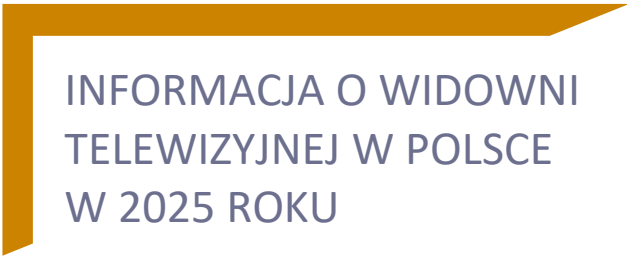


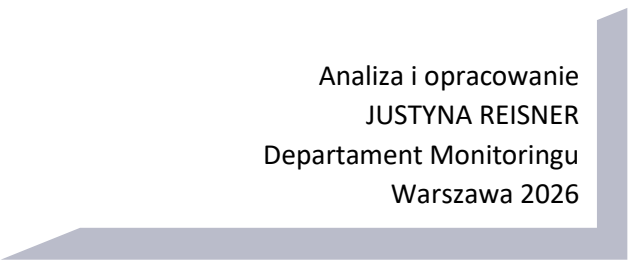


KRAJOWA RADA
RADIOFONII I TELEWIZJI

A large, stylized orange bracket shape is positioned to the left of the title, framing the text.

INFORMACJA O WIDOWNI TELEWIZYJNEJ W POLSCE W 2025 ROKU

Na podstawie danych z badania
AGB Nielsen Media Research

A large, stylized grey bracket shape is positioned to the right of the author information, framing the text.

Analiza i opracowanie
JUSTYNA REISNER
Departament Monitoringu
Warszawa 2026

WSTĘP

Analiza została przeprowadzona na podstawie danych pochodzących z badania realizowanego przez AGB Nielsen Media Research na próbie ludności Polski powyżej 4 roku życia. Badanie to jest obecnie jedynym dostępnym na polskim rynku ciągłym pomiarem telemetrycznym telewizji.

Struktura panelu badawczego konstruowana jest na podstawie danych GUS oraz wyników tzw. badania założycielskiego realizowanego każdego roku w dwóch falach na łącznej próbie 8000 gospodarstw domowych.

Od 1 stycznia 2022 panel badawczy liczy 3 500 gospodarstw domowych (ponad 9000 osób powyżej 4. roku życia) usytuowanych w: 1104 wsiach, 164 miastach liczących do 10 tys. mieszkańców, 129 miastach liczących od 10 do 19 tys. mieszkańców, 122 miastach liczących od 20 do 49 tys. mieszkańców, 46 miastach liczących od 50 do 99 tys. mieszkańców, 23 miastach liczących od 100 do 199 tys. mieszkańców, 9 miastach liczących od 200 do 499 tys. mieszkańców oraz 5 miastach powyżej 500 tys. mieszkańców. Liczba określająca obecny wymiar panelu badawczego powstała przez stopniowe jego zwiększanie z powodu zmian zachodzących na rynku.

WSKAŹNIKI

AMR (ang. AVERAGE MINUTE RATING) – średnia oglądalność minutowa - wskaźnik opisujący średnią wielkość widowni oglądającej konkretną audycję lub program telewizyjny.

SHR% (ang. AUDIENCE SHARE) – udział w widowni - odsetek widzów, którzy oglądali audycję bądź program w stosunku do wszystkich widzów oglądających w tym czasie telewizję.

ATV (ang. AVERAGE TIME VIEWING) – dobowy czas oglądania telewizji przypadający na jedną osobę, zmierzony wśród ogółu populacji.

