

**BIURO  
KRAJOWEJ RADY  
RADIOFONII  
I TELEWIZJI**



**DEPARTAMENT  
PROGRAMOWY**

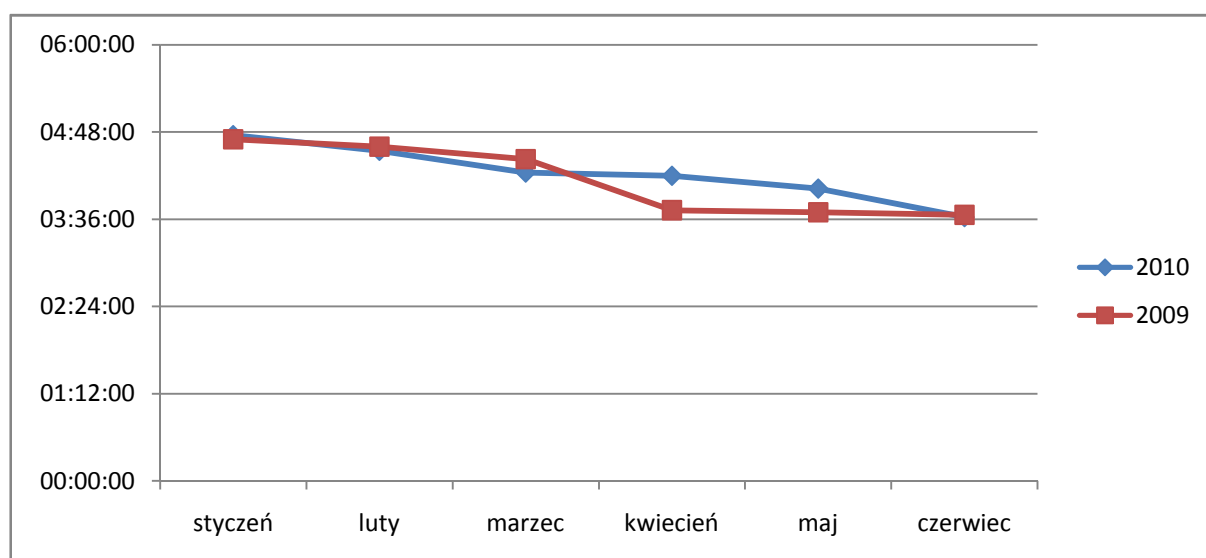
**Udział w rynku, wielkość i struktura widowni  
(wiek, wykształcenie) programów telewizji  
publicznej (TVP1, TVP2, TVP Info, TVP Polonia)  
i koncesjonowanej (TVN, Polsat, TV4, Puls)  
w II kwartale 2010 roku**

(analiza na podstawie danych AGB)

**WARSZAWA 2010**

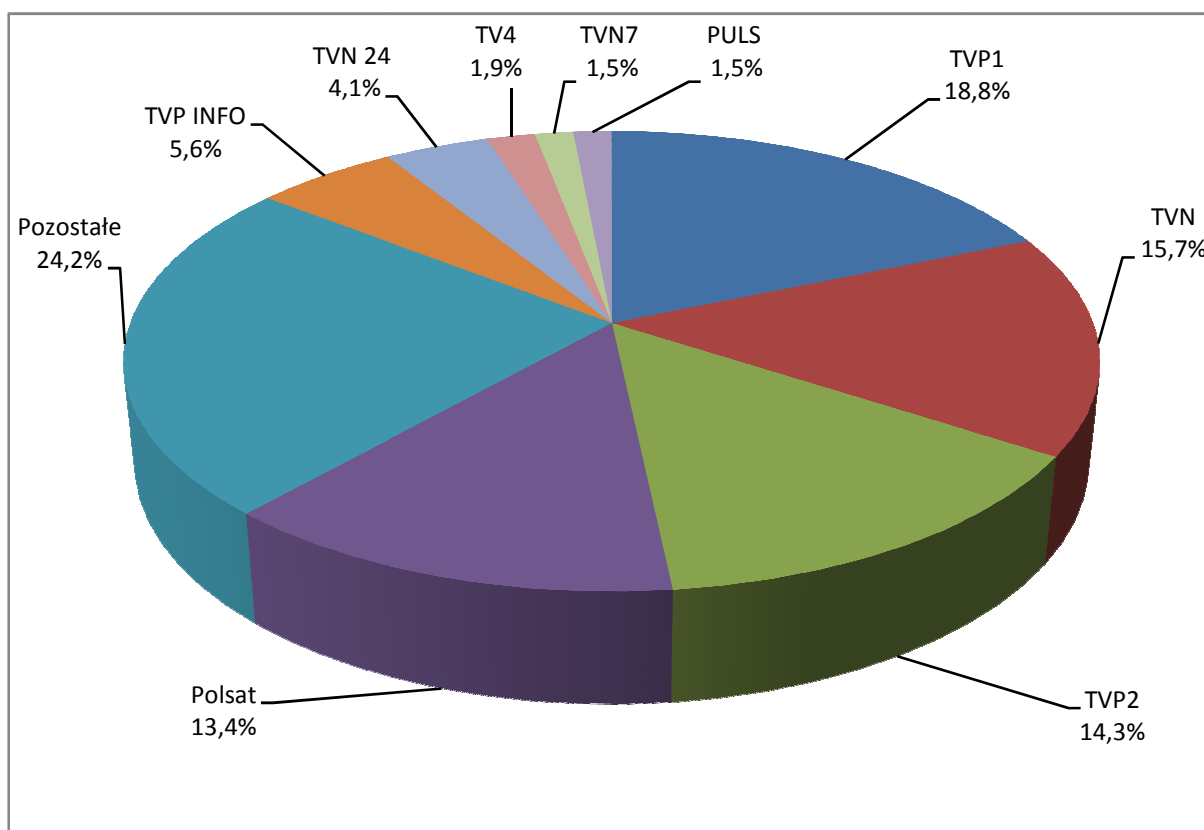
W II kwartale 2010 roku statystyczny Polak oglądał telewizję przez średnio 3 godziny 57 minut dziennie, tj. o 16 minut dłużej niż w analogicznym okresie roku ubiegłego (przed rokiem 3 godz. 41 min., dwa lata temu 3 godz. 36 minut). Z analizy danych miesięcznych wynika, że znaczny przyrost czasu oglądania telewizji był spowodowany zainteresowaniem Polaków relacjami telewizyjnymi związanymi z katastrofą samolotu prezydenckiego w Smoleńsku. Czas ten był wyższy w kwietniu i maju, w czerwcu natomiast wrócił do poziomu roku ubiegłego.

