

GLEDANOST TELEVIZIJSKIH PROGRAMA OŽUJAK 2017.

Agencija za elektroničke medije u suradnji s AGB Nielsenom, specijaliziranom agencijom za istraživanje gledanosti televizije, mjesečno će donositi analize gledanosti televizije u Hrvatskoj.

Istraživanje provodi AGB Nielsen, a svi podaci o gledanosti TV programa dobiveni su elektronskim mjerenjem gledanosti TV programa. Podaci su reprezentativni za kompletnu populaciju Republike Hrvatske stariju od 4 godine koja živi u kućanstvu s ispravnim TV prijemnikom (populacija od 4.090.004 stanovnika), dalje navedeno kao „ciljna skupina 4+“. Također u grafičkim prikazima nalaze se dodatne ciljne skupine, i to muškarci i žene 18-49 i 18-54.

Konsumacija TV-a u ožujku 2017. godine

Prema podacima o gledanosti AGB Nielsena u ožujku 2017. godine smo proveli 6,9% manje vremena konzumirajući TV u odnosu na ožujak prošle godine. Naime ATV* ili prosječan broj minuta gledanja TV sadržaja po pojedincu iz ciljne skupine 4+ za ožujak 2017. iznosio je 268 minuta, usporedno s istim periodom prošle godine kada je ATV iznosio 288 minuta.

* ATV – Average Time Viewed – Prosječan broj minuta konzumacije TV sadržaja po pojedincu iz odabrane ciljne skupine (u prosjek ulaze i oni pojedinci iz ciljne skupine koji nisu gledali televiziju)

GLEDANOST TELEVIZIJSKIH KANALA - OŽUJAK 2017.

Lista 10 najgledanijih kanala za vremensko razdoblje cijeli dan i vremensko razdoblje od 19 do 23h (SHR%) *

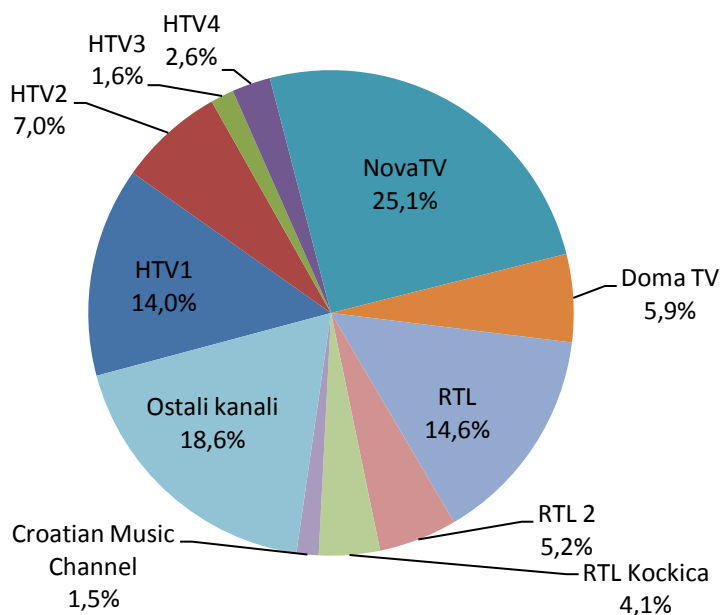
Ciljna skupina		4+	18-49	18-54
Cijeli dan	Kanal	SHR %	SHR %	SHR %
	HTV1	13,96%	8,61%	10,04%
	HTV2	7,03%	6,51%	6,70%
	HTV3	1,55%	1,10%	1,22%
	HTV4	2,57%	1,16%	1,41%
	NovaTV	25,14%	21,56%	22,51%
	Doma TV	5,86%	7,44%	7,29%
	RTL	14,59%	15,89%	15,88%
	RTL 2	5,22%	7,86%	7,04%
	RTL Kockica	4,06%	4,61%	3,98%
	Croatian Music Channel	1,47%	2,57%	2,20%

