

GLEĐANOST TELEVIZIJSKIH PROGRAMA PROSINAC 2014.

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 2014. godine

Prema podacima o gledanosti AGB Nielsena u prosincu 2014. godine smo proveli 5,6% više vremena konzumirajući TV nego u istom razdoblju prošle godine. Naime ATV* ili prosječan broj minuta gledanja TV sadržaja po pojedincu iz ciljne skupine 4+ za prosinac 2014. je iznosio 301 minute, usporedno s istim periodom prošle godine kada je ATV iznosio 285 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 - PROSINAC 2014.

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

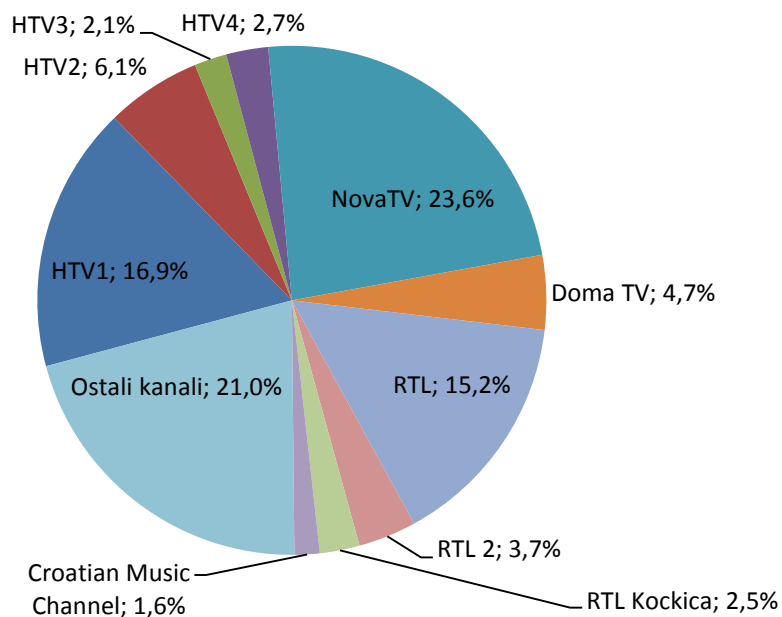
	Ciljna skupina	4+	18-49	18-54
	Kanal	SHR %	SHR %	SHR %
Cijeli dan	HTV1	16,89%	11,00%	13,08%
	HTV2	6,06%	5,97%	6,04%
	HTV3	2,06%	1,48%	1,69%
	HTV4	2,67%	1,57%	1,91%
	NovaTV	23,62%	23,45%	23,20%
	Doma TV	4,73%	5,09%	5,11%
	RTL	15,16%	16,62%	16,25%
	RTL 2	3,69%	5,41%	4,93%
	RTL Kockica	2,53%	2,97%	2,63%
	Croatian Music Channel	1,60%	2,04%	1,90%

	Ciljna skupina	4+	18-49	18-54
	Kanal	SHR %	SHR %	SHR %
19 do 23h	HTV1	13,39%	9,45%	10,78%
	HTV2	5,62%	5,85%	5,99%
	HTV3	1,55%	1,19%	1,44%
	HTV4	1,43%	0,97%	1,06%
	NovaTV	33,11%	31,98%	31,65%
	Doma TV	5,81%	6,46%	6,26%
	RTL	17,60%	18,85%	18,58%
	RTL 2	3,22%	5,61%	4,92%
	RTL Kockica	1,11%	1,34%	1,24%
	Croatian Music Channel	0,84%	1,10%	1,00%

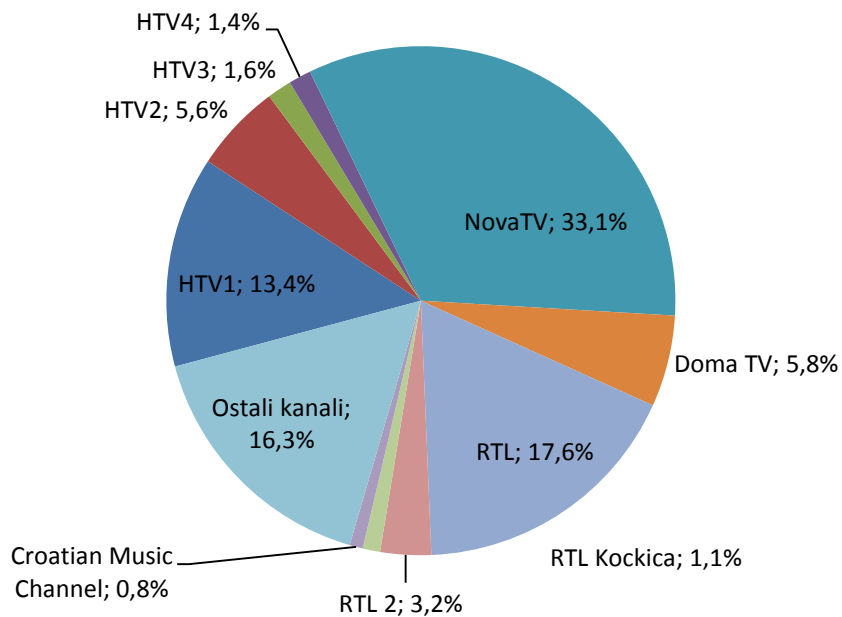
* SHR (share) – označava prosječan udio u gledanosti pojedinog kanala od određene ciljne skupine koja u određenom trenutku gleda televiziju.