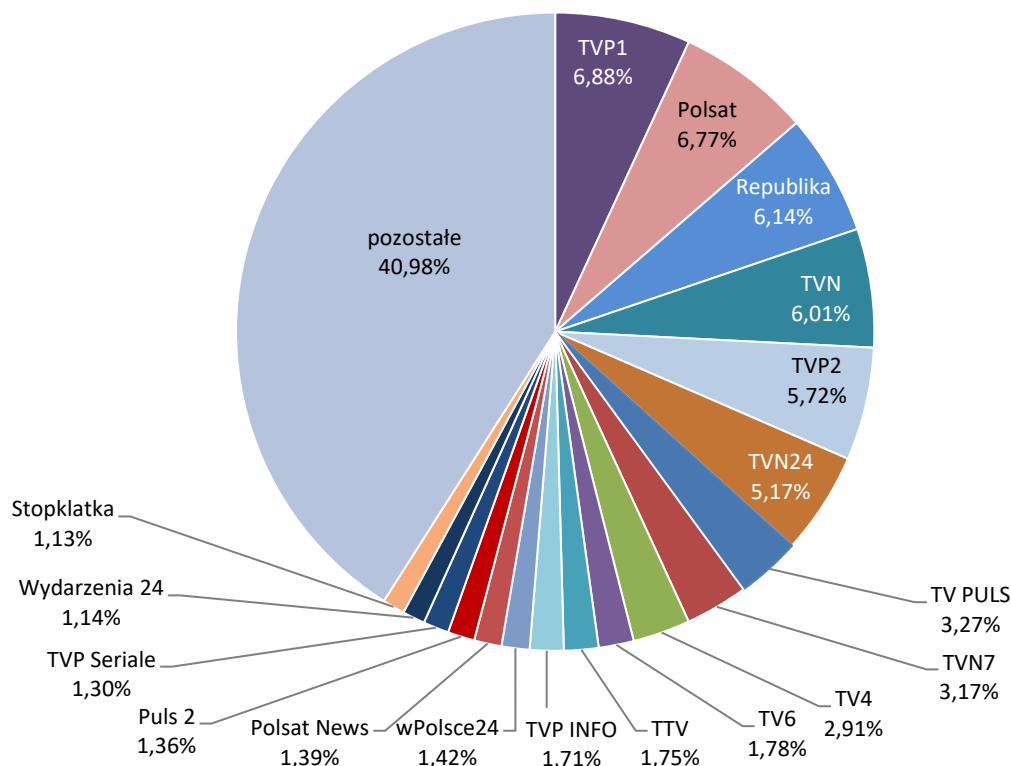
ATS (ang. AVERAGE TIME SPENT) – dobowy czas oglądania telewizji przypadający na jedną osobę, zmierzony wśród osób oglądających telewizję.

RCH, RCH% (ang. REACH) – zasięg dzienny – odpowiednio liczba lub odsetek osób, które oglądały dany program przez co najmniej jedną minutę. Osoba, która oglądała program dłużej jest wliczana tylko raz.

RYNEK TELEWIZYJNY W POLSCE

W 2025 roku średni dobowy czas poświęcany na oglądanie telewizji przez ogół mieszkańców Polski wyniósł ponad 3 godziny 45 minut – o 3 minuty więcej w porównaniu z poprzednim rokiem. Wśród osób oglądających telewizję, czas oglądania był już znacznie wyższy – wskaźnik ATS osiągnął 6 godzin 22 minuty, co oznacza wzrost rok do roku o 10,5 minuty. Stopniowo zmniejszał się natomiast zasięg (RCH) – mniej osób poświęca telewizji choćby jedną minutę w ciągu dnia (21,4 mln w 2023 r., 20,5 mln w 2024 r. i 19,7 mln w 2025 r.). Średnia widownia minutowa (AMR) osiągnęła w minionym roku wartość 5,2 mln (5,3 mln w 2024 r. i 5,5 mln w 2023 r.).

Wykres 1. Rynek telewizyjny w Polsce w 2025 r. (SHR%)¹



Źródło: Analiza Biura KRRiT na podstawie badania AGB Nielsen Media Research

Wartości wskaźników SHR% i AMR dla wszystkich badanych programów telewizyjnych w Polsce zamieszczono w załączniku na końcu opracowania.