Ciljna skupina		4+	18-49	18-54
19 do 23h	Kanal	SHR %	SHR %	SHR %
	HTV1	9,61%	6,74%	7,54%
	HTV2	6,52%	6,75%	6,84%
	HTV3	0,80%	0,70%	0,71%
	HTV4	1,00%	0,79%	0,86%
	NovaTV	36,03%	29,00%	30,38%
	Doma TV	7,08%	8,32%	8,27%
	RTL	16,48%	17,88%	18,14%
	RTL 2	4,67%	8,31%	7,27%
	RTL Kockica	2,57%	3,11%	2,75%
	Croatian Music Channel	0,77%	1,42%	1,20%

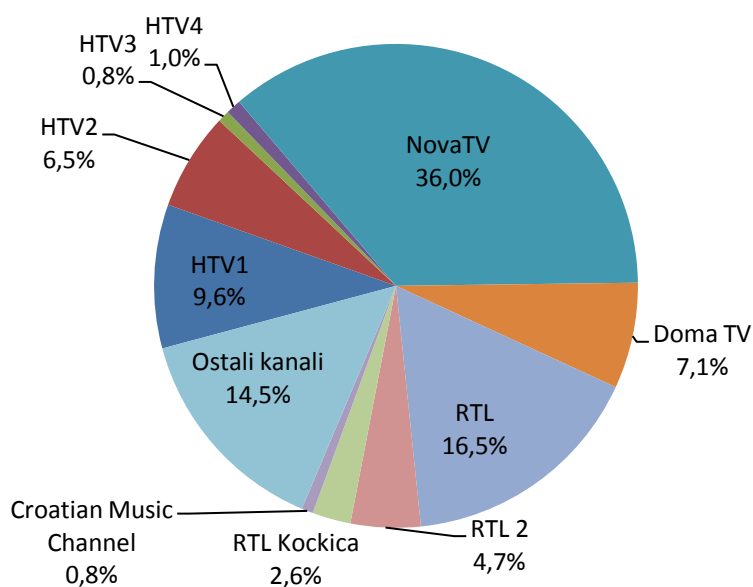
* SHR (share) – označava prosječan udio u gledanosti pojedinog kanala od određene ciljne skupine koja u određenom trenutku gleda televiziju.

Grafička komparativna analiza gledanosti 10 najgledanijih kanala za vremensko razdoblje cijeli dan i vremensko razdoblje od 19 do 23h (SHR%) za ciljnu skupinu 4+.

