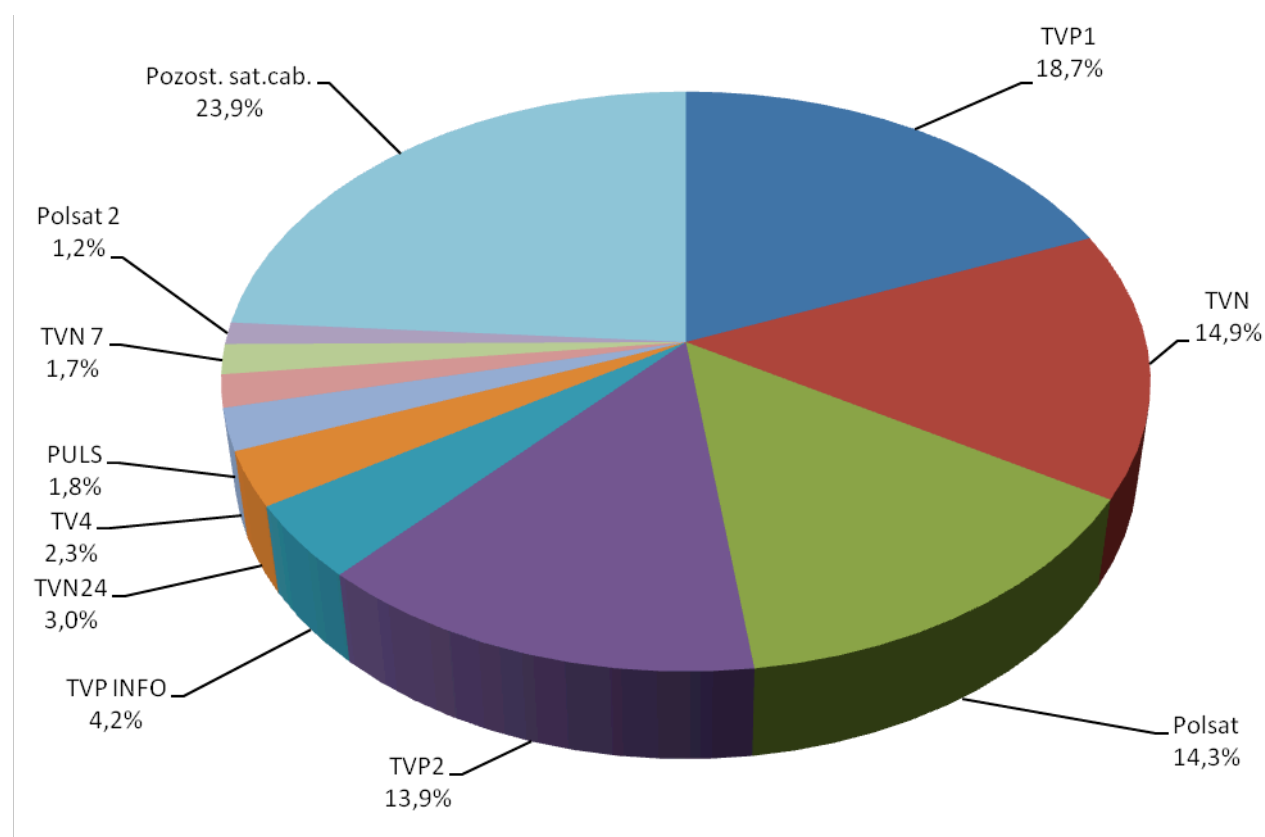


Udział w rynku, wielkość i struktura widowni (wiek, wykształcenie, płeć) programów telewizji publicznej (TVP1, TVP2, TVP Info, TVP Polonia) i koncesjonowanej (TVN, Polsat, TV4, Puls) w I półroczu 2011 r.

W I połowie 2011 roku na pierwszym miejscu w rankingu pod względem udziału w rynku był nadal, mimo spadku widowni, Program 1 TVP SA. Na drugim znalazła się telewizja TVN. Na trzecią pozycję z czwartej w związku ze znacznym wzrostem udziału przesunął się Polsat, zaś Program 2 Telewizji Polskiej SA zajął w rankingu czwarte miejsce. Następne, mimo spadków widowni, były programy informacyjne TVP INFO i TVN 24. W analizowanym półroczu sytuacja w rankingu najchętniej oglądanych przez Polaków programów zmieniła się na lepsze dla Polsatu na gorsze zaś dla TVP 2. Szczegółowe dane o udziale poszczególnych programów przedstawiono na wykresach.