¹ W kategorii pozostałe – uwzględniono programy o udziale jednostkowym poniżej 1 % oraz tzw. oglądalność niezidentyfikowaną pochodzącą z tradycyjnych źródeł telewizyjnych, jak i ze Smart TV (w tym treści non-tv na telewizorach podłączonych do internetu) i oglądalność rozpoznawaną, niedostępną odrębnie, jak np. HBO, niektóre programy Canal+

Wśród programów o największych oglądalnościach zdecydowaną większość stanowiły programy z koncesją na rozpowszechnianie poprzez multipleksy naziemne. W analizowanym okresie, w rankingu ułożonym pod względem oglądalności (pierwsza dwudziestka) znalazło się 17 programów naziemnej telewizji cyfrowej oraz 3 programy dostępne drogą satelitarną i kablową (*TVN24, Polsat News, TVP Seriale*). Ich łączny udział w widowni, wynoszący 60,8% był wyższy rok do roku o 1,58 pp. Pozostałe programy odznaczały się dużo niższą oglądalnością. Poza pierwszą dwudziestką znalazło się 8 programów o wskaźniku SHR% w przedziale między 0,9% a 0,5%: *TVP Sport, Super Polsat, Polsat Sport1, Polsat2, Zoom TV, Eurosport 1, WP, ANTENA HD* (łącznie 5,5%). Najlicniejsza zaś grupa, o SHR% poniżej 0,5%, objęła 150 programów, które łącznie miały 20% udziału w widowni.

Tab. 1. Udziały programów w widowni telewizyjnej – pierwsza dwudziestka

SHR%					
LP.	PROGRAMY	2024	2025	ZMIANA /pp./	ZMIANA %
1.	TVP1	7,24%	6,88%	-0,36	-5%
2.	Polsat	6,62%	6,77%	0,15	2%
3.	Republika	3,79%	6,14%	2,35	62%
4.	TVN	6,21%	6,01%	-0,2	-3%
5.	TVP2	6,13%	5,72%	-0,41	-7%
6.	TVN24	6,04%	5,17%	-0,87	-14%
7.	TV PULS	2,89%	3,27%	0,38	13%
8.	TVN7	3,17%	3,17%	0	0%
9.	TV4	2,88%	2,91%	0,03	1%
10.	TV6	1,73%	1,78%	0,05	3%
11.	TTV - Twoja Telewizja	1,91%	1,75%	-0,16	-8%
12.	TVP INFO	1,42%	1,71%	0,29	20%
13.	wPolsce24	0,51%	1,42%	0,91	178%
14.	Polsat News	1,57%	1,39%	-0,18	-11%
15.	Puls 2	1,53%	1,36%	-0,17	-11%
16.	TVP Seriale	1,43%	1,30%	-0,13	-9%
17.	Wydarzenia 24	1,04%	1,14%	0,1	10%
18.	Stopklatka	1,28%	1,13%	-0,15	-12%
19.	Fokus TV	0,96%	0,93%	-0,03	-3%
20.	TVP3	0,87%	0,85%	-0,02	-2%

Źródło: Analiza Biura KRRiT na podstawie badania AGB Nielsen Media Research

Podobnie jak w 2024 roku, na pierwszych dwóch miejscach utrzymały się programy uniwersalne – TVP 1 z najwyższym udziałem w widowni oraz Polsat. Z miejsca szóstego w 2024 roku na trzecie awansowała posiadająca profil informacyjno-publicystyczny telewizja Republika, czwarte zaś należało do TVN. Spadek na piąte z czwartego odnotowano w przypadku TVP 2. Na szóstej lokacie w rankingu znalazł się informacyjny TVN 24.

Udział w widowni uniwersalnych programów tzw. *wielkiej czwórki* zmniejszył się łącznie o 0,82 pp. do wartości 26,2%. Spadki dotyczyły w największym stopniu kanałów publicznych TVP 1 i TVP 2, w mniejszym telewizji TVN. Polsat natomiast odnotował niewielki wzrost.

W 2025 r. programy o profilu informacyjnym zajmowały łącznie 17,6% rynku. Telewizja Republika zajmująca wysokie trzecie miejsce na liście ogólnej, została liderem w segmencie programów informacyjnych osiągając 5,9 pp. przyrostu udziału w stosunku do roku 2023 oraz 2,4 pp. w porównaniu z rokiem 2024. Jej wskaźnik widowni minutowej w tym okresie zwiększył się o 309 637 widzów w porównaniu z 2023 r. i o 119 540 w stosunku do 2024 r. Duże wzrosty obserwowano również w przypadku telewizji wPolsce24. Spadek wskaźników oglądalności odnotowały natomiast telewizje: TVN 24, Polsat News, TVN 24 Bis. Widownia publicznego programu TVP Info wzrosła o ok. 14 tys. widzów w ostatnim roku, wciąż jednak pozostaje dwukrotnie niższa w porównaniu z rokiem 2023. Poniżej zamieszczono wskaźniki oglądalności programów informacyjnych oraz ich zmianę w stosunku do roku 2024 i 2023, a w kolejnej tabeli zestawiono serwisy o największej widowni w tych programach.

