez mężczyzn. Świadczą o tym zarówno wskaźniki dotyczące struktury widowni jak i przyciągania poszczególnych grup celowych. Jak wynika z danych najwięcej kobiet było wśród widzów *Faktów*, które miały najbardziej damską widownię spośród analizowanych audycji, natomiast najwięcej mężczyzn wśród widzów *Panoramy* (najbardziej męska widownia).

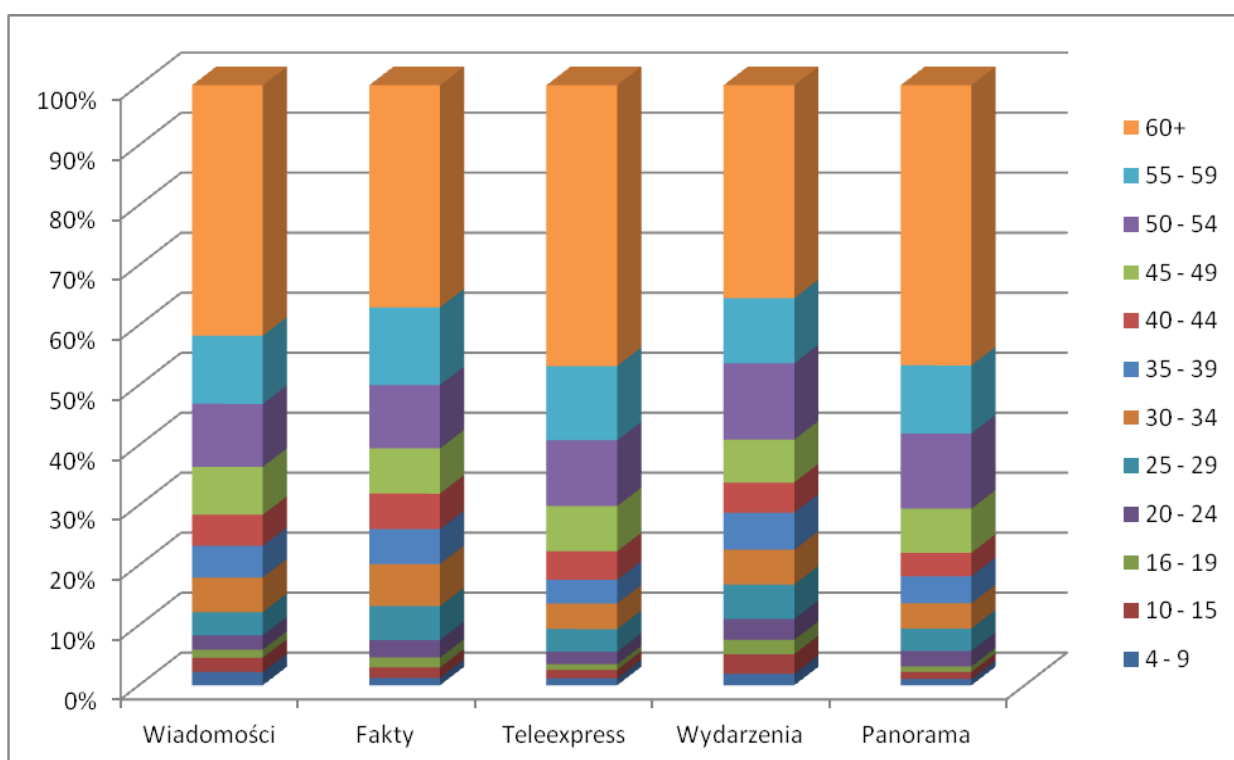
Widzowie informacji, jeśli chodzi o wiek, to głównie osoby po 45 roku życia, przy czym najmłodszą widownię miały *Wydarzenia* a najstarszą *Teleexpress* i *Panorama*.

W strukturze wykształcenia odbiorców tej oferty programowej przeważają osoby z wykształceniem podstawowym i średnim, przy czym należy zauważyć, że *Fakty* przyciągały w najwyższym stopniu osoby z wykształceniem średnim i wyższym, natomiast największy odsetek widzów z wykształceniem podstawowym miały *Wydarzenia* i *Panorama*. Szczegółowe dane oraz indywidualne różnice przedstawiono na wykresach .