**Wykres 1. Czas oglądania telewizji w kolejnych miesiącach 2010 r. w porównaniu z 2009**



Najchętniej oglądanym programem pozostawała tradycyjnie już TVP1 – 18,8%, wyprzedzając o kilka punktów procentowych pozostałe programy. Drugi pod względem udziałów program TVN (15,7%) osiągnął udział o 3,1 punktu procentowego niższy niż TVP1. Na trzeciej pozycji znalazła się TVP2 (14,3%) z udziałem niższym o 4,5 punktu procentowego w stosunku do TVP1. Czwartą pozycję zajmował Polsat (13,4%): 5,4 punktu procentowego mniej niż TVP1. Szczegółowe dane dotyczące wielkości udziałów poszczególnych programów przedstawiono na wykresie poniżej.

**Wykres 2. Podział rynku telewizyjnego w II kwartale 2010**



\* W kategorii pozostałe mieszczą się pozostałe telewizyjne stacje satelitarne, kablowe, których udział w widowni nie przekroczył 1% (za wyjątkiem Disney Channel 1,2 % , niewyszczególniony odrębnie z uwagi na brak polskiej koncesji)

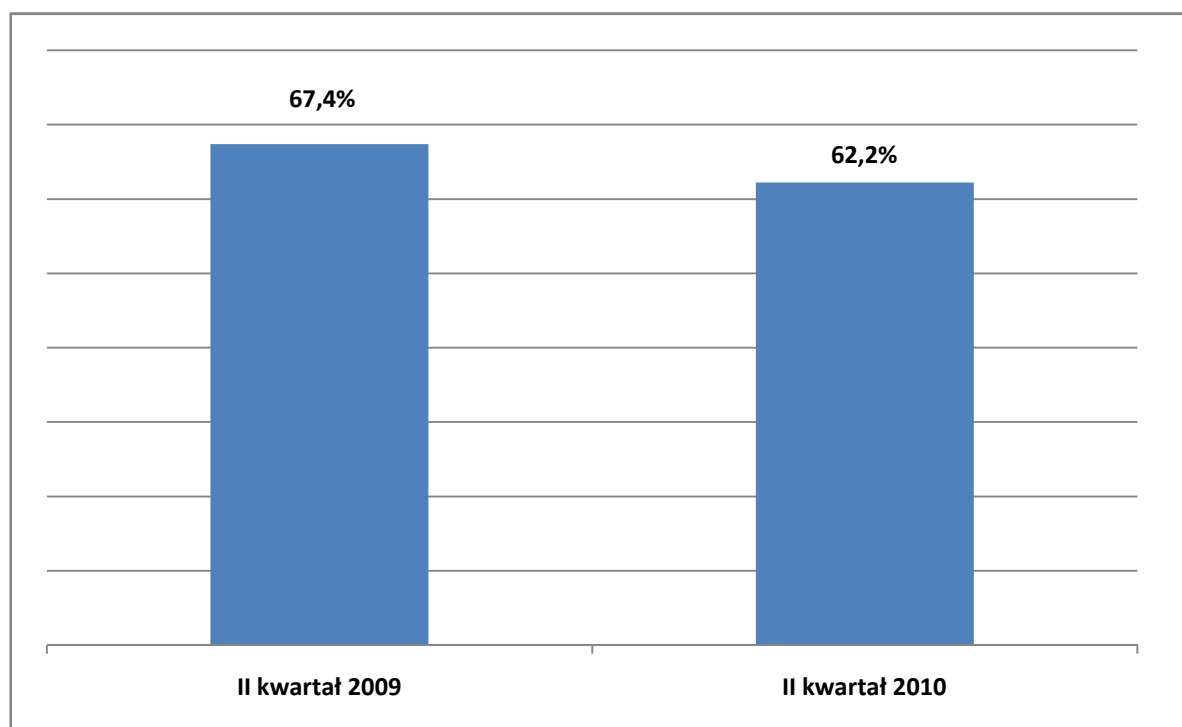
W analizowanym okresie programy uniwersalne o największym udziale w rynku (TVP1, TVP2, TVN, Polsat) uzyskały ogółem wynik gorszy w porównaniu z analogicznym okresem 2009. Ich łączny udział (62,2%<sup>1</sup>) zmniejszył się o 5,2 punktu procentowego w stosunku do roku ubiegłego. Przed rokiem, tj. w drugim kwartale 2009 programy te osiągnęły 67,4% udziału w widowni, a dwa lata temu 72,7 % (ok. 10 punktów procentowych więcej niż obecnie).