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

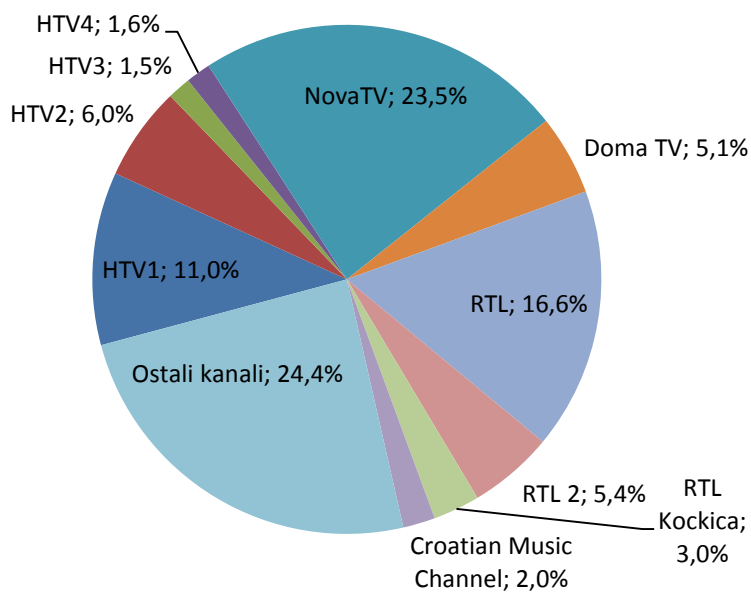


Vremensko razdoblje od 19 do 23h

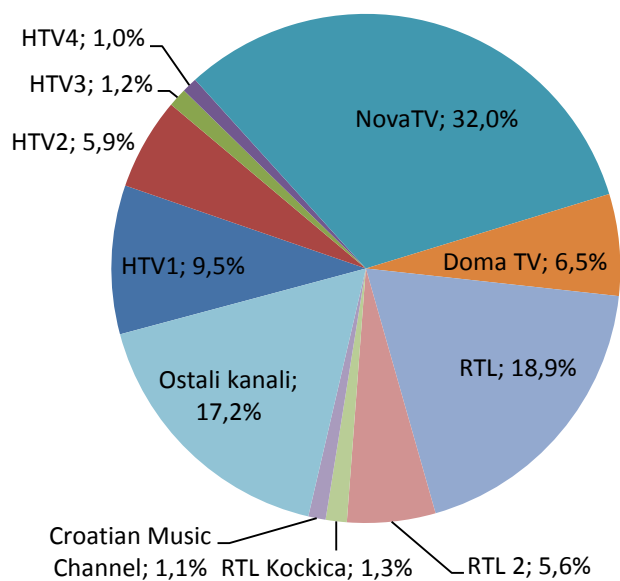


Grafička komparativna analiza gledanosti 10 najgledanijih kanala za vremensko razdoblje cijeli dan i vremensko razdoblje od 19 do 23h (SHR%) za ciljnu skupinu 18-49.