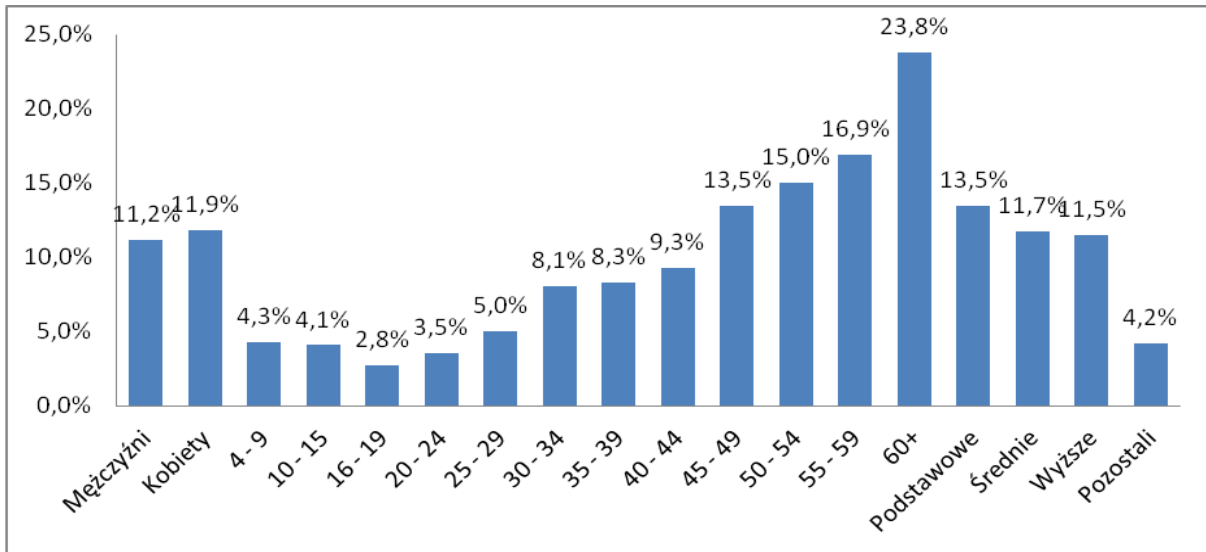
Struktura widowni – wiek (ADH%)



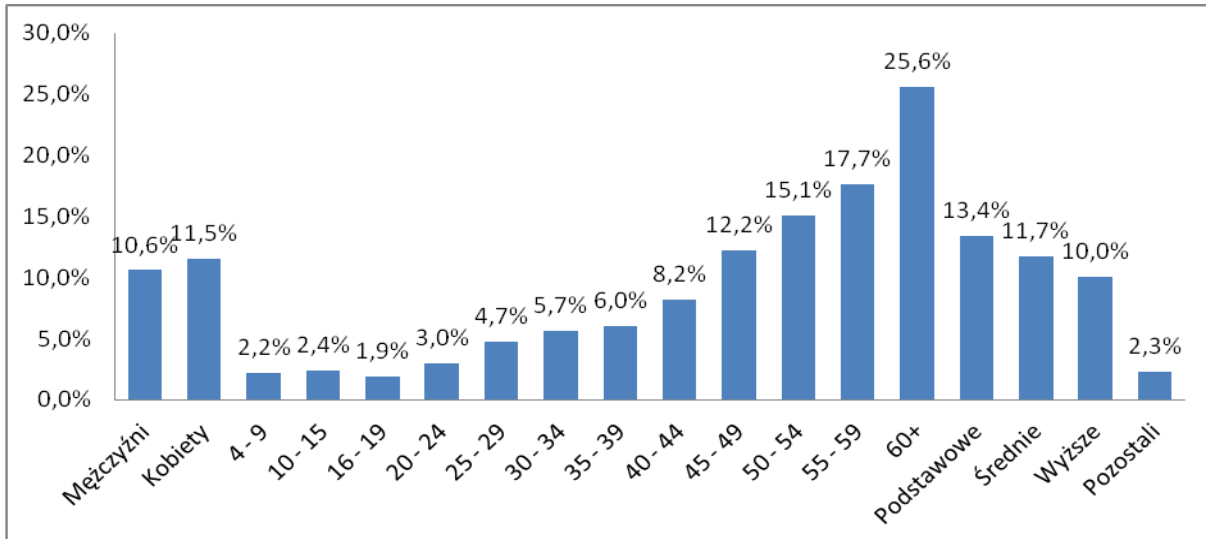
Struktura widowni – wykształcenie (ADH%)