Natomiast łączny udział w widowni programów naziemnych (TVP 1, TVP 2, TVP 3, Polsat, TVN, TV 4, Puls) wyniósł 71,2%, podczas gdy w analogicznym okresie roku ubiegłego 74,8% (dwa lata temu 79,2%). Jednocześnie odpowiednio wzrastał udział ogółem programów satelitaro – kablowych: 28,8% w II kwartale 2010, przed rokiem 25,2%.

Szczegółowa analiza w dalszej części raportu.

<sup>1</sup> SHR % (ang. share) - udział w widowni telewizji ogółem, odsetek czasu spędzonego na oglądaniu konkretnego programu w stosunku do całkowitego oglądania telewizji, tj. wszystkich programów telewizyjnych

**Wykres 3. Łączne udziały w widowni telewizyjnej TVP1, TVP2, Polsat, TVN**



## **I. Programy telewizji publicznej**

W badanym kwartale do programów TVP1, TVP2, TVP Polonia, TVP INFO należało łącznie 39,4% widowni, podczas gdy przed rokiem w analogicznym okresie było to – 42,2%, dwa lata temu – 43,9%. Nastąpił dalszy spadek udziałów telewizji publicznej (o 2,8 punktu procentowego w stosunku do analogicznego okresu roku 2009).

Udział w rynku **TVP1 (18,8%) zmniejszył się o 2,3 punktu procentowego w stosunku do II kwartału roku ubiegłego**. Wartości innych wskaźników, takich jak zasięg dzienny czy średni dzienny czas oglądania, świadczą również o mniejszym zainteresowaniu widowni telewizyjnej. Jak wynika z badania krótszy niż przed rokiem był czas oglądania tego programu przypadający na widza, niższy był również odsetek oglądających. Program TVP1 oglądało w badanym okresie 52,9% Polaków<sup>2</sup> poświęcając mu 1 godz. 24 min. dziennie (w II kwart. 2009 r.: 53,3% Polaków przez 1 godz. 27 min.).

**Spadek udziału w rynku o 1,1 punktu procentowego** w stosunku do analogicznego okresu roku 2009 **odnotowała również TVP2**. Udział tego programu w drugim kwartale 2010 wyniósł 14,3%, podczas gdy przed rokiem - 16,1%. Podobnie jak w przypadku TVP1

<sup>2</sup> RCH% - odsetek osób, które oglądały dany program przez co najmniej jedną minutę. Osoba, która oglądała program dłużej jest wliczana tylko raz.

zmniejszył się zarówno zasięg dzienny, jak i czas oglądania. W analizowanym kwartale każdego dnia program TVP2 oglądało 48% Polaków. Widzowie poświęcili mu średnio 1 godz. 9 min. dziennie. W II kwartale 2009 roku odsetek oglądających był nieco wyższy (48,3%), dłuższy był również czas oglądania tego programu przypadający na widza (1 godz. 13 min. dziennie).

W odróżnieniu od TVP1 i TVP2, **wzrostem udziałów w widowni zakończył się drugi kwartał tego roku dla programu TVP INFO.** Udział w rynku wyniósł 5,6%, czyli o 1,3 punktu proc. więcej niż w analogicznym okresie roku ubiegłego (wówczas 4,3%). W analizowanym okresie znacznie dłuższy niż przed rokiem był czas oglądania tego programu przypadający na widza. Wyższy był również odsetek oglądających program. TVP INFO oglądało 28,4% Polaków przez średnio 46 minut dziennie (w II kwart. 2009 r.: 25,1% przez 38 minut dziennie).