Vremensko razdoblje cijeli dan

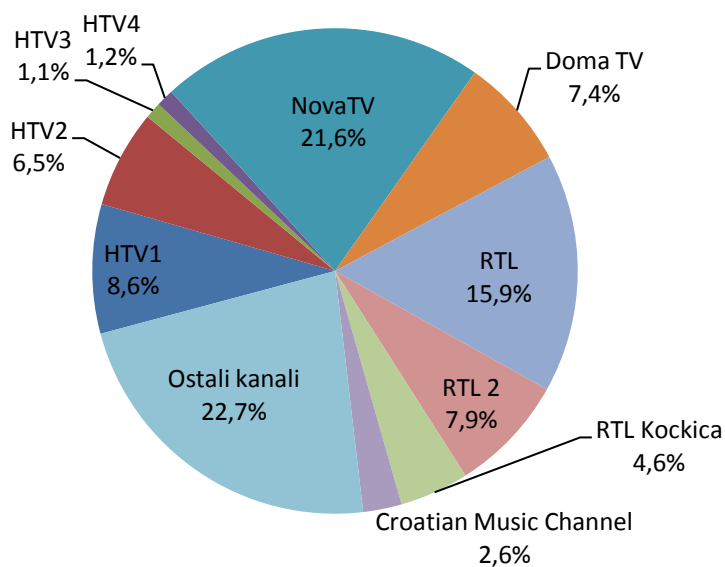


Vremensko razdoblje od 19 do 23h

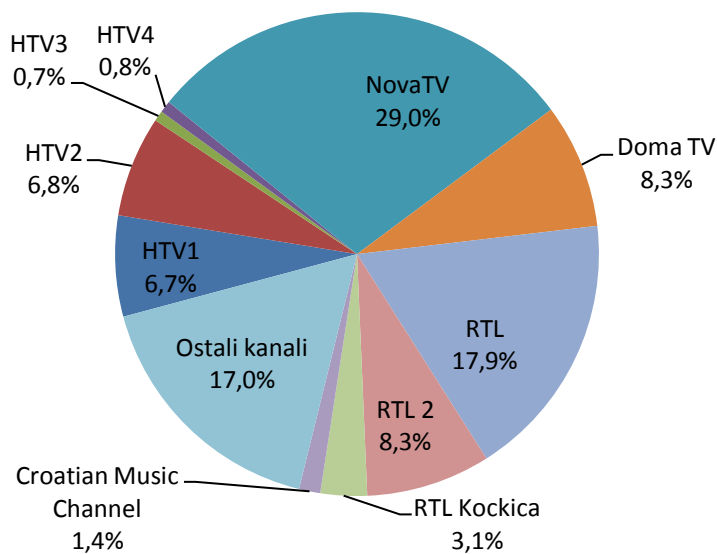


Grafička komparativna analiza gledanosti 10 najgledanijih kanala za vremensko razdoblje cijeli dan i vremensko razdoblje od 19 do 23h (SHR%) za ciljnu skupinu 18-49.

Vremensko razdoblje cijeli dan

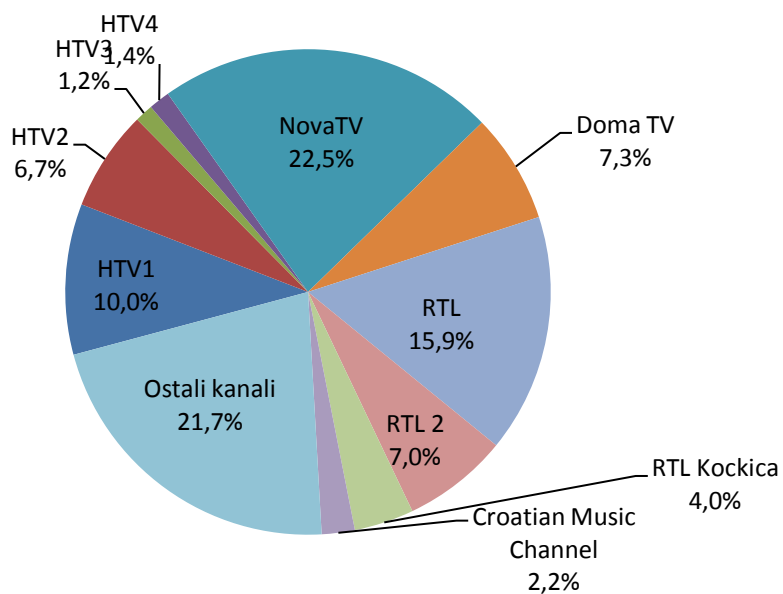


Vremensko razdoblje od 19 do 23h

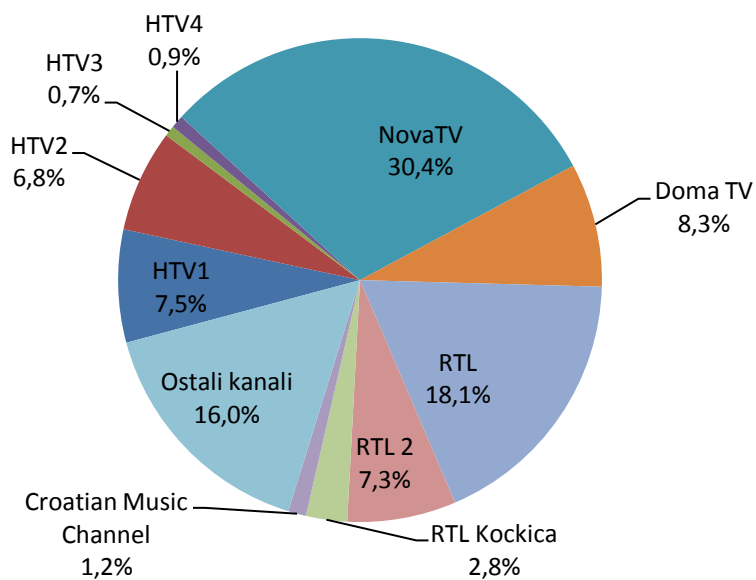


Grafička komparativna analiza gledanosti 10 najgledanijih kanala za vremensko razdoblje cijeli dan i vremensko razdoblje od 19 do 23h (SHR%) za ciljnu skupinu 18-54.