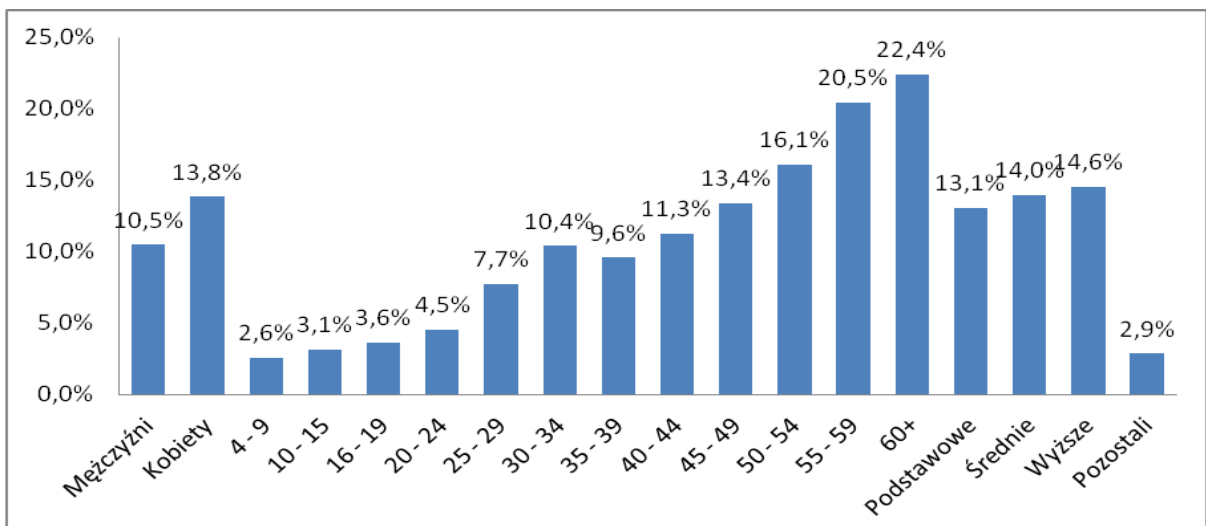
Profil widowni *Wiadomości* (AMR%)