**Stabilna była sytuacja TVP Polonia. W II kwartale 2010 udział w rynku tego programu wyniósł 0,7%<sup>3</sup>, czyli tyle co w analogicznym okresie roku ubiegłego.** Zasięg dzienny TVP Polonia w analizowanym kwartale wyniósł 9% i był nieco wyższa niż przed rokiem, natomiast o 1 minutę krótszy w stosunku do II kwartału 2009 był czas oglądania. Widz poświęcał temu programowi 18 min. w ciągu doby (w II kwart. 2009 r. - 19 min.).

## **II. Programy telewizyjne koncesjonowane**

**Spośród programów koncesjonowanych spadek udziału w II kwartale br. odnotował Polsat.** Udział tego programu wyniósł 13,4%, czyli o 1,4 punktu procentowego mniej niż w analogicznym okresie roku 2009 (wówczas 14,8%). Zasięg dzienny oraz średni czas oglądania tego programu, świadczą również o mniejszym zainteresowaniu widowni telewizyjnej w porównaniu z rokiem ubiegłym. Średnio w ciągu II kwartału program ten oglądało codziennie 41,3% Polaków. Widzowie poświęcili na oglądanie programu telewizji Polsat średnio 1 godzinę 16 minut dziennie. W II kwartale 2009 wyższy był zarówno odsetek widzów (42,5%), jak i czas oglądania tego programu przez widza (1 godz. 17 min. dziennie).

**W II kwartale zmniejszył się też udział w rynku programu TV4.** Program ten osiągnął 1,9%, co oznacza spadek o 0,2 punktu proc. w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego. Zmniejszył się zarówno zasięg dzienny jak i czas oglądania przypadający na

---

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

widza. Każdego dnia TV4 oglądało 18,1% Polaków. Widz poświęcał temu programowi średnio 25 min. w ciągu doby, czyli mniej niż przed rokiem (w II kwart. 2009 r. 26 min. dziennie).

**Wzrost udziału w analizowanym okresie odnotował natomiast program TVN.** W II kwartale 2010 r. TVN uzyskał 15,7% udziału w widowni, czyli o 0,3 punktu procentowego więcej niż w analogicznym okresie roku ubiegłego (wówczas 15,4%). W analizowanym okresie program ten oglądało więcej widzów, dłuższy był również czas oglądania przypadający na widza. Każdego dnia 42,3% Polaków oglądało ten program średnio przez 1 godz. 28 min. dziennie. W II kwartale 2009: 40,8% Polaków przez 1 godz. 23 min. dziennie.

**Znaczącym wzrostem udziałów w widowni zakończył się też drugi kwartał tego roku dla programu Puls.** Udział w rynku programu Puls wyniósł 1,5% i zwiększył się o 0,5 punktu procentowego w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego. Średnio program ten oglądało każdego dnia w analizowanym okresie 11,6% populacji, podczas gdy przed rokiem 9,2%. Czas oglądania programu przypadający na widza programu wyniósł 29 minuty i był o 4 minuty dłuższy niż przed rokiem.

Udziały pozostałych programów (zarówno koncesjonowanych jak i nie posiadających polskiej koncesji) przedstawiono w tabeli.

**Tab. 1.** Udziały programów (zarówno koncesjonowanych jak i nie posiadających polskiej koncesji) w II kwartale 2010 r. w porównaniu do II kwartału 2009

Nazwa programu	II kwartał 2010 (shr %)	II kwartał 2009 (shr %)
<b>TVN24</b>	<b>4,13%</b>	<b>2,75%</b>
TVN7	1,52%	1,57%
Disney Channel	1,18%	1,01%
Cartoon Network	0,90%	0,84%
AXN	0,88%	0,73%
Disney XD <sup>4</sup>	0,87%	0,00%
Polsat2	0,79%	0,84%
<b>Polsat News</b>	<b>0,77%</b>	<b>0,28%</b>
MiniMini	0,76%	0,78%
<b>Kino Polska</b>	<b>0,69%</b>	<b>0,34%</b>
Viva Polska	0,64%	0,63%
Discovery	0,63%	0,61%
Polsat Sport	0,49%	0,63%