Vremensko razdoblje cijeli dan



Vremensko razdoblje od 19 do 23h



Top 10 najgledanijih emisija u ožujku 2017.*
Ciljna skupina 4+

RANG	DATUM	KANAL	EMISIJA	POČETAK EMISIJE	KRAJ EMISIJE	(r) AMR	AMR%	SHR%
1	24.03.2017	HTV2	NOGOMET - KVALIFIKACIJE ZA SP (DOM) - PRIJENOS (HRVATSKA - UKRAJINA)	20:37	22:39	901.596	22,04%	49,14%
2	21.03.2017	NovaTV	SUDBINA - TURSKA DRAMSKA SERIJA	20:15	21:36	869.149	21,25%	47,91%
3	26.03.2017	NovaTV	TVOJE LICE ZVUCI POZNATO - SHOW EMISIJA	20:11	23:09	779.457	19,06%	41,71%
4	21.03.2017	NovaTV	DNEVNIK NOVA TV	19:15	20:15	746.154	18,24%	44,78%
5	01.03.2017	NovaTV	OBITELJ MOG OCA - TURSKA DRAMSKA SERIJA	21:33	22:30	686.670	16,79%	37,82%
6	05.03.2017	HTV1	PLODOVI ZEMLJE - EMISIJA O POLJOPRIVREDI	12:31	13:21	668.585	16,35%	49,03%
7	24.03.2017	HTV2	NOGOMET - KVALIFIKACIJE ZA SP (DOM) - EMISIJA	22:40	22:58	598.653	14,64%	40,48%
8	12.03.2017	HTV1	DNEVNIK U PODNE	12:00	12:17	572.630	14,00%	52,14%
9	11.03.2017	NovaTV	LUD, ZBUNJEN, NORMALAN - HUMORISTICNA SERIJA	20:52	21:25	556.410	13,60%	30,48%
10	25.03.2017	RTL	SUPERLJUDI - TALENT SHOW	20:10	22:06	511.176	12,50%	29,11%

* U top listu su uključene emisije u trajanju od minimalno 10 minuta. U top listu ne ulaze duplicirani programi, a od sadržaja koji imaju više od 1 epizode ulazi samo najgledanija epizoda

Top 10 najgledanijih emisija u ožujku 2017.*
Ciljna skupina 18-49

RANG	DATUM	KANAL	EMISIJA	POČETAK EMISIJE	KRAJ EMISIJE	(r) AMR	AMR%	SHR%
1	24.03.2017	HTV2	NOGOMET - KVALIFIKACIJE ZA SP (DOM) - PRIJENOS (HRVATSKA - UKRAJINA)	20:37	22:39	296.735	16,37%	46,76%
2	05.03.2017	NovaTV	TVOJE LICE ZVUCI POZNATO - SHOW EMISIJA	20:11	23:09	277.993	15,33%	40,75%
3	12.03.2017	NovaTV	DNEVNIK NOVA TV	19:15	20:10	235.414	12,98%	37,75%
4	23.03.2017	NovaTV	SUDBINA - TURSKA DRAMSKA SERIJA	20:17	21:34	226.540	12,49%	36,49%
5	24.03.2017	HTV2	NOGOMET - KVALIFIKACIJE ZA SP (DOM) - EMISIJA	22:40	22:58	217.423	11,99%	38,76%
6	11.03.2017	NovaTV	MISIJA: BIJELA KUCA - AMERICKA AKCIJSKA DRAMA	21:26	23:46	188.587	10,40%	33,19%
7	08.03.2017	HTV2	NOGOMET - LIGA PRVAKA - PRIJENOS (BARCELONA - PSG)	20:40	22:49	182.997	10,09%	27,26%
8	11.03.2017	NovaTV	LUD, ZBUNJEN, NORMALAN - HUMORISTICNA SERIJA	20:52	21:25	179.831	9,92%	27,51%
9	25.03.2017	RTL	SUPERLJUDI - TALENT SHOW	20:10	22:06	172.396	9,51%	29,48%
10	01.03.2017	NovaTV	OBITELJ MOG OCA - TURSKA DRAMSKA SERIJA	21:33	22:30	164.462	9,07%	26,15%

