

## **GLEDANOST TELEVIZIJSKIH PROGRAMA PROSINAC 2015.**

Agencija za elektroničke medije u suradnji sa 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.

### **Konzumacija TV-a u prosincu 2015. godine**

Prema podacima o gledanosti AGB Nielsena u prosincu 2015. godine smo proveli jednako vremena konzumirajući TV kao u istom razdoblju prošle godine. Naime ATV\* ili prosječan broj minuta gledanja TV sadržaja po pojedincu iz ciljne skupine 4+ za prosinac 2015. je iznosio 302 minute, usporedno s istim periodom prošle godine kada je ATV iznosio 301 minutu.

\* 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 - PROSINAC 2015.

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

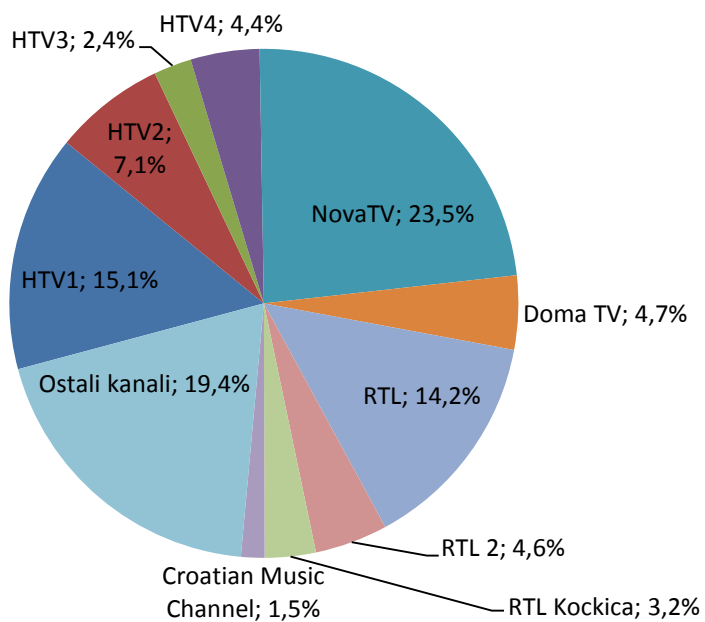
	Ciljna skupina	4+	18-49	18-54
	<b>Kanal</b>	<b>SHR %</b>	<b>SHR %</b>	<b>SHR %</b>
<b>Cijeli dan</b>	HTV1	15,05%	10,50%	11,71%
	HTV2	7,07%	7,19%	7,27%
	HTV3	2,40%	1,91%	2,08%
	HTV4	4,38%	2,48%	2,74%
	NovaTV	23,50%	22,45%	23,32%
	Doma TV	4,70%	5,28%	5,30%
	RTL	14,15%	15,83%	15,18%
	RTL 2	4,63%	5,84%	5,64%
	RTL Kockica	3,24%	4,42%	3,72%
	Croatian Music Channel	1,49%	1,88%	1,76%

	Ciljna skupina	4+	18-49	18-54
	<b>Kanal</b>	<b>SHR %</b>	<b>SHR %</b>	<b>SHR %</b>
<b>19 do 23h</b>	HTV1	13,12%	9,81%	10,72%
	HTV2	6,32%	7,12%	7,09%
	HTV3	1,83%	1,50%	1,59%
	HTV4	1,85%	1,59%	1,59%
	NovaTV	31,34%	27,92%	29,38%
	Doma TV	5,37%	6,21%	6,12%
	RTL	17,06%	19,56%	18,45%
	RTL 2	4,27%	5,68%	5,50%
	RTL Kockica	2,12%	3,29%	2,73%
	Croatian Music Channel	0,69%	0,88%	0,80%

