

**BIURO
KRAJOWEJ RADY
RADIOFONII
I TELEWIZJI**



**DEPARTAMENT
PROGRAMOWY**

**WIDOWNIA GŁÓWNYCH WYDAŃ AUDYCJI
INFORMACYJNYCH ORAZ AUDYCJI
PUBLICYSTYCZNYCH W PROGRAMACH
TVP 1, POLSAT, TVN
W IV KWARTALE 2009**

(na podstawie danych telemetrycznych *AGB Polska*)

Analiza i opracowanie: Justyna Reisner

WARSZAWA 2010

Widownia głównych wydań audycji informacyjnych oraz audycji publicystycznych w programach TVP 1, Polsat, TVN w IV kwartale 2009

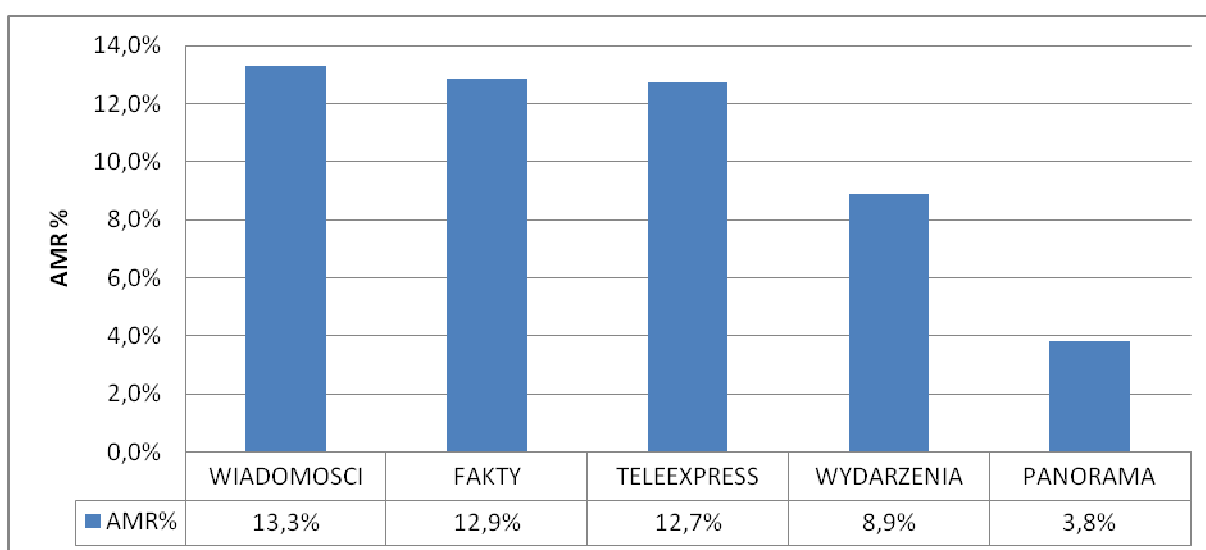
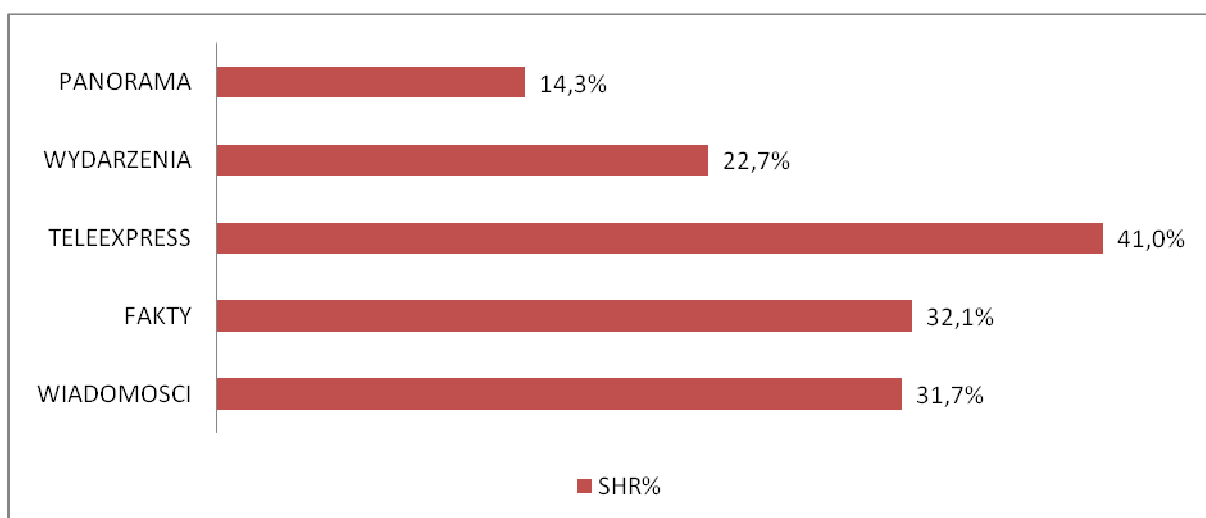
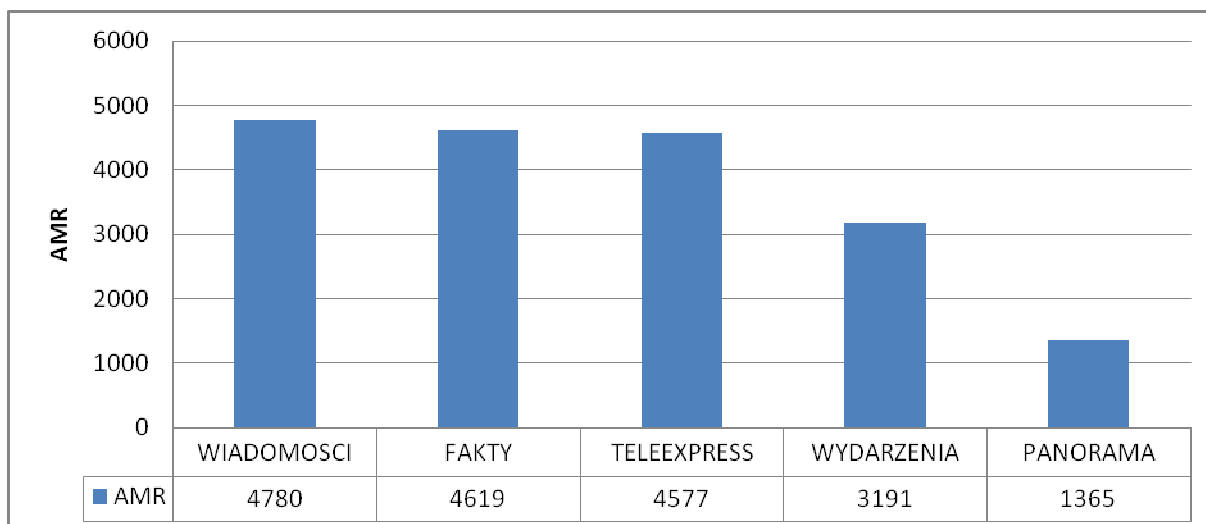
Celem analizy było zbadanie wielkości widowni głównych wydań audycji informacyjnych oraz audycji publicystycznych w TVP 1, TVP 2, Polsacie i TVN w czwartym kwartale 2009. Raport przedstawia oglądalność i strukturę widowni *Wiadomości* (19.30, TVP 1), *Faktów* (19.00, TVN), *Wydarzeń* (18.50, Polsat), *Teleexpressu* (17.00, TVP 1), *Panoramy* (22.45, TVP 2), oraz *Tomasz Lis na żywo* (21.40, TVP 2), *Warto rozmawiać* (21.40, TVP 2 w październiku i listopadzie; w grudniu przeniesienie audycji do TVP 1, godz. 22.50), *Teraz my* (22.36, TVN) na podstawie danych telemetrycznych AGB Polska (badanie na reprezentatywnej próbie ludności Polski pow.4 r.ż.). Łącznie przeanalizowano 460 wydań audycji informacyjnych i 36 wydań audycji publicystycznych wyemitowanych w czwartym kwartale 2009 roku oraz dla porównania tyle samo w analogicznym okresie 2008 roku.