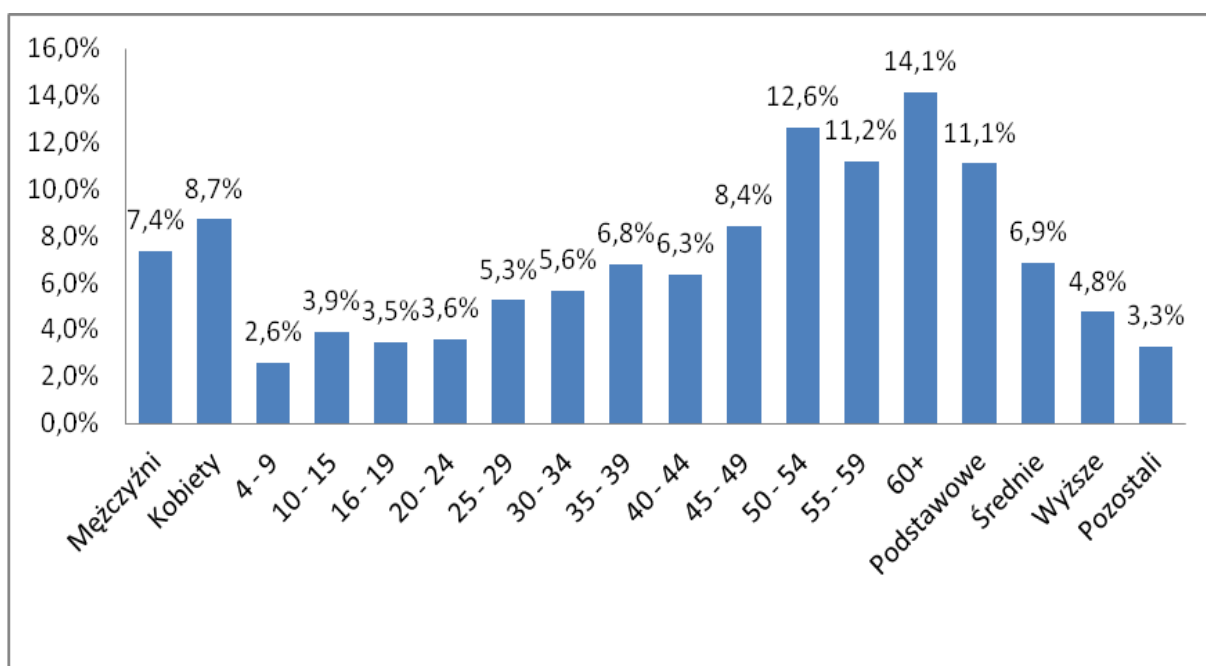
Profil widowni *Teleexpressu* (AMR%)



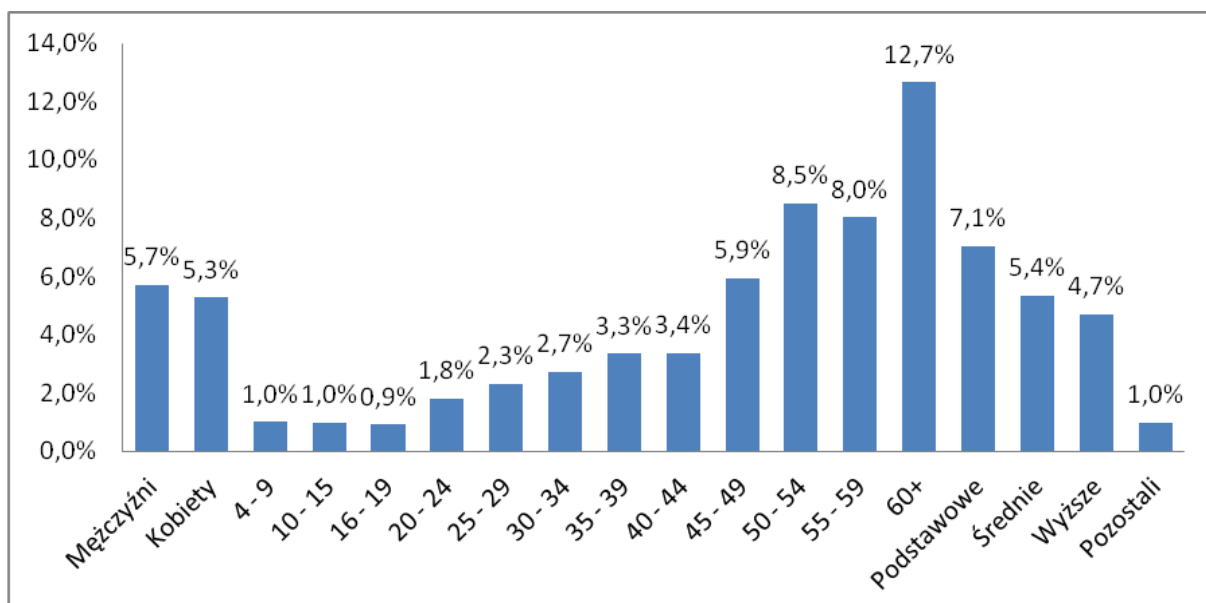
Profil widowni *Faktów* (AMR%)