Wykres nr 2. Podział rynku telewizyjnego w I półroczu 2011 roku.



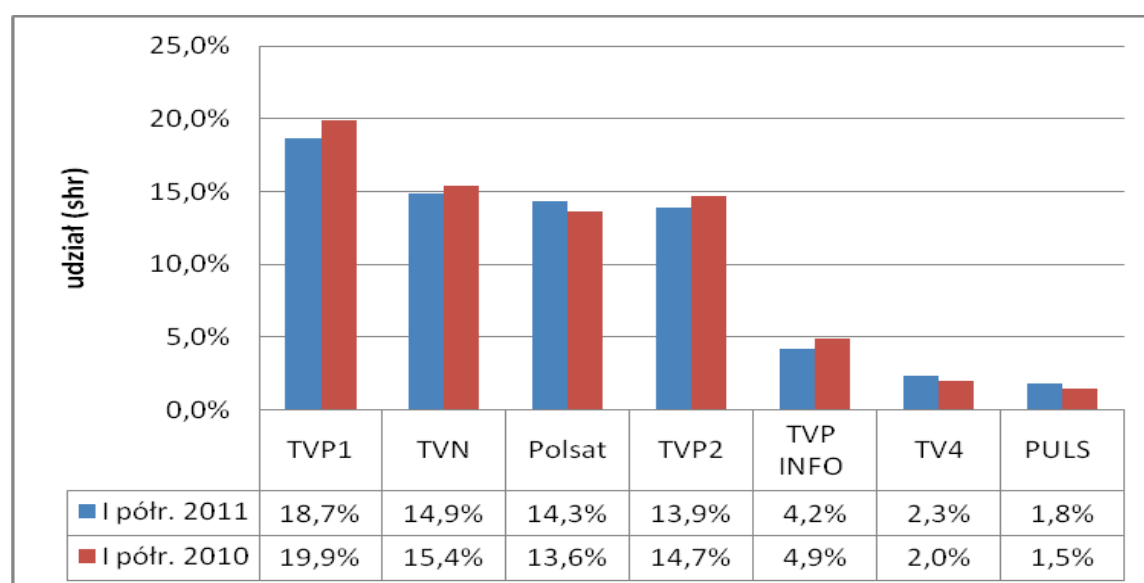
*w kat. pozost. sat. kab. mieszczą się programy, których udział nie przekroczył 1% za wyjątkiem Disney Channel (1,02%) niewyszczególniony odrębnie ze względu na brak polskiej koncesji

Oglądanie wszystkich programów naziemnych (TVP 1, TVP 2, TVP INFO, TV Polsat, TVN, TV 4, Puls) zajmowało widzom łącznie 70,1% czasu przeznaczanego na oglądanie programu telewizyjnego¹, podczas kiedy analogicznym okresie roku ubiegłego było to 71,8%² (spadek o 1,7 punktu proc.).

Sytuacja w tej grupie programów nie była jednorodna: rosły udziały programów koncesjonowanych naziemnych Polsatu, TV 4, Pulsu, malały natomiast udziały programów publicznych TVP1, TVP2, TVP INFO oraz koncesjonowanej TVN.

W dalszym ciągu zmniejszał się udział ogółem 4 największych programów naziemnych. W I półroczu 2011 roku do TVP 1, TVP 2, TVN i Polsat należało łącznie 61,8% udziału (w analogicznym okresie roku ubiegłego 63,5%, tj. 1,7 punktu proc. więcej). Na resztę programów przypadło w sumie ok.38,2% (rok temu 36,5%).

Wykres nr 3. Udziały w widowni programów naziemnych w I półroczu 2011 i 2010.



Statystyczny Polak spędzał w I połowie br. przed telewizorem średnio 4 godziny i 11 minut dziennie czyli o 3 minuty mniej niż rok wcześniej.