<sup>4</sup> Zastąpił Jetix, osiągając udziały na podobnym poziomie

BBC CBeebies	0,46%	0,40%
Comedy Central	0,45%	0,37%
TVN Turbo	0,40%	0,40%
TVS	0,40%	0,21%
TVN Style	0,39%	0,43%
Eurosport	0,33%	0,40%
Hallmark	0,32%	0,36%
Tele5	0,32%	0,31%
Nickelodeon	0,31%	0,16%
MTV Polska	0,28%	0,31%
Discovery World	0,28%	0,31%
Ale Kino	0,28%	0,28%
Animal Planet	0,28%	0,24%
TVP Sport	0,28%	0,24%
Superstacja	0,27%	0,22%
TCM	0,27%	0,17%
National Geographic	0,25%	0,28%
Discovery Science	0,25%	0,26%
Boomerang	0,23%	0,28%
TVP Kultura	0,22%	0,19%
Polsat Sport Extra	0,20%	0,21%
Polsat Play	0,19%	0,16%
Polsat JimJam	0,19%	0,00%
4FunTV	0,18%	0,26%
Zone Europa	0,17%	0,17%
Foxlife	0,16%	0,20%
Polsat Cafe	0,16%	0,10%
Polsat Film	0,16%	0,00%
National Geo. Wild	0,16%	0,00%
Planete	0,15%	0,16%
Zone Reality	0,15%	0,14%
TVN Meteo	0,14%	0,14%
Universal	0,14%	0,00%
MTV Classic	0,13%	0,16%
ZigZap/Hyper	0,13%	0,15%
Canal+	0,13%	0,13%
FilmBox	0,13%	0,10%
Movies 24	0,12%	0,17%
Zone Club	0,11%	0,18%
Canal+ Sport	0,11%	0,14%
Discovery Travel and Living	0,10%	0,00%
BBC Knowledge	0,09%	0,07%
AXN Crime	0,09%	0,06%
AXN Sci-Fi	0,08%	0,13%
Travel Channel	0,08%	0,06%
Eska TV	0,08%	0,00%
ITV	0,07%	0,11%
BBC Lifestyle	0,07%	0,09%
BBC Entertainment	0,07%	0,06%

Jetix Play	0,06%	0,08%
Kuchnia.tv	0,06%	0,08%
Polonia1	0,06%	0,05%
Extreme Sports	0,06%	0,04%
Zone Romantica	0,04%	0,06%
Mango 24	0,03%	0,03%
VIVA (niem.)	0,02%	0,03%
Canal+ Sport 2	0,02%	0,03%
Domo	0,02%	0,02%
Polsat Futbol	0,02%	0,00%
Orange Sport Info	0,02%	0,00%
TVP Historia	0,01%	0,02%
Wedding TV	0,01%	0,01%
Rebel.tv	0,01%	0,00%
Jetix	0,00%	0,87%

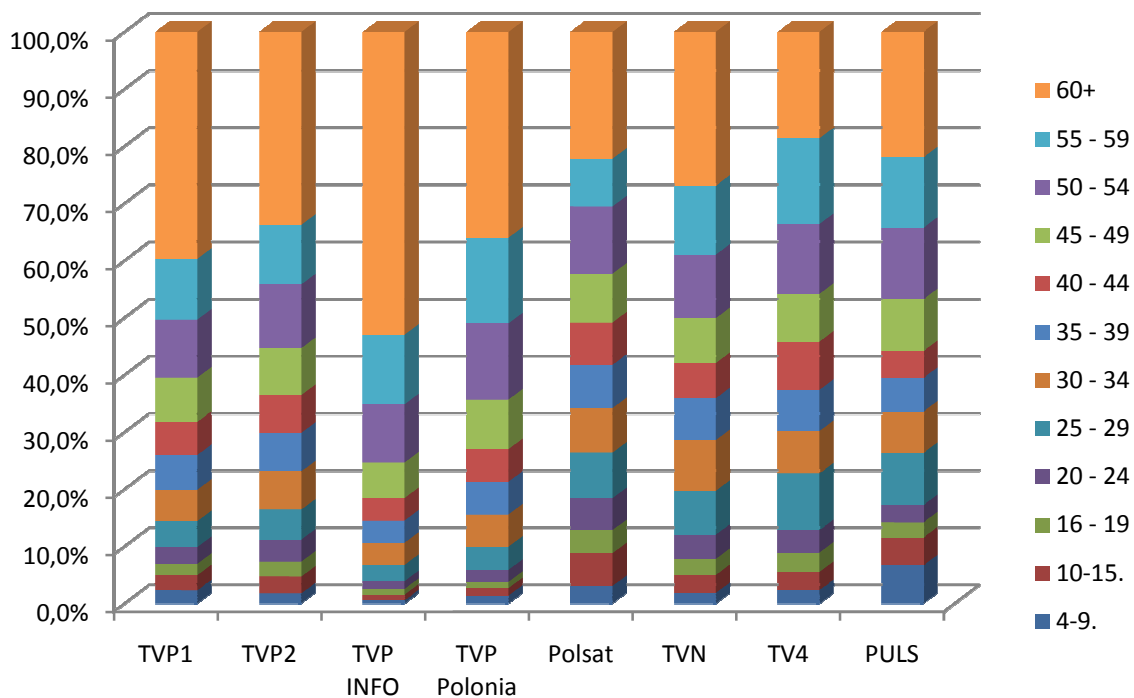
### III. Struktura widowni analizowanych programów