Tab. 2. Widownia i udziały programów informacyjnych w 2025 r. – zmiana

LP.	PROGRAM	AMR			SHR%		
		2025	zmiana vs 2024	zmiana vs 2023	2025	zmiana vs 2024 (pp.)	zmiana vs 2023 (pp.)
1	Republika	320 495	119 540	309 637	6,1%	2,4	5,9
2	TVN24	269 871	-50 153	-48 656	5,2%	-0,9	-0,6
3	TVP INFO	89 225	13 984	-183 679	1,7%	0,3	-3,2
4	wPolsce24	74 065	46 917	72 149	1,4%	0,9	1,4
5	Polsat News	72 763	-10 693	-25 765	1,4%	-0,2	-0,4
6	Wydarzenia 24	59 353	4 378	17 753	1,1%	0,1	0,4
7	TVN 24 Bis	23 777	-3 649	-5 628	0,5%	-0,1	-0,1
8	Polsat News Polityka	7 350	-5 841	7 350	0,1%	-0,1	0,1
9	Polsat News 2	3 830	-818	-2 369	0,1%	0,0	0,0
10	BIZNES24	366	-273	-209	0,0%	0,0	0,0

Źródło: Analiza Biura KRRiT na podstawie badania AGB Nielsen Media Research

Tab. 3. Najpopularniejsze audycje informacyjne w programach informacyjnych w 2025 r.

LP.	AUDYCJA	PROGRAM	DATA	AMR	SHR %
1	Fakty po faktach	TVN24	28.02.2025	1 221 310	10,36%
2	Republika TV - wydanie specjalne	Republika	16.06.2025	1 157 156	10,76%
3	Dzisiaj - główne wydanie informacji	Republika	02.06.2025	1 140 681	10,95%
4	Express Republiki	Republika	06.08.2025	1 111 076	14,68%
5	Express Republiki +	Republika	20.01.2025	1 081 306	10,98%
6	Serwis informacyjny	TVN24	18.05.2025	907 183	8,30%
7	Teleexpress Extra	TVP INFO	30.12.2025	903 332	9,08%
8	I9.30	TVP INFO	08.05.2025	803 156	6,73%
9	24 Godziny	TVN24	28.02.2025	784 535	8,88%
10	Teleexpress	TVP INFO	01.12.2025	685 437	7,75%
11	Republika Dzień Serwis	Republika	02.06.2025	681 466	13,93%
12	Express Republiki luz	Republika	05.01.2025	671 989	6,23%
13	Panorama Flesz	TVP INFO	31.12.2025	637 864	6,16%
14	Fakty po południu	TVN24	08.05.2025	592 107	8,06%
15	Fakty o świecie	TVN24	10.04.2025	515 575	4,36%
16	Republika Rano Serwis	Republika	11.01.2025	484 591	8,55%
17	Fakty	TVN 24 Bis	17.02.2025	472 533	3,91%
18	TVP Info - serwis Informacyjny	TVP2	16.02.2025	459 290	8,81%
19	Republika Wieczór - serwis	Republika	22.03.2025	445 724	5,09%
20	Serwis Informacyjny	Republika	06.03.2025	430 373	7,15%