* U top listu su uključene emisije u trajanju od minimalno 10 minuta. U top listu ne ulaze duplicirani programi, a od sadržaja koji imaju više od 1 epizode ulazi samo najgledanija epizoda

Top 10 najgledanijih emisija u ožujku 2017.*
Ciljna skupina 18-54

RANG	DATUM	KANAL	EMISIJA	POČETAK EMISIJE	KRAJ EMISIJE	(r) AMR	AMR%	SHR%
1	24.03.2017	HTV2	NOGOMET - KVALIFIKACIJE ZA SP (DOM) - PRIJENOS (HRVATSKA - UKRAJINA)	20:37	22:39	378.796	17,77%	47,10%
2	12.03.2017	NovaTV	TVOJE LICE ZVUCI POZNATO - SHOW EMISIJA	20:10	22:59	347.584	16,30%	36,98%
3	22.03.2017	NovaTV	SUDBINA - TURSKA DRAMSKA SERIJA	20:18	21:39	313.247	14,69%	40,43%
4	12.03.2017	NovaTV	DNEVNIK NOVA TV	19:15	20:10	310.116	14,55%	38,40%
5	24.03.2017	HTV2	NOGOMET - KVALIFIKACIJE ZA SP (DOM) - EMISIJA	22:40	22:58	276.747	12,98%	38,52%
6	11.03.2017	NovaTV	MISIJA: BIJELA KUĆA - AMERICKA AKCIJSKA DRAMA	21:26	23:46	252.886	11,86%	34,32%
7	11.03.2017	NovaTV	LUD, ZBUNJEN, NORMALAN - HUMORISTICNA SERIJA	20:52	21:25	243.359	11,42%	28,84%
8	01.03.2017	NovaTV	OBITELJ MOG OCA - TURSKA DRAMSKA SERIJA	21:33	22:30	233.536	10,95%	28,50%
9	08.03.2017	HTV2	NOGOMET - LIGA PRVAKA - PRIJENOS (BARCELONA - PSG)	20:40	22:49	231.469	10,86%	26,09%
10	16.03.2017	HTV1	PLODOVI ZEMLJE - EMISIJA O POLJOPRIVREDI	12:31	13:21	222.787	10,45%	38,25%

* U top listu su uključene emisije u trajanju od minimalno 10 minuta. U top listu ne ulaze duplicirani programi, a od sadržaja koji imaju više od 1 epizode ulazi samo najgledanija epizoda

GLOBALNI TRENDOVI

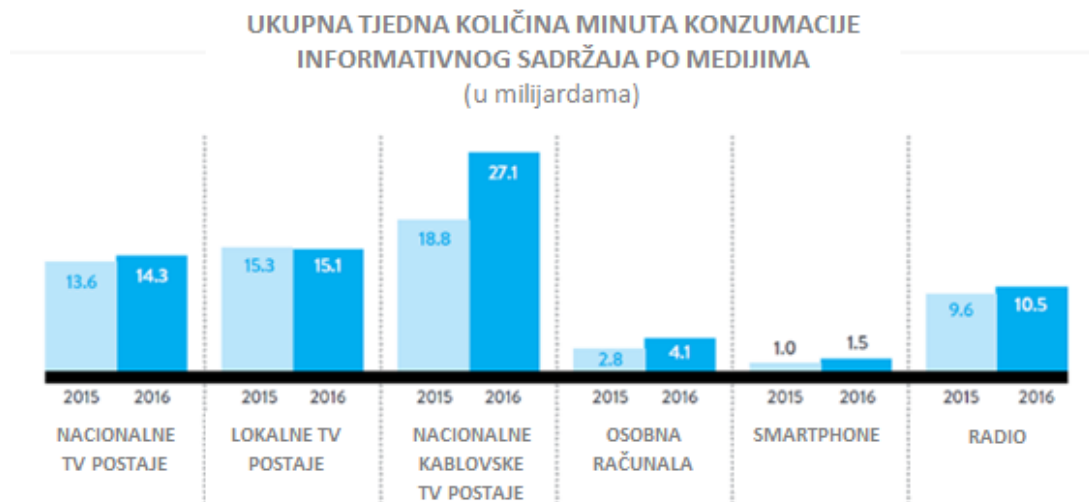
Porast konzumacije informativnog sadržaja po različitim medijima u 2016. godini