Profil widowni *Wydarzeń* (AMR%)



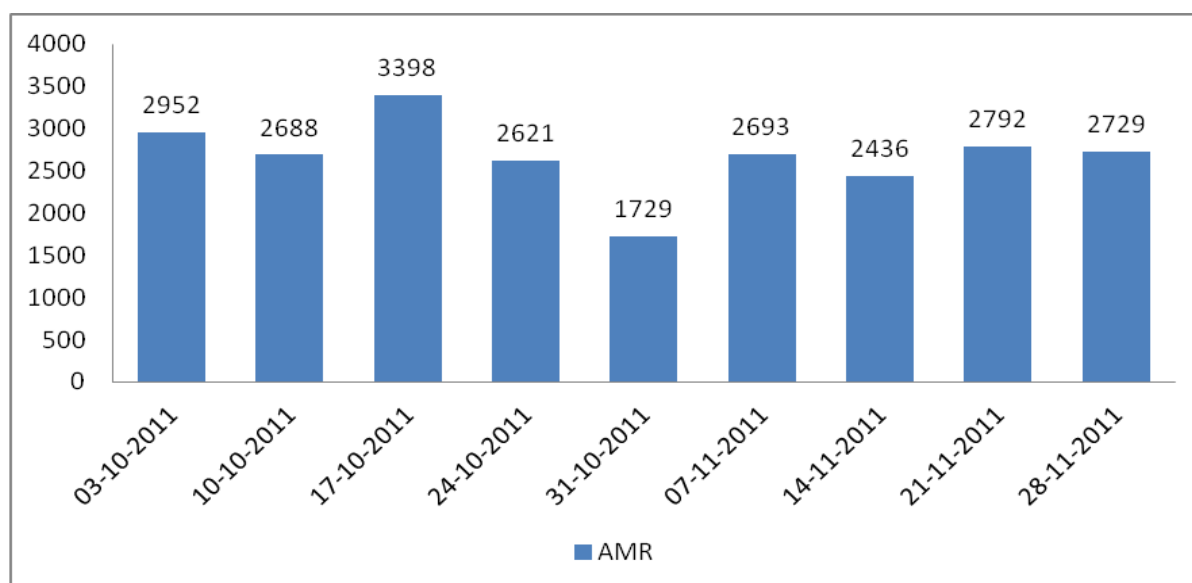
Profil widowni *Panoramy* (AMR%)