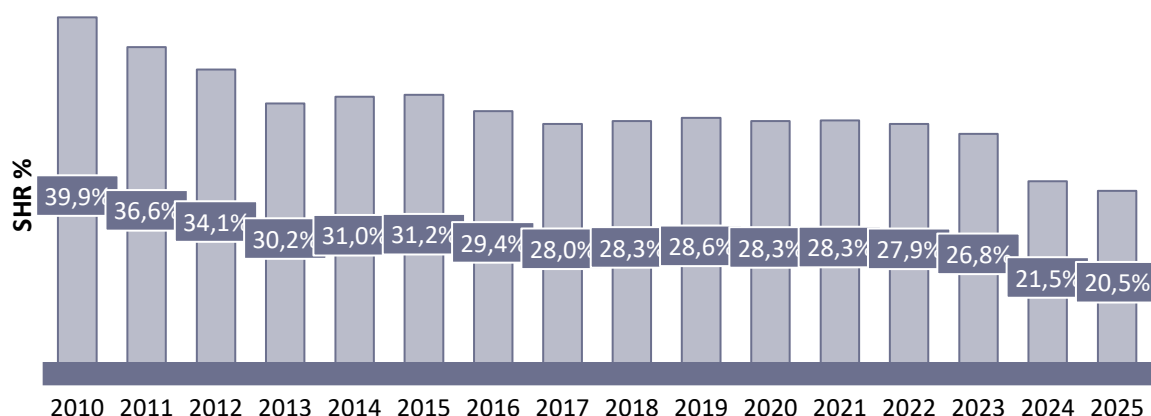
Źródło: Analiza Biura KRRiT na podstawie badania AGB Nielsen Media Research

Spośród programów tzw. zdelokalizowanych, tzn. takich, które nie posiadają polskiej koncesji a kierowane są do polskiego widza, największy udział w widowni telewizyjnej w 2025 roku uzyskały: Eurosport 1 (0,56%), FX (0,45%), BBC First (0,32%), Romance (0,32%), Paramount Network (0,31%). Jednostkowe udziały pozostałych w tej grupie nie przekraczały wartości 0,3%.

TELEWIZJA PUBLICZNA

W 2025 roku do sektora publicznego należało 20,5% rynku – tyle udziału w widowni zebrały łącznie programy: TVP1, TVP2, TV Polonia, TVP INFO, TVP Regionalna, TVP Rozrywka, TVP Kultura, TVP Seriale, TVP Sport, TVP HD, TVP Historia, TVP ABC, TVP Kobieta, TVP Dokument, TVP Nauka. Oznacza to utrzymanie trendu spadkowego, ponieważ w roku 2024 łączny udział w widowni programów TVP S.A. wyniósł 21,5%, a w 2023 26,8%. Spadki dotyczyły większości programów za wyjątkiem kanałów TVP INFO i TVP Kultura.

Wykres. 2. Łączne udziały telewizji publicznej w widowni w latach 2010 – 2025



Źródło: Analiza Biura KRRiT na podstawie badania AGB Nielsen Media Research

Dane dot. wielkości widowni i udziałów poszczególnych programów publicznych w 2025 roku wraz z zaznaczeniem zmiany w stosunku do roku 2024 przedstawiono w kolejnej tabeli (tabela zawiera średnie dla roku).

Tab. 4. Wielkość widowni i udziały programów telewizji publicznej w 2025 r.

LP.	PROGRAM	AMR		SHR %	
		2025 r.	ZMIANA DO 2024	2025 r.	ZMIANA DO 2024 (pp.)
1	TVP1	359 592	-24 261	6,88%	-0,36
2	TVP2	299 062	-26 029	5,72%	-0,41
3	TVP INFO	89 225	13 984	1,71%	0,29
4	TVP Seriale	67 936	-7 988	1,30%	-0,13
5	TVP3	44 455	-1 875	0,85%	-0,02
6	TVP Sport	43 479	-9 950	0,83%	-0,18
7	TVP HD	25 080	-2 885	0,48%	-0,05
8	TVP Rozrywka	25 039	-2 715	0,48%	-0,04
9	TVP Historia	23 971	-1 448	0,46%	-0,02
10	TVP Kultura	21 833	2 349	0,42%	0,05
11	TVP Polonia	17 787	-140	0,34%	0,00
12	TVP Kobieta	14 596	-3 573	0,28%	-0,06
13	TVP ABC	13 770	-3 072	0,26%	-0,06
14	TVP Dokument	12 236	-2 746	0,23%	-0,05
15	TVP Nauka	11 548	-1 686	0,22%	-0,03
	Ogółem	1 069 609	-72 035	20,46%	-1,07