Audycje informacyjne

Wśród analizowanych audycji informacyjnych największą widownię gromadziły w ostatnim kwartale 2009 roku ***Wiadomości (TVP1)***, następne były - ***Fakty (TVN)***. 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 *Wiadomości* w TVP 1 w ostatnim kwartale roku wyniosła 4,8 miliona widzów (tj. 13,3% Polaków)¹. *Fakty* TVN gromadziły w badanym okresie 4,6 miliona Polaków (tj. 12,9% populacji). Prawie tyle samo widzów co *Fakty* miał *Teleexpress* – blisko 4,6 mln (dokładnie 4, 577, tj. 12,7% populacji). Znacznie mniejszą widownię gromadziły *Wydarzenia* Polsatu - 3,2 miliona widzów, tj. 8,9% a najmniejszą *Panorama* – 1,4 miliona. Nieco inne wnioski wypływają z udziałów w widowni tych audycji. Spośród wszystkich osób zgromadzonych przed telewizorami w czasie trwania audycji najwięcej było zainteresowanych *Teleexpressem* (aż 42%), mniej *Wiadomościami i Faktami* (po ok. 32 %), *Wydarzeniami* – 23% oraz *Panoramą* - 14%.

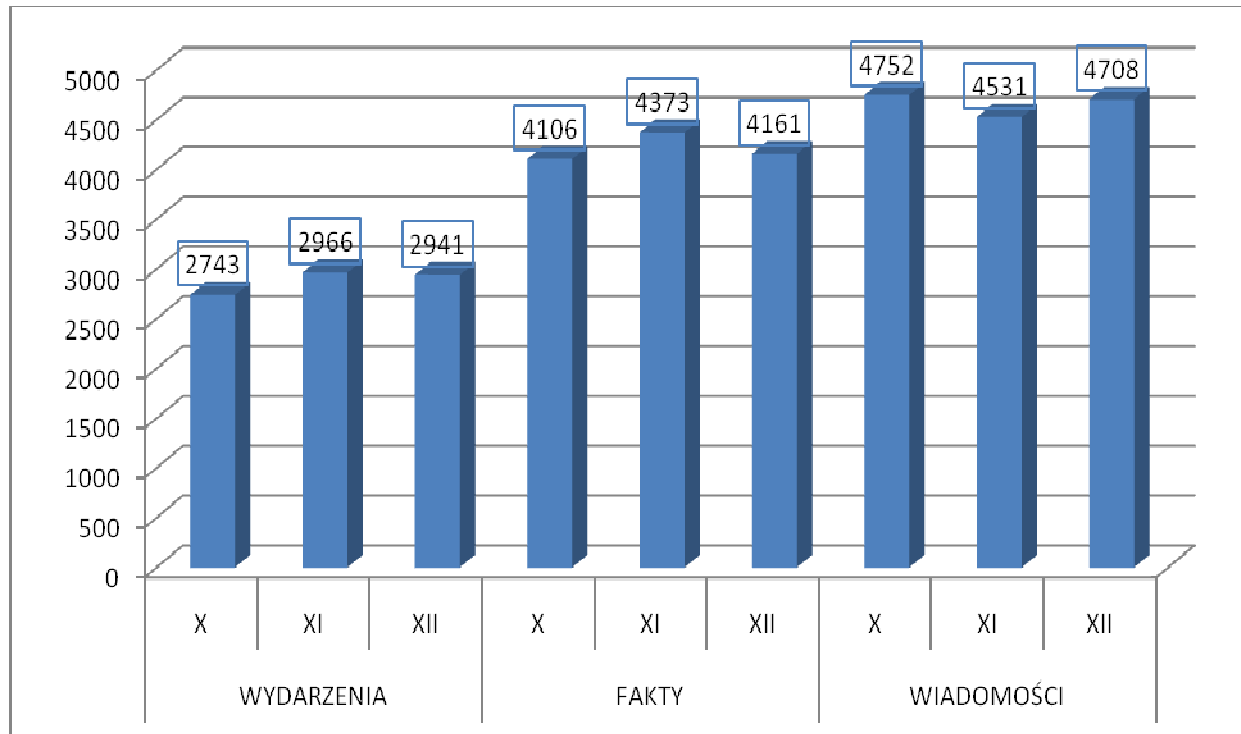
¹ AMR w tys. i w %



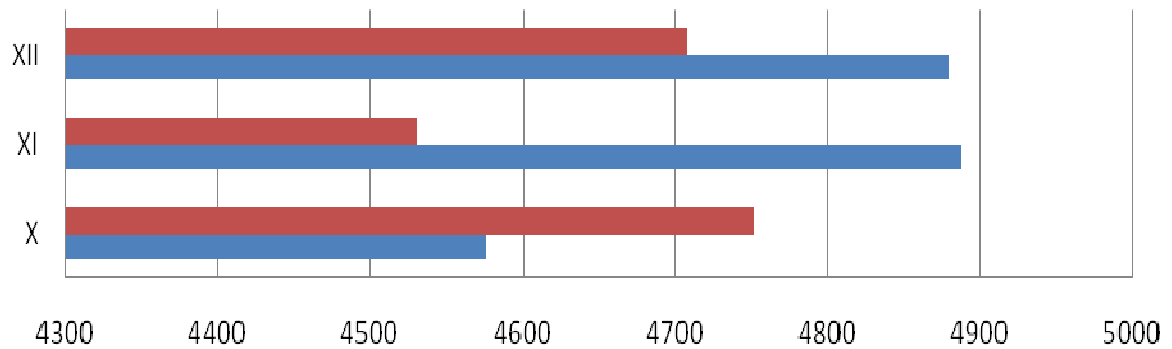
Należy podkreślić, że **widzowie wykazywali większe zainteresowanie informacją niż w analizowanym okresie roku poprzedniego –widownia wszystkich wymienionych audycji informacyjnych wrosła w stosunku do analogicznego okresu 2008 roku.** Wbrew opiniom publikowanym na łamach prasy o zwycięstwie *Faktów* nad *Wiadomościami* dane z października, listopada i grudnia (średnie miesięczne) tego nie potwierdzają. W tych miesiącach widownia *Wiadomości* przewyższała widownię *Faktów*. Pogląd ten był być może prawdziwy w stosunku do wycinkowych danych z poszczególnych dni ale nie z danych pochodzących z dłuższego okresu.

Ponadto analizując dane z ostatniego kwartału 2009 dzień po dniu - tendencję wzrostową obserwowano we wszystkich analizowanych audycjach za wyjątkiem *Faktów* – dla których grudzień przyniósł spadek widowni. Wielkość widowni poszczególnych wydań we wszystkie dni września, października i listopada przedstawiono na wykresach. Szczegółowe dane pokazujące wszystkie zaobserwowane prawidłowości przedstawiono na wykresach (dane liczbowe w tysiącach).