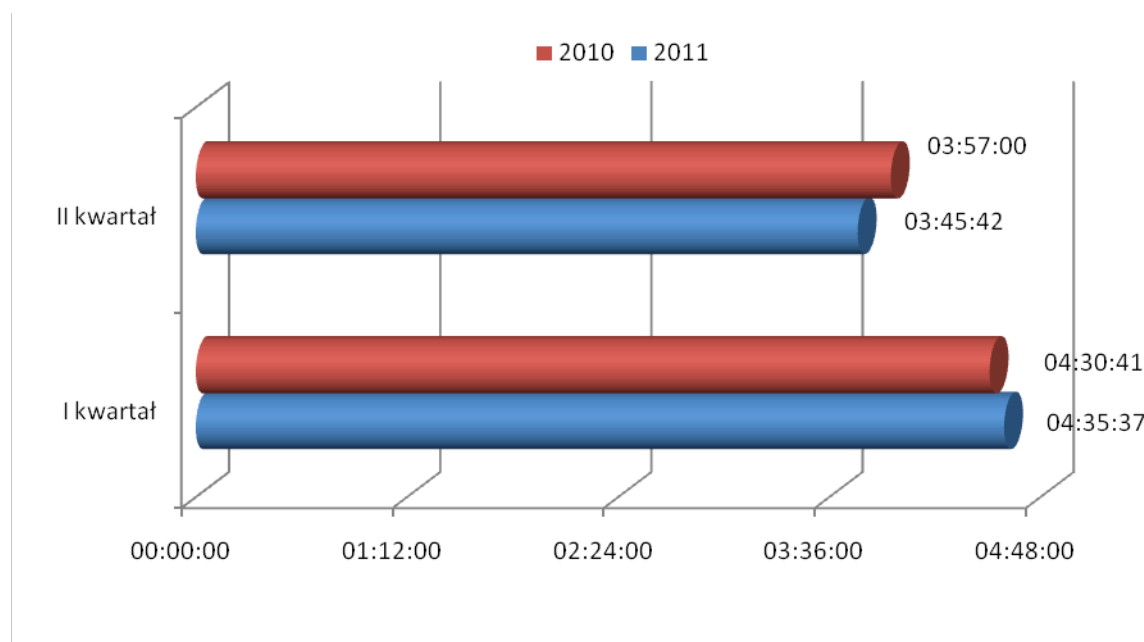
Z analizy wynika jednak, że nie jest to odwrócenie obserwowanej od wielu lat tendencji wzrostowej w tym zakresie a związek z wyjątkowo wydłużonym czasem oglądania telewizji w drugim kwartale ubiegłego roku wynikającym z relacjonowania wydarzeń związanych z katastrofą w Smoleńsku. Wskazują na to dane kwartalne. W I kwartale br.

² SHR % (ang. share) - udział w widowni telewizji ogółem, odsetek czasu spędzonego na oglądaniu konkretnego programu w stosunku do całkowitego czasu spędzonego na oglądaniu telewizji w ogóle.

Polacy oglądali telewizję o 5 minut dłużej niż przed rokiem, natomiast w drugim porównywanym do czasu kiedy miała miejsce katastrofa o 11 minut krócej, co w efekcie zaniżyło wynik półroczny.

Wykres nr 1.

Czas oglądania telewizji w Polsce w I i II kwartale 2011 w porównaniu z I i II kwartałem 2010



I. Programy telewizji publicznej

W badanym okresie do sektora publicznego łącznie (TVP 1, TVP 2, TV Polonia, TVP INFO, TVP Kultura, TVP Seriale, TVP Sport, TVP HD, TVP Historia) należało 36,9% rynku, tj. 3,6 punktu proc. mniej niż przed rokiem (wówczas 40,5%). Dla porównania 5 lat temu, w 2006 roku programy publiczne zajmowały połowę rynku.

Udział w rynku **TVP1 (18,7%) zmniejszył się o 1,2 punktu procentowego w stosunku do I półrocza roku ubiegłego**. O mniejszym zainteresowaniu widowni tym programem świadczy również wartość zasięgu dziennego. W I półroczu 2011 odsetek oglądających wynosił 53%³ i był niższy niż przed rokiem (wówczas 54,8%). Jak wynika z badania, krótszy był również (o 3 minuty) czas oglądania tego programu przypadający na widza, który wyniósł 1 godz. 27 min.

³ RCH% - odsetek osób, które oglądały dany program przez co najmniej jedną minutę. Osoba, która oglądała program dłużej jest wliczana tylko raz.