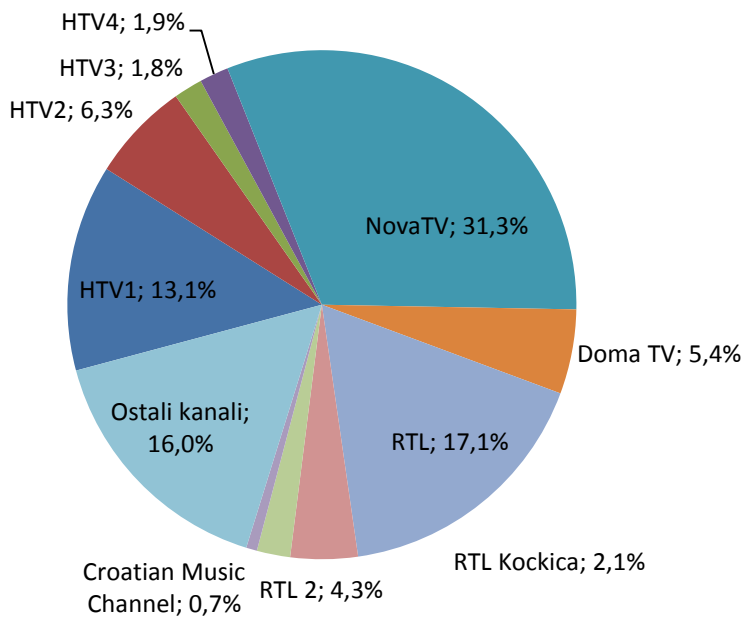
\* SHR (share) – označava prosječan udio u gledanosti pojedinog kanala od određene ciljne skupine koja u određenom trenutku gleda televiziju.

**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**

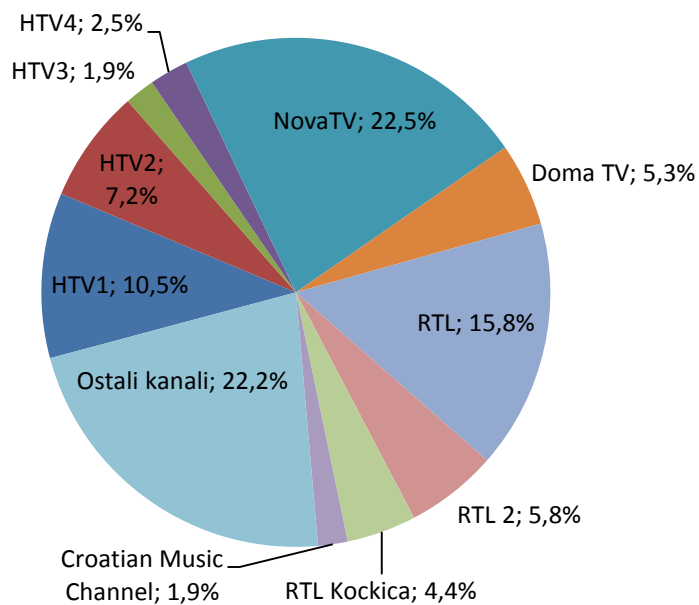


**Vremensko razdoblje od 19 do 23h**

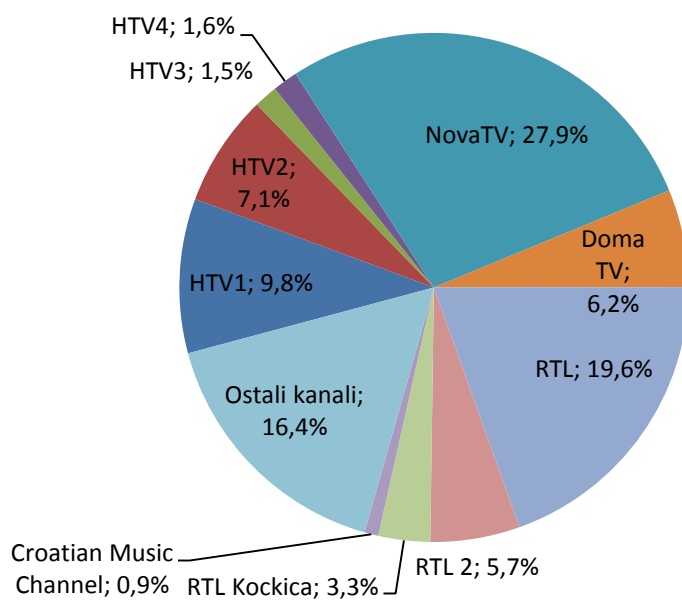


**Grafička komparativna analiza gledanosti 10 najgledanijih kanala za vremensko razdoblje cijeli dan i vremensko razdoblje od 19 do 23h (SHR%) za ciljnu skupinu 18-49.**