Porównanie wielkości widowni audycji informacyjnych o zbliżonej porze emisji

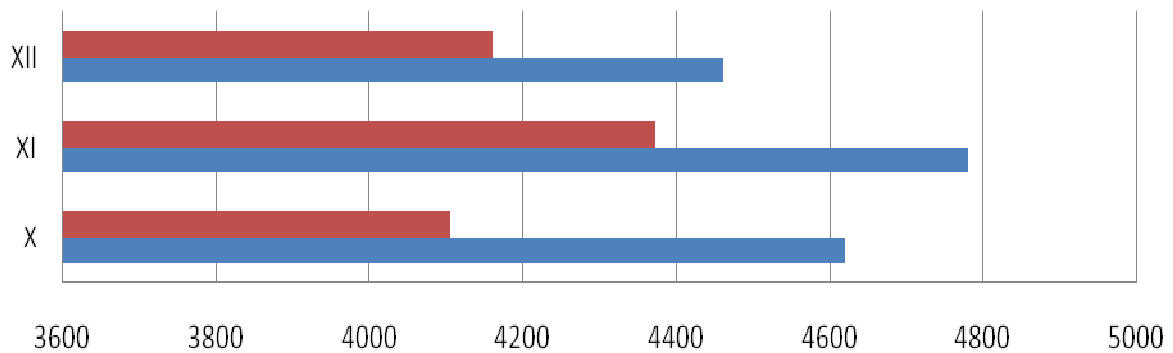


WIADOMOŚCI



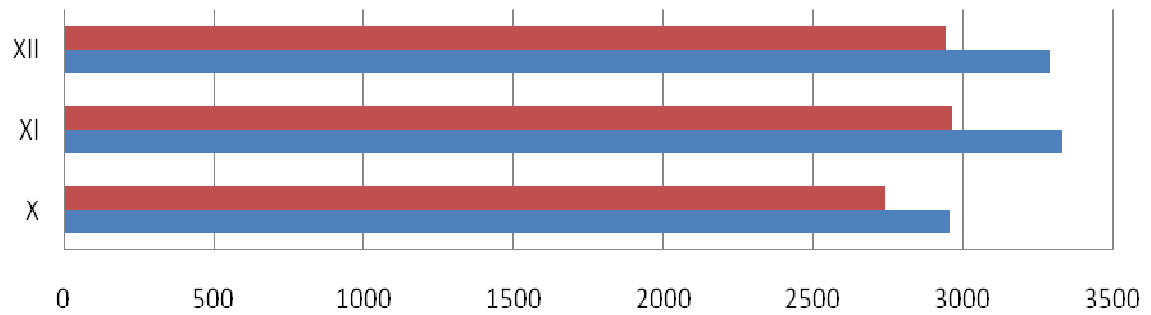
	X	XI	XII
■ 2008	4752	4531	4708
■ 2009	4576	4887	4879

FAKTY



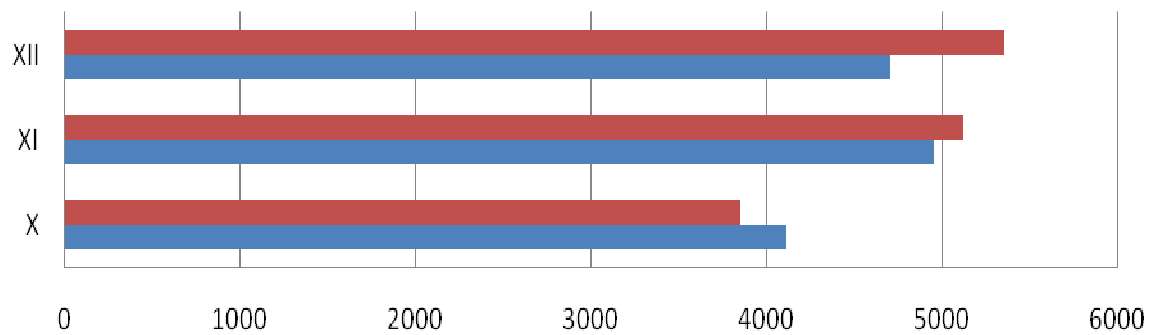
	X	XI	XII
■ 2008	4106	4373	4161
■ 2009	4620	4780	4461