Spadek udziału w rynku o 0,8 punktu procentowego w stosunku do analogicznego okresu roku 2010 **odnotowała również TVP2**. Udział tego programu w pierwszym półroczu 2011 wyniósł 13,9%, podczas gdy przed rokiem - 14,7%. Podobnie jak w przypadku TVP1 zmniejszył się zarówno zasięg dzienny programu, jak i czas oglądania. W analizowanym okresie każdego dnia program TVP2 oglądało 48,3% Polaków. W I półroczu 2010 roku odsetek oglądających był wyższy: 49,9%. Widzowie poświęcili na oglądanie programu TVP2 średnio 1 godz. 10 min. dziennie, tj. 3 minuty mniej niż przed rokiem.

Mniejszy udział w widowni odnotował także informacyjny program publiczny TVP INFO. Wyniósł on 4,2%, czyli o 0,7 punktu proc. mniej niż w analogicznym okresie roku ubiegłego (wówczas 4,9%). W analizowanym okresie krótszy niż przed rokiem był czas oglądania przypadający na widza, niższy był również odsetek oglądających program. TVP INFO oglądało 25,6% Polaków przez średnio 41 minut dziennie, w 2010 r. (I półrocze): 27,9% przez 44 minut dziennie.

Nieco wzrosły natomiast udziały TVP Polonia. W I półroczu 2011 udział w rynku tego programu wyniósł 0,7%⁴, w analogicznym okresie roku ubiegłego natomiast 0,6%. Wydłużył się czas oglądania tego programu, na tym samym poziomie pozostał natomiast zasięg dzienny. Widz poświęcał programowi 19 min. w ciągu doby (w I półroczu 2010 r. - 17 min.). Zasięg dzienny TVP Polonia w analizowanym półroczu wyniósł 9%.

II. Programy telewizyjne koncesjonowane

Spośród programów koncesjonowanych największy wzrost udziału w I półroczu br. odnotował Polsat. Udział tego programu wyniósł 14,9%, czyli o **1,3 punktu procentowego więcej** niż w analogicznym okresie roku 2010 (wówczas 13,6%). Wartości innych wskaźników, jak zasięg dzienny oraz średni czas oglądania tego programu, świadczą również o większym zainteresowaniu widowni telewizyjnej w porównaniu z rokiem ubiegłym. Średnio w ciągu I półrocza program ten oglądało codziennie 44,4% Polaków. Widzowie poświęcali na jego oglądanie średnio 1 godzinę 21 minut dziennie. W I półroczu 2010 niższy był zarówno odsetek widzów Polsatu (43%), jak i czas oglądania tego programu przez widza (1 godz. 20 min. dziennie).

⁴ W raporcie spośród programów satelitarnych telewizji publicznej omówiono TVP Polonię z uwagi na fakt, że udział pozostałych programów nie przekroczył 0,3%.

Wzrostem udziałów w widowni zakończyło się również I półrocze tego roku dla programu Puls. Udział programu Puls wyniósł 1,8% i zwiększył się o 0,3 punktu procentowego w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego. W analizowanym okresie program ten oglądało każdego dnia 13,4% populacji, podczas gdy przed rokiem 12%. Czas oglądania programu przypadający na widza programu wyniósł 34 minuty i był o 3 minuty dłuższy niż w analogicznym okresie roku ubiegłego.

W I półroczu br. wzrósł w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego udział programu TV4. Program ten osiągnął 2,3% udziału w widowni tj. o 0,3 punktu proc. więcej niż przed rokiem. Zwiększył się zasięg dzienny programu jak i czas jego oglądania przypadający na widza. Każdego dnia TV4 oglądało 20% Polaków a widz poświęcał temu programowi średnio 29 min. w ciągu doby. Przed rokiem niższy był zarówno odsetek oglądających program (19%) jak i czas oglądania przez widza (26 min. dziennie).

Spadek udziału w analizowanym okresie odnotował natomiast program TVN.

W I półroczu 2011 r. TVN uzyskał 14,9% udziału w widowni, czyli o 0,5 punktu procentowego mniej niż w analogicznym okresie roku ubiegłego (wówczas 15,4%). W analizowanym okresie program ten oglądało nieco mniej widzów o czym świadczy niższy niż przed rokiem zasięg dzienny programu (43,4% obecnie, natomiast w I półroczu 2010 - 43,7%). Czas oglądania przypadający na widza programu wyniósł 1 godzinę 26 minut i był również niższy o 3 minuty w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego.