Źródło: Analiza Biura KRRiT na podstawie badania AGB Nielsen Media Research

ZAŁĄCZNIK

Tab. 5. Informacje o **widowni i **udziale** programów telewizyjnych w Polsce w 2025 roku.**

LP.	PROGRAM	AMR		SHR %	
		2025 r.	ZMIANA DO 2024	2025 r.	ZMIANA DO 2024 (pp.)
1	TVP1	359 592	-24 261	6,88%	-0,36
2	Polsat	353 771	2 984	6,77%	0,15
3	Republika	320 495	119 540	6,14%	2,35
4	TVN	313 923	-15 103	6,01%	-0,20
5	TVP2	299 062	-26 029	5,72%	-0,41
6	TVN24	269 871	-50 153	5,17%	-0,87
7	TV PULS	170 784	17 781	3,27%	0,38
8	TVN7	165 845	-2 096	3,17%	0,00
9	TV4	151 933	-736	2,91%	0,03
10	TV6	92 864	1 424	1,78%	0,05
11	TTV - Twoja Telewizja	91 267	-9 941	1,75%	-0,16
12	TVP INFO	89 225	13 984	1,71%	0,29
13	wPolsce24	74 065	46 917	1,42%	0,91
14	Polsat News	72 763	-10 693	1,39%	-0,18
15	Puls 2	71 284	-9 623	1,36%	-0,17
16	TVP Seriale	67 936	-7 988	1,30%	-0,13
17	Wydarzenia 24	59 353	4 378	1,14%	0,10
18	Stopklatka	59 279	-8 680	1,13%	-0,15
19	Fokus TV	48 836	-2 035	0,93%	-0,03
20	TVP3	44 455	-1 875	0,85%	-0,02
21	TVP Sport	43 479	-9 950	0,83%	-0,18
22	Super Polsat	41 260	1 095	0,79%	0,03
23	Polsat Sport 1	39 717	7 278	0,76%	0,15
24	Polsat2	36 495	-6 657	0,70%	-0,11
25	Zoom TV	31 718	412	0,61%	0,02
26	Eurosport 1	29 248	-14 045	0,56%	-0,26
27	WP	28 969	-4 359	0,55%	-0,08
28	ANTENA HD	26 423	-1 512	0,51%	-0,02
29	TVP HD	25 080	-2 885	0,48%	-0,05

LP.	PROGRAM	AMR		SHR %	
		2025 r.	ZMIANA DO 2024	2025 r.	ZMIANA DO 2024 (pp.)
30	Polsat Play	25 056	-2 480	0,48%	-0,04
31	TVP Rozrywka	25 039	-2 715	0,48%	-0,04
32	TVP Historia	23 971	-1 448	0,46%	-0,02
33	TVN 24 Bis	23 777	-3 649	0,46%	-0,06
34	FX	23 329	-2 396	0,45%	-0,04
35	TVN Turbo	22 403	-992	0,43%	-0,01
36	TVP Kultura	21 833	2 349	0,42%	0,05
37	Polsat Film	21 617	-221	0,41%	0,00
38	Nowa TV	20 009	-4 706	0,38%	-0,09
39	Polsat Seriale	18 241	-2 406	0,35%	-0,04
40	Polsat Cafe	18 202	-3 128	0,35%	-0,05
41	TVP Polonia	17 787	-140	0,34%	0,00
42	Romance TV	16 681	-629	0,32%	-0,01
43	BBC First	16 489	-4 460	0,32%	-0,08
44	TVS	16 414	3 921	0,31%	0,07
45	Polo TV	16 299	-5 604	0,31%	-0,10
46	Paramount Network	16 087	-547	0,31%	0,00
47	TVN Style	15 253	-275	0,29%	0,00
48	National Geographic	15 121	-2 503	0,29%	-0,04
49	Kino TV	15 050	-232	0,29%	0,00
50	AXN	15 033	1 891	0,29%	0,04
51	Kino Polska	14 978	-1 085	0,29%	-0,01
52	HISTORY	14 864	-220	0,28%	0,00
53	Discovery	14 812	-703	0,28%	-0,01
54	TVP Kobieta	14 596	-3 573	0,28%	-0,06
55	TVP ABC	13 770	-3 072	0,26%	-0,06
56	TVN Fabula	12 255	-5 154	0,23%	-0,10
57	TVP Dokument	12 236	-2 746	0,23%	-0,05
58	13 Ulica	12 204	-2 584	0,23%	-0,05
59	TVP Nauka	11 548	-1 686	0,22%	-0,03
60	Eska TV	11 350	-1 176	0,22%	-0,02
61	HGTV	11 339	-2 506	0,22%	-0,04