Vremensko razdoblje cijeli dan

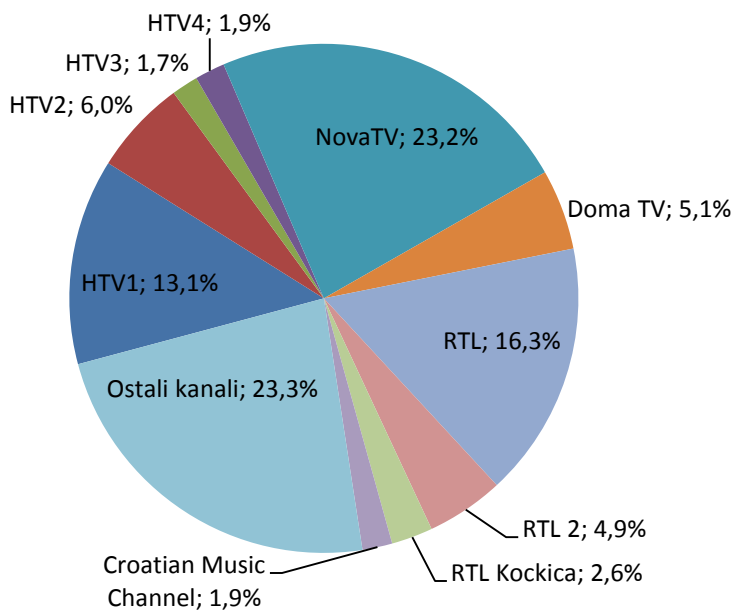


Vremensko razdoblje od 19 do 23h

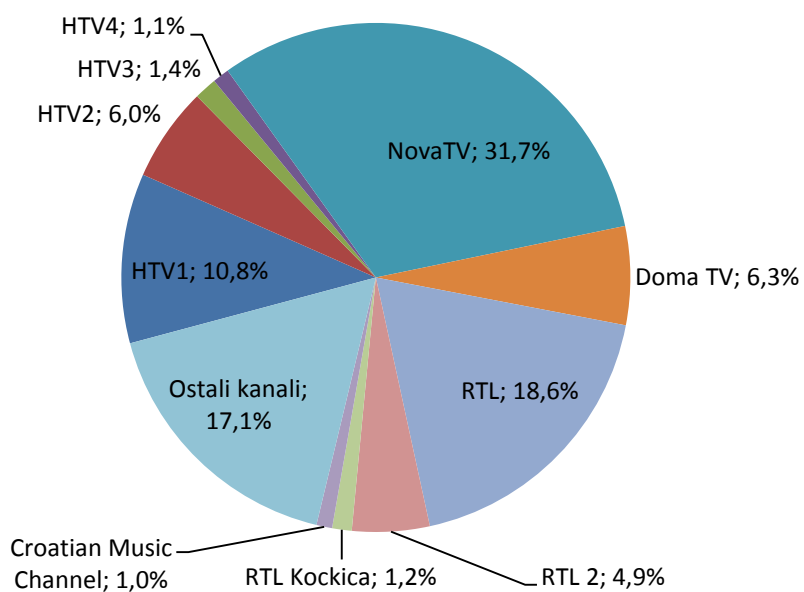


Grafička komparativna analiza gledanosti 10 najgledanijih kanala za vremensko razdoblje cijeli dan i vremensko razdoblje od 19 do 23h (SHR%) za ciljnu skupinu 18-54.

Vremensko razdoblje cijeli dan



Vremensko razdoblje od 19 do 23h



Top 10 najgledanijih emisija u prosincu 2014.*

Ciljna skupina 4+

RANG	DATUM	KANAL	EMISIJA	POČETAK EMISIJE	KRAJ EMISIJE	(r) AMR	AMR%	SHR%
1	7.12.2014	NovaTV	TVOJE LICE ZVUCI POZNATO - SHOW EMISIJA	20:05	22:49	1.129.642	27,62%	53,02%
2	31.12.2014	NovaTV	ULTIMATE FIGHT - INOKI GENOME FIGHT 2 - SNIMKA: CRO COP - SATOSHI ISHII	21:13	21:51	874.821	21,39%	44,86%
3	7.12.2014	NovaTV	DNEVNIK NOVA TV	19:15	20:05	867.991	21,22%	44,82%
4	22.12.2014	NovaTV	SUCELJAVANJE PREDSJEDNICKIH KANDIDATA	21:05	22:53	840.240	20,54%	47,98%
5	3.12.2014	NovaTV	KUD PUKLO DA PUKLO - HRVATSKA DRAMSKA SERIJA	21:05	22:06	819.593	20,04%	43,28%
6	28.12.2014	HTV1	SPORT - EMISIJA POSLIJE DNEVNIKA U PODNE	12:17	12:20	733.811	17,94%	52,37%
7	7.12.2014	HTV1	NEDJELJOM U DVA - POLITICKA EMISIJA	14:00	15:03	718.182	17,56%	48,57%
8	31.12.2014	NovaTV	I GODINA NOVA 2015.	21:51	24:17	699.664	17,11%	39,27%
9	28.12.2014	HTV1	DNEVNIK U PODNE	12:00	12:17	681.772	16,67%	49,89%
10	28.12.2014	NovaTV	TVOJE LICE ZVUCI POZNATO: NAJBOLJI NASTUPI - SHOW EMISIJA	20:30	21:50	673.609	16,47%	31,00%