WYDARZENIA

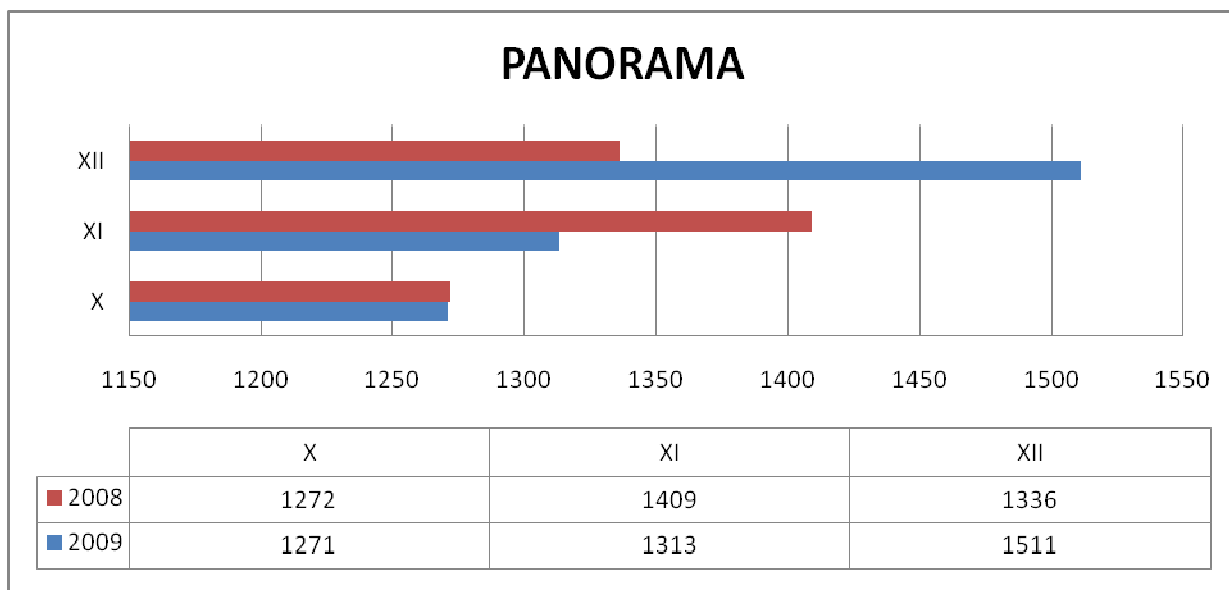


	X	XI	XII
■ 2008	2743	2966	2941
■ 2009	2956	3333	3289

TELEEXPRESS



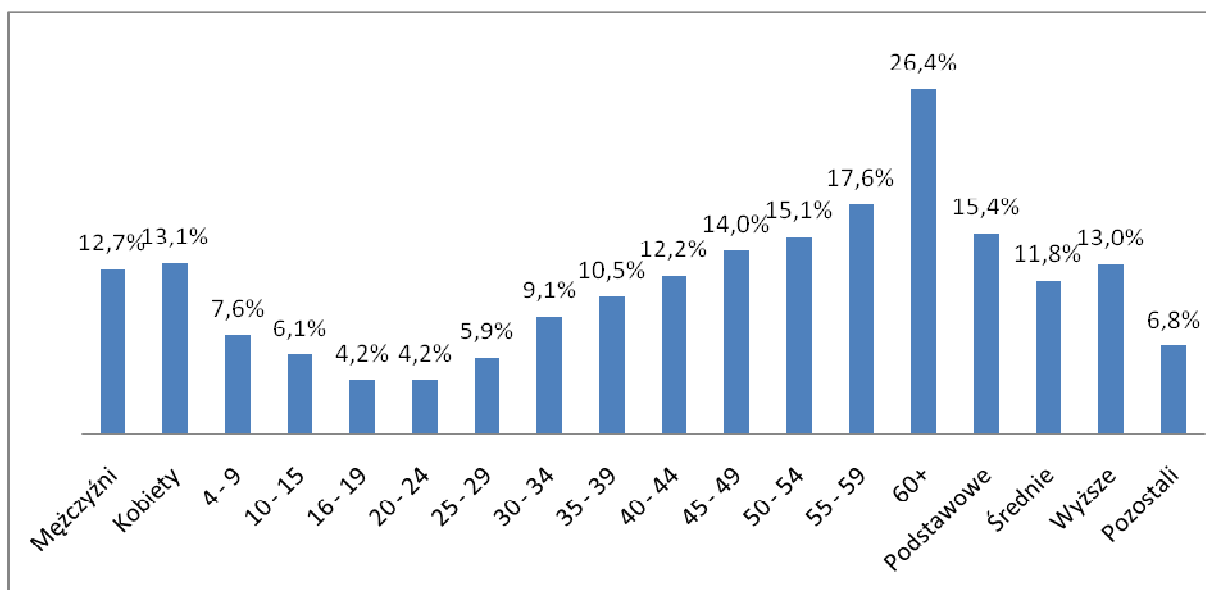
	X	XI	XII
■ 2008	3850	5115	5348
■ 2009	4113	4947	4702



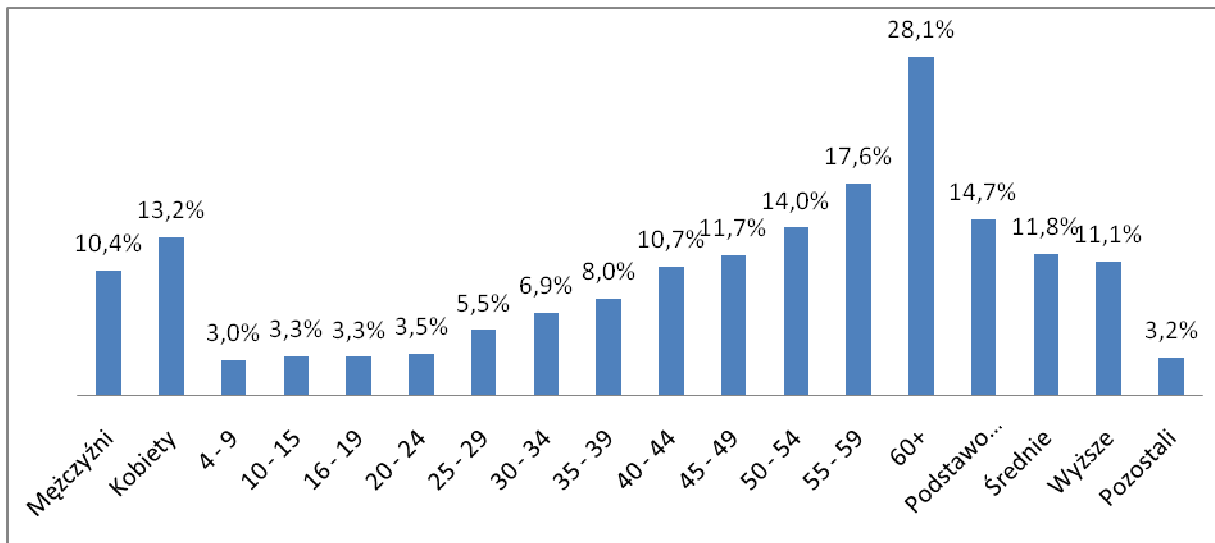
Struktura widowni - audycje informacyjne

Jak wynika z analizy w badanym okresie **audycje informacyjne** oglądały przede wszystkim kobiety (ponad połowa w strukturze widowni każdego tytułu), przy czym najwięcej kobiet było wśród widzów *Panoramy*, *Faktów*, *Teleexpressu* a najmniej wśród widzów *Wiadomości*. Widzowie informacji jeśli chodzi o wiek, to głównie osoby po 45 roku życia, przy czym najmłodszą widownię ma *Panorama* a najstarszą *Teleexpress*. W strukturze wykształcenia odbiorców tej oferty programowej przeważają osoby z wykształceniem podstawowym i średnim, za wyjątkiem *Faktów* i *Panoramy*, w których dominują osoby z wykształceniem wyższym. Szczegółowe dane oraz indywidualne różnice przedstawiono na wykresach.