**Vremensko razdoblje cijeli dan**

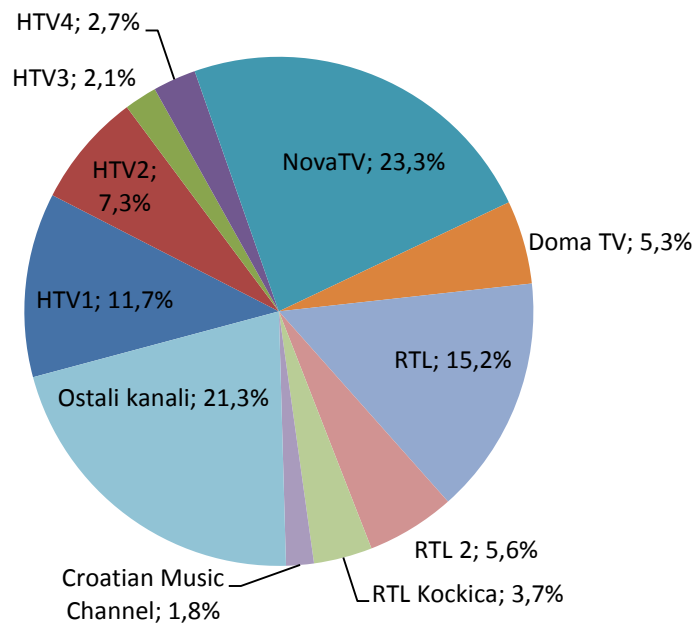


**Vremensko razdoblje od 19 do 23h**

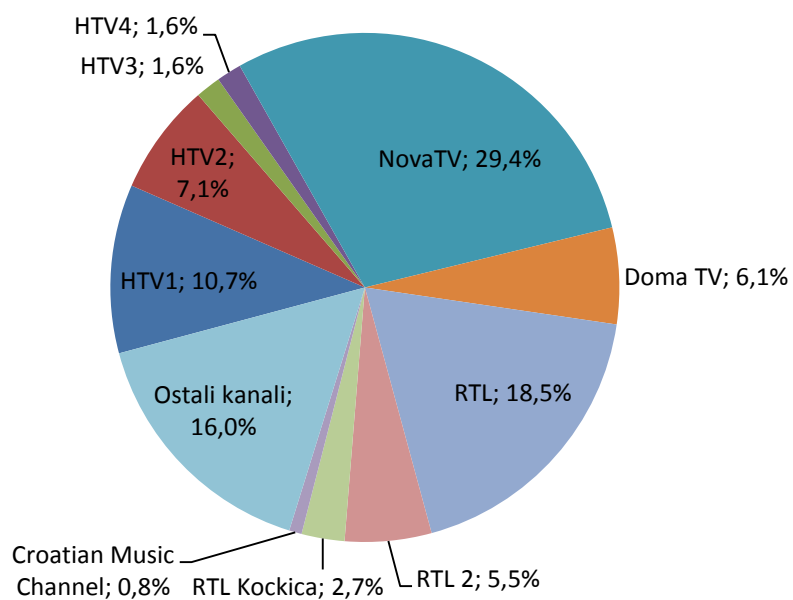


**Grafička komparativna analiza gledanosti 10 najgledanijih kanala za vremensko razdoblje cijeli dan i vremensko razdoblje od 19 do 23h (SHR%) za ciljnu skupinu 18-54.**

**Vremensko razdoblje cijeli dan**



**Vremensko razdoblje od 19 do 23h**



## Top 10 najgledanijih emisija u prosincu 2015.\*

### Ciljna skupina 4+

RANG	DATUM	KANAL	EMISIJA	POČETAK EMISIJE	KRAJ EMISIJE	(r) AMR	AMR%	SHR%
1	6.12.2015	NovaTV	DNEVNIK NOVA TV	19:15	20:10	834.899	20,41%	43,02%
2	31.12.2015	NovaTV	LUD, ZBUNJEN, NORMALAN - HUMORISTICNA SERIJA	21:03	21:46	829.227	20,27%	42,53%
3	31.12.2015	NovaTV	I GODINA NOVA 2016.	21:46	24:30	805.786	19,70%	43,58%
4	18.12.2015	NovaTV	FARMA - DNEVNA EMISIJA	20:15	21:39	761.887	18,63%	41,00%
5	29.12.2015	NovaTV	KUD PUKLO DA PUKLO - HRVATSKA DRAMSKA SERIJA	21:02	21:59	757.801	18,53%	39,60%
6	6.12.2015	NovaTV	TVOJE LICE ZVUCI POZNATO - SHOW EMISIJA	20:11	23:00	757.078	18,51%	37,88%
7	20.12.2015	HTV1	PLODOVI ZEMLJE - EMISIJA O POLJOPRIVREDI	12:30	13:20	638.207	15,60%	50,39%
8	20.12.2015	HTV1	VRIJEME DANAS HTV	12:18	12:20	638.072	15,60%	53,06%
9	20.12.2015	HTV1	SPORT - EMISIJA POSLIJE DNEVNIKA U PODNE	12:15	12:18	634.718	15,52%	53,56%
10	13.12.2015	RTL	RTL DANAS	18:30	19:08	614.349	15,02%	32,80%