W strukturze widowni analizowanych programów nie zaszły istotne zmiany. Podobnie jak przed rokiem programy koncesjonowane gromadziły młodszą widownię niż publiczne. Widownia programów koncesjonowanych była równocześnie bardziej zróżnicowana pod względem wieku niż widownia programów publicznych. W programach publicznych wyższy był odsetek osób z wykształceniem podstawowym niż w programach koncesjonowanych za wyjątkiem TVP Polonia, która przyciągała wykształconych widzów. Spośród charakteryzowanych programów telewizji publicznej jak i koncesjonowanych najbardziej damską widownię miała telewizja TVN.

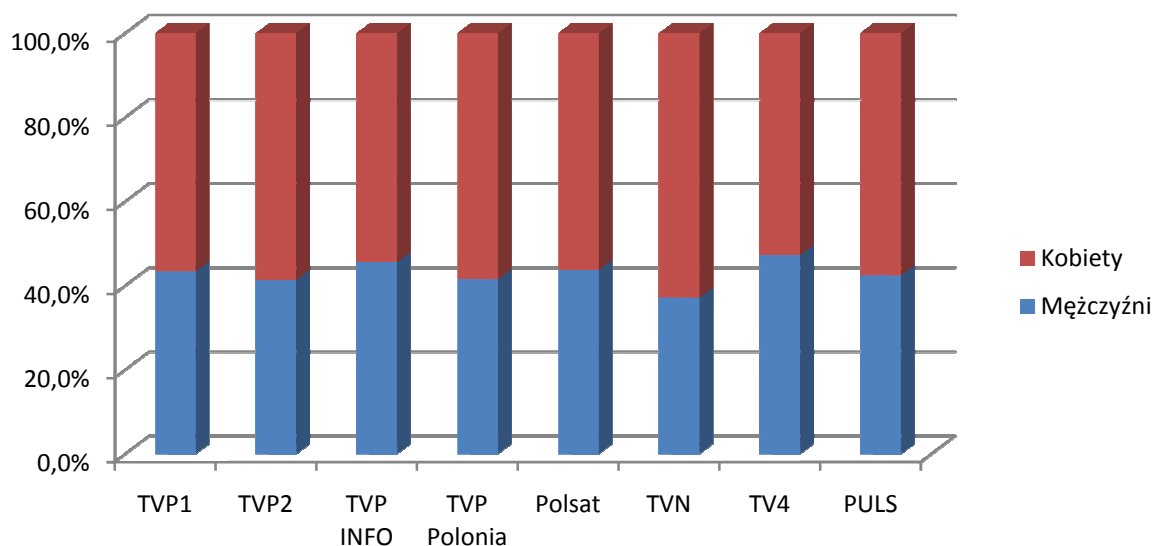
Zarówno w przypadku programów telewizji publicznej jak i koncesjonowanych struktura widowni pod względem wieku, wykształcenia, płci przedstawiała się podobnie do analogicznego okresu roku ubiegłego. Szczegółową analizę poszczególnych programów oraz graficzną interpretację danych przedstawiono poniżej.