Udziały pozostałych programów przedstawiono w tabeli.

Tab.1. Udziały w rynku pozostałych programów (zarówno koncesjonowanych jak i nie posiadających polskiej koncesji) w I półroczu 2011 r. w porównaniu do I półrocza 2010.⁵

Nazwa programu	I półrocze 2011 (shr %)	I półrocze 2010 (shr %)
TVN24	3,1%	3,3%
TVN7	1,7%	1,6%
Polsat2⁶	1,2%	0,8%
Disney Channel	1,0%	1,2%
Disney XD	0,9%	0,9%
Cartoon Network	0,8%	0,9%
Polsat News	0,8%	0,6%
AXN	0,7%	0,8%
TVP Polonia	0,7%	0,6%
Discovery	0,6%	0,7%
Nickelodeon	0,6%	0,3%
VIVA Polska	0,6%	0,6%
MiniMini	0,6%	0,8%
Eurosport	0,5%	0,7%
Polsat Sport	0,5%	0,5%
TVS	0,4%	0,3%
TVN Turbo	0,4%	0,4%
Comedy Central	0,4%	0,4%
TLC	0,4%	0,0%
National Geographic	0,4%	0,3%
TVN Style	0,4%	0,4%
13th Street Universal	0,4%	0,3%
Kino Polska	0,3%	0,7%
Polsat JimJam	0,3%	0,2%
Tele5	0,3%	0,3%
Ale Kino	0,3%	0,3%
Disney Junior	0,3%	0,0%
Boomerang	0,3%	0,2%
Animal Planet	0,3%	0,3%
TCM	0,3%	0,3%
HBO	0,3%	0,3%
4fun.tv	0,3%	0,2%
Polsat Film	0,3%	0,2%
Discovery Science	0,3%	0,3%
Superstacja	0,3%	0,2%
MTV Polska	0,3%	0,3%
TVP Seriale	0,3%	0,0%
TVP Kultura	0,2%	0,2%
Polsat Cafe	0,2%	0,2%

⁵ W tabeli uwzględniono wszystkie programy, które uzyskały co najmniej 0,1% udziału

⁶ Pogrubioną czcionką zaznaczono programy, które odnotowały największe przyrosty udziałów (w tym nowe programy)

Polsat Play	0,2%	0,2%
TVP Sport	0,2%	0,2%
Discovery World	0,2%	0,3%
Zone Reality	0,2%	0,2%
AXN Crime	0,2%	0,1%
FOXLife	0,2%	0,2%
BBC CBeebies	0,2%	0,5%
Universal Channel	0,2%	0,2%
Comedy Central Family	0,2%	0,1%
Zone Europa	0,2%	0,2%
HBO2	0,2%	0,2%
Polsat Sport Extra	0,2%	0,2%
Nat Geo Wild	0,2%	0,1%
Planete	0,1%	0,2%
Canal+ Sport	0,1%	0,1%
TVP HD	0,1%	0,0%
Canal+	0,1%	0,1%
Canal+ Film	0,1%	0,1%
TVN Meteo	0,1%	0,1%
ITV	0,1%	0,1%
HBO Comedy	0,1%	0,1%
Eska TV	0,1%	0,1%
Travel Channel	0,1%	0,1%
ZigZap/Hyper	0,1%	0,1%
Extreme Sports	0,1%	0,1%
Eurosport2	0,1%	0,1%
TV Trwam	0,1%	0,1%
Zone Romantica	0,1%	0,0%
Club TV	0,1%	0,1%
kuchnia.tv	0,1%	0,1%
BBC Knowledge	0,1%	0,1%
FilmBox	0,1%	0,1%
AXN Sci-Fi	0,1%	0,1%
BBC Entertainment	0,1%	0,1%
Movies 24	0,1%	0,1%
TVP Historia	0,1%	0,0%
HISTORY	0,1%	0,0%
Polonia1	0,1%	0,1%
TVN CNBC	0,1%	0,0%

III. Struktura widowni analizowanych programów

W strukturze widowni większości analizowanych programów nie zaszły istotne zmiany. Wyjątkiem był znaczny przyrost, bo o ok. 1/3 najmłodszych widzów (4-9 lat) w strukturze wiekowej telewizji Puls. W przypadku pozostałych programów telewizji publicznej jak i koncesjonowanych struktura widowni pod względem wieku, wykształcenia, płci przedstawiała się podobnie do analogicznego okresu roku ubiegłego.