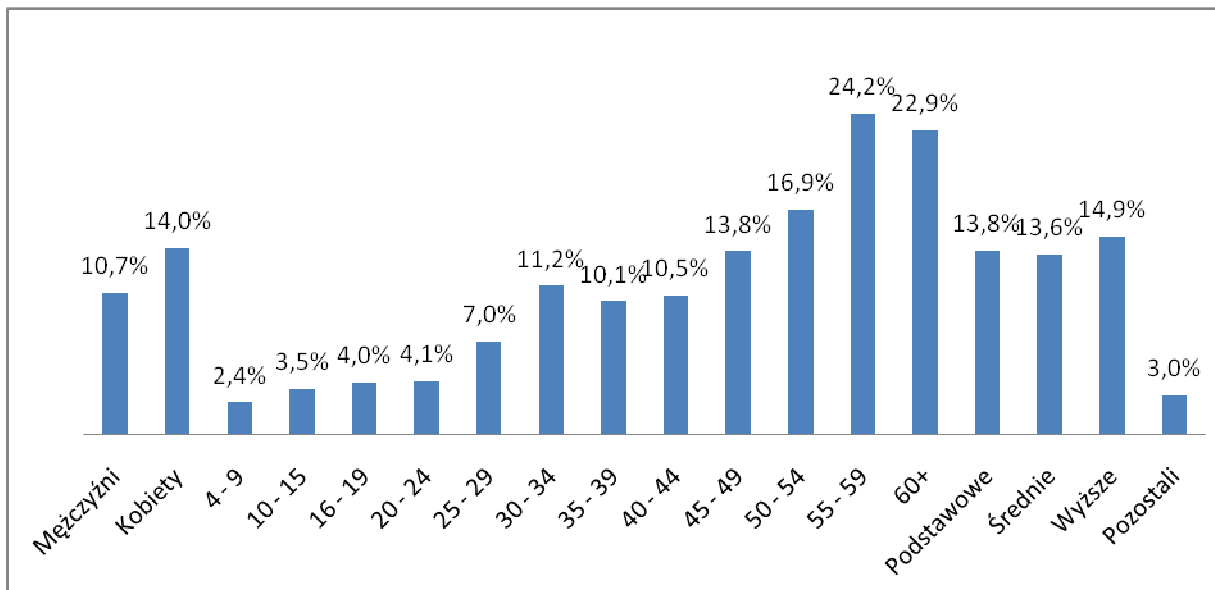
Wiadomości



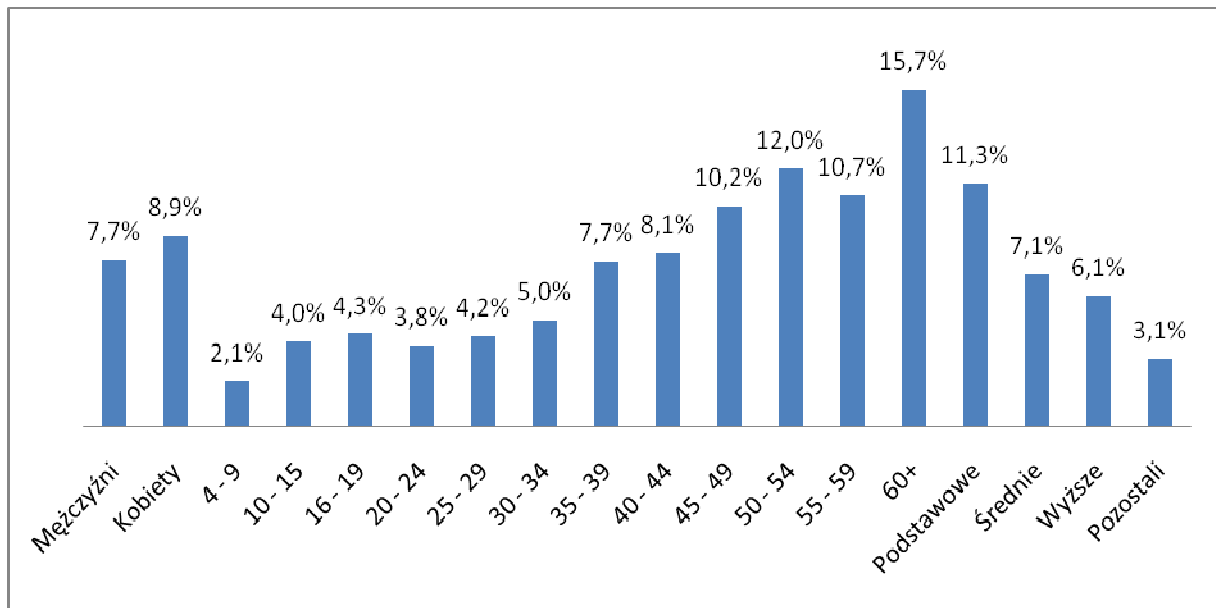
Teleexpress



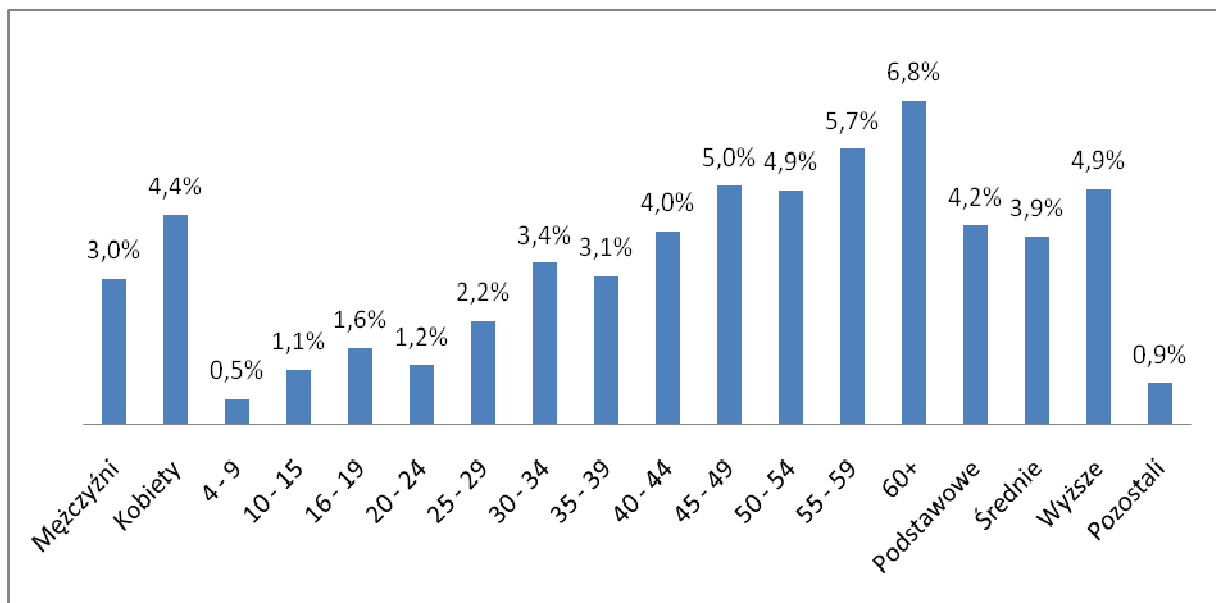