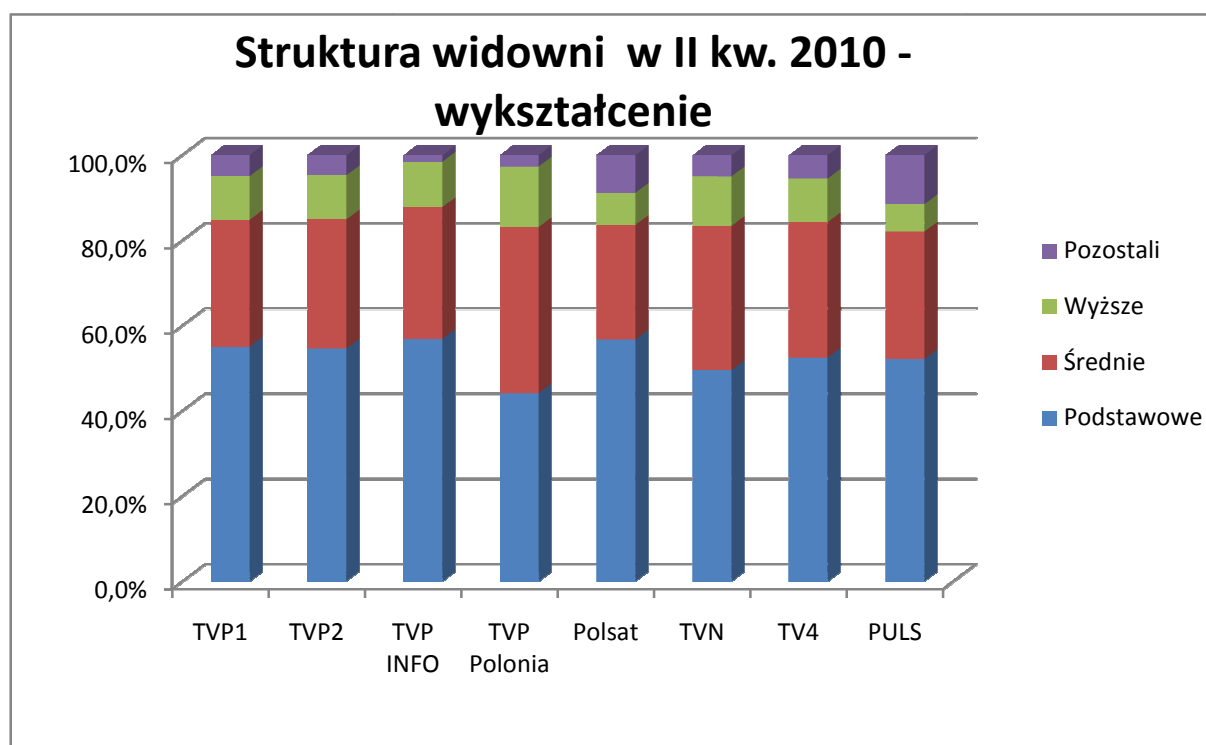


## Struktura widowni w II kw. 2010 - wiek



## Struktura widowni w II kw. 2010 - płeć





W widowni **TVP1** ponad połowę (55%) stanowiły osoby z wykształceniem podstawowym, blisko jedną trzecią z wykształceniem średnim (30%). Widzowie z wykształceniem wyższym stanowili jedną dziesiątą (10%)<sup>5</sup>. Wśród widzów tego programu więcej było kobiet (57%) niż mężczyzn (43%). W strukturze wiekowej prawie 70%<sup>6</sup> to osoby po 45 roku życia. Widzowie młodszy, tj. między 25-45 lat, stanowili niespełną jedną czwartą osób oglądających program, a widzowie najmłodszy (między 4 a 16 rokiem życia) – 5%. Najmniej liczną grupą wiekową była młodzież w wieku 16-24 lata (niespełna 5%).

Przeważającą część widowni **TVP2**, podobnie jak w TVP1, stanowiły osoby starsze i w średnim wieku: 63% stanowiły osoby, które ukończyły 45 rok życia. Co trzeci widz to osoba powyżej 60 roku życia. Grupa wiekowa 25-44 lat stanowiła jedną czwartą oglądających ten program. W strukturze widowni mniej liczne grupy to młodzi odbiorcy. Po około 7% widowni stanowiły dzieci poniżej 16 roku życia oraz młodzież (16-24 lata). Struktura widowni TVP 2 pod względem wykształcenia kształtowała się następująco: wykształcenie średnie 30%, podstawowe 55 %, wyższe około 10%.

**TVP INFO** oglądana była przede wszystkim przez osoby starsze i w średnim wieku. Prawie 53% stanowiły osoby powyżej 60 roku życia, a jedną czwartą - widzowie między 45 a 60 rokiem życia, grupa 25-44 lata stanowiła jedną siódmą widzów. Osoby poniżej 24 roku

<sup>5</sup> Pozostali, to osoby które nie ukończyły szkoły podstawowej, a więc przede wszystkim dzieci w wieku przedszkolnym i uczniowie szkół podstawowych.

<sup>6</sup> ADH% - to % wybranej grupy docelowej w stosunku do całkowitej widowni danego programu

życia to ok. 4% widzów TVP 3, z czego ponad jedną trzecią stanowiły dzieci między 4 a 15 rokiem życia (ok. 1,6%). Z analizy struktury wykształcenia widzów TVP 3 wynika, że najliczniejszą grupą były osoby z wykształceniem podstawowym (57%), następnie średnim (31%) i wyższym (11%).

Struktura widowni **TVP Polonia** pod względem wieku przedstawiała się następująco. TVP Polonię oglądały głównie osoby powyżej 45 roku życia. Stanowiły one ponad dwie trzecie widowni: 37% odbiorców byli to widzowie między 45 a 60 r.ż. a 36% powyżej 60 roku życia. Widzów między 35 – 44 rokiem życia było ok. 11% w strukturze widowni. Młodszy widzowie (między 25 a 34 rokiem życia) – stanowili ok. 11%. Najmniejszą grupą widzów TVP Polonia była młodzież (grupa 16-24 lata) - 3% i dzieci (grupa 4-15 lat) - blisko 3%. Wśród widzów TVP Polonia 44% posiadało wykształcenie podstawowe bądź zawodowe i prawie tyle samo było osób z wykształceniem średnim (39%). Wykształcenie wyższe miało 14% oglądających.