LP.	PROGRAM	AMR		SHR %	
		2025 r.	ZMIANA DO 2024	2025 r.	ZMIANA DO 2024 (pp.)
62	Novelas	11 247	5 650	0,22%	0,11
63	Metro	10 199	-1 991	0,20%	-0,03
64	BBC Earth	10 007	-1	0,19%	0,00
65	National Geographic Wild	9 834	726	0,19%	0,02
66	Planete+	9 564	-2 183	0,18%	-0,04
67	Nick Jr	9 537	-7 055	0,18%	-0,13
68	Comedy Central	9 325	-3 324	0,18%	-0,06
69	Disney Junior	9 319	-4 051	0,18%	-0,07
70	Eleven Sports 1	8 604	2 293	0,16%	0,04
71	Polsat Comedy Central Extra	8 312	-2 169	0,16%	-0,04
72	Polsat Doku	8 273	219	0,16%	0,01
73	Kabaret TV	8 129	4 028	0,16%	0,08
74	Polsat Sport 2	7 980	-548	0,15%	-0,01
75	CANAL+ SPORT2	7 735	1 448	0,15%	0,03
76	AMC	7 726	273	0,15%	0,01
77	Polsat Viasat History	7 702	-1 186	0,15%	-0,02
78	AXN Black	7 658	-389	0,15%	0,00
79	Warner TV	7 640	-640	0,15%	-0,01
80	MiniMini+	7 455	-93	0,14%	0,00
81	Polsat News Polityka	7 350	-5 841	0,14%	-0,11
82	HISTORY2	7 314	535	0,14%	0,01
83	CANAL+ SPORT3	7 256	850	0,14%	0,02
84	Epic Drama	7 206	-1 750	0,14%	-0,03
85	CANAL+ DOMO	6 953	-347	0,13%	-0,01
86	Ale Kino+	6 867	-326	0,13%	-0,01
87	Investigation Discovery	6 641	-8	0,13%	0,00
88	Discovery Science	6 530	-1 160	0,13%	-0,02
89	Stars.tv	6 475	-9	0,12%	0,00
90	Eurosport2	6 066	-4 099	0,12%	-0,07
91	Polsat Viasat Explore	6 047	-1 307	0,12%	-0,02
92	TLC	5 987	-2 304	0,11%	-0,05

LP.	PROGRAM	AMR		SHR %	
		2025 r.	ZMIANA DO 2024	2025 r.	ZMIANA DO 2024 (pp.)
93	CI Polsat	5 742	-2 880	0,11%	-0,05
94	CANAL+ KUCHNIA	5 573	-139	0,11%	0,00
95	BBC CBeebies	5 280	-747	0,10%	-0,01
96	Cartoon Network	5 100	-1 621	0,10%	-0,03
97	4FUN.TV	5 088	-1 249	0,10%	-0,02
98	Polsat Rodzina	5 018	1 508	0,10%	0,03
99	FX Comedy	4 863	-190	0,09%	-0,01
100	Canal+ Premium	4 658	-1 869	0,09%	-0,03
101	DTX	4 415	-513	0,08%	-0,01
102	BBC Lifestyle	4 369	593	0,08%	0,01
103	Discovery Historia	4 358	364	0,08%	0,00
104	Polsat JimJam	4 352	-3 481	0,08%	-0,07
105	Canal+ 360	4 290	-61	0,08%	0,00
106	Polsat Sport 3	4 264	-214	0,08%	0,00
107	Cartoonito	4 176	-2 369	0,08%	-0,04
108	TVC	4 095	460	0,08%	0,01
109	Travel Channel	4 041	-203	0,08%	0,00
110	Nickelodeon	3 982	-2 578	0,08%	-0,04
111	Scifi Universal	3 891	-909	0,07%	-0,02
112	Polsat Viasat Nature	3 