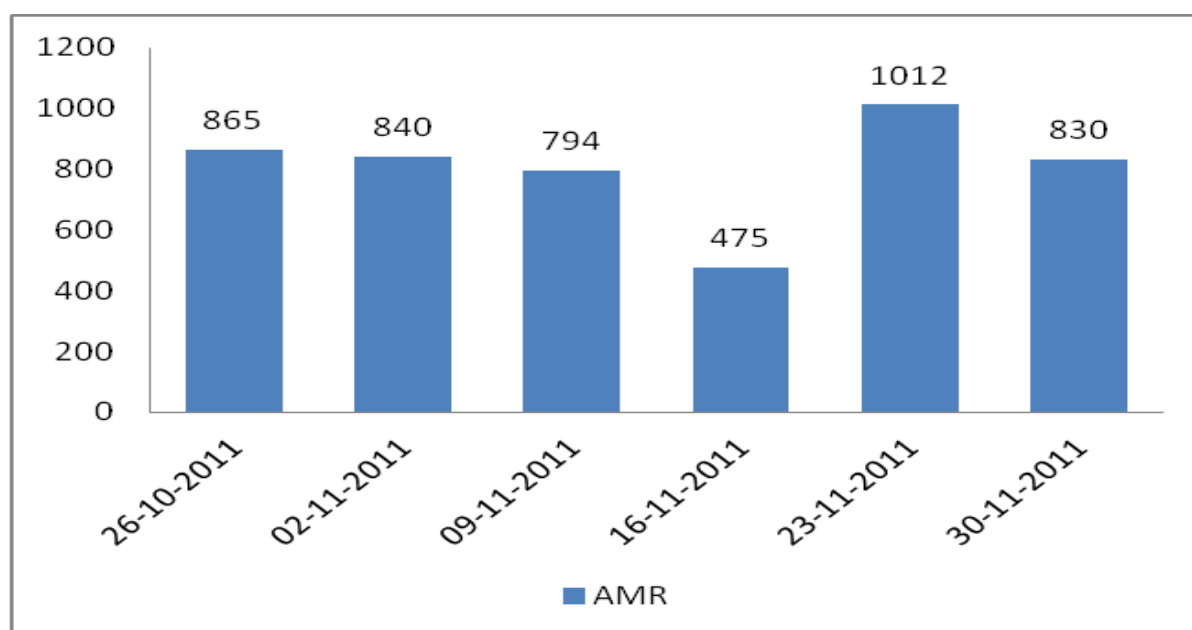
Audycje publicystyczne

Wśród analizowanych audycji publicystycznych największą widownię gromadziła w analizowanym okresie audycja *Tomasz Lis na żywo (TVP 2)*, znacznie mniejszą nowa audycja publicystyczna TVP 1 *Na pierwszym planie*. Nowa propozycja TVP 1 skoncentrowana jest na analizie bieżących problemów gospodarczych, politycznych, społecznych. Nadawana jest w środy i ma nieco większą widownię niż emitowana w tym samym paśmie przed rokiem, ale nieco później, *Warto rozmawiać*.

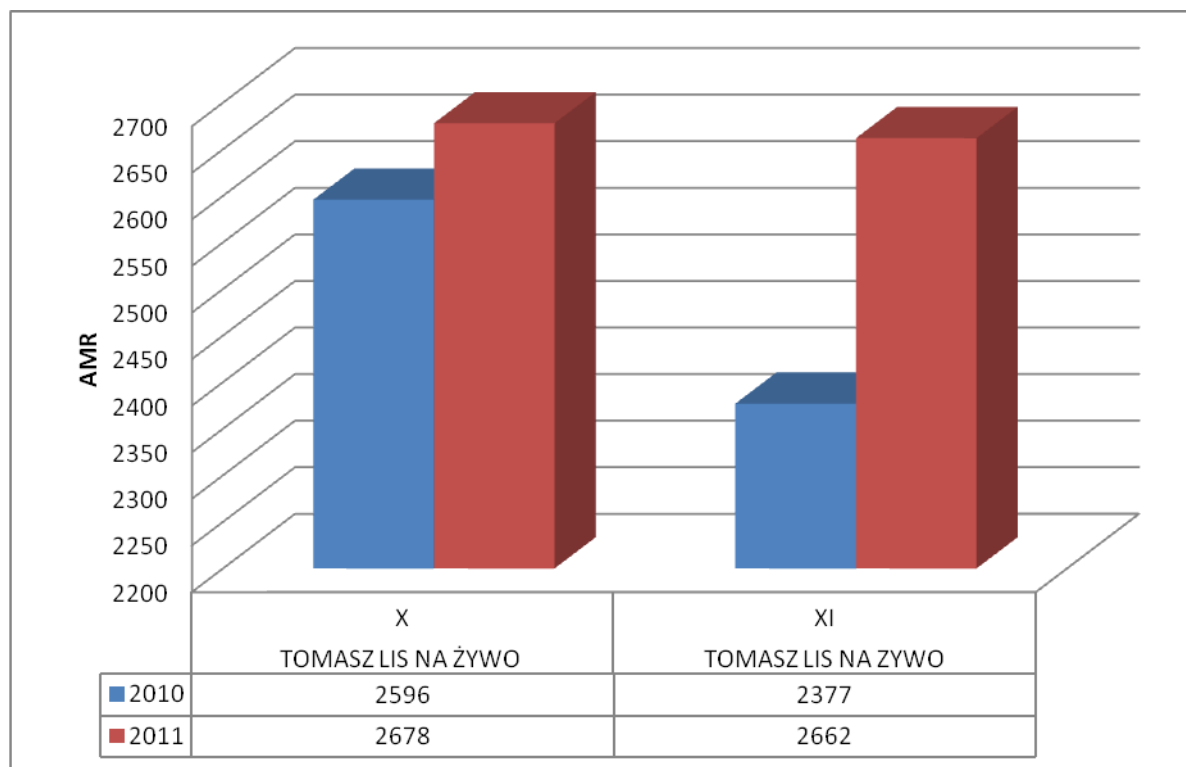
Tomasz Lis na żywo – widownia wydań w październiku i listopadzie 2011