* U top listu ne ulaze duplicirani programi već samo najgledanija emisija od sadržaja koji imaju više od 1 epizode

Top 10 najgledanijih emisija u prosincu 2014.*

Ciljna skupina 18-49

RANG	DATUM	KANAL	EMISIJA	POČETAK EMISIJE	KRAJ EMISIJE	(r) AMR	AMR%	SHR%
1	7.12.2014	NovaTV	TVOJE LICE ZVUCI POZNATO - SHOW EMISIJA	20:05	22:49	449.891	24,81%	55,66%
2	28.12.2014	NovaTV	DNEVNIK NOVA TV	19:15	20:29	315.505	17,40%	40,47%
3	3.12.2014	NovaTV	KUD PUKLO DA PUKLO - HRVATSKA DRAMSKA SERIJA	21:05	22:06	305.825	16,87%	43,90%
4	1.12.2014	NovaTV	LUD, ZBUNJEN, NORMALAN - HUMORISTICNA SERIJA	22:05	22:50	295.819	16,31%	43,52%
5	28.12.2014	NovaTV	TVOJE LICE ZVUCI POZNATO: NAJBOLJI NASTUPI - SHOW EMISIJA	20:30	21:50	293.385	16,18%	35,74%
6	31.12.2014	NovaTV	ULTIMATE FIGHT - INOKI GENOME FIGHT 2 - SNIMKA: CRO COP - SATOSHI ISHII	21:13	21:51	272.653	15,04%	42,19%
7	31.12.2014	NovaTV	I GODINA NOVA 2015.	21:51	24:17	246.103	13,57%	40,66%
8	22.12.2014	NovaTV	SUCELJAVANJE PREDSJEDNICKIH KANDIDATA	21:05	22:53	245.299	13,53%	37,89%
9	25.12.2014	RTL	SAM U KUCI 5 - AMERICKA KOMEDIJA	20:23	22:06	226.605	12,50%	32,49%
10	7.12.2014	HTV1	NEDJELJOM U DVA - POLITICKA EMISIJA	14:00	15:03	225.877	12,46%	41,85%

* U top listu ne ulaze duplicirani programi već samo najgledanija emisija od sadržaja koji imaju više od 1 epizode

Top 10 najgledanijih emisija u prosincu 2014.*

Ciljna skupina 18-54

RANG	DATUM	KANAL	EMISIJA	POČETAK EMISIJE	KRAJ EMISIJE	(r) AMR	AMR%	SHR%
1	7.12.2014	NovaTV	TVOJE LICE ZVUCI POZNATO - SHOW EMISIJA	20:05	22:49	543.455	25,49%	54,13%
2	28.12.2014	NovaTV	DNEVNIK NOVA TV	19:15	20:29	390.098	18,30%	39,84%
3	3.12.2014	NovaTV	KUD PUKLO DA PUKLO - HRVATSKA DRAMSKA SERIJA	21:05	22:06	387.251	18,16%	44,10%
4	31.12.2014	NovaTV	ULTIMATE FIGHT - INOKI GENOME FIGHT 2 - SNIMKA: CRO COP - SATOSHI ISHII	21:13	21:51	362.556	17,01%	41,41%
5	28.12.2014	NovaTV	TVOJE LICE ZVUCI POZNATO: NAJBOLJI NASTUPI - SHOW EMISIJA	20:30	21:50	354.949	16,65%	34,46%
6	1.12.2014	NovaTV	LUD, ZBUNJEN, NORMALAN - HUMORISTICNA SERIJA	22:05	22:50	350.617	16,45%	41,84%
7	31.12.2014	NovaTV	I GODINA NOVA 2015.	21:51	24:17	326.906	15,33%	40,09%
8	22.12.2014	NovaTV	SUCELJAVANJE PREDSJEDNICKIH KANDIDATA	21:05	22:53	319.443	14,98%	38,99%
9	7.12.2014	HTV1	NEDJELJOM U DVA - POLITICKA EMISIJA	14:00	15:03	299.957	14,07%	44,64%
10	25.12.2014	RTL	SAM U KUCI 5 - AMERICKA KOMEDIJA	20:23	22:06	276.924	12,99%	30,72%

* U top listu ne ulaze duplicirani programi već samo najgledanija emisija od sadržaja koji imaju više od 1 epizode

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).