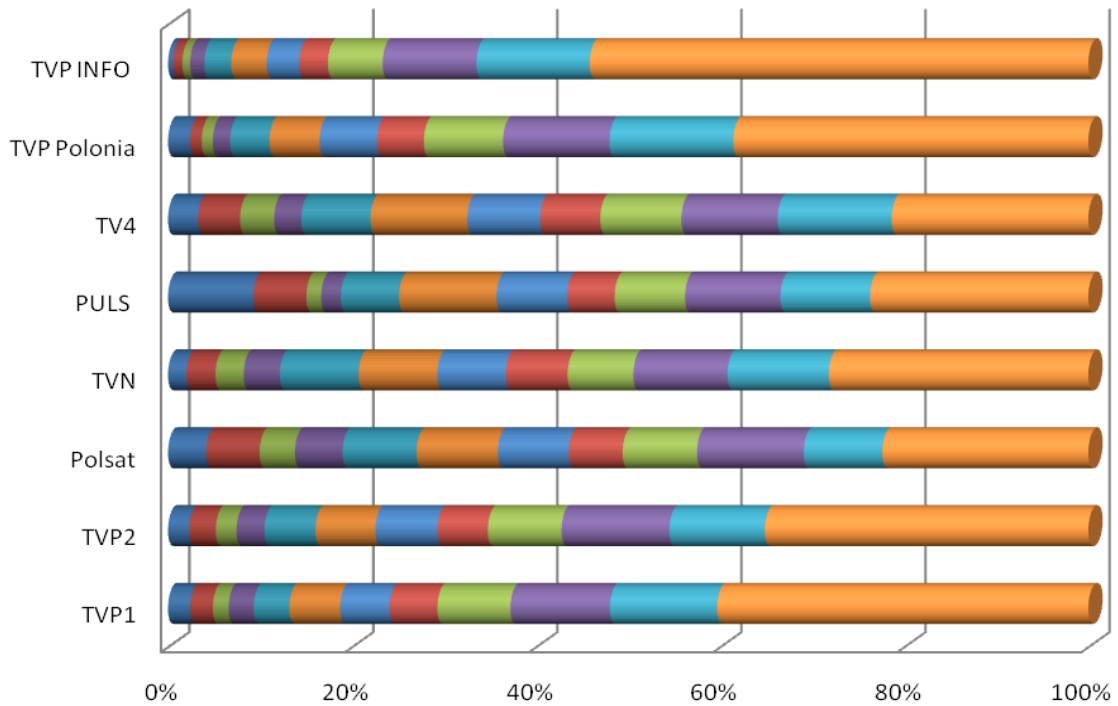
Program TVP 1, podobnie jak TVP 2 oglądało w analizowanym okresie więcej kobiet niż mężczyzn. Zainteresowane nimi były zwłaszcza osoby po 45 roku życia, przy czym najwyższe wskaźniki oglądalności uzyskiwały one wśród widzów po 60 roku życia, z wykształceniem podstawowym. Program informacyjny TVP INFO oglądało nieco więcej kobiet niż mężczyzn. Przyciągał on głównie widownię po 50 r.ż.. Program oglądały głównie osoby z wykształceniem podstawowym i średnim.

Natomiast programem TVP Polonia zainteresowane były zwłaszcza osoby po 45 r.ż. przy czym najwyższą oglądalność osiągał on wśród widzów powyżej 55 lat oraz osób z wykształceniem średnim i wyższym.

Programy koncesjonowane oglądały młodsze osoby niż publiczne. Programem Polsatu była zainteresowana widownia po 30 roku życia, przy czym najwyższą oglądalność odnotowywał wśród widzów między 50 a 55 r.ż. Program przyciągał głównie osoby z wykształceniem podstawowym. Polsat oglądało nieco więcej kobiet niż mężczyzn. Podobnie programem TVN była zainteresowana widownia powyżej 30 lat, jednocześnie najwyższe wskaźniki oglądalności osiągał ten program wśród widzów po 55 r.ż.; z wykształceniem średnim i podstawowym. Program Puls także interesował przede wszystkim młodszą widownię po 30 r.ż. oraz najmłodsze dzieci w grupie wiekowej 4-9 lat., tj. widzów którzy nie ukończyli jeszcze szkoły podstawowej oraz z wykształceniem podstawowym. Puls oglądało więcej kobiet niż mężczyzn. Programem TV4 najbardziej zainteresowani byli również widzowie po 30 r.ż., przy czym najwyższa oglądalność uzyskiwał ten program wśród osób między 55 a 59 rokiem życia oraz osób z wykształceniem podstawowym. Puls oglądało więcej kobiet niż mężczyzn.