Fakty



Wydarzenia

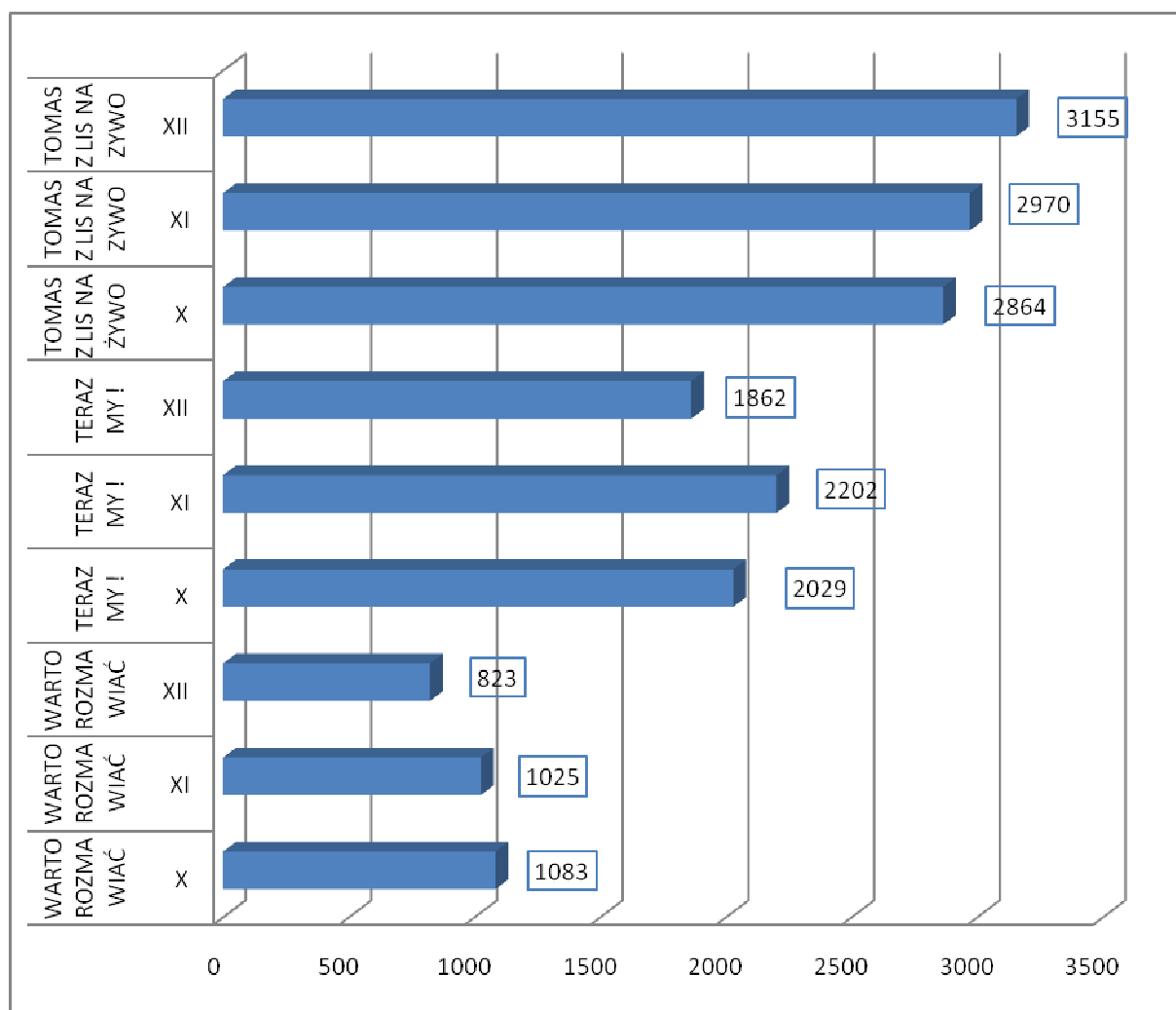


Panorama

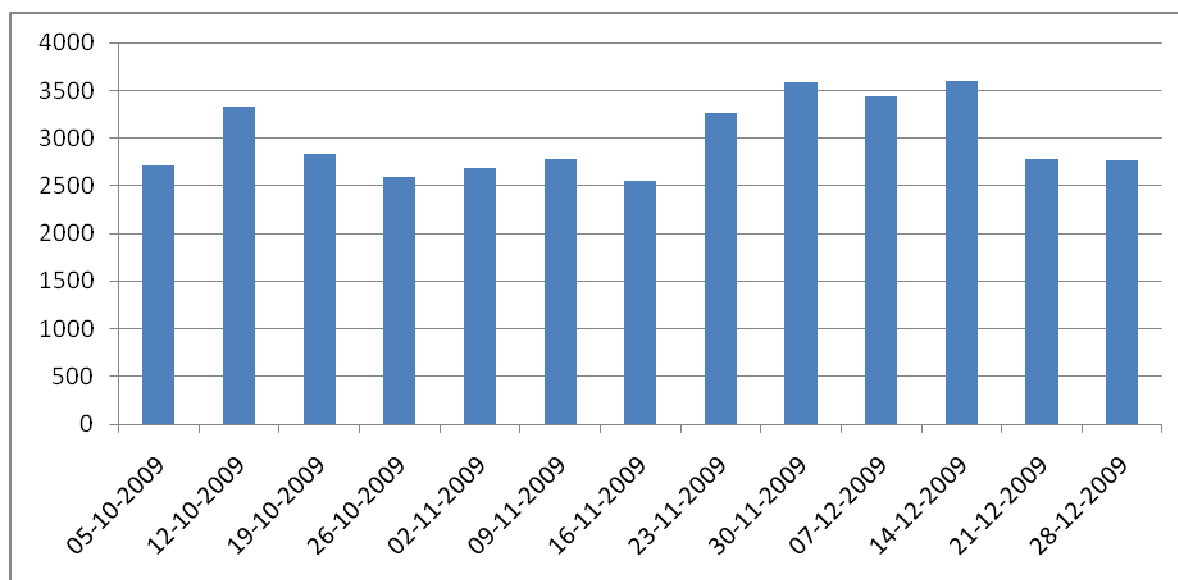
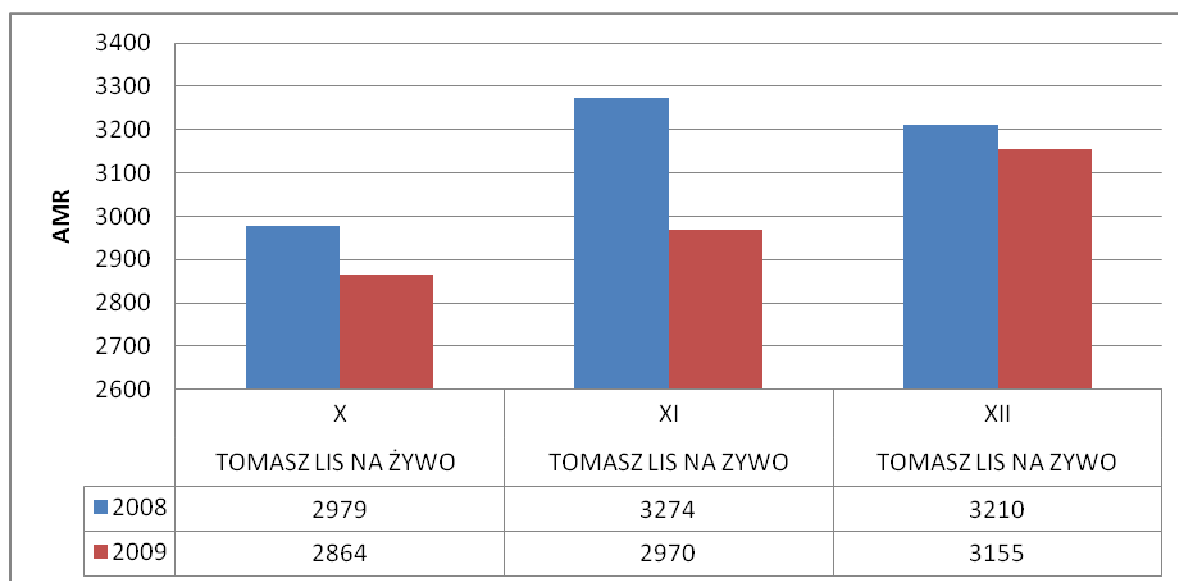