Prema Nielsen Total Audience Report-u iz zadnjeg kvartala 2016. godine, u Americi je u 2016. u odnosu na godinu ranije značajno porasla konzumacija informativnog sadržaja na svim medijima. Rezultati provedenog istraživanja na američkom uzorku pokazali su da su Amerikanci gledali, slušali i čitali značajno veću količinu vijesti u 2016. godini u odnosu na 2015. Ta informacija nije začuđujuća, obzirom na značajna zbivanja na američkoj i svjetskoj političkoj i društvenoj sceni tijekom 2016. godine poput predsjedničkih izbora u SAD-u, situacije u Siriji, migracija izbjeglica, Brexita, Zika virusa, terorističkih napada, smrti slavni osoba i sl. događaja.

Povećana konzumacija informativnog sadržaja ostvarena je na svim državnim i lokalnim TV kanalima, radio postajama kao i digitalnim izvorima. Rezultati istraživanja pokazali su povećanje od 11,3 milijardi minuta konzumacije vijesti tjedno u 2016. u odnosu na 2015. godinu.

Za usporedbu, u Hrvatskoj je 2016. godine ATS* na ciljnoj skupini 4+ za informativni sadržaj (informativne i političke emisije) iznosio 23 minute na nacionalnim TV kanalima što je za 15% više u odnosu na 2015. godinu kada je isti iznosio 20 minuta. Izgleda da su globalna zbivanja tijekom 2016. godine zainteresirala i Hrvate, bar kada je riječ o televiziji.

U nastavku je grafički prikaz konzumacije informativnog sadržaja prema tipu medija usporedno za 2016. i 2015. godinu za američki uzorak.



* ATS – Average Time Spend – Prosječan broj minuta konzumacije TV sadržaja po pojedincu iz odabrane ciljne skupine (u prosjek ulaze pojedinci koji su u određenom periodu bili ispred TV ekrana).

Izvor: Nielsen Total Audience Report Q4 2016; AGB Nielsen Croatia – TAM podaci

Metodologija

- Istraživanje provodi AGB Nielsen istraživanje medija d.o.o.
- Svi podaci o gledanosti TV programa dobiveni su elektronskim mjerenjem gledanosti TV programa na panelu televizijskih gledatelja koji je nacionalno reprezentativan. Ova mjerenja se svakodnevno obavljaju uz pomoć 1150 posebnih mjerača gledanosti (peoplemetar) koji su ugrađeni u ukupno 810 kućanstava širom Republike Hrvatske. Svako kućanstvo je pažljivo izabrano kako bi predstavljalo sva kućanstva sličnih karakteristika u cijeloj državi.
- Podaci su reprezentativni za kompletnu populaciju Republike Hrvatske stariju od 4 godine koja živi u kućanstvu s ispravnim TV prijemnikom (populacija od 4.090.004 stanovnika), dalje navedeno kao „ciljna skupina 4+“.
- Grafički prikazi također sadrže dodatne ciljne skupine, i to muškarci i žene 18-49 i 18-54.
- Pri analizi gledanosti TV programa prikazani su podaci na razinama:
 - cijeli dan – kao dan uzima se vremenski period od dva sata u noći do dva sata u noći sljedećeg dana (02:00-02:00). Razlog leži u činjenici što gledanje televizije u večernjim satima često prelazi ponoć, a ovakav pristup olakšava analize gledanosti TV programa.
 - 19 do 23h – prime time – udarni termin; dio dana sa najvećom gledanosti.
- Podaci o gledanosti izraženi su kroz:
 - AMR (%) – Average Minute Rating – označava prosječan broj (ili postotak %) pojedinaca određene ciljne skupine, koji su gledali određeni kanal, emisiju ili određeni vremenski interval.
 - SHR – Share – označava prosječan udio u gledanosti pojedinog kanala, emisije, ili vremenskog intervala od određene ciljne skupine koja u određenom trenutku gleda televiziju.
 - ATV – Average Time Viewed – Prosječan broj minuta konzumacije TV sadržaja po pojedincu iz odabrane ciljne skupine (u prosjek ulaze i oni pojedinci iz ciljne skupine koji nisu gledali televiziju).