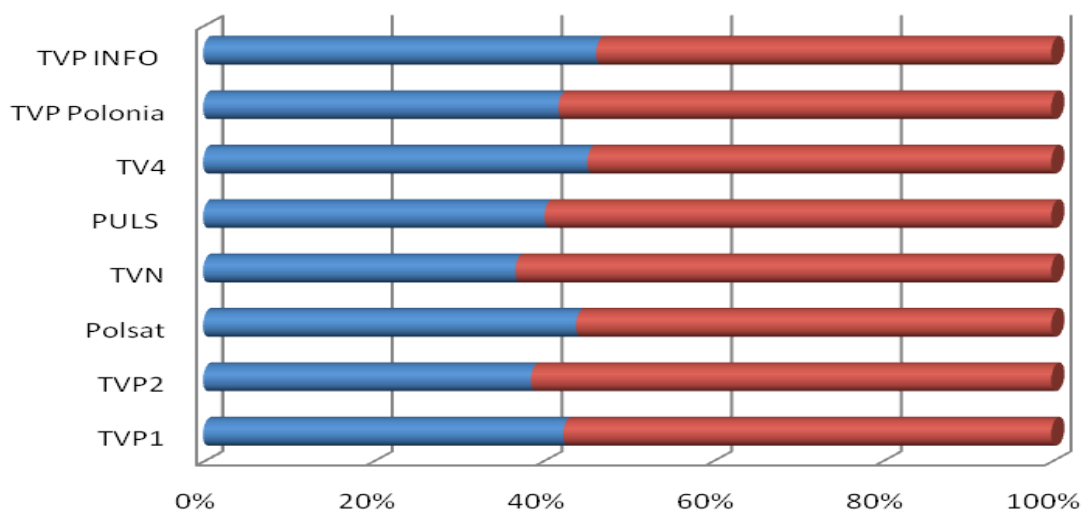
Graficzną interpretację danych przedstawiono poniżej.

Struktura widowni w I półroczu 2011 - wiek



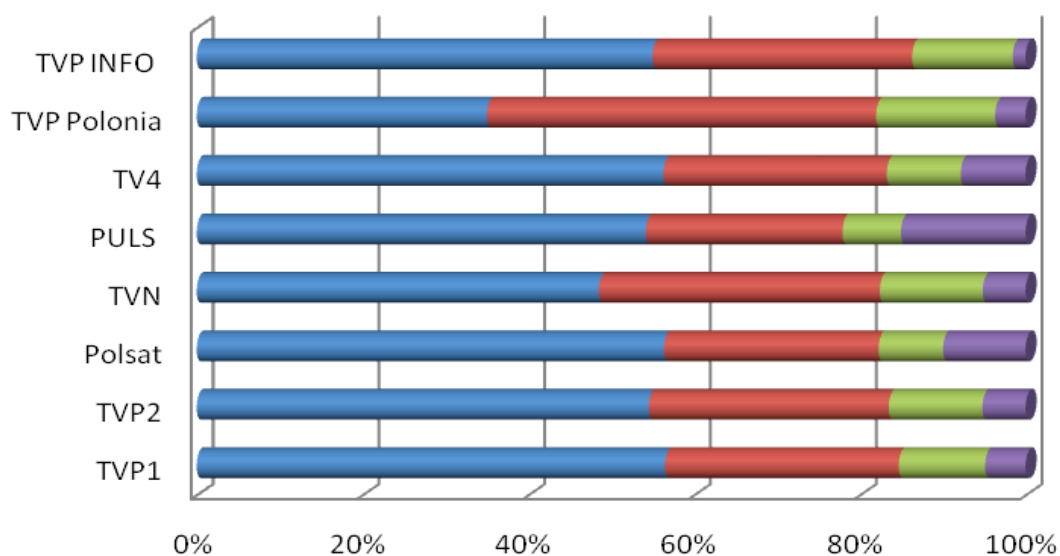
	TVP1	TVP2	Polsat	TVN	PULS	TV4	TVP Polonia	TVP INFO
■ 4-9.	2,41%	2,28%	4,15%	2,00%	9,26%	3,26%	2,40%	0,55%
■ 10-15.	2,46%	2,91%	5,80%	3,16%	5,77%	4,57%	1,26%	1,00%
■ 16 - 19	1,72%	2,26%	3,84%	3,07%	1,61%	3,70%	1,21%	0,86%
■ 20 - 24	2,71%	3,03%	5,18%	3,92%	2,13%	2,95%	1,88%	1,54%
■ 25 - 29	3,89%	5,54%	8,04%	8,56%	6,33%	7,52%	4,27%	2,92%
■ 30 - 34	5,52%	6,51%	8,83%	8,56%	10,60%	10,52%	5,44%	3,85%
■ 35 - 39	5,37%	6,75%	7,72%	7,42%	7,68%	7,91%	6,25%	3,53%
■ 40 - 44	5,20%	5,47%	5,84%	6,72%	5,14%	6,53%	5,08%	3,12%
■ 45 - 49	7,93%	8,01%	8,08%	7,15%	7,66%	8,82%	8,61%	5,95%
■ 50 - 54	10,81%	11,72%	11,60%	10,24%	10,35%	10,46%	11,56%	10,19%
■ 55 - 59	11,66%	10,37%	8,54%	11,00%	9,74%	12,39%	13,45%	12,31%
■ 60+	40,33%	35,15%	22,38%	28,20%	23,71%	21,37%	38,57%	54,17%