PUBLICYSTYKA

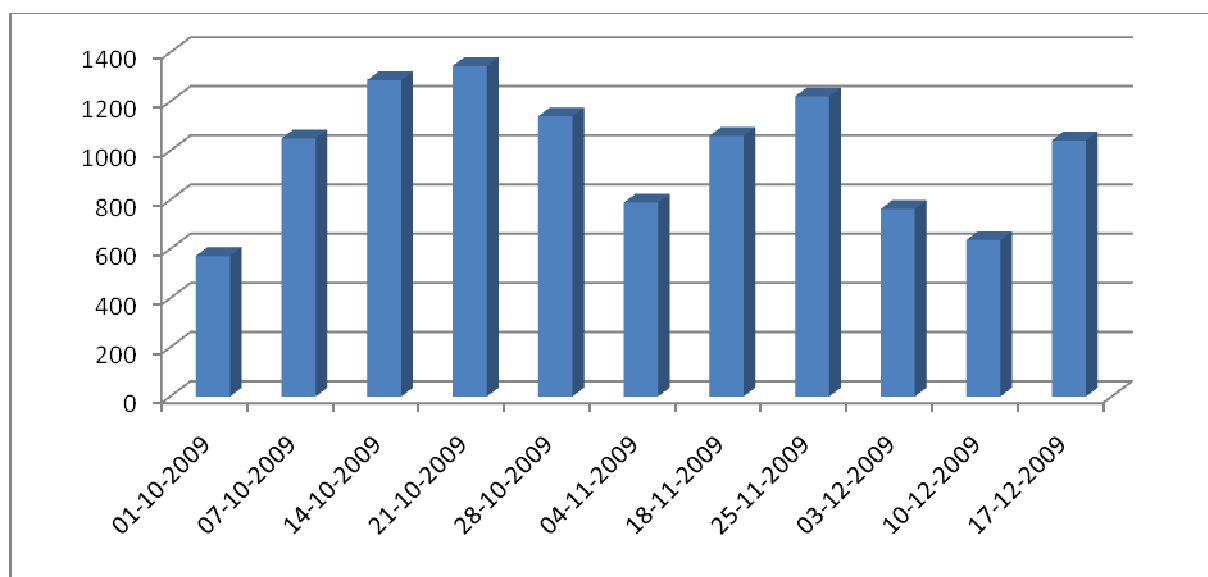
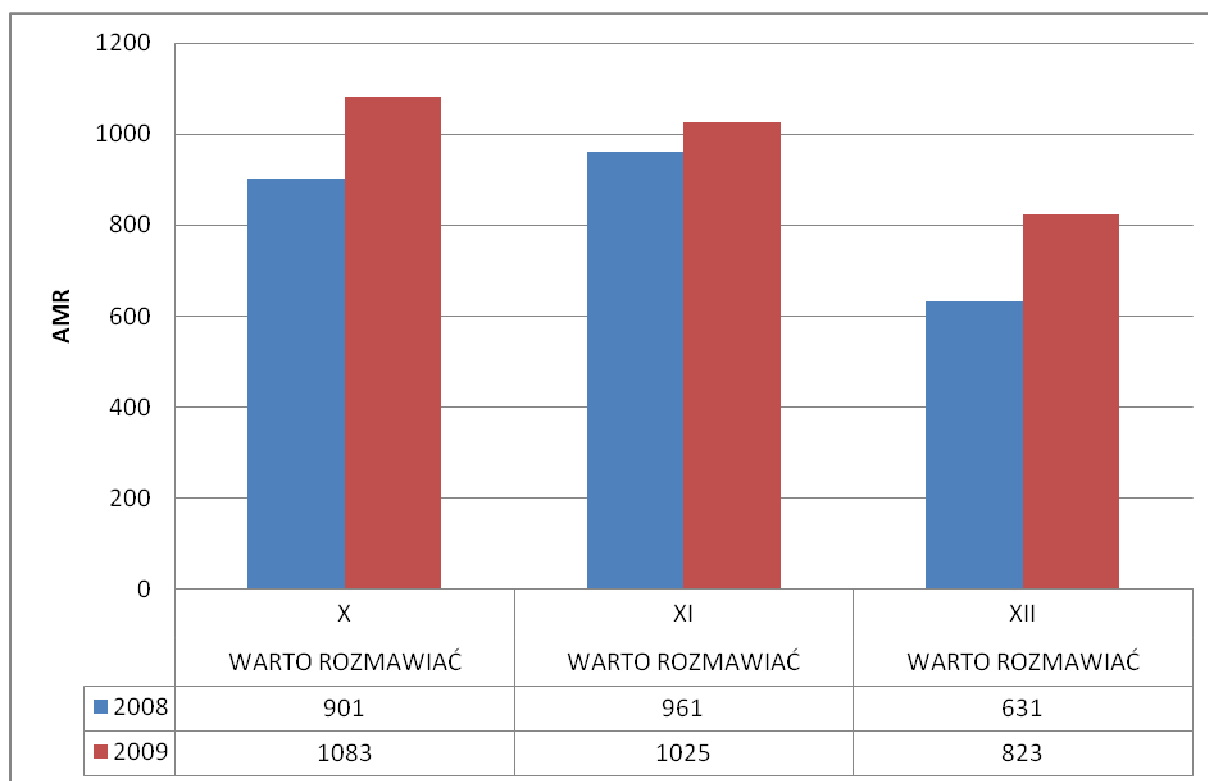
Wśród analizowanych audycji publicystycznych największą widownię gromadziła w analizowanym okresie audycja *Tomasz Lis na żywo*, mniejszą *Teraz my* a najmniejszą *Warto rozmawiać*. Należy jednak podkreślić, że **widzowie wykazują mniejsze zainteresowanie audycją Tomasza Lisa** - jej widownia zmniejszyła się o 167 tys. w analizowanych miesiącach 2009 roku w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego. Widownia pozostałych dwóch tytułów natomiast wzrosła, co ciekawe wzrosła widownia audycji *Warto rozmawiać* mimo zmian pory i miejsca emisji, które zwykle wiążą się ze spadkami oglądalności wynikającymi z przyzwyczajen widzów. Szczegółowe dane pokazujące zaobserwowane prawidłowości przedstawiono na wykresach (dane liczbowe w tys.).



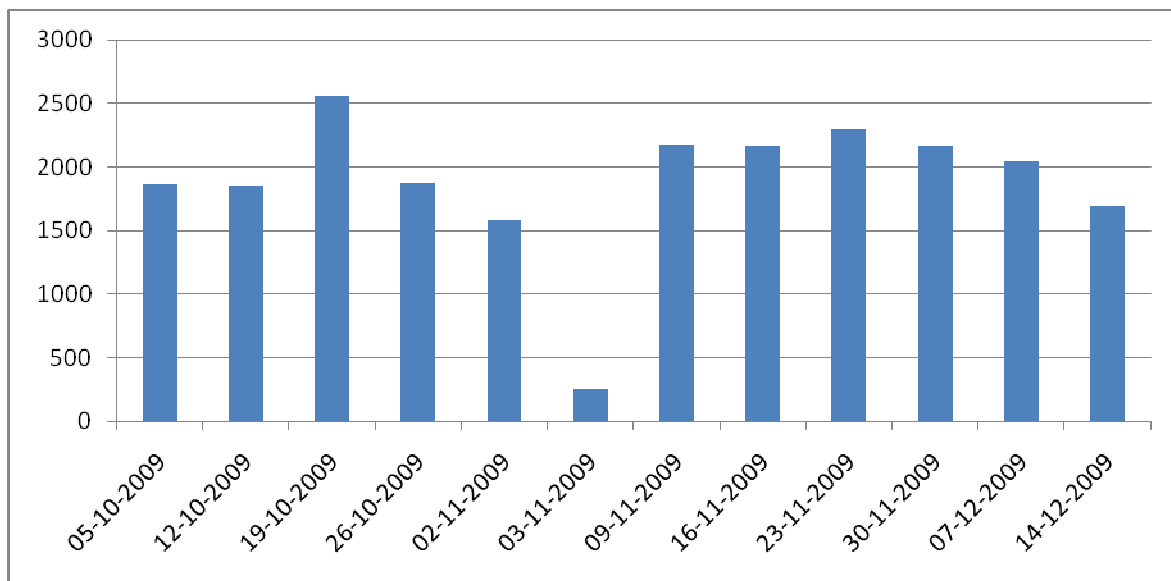
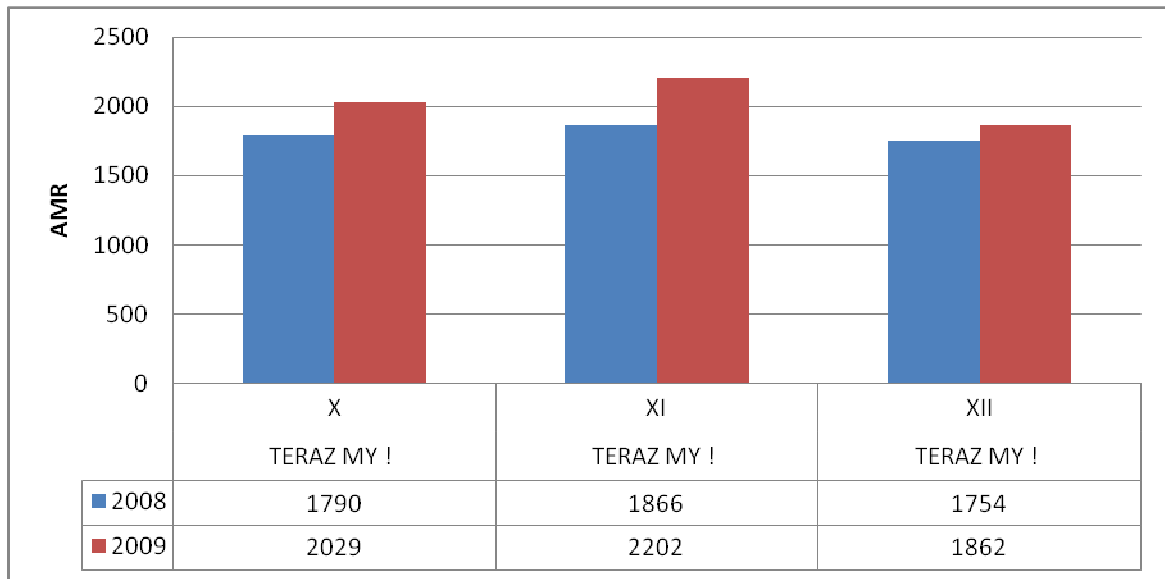
Tomasz Lis na żywo