Widzami **Polsatu** były przede wszystkim osoby w średnim wieku. Prawie jedna trzecia (31%) oglądających była w wieku 25-44 lata, nieco mniej widzów to osoby w przedziale 45 – 59: 29%. Osoby starsze (powyżej 60 roku życia) stanowiły ok. jedną piątą widzów Polsatu (22%). Natomiast 19% to osoby, które nie ukończyły 24 roku życia, w tym 9% dzieci (grupa 4-15 lat).

W strukturze wykształcenia ponad połowa osób oglądających ten program (57%) legitymowała się wykształceniem podstawowym. Osoby z wykształceniem średnim stanowiły ponad jedną czwartą widzów tego programu stanowiły (27%). Najmniej, bo ok. 8% wśród oglądających Polsat było osób z wykształceniem wyższym.

Wśród widzów **TVN** wykształcenie podstawowe posiadała połowa (50%), widzów z wykształceniem średnim było ponad jedna trzecia. Wykształcenie wyższe miało 12% oglądających ten program. Struktura widowni TVN pod względem wieku była zróżnicowana. Osoby, które ukończyły 60 lat stanowiły 27% widzów. W grupie wiekowej 45-59 było ok. jedna trzecia widzów. Tyle samo stanowiły osoby między 25 a 44 rokiem życia. Młodszy, tj. poniżej 24 roku życia oraz dzieci to 12% widzów tego programu w tym dzieci poniżej 15 roku życia. ok. 5%.

Z analizy struktury wieku widzów **TV 4** wynika, że najliczniejszą grupą były osoby w wieku 35-44 i 45-55 lat. Stanowiły one łącznie ponad jedną trzecią wszystkich oglądających TV4. Osoby młode (między 25-34 r.ż.) stanowiły 15% widowni,

a najmłodszy (którzy nie ukończyli 24 lat) to około jedna piąta widzów tego programu. Prawie jedną piątą widzów stanowiły również osoby po 60 roku życia. Wśród widzów TV 4 najliczniejszą grupą były osoby posiadające wykształcenie podstawowe - 47%, mniejszą osoby z wykształceniem średnim - 32%. Około 11% osób oglądających ten program posiadało wykształcenie wyższe.

Struktura widowni **TV Puls** pod względem wieku przedstawiała się następująco. Program telewizji Puls oglądały głównie osoby powyżej 45 roku życia. Stanowiły one ponad połowę widowni: 34% odbiorców byli to widzowie między 45 a 60; natomiast 22% powyżej 60 roku życia. Młodsza widownia stanowiła mniejszą grupę: widzowie między 25 a 45 rokiem życia to ponad jedna czwarta (27%). Najmniejszą grupą odbiorców TV Puls była młodzież (16-24 lata) - 6%. Liczną relatywnie grupą widzów tego programu były dzieci (grupa 4-15 lat) - ponad 11%. Wśród widzów TV Puls 52% posiadało wykształcenie podstawowe bądź zawodowe. Ponad jedną trzecią stanowiły osoby z wykształceniem średnim (30%). Wykształcenie wyższe miało 6% oglądających.

### **Podsumowanie**

Jak wynika z danych telemetrycznych, w II kwartale 2010 zmniejszył się w dalszym ciągu udział w widowni naziemnych programów telewizyjnych ogółem. Jednocześnie rósł udział programów satelitarno - kablowych. Nadal traciła widzów telewizja publiczna ale jedynie w programach ogólnokrajowych: TVP1 i TVP2. Spośród programów telewizji publicznej najlepiej radził sobie program TVP INFO, który odnotował w II kwartale 2010 wzrost udziałów i przyrost liczby widzów. Na tym samym poziomie, jak w II kwartale 2009 roku, pozostawał udział TVP Polonia. Spośród programów koncesjonowanych spadły udziały Polsatu oraz w mniejszym stopniu TV4. Wzrosły natomiast udziały telewizji Puls i TVN. W dalszym ciągu obserwowana była więc tendencja spadkowa w udziale w widowni ogólnopolskich programów telewizyjnych o charakterze uniwersalnym, związana przede wszystkim z bogatszą ofertą i rozwojem kanałów tematycznych, do których ma dostęp coraz więcej Polaków poprzez platformy cyfrowe. Dodać należy, że w tej grupie największy wzrost udziałów odnotowały programy informacyjne TVN 24, Polsat News oraz filmowy - Kino Polska (załączona tabela). Widoczny wzrost udziału tematycznych programów informacyjnych w dużym stopniu związany był z katastrofą smoleńską oraz wyborami prezydenckimi.

Oprac. Justyna Reisner