Struktura widowni w I półroczu 2011- płeć



	TVP1	TVP2	Polsat	TVN	PULS	TV4	TVP Polonia	TVP INFO
■ Mężczyźni	42,46%	38,66%	43,97%	36,81%	40,26%	45,31%	41,90%	46,33%
■ Kobiety	57,54%	61,34%	56,03%	63,19%	59,74%	54,69%	58,10%	53,67%

Struktura widowni w I półroczu 2011 - wykształcenie



	TVP1	TVP2	Polsat	TVN	PULS	TV4	TVP Polonia	TVP INFO
■ Podstawowe	56,50%	54,54%	56,37%	48,52%	54,18%	56,32%	35,03%	55,00%
■ Średnie	28,20%	28,95%	25,89%	33,91%	23,73%	26,93%	46,95%	31,32%
■ Wyższe	10,43%	11,32%	7,79%	12,42%	7,06%	8,93%	14,36%	12,13%
■ Pozostali	4,87%	5,19%	9,95%	5,16%	15,03%	7,82%	3,67%	1,55%

Podsumowanie

W I półroczu zmniejszał się nadal udział w widowni naziemnych programów telewizyjnych a rósł satelitarno-kablowych. W dalszym ciągu miało miejsce mniejsze zainteresowanie widzów programami o dużym udziale rynkowym. Spadki odnotowały TVP1, TVP2 i TVN. Wyjątkiem w tej grupie programów był wzrost udziałów programu Polsat. Spośród pozostałych programów naziemnych udziały w widowni telewizyjnej powiększyły Puls i TV4. W grupie programów satelitarno – kablowych największy przyrost odnotowały programy Polsat 2 i Polsat News. Spadły natomiast udziały programów informacyjnych TVN 24, podobnie jak TVP Info. Podkreślić należy udany debiut publicznego kanału tematycznego TVP Seriale, który uruchomiony w grudniu 2010, w pierwszym półroczu nadawania osiągnął 0,3% udział w widowni.

Jak wynika z porównania danych największy odsetek osób najstarszych miały w swojej strukturze programy publiczne. Zdecydowanie młodszą widownię skupiały programy koncesjonowane, przy czym największy odsetek widzów najmłodszych miał program Puls, który odnotował znaczny przyrost dziecięcej widowni, w stosunku do roku ubiegłego (o ok. 1/3). Najmniej osób z wykształceniem podstawowym posiadały w swojej strukturze TVP Polonia i TVN. Z kolei największy odsetek osób z wykształceniem wyższym miały TVP Polonia, TVP INFO i TVN. Spośród analizowanych programów najbardziej damską widownię posiadał program TVN.

Analiza i opracowanie: Justyna Reisner