Warto rozmawiać



Teraz my



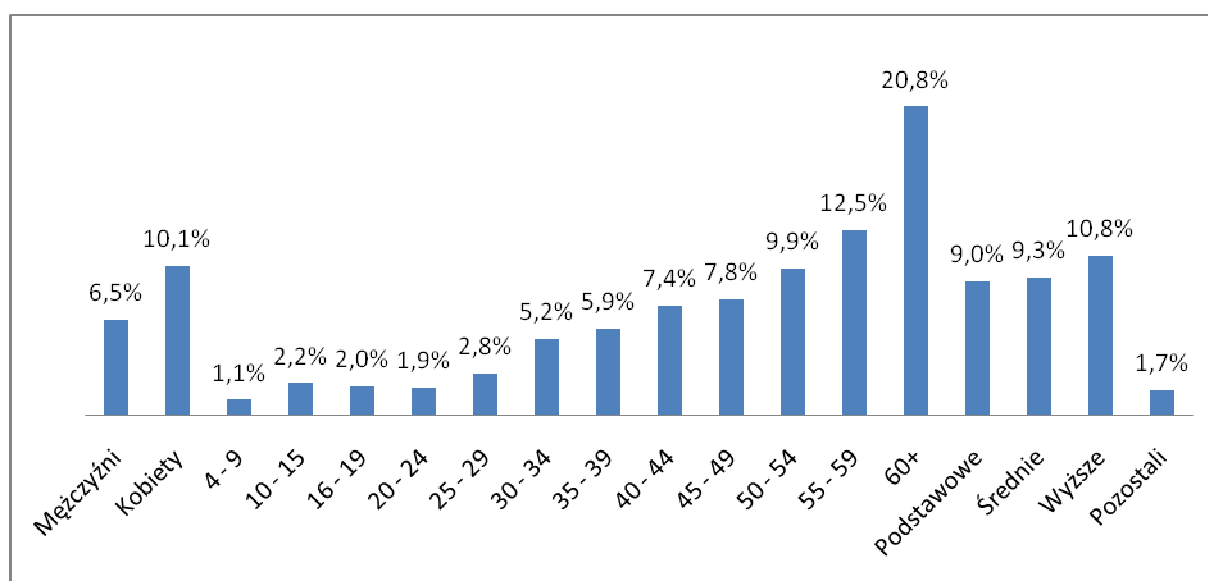
Struktura widowni - audycje publicystyczne

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 40 roku życia, przy czym widoczna jest prawidłowość, że zainteresowanie tym rodzajem oferty telewizyjnej rośnie wraz z wiekiem. Najmniejsze jest w grupach wiekowych poniżej 25 roku życia, największe wśród osób po 60, za wyjątkiem *Teraz my*, która najliczniejszą widownię ma w przedziale 55-59 lat. W strukturze wykształcenia odbiorców dominują osoby z wykształceniem wyższym i średnim.

W obrębie analizowanych audycji są indywidualne różnice w odbiorze. Największym zainteresowaniem wśród kobiet cieszyła się audycja Tomasza Lisa a najmniejszym Jana Pospieszalskiego. Jeśli chodzi natomiast o wiek najmłodszą widownię ma *Teraz my*, *Warto rozmawiać* nieco starszą a najstarszą *Tomasz Lis na żywo*.

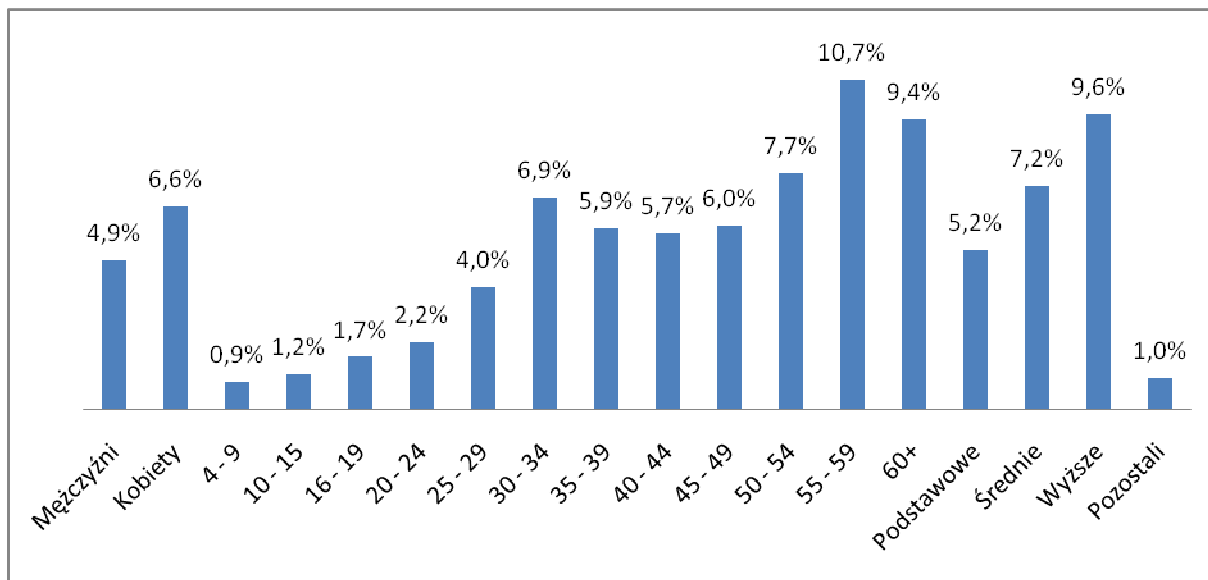
Tomasz Lis na żywo

Audycję tę oglądały w analizowanym okresie przede wszystkim kobiety. Zainteresowane nią były zwłaszcza osoby po 40 roku życia, przy czym najwyższe wskaźniki oglądalności miała ona wśród osób po 60 roku życia z wykształceniem wyższym i średnim.



Teraz my

Audycję tę oglądały w analizowanym okresie przede wszystkim kobiety. Zainteresowane nią były zwłaszcza osoby powyżej 30 roku życia przy czym najwyższe wskaźniki oglądalności miała ona wśród osób w przedziale 55-59 z wykształceniem wyższym i średnim. Jej widownia była młodsza i bardziej wykształcona (więcej osób z wykształceniem wyższym i średnim) niż widownia audycji *Tomasz Lis na żywo*.



Warto rozmawiać

Audycję tę oglądały w analizowanym okresie przede wszystkim kobiety. Zainteresowane nią były zwłaszcza osoby po 40 roku życia przy czym najwyższe wskaźniki oglądalności miała ona wśród osób po 60 roku życia z wykształceniem wyższym i podstawowym.