\* 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 prosincu 2015.\*

### Ciljna skupina 18-49

RANG	DATUM	KANAL	EMISIJA	POČETAK EMISIJE	KRAJ EMISIJE	(r) AMR	AMR%	SHR%
1	31.12.2015	NovaTV	I GODINA NOVA 2016.	21:46	24:30	278.943	15,38%	43,42%
2	6.12.2015	NovaTV	TVOJE LICE ZVUCI POZNATO - SHOW EMISIJA	20:11	23:00	276.760	15,26%	38,88%
3	13.12.2015	RTL	SNJEZNO KRALJEVSTVO - AMERICKI ANIMIRANI FILM	20:07	21:58	274.011	15,11%	37,11%
4	31.12.2015	NovaTV	LUD, ZBUNJEN, NORMALAN - HUMORISTICNA SERIJA	21:03	21:46	270.881	14,94%	41,85%
5	29.12.2015	NovaTV	KUD PUKLO DA PUKLO - HRVATSKA DRAMSKA SERIJA	21:02	21:59	268.486	14,81%	40,39%
6	6.12.2015	NovaTV	DNEVNIK NOVA TV	19:15	20:10	246.465	13,59%	38,76%
7	26.12.2015	NovaTV	NOC I DAN - AMERICKA AKCIJSKA KOMEDIJA	20:11	22:12	233.477	12,88%	32,42%
8	6.12.2015	RTL	SAM U KUCI 2 - AMERICKA KOMEDIJA	20:10	22:31	231.674	12,78%	31,93%
9	20.12.2015	RTL	SAM U KUCI 4 - AMERICKA KOMEDIJA	20:09	21:55	214.723	11,84%	30,92%
10	13.12.2015	RTL	MERIDA HRABRA - AMERICKI ANIMIRANI FILM	16:49	18:11	213.537	11,78%	37,06%

\* 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 prosincu 2015.\*

### Ciljna skupina 18-54

RANG	DATUM	KANAL	EMISIJA	POČETAK EMISIJE	KRAJ EMISIJE	(r) AMR	AMR%	SHR%
1	31.12.2015	NovaTV	LUD, ZBUNJEN, NORMALAN - HUMORISTICNA SERIJA	21:03	21:46	374.037	17,54%	43,72%
2	31.12.2015	NovaTV	I GODINA NOVA 2016.	21:46	24:30	373.101	17,50%	43,54%
3	29.12.2015	NovaTV	KUD PUKLO DA PUKLO - HRVATSKA DRAMSKA SERIJA	21:02	21:59	369.502	17,33%	41,65%
4	6.12.2015	NovaTV	TVOJE LICE ZVUCI POZNATO - SHOW EMISIJA	20:11	23:00	353.634	16,59%	39,44%
5	6.12.2015	NovaTV	DNEVNIK NOVA TV	19:15	20:10	341.906	16,04%	41,32%
6	13.12.2015	RTL	SNJEZNO KRALJEVSTVO - AMERICKI ANIMIRANI FILM	20:07	21:58	328.072	15,39%	34,56%
7	26.12.2015	NovaTV	NOC I DAN - AMERICKA AKCIJSKA KOMEDIJA	20:11	22:12	302.606	14,19%	32,69%
8	17.12.2015	NovaTV	FARMA - DNEVNA EMISIJA	20:15	21:39	281.761	13,22%	34,59%
9	6.12.2015	RTL	SAM U KUCI 2 - AMERICKA KOMEDIJA	20:10	22:31	269.606	12,65%	29,45%
10	30.12.2015	NovaTV	VIJESTI NOVA TV	21:57	22:18	263.293	12,35%	30,38%