Na pierwszym planie - widownia wydań w październiku i listopadzie 2011



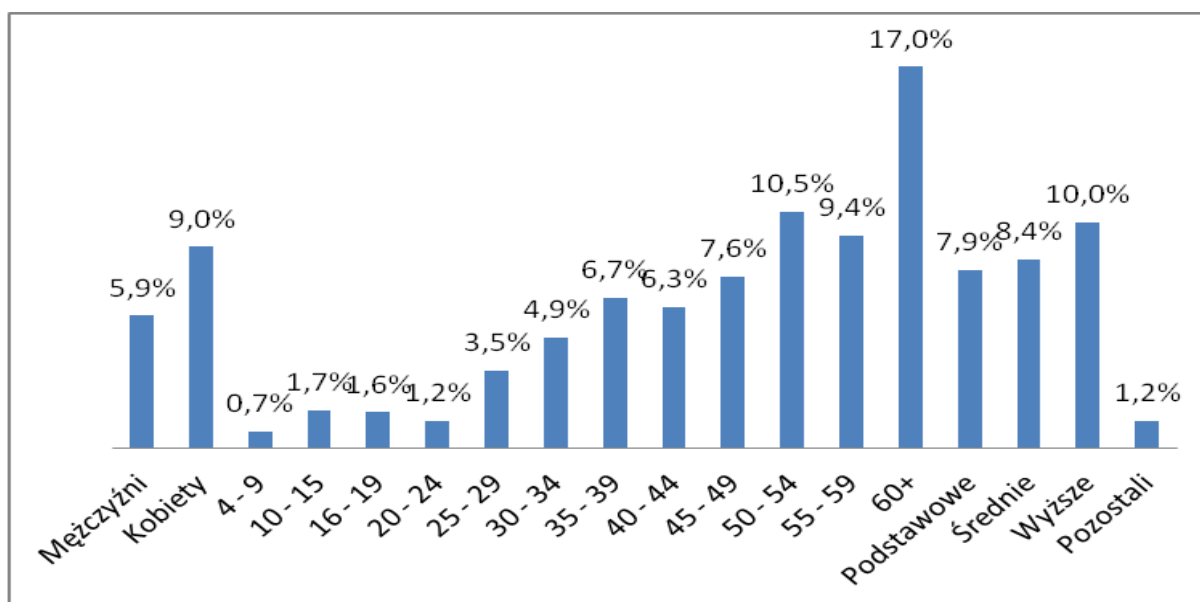
Należy podkreślić, że w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego widzowie wykazywali większe zainteresowanie audycją Tomasza Lisa - jej widownia zwiększyła się w analizowanych miesiącach.



Profil widowni - audycje publicystyczne

Jak wynika z analizy w badanym okresie **audycje publicystyczne** oglądały przede wszystkim kobiety (ponad połowa w strukturze widowni każdej z nich). Widzowie publicystyki, jeśli chodzi o wiek, to głównie osoby po 45 roku życia, przy czym widoczna jest prawidłowość, że zainteresowanie tym rodzajem oferty telewizyjnej rośnie wraz z wiekiem. Najmniejsze jest wśród ludzi młodych w grupach wiekowych poniżej 25 roku życia, największe wśród osób po 60. Zainteresowanie tym rodzajem oferty programowej wykazują przede wszystkim osoby z wykształceniem średnim i wyższym. Szczegółowe dane oraz indywidualne różnice przedstawiono na wykresach.

Profil widowni *Tomasz Lis na żywo* (AMR%)



Profil widowni *Na pierwszym planie* (AMR%)