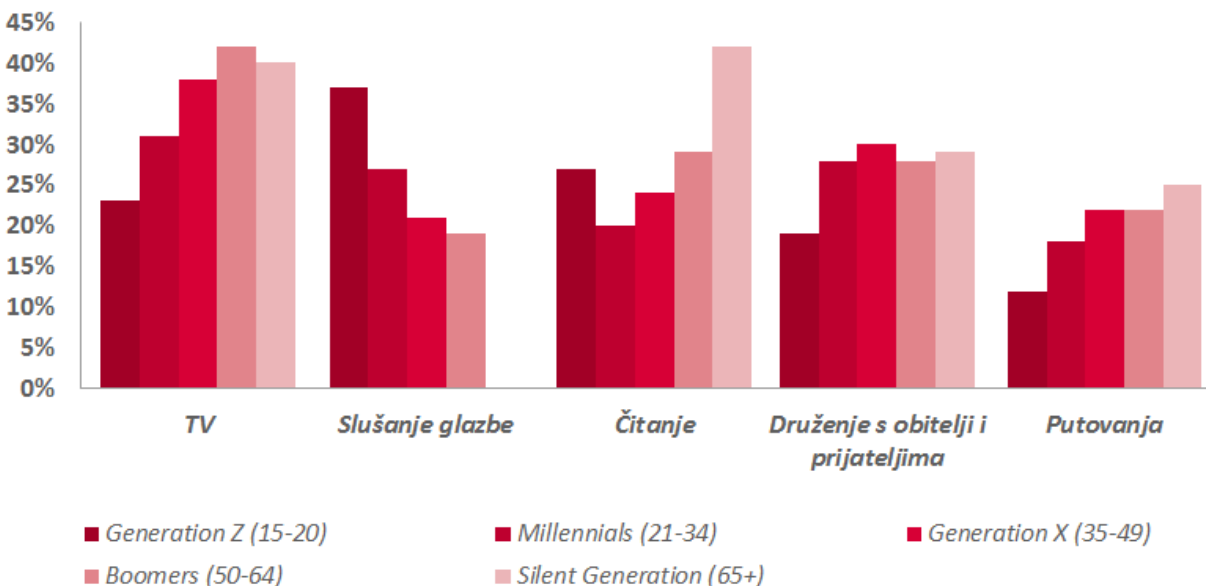
\* U top listu ne ulaze duplicirani programi, a od sadržaja koji imaju više od 1 epizode ulazi samo najgledanija epizoda



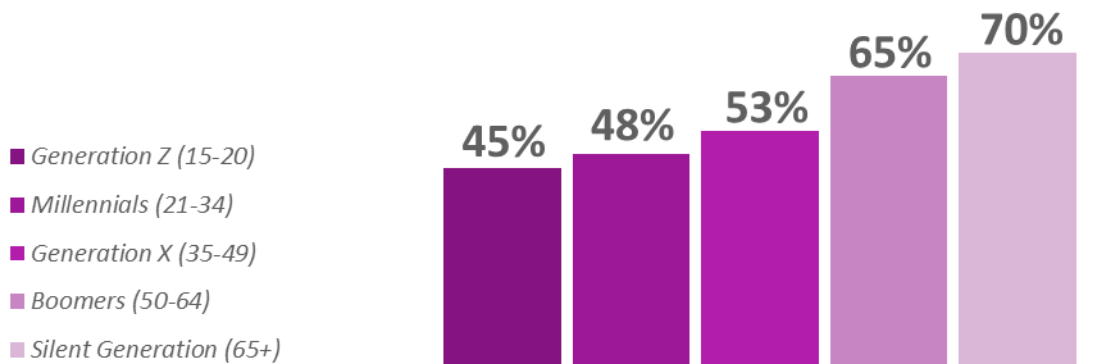
## GLOBALNI TRENDovi

### TV JE JOŠ UVIJEK GLAVNI IZVOR NOVOSTI

Prema Nielsen anketi u kojoj je sudjelovalo 30.000 online sudionika diljem 60 zemalja, pokazalo se kako je gledanje TV sadržaja još uvijek visoko na listi aktivnosti kojima se ljudi bave u svoje slobodno vrijeme. No, za Z generaciju (15-20 godina), gledanje TV sadržaja (23%) u drugom je planu tek nakon slušanja glazbe (37%) i čitanja (27%). Gledanje TV sadržaja, vodeća je slobodna aktivnost za Millennials-e, generaciju X i Boomers generaciju, dok kod Silent generacija zauzima drugo mjesto nakon čitanja.



Unatoč međugeneracijskim razlikama, prema Nielsen podacima prvog kvartala 2015. godine za populaciju Sjedinjenih Američkih Država, televizijski sadržaji su još uvijek primarni izvor novosti za sve generacije. Čak do 70% starije populacije (više od 50 godina) okreće se TV sadržajima kako bi saznali novosti, no takav trend je prisutan i kod mlađih generacija gdje je postotak populacije kojem je TV primarni izvor novosti 45-53%.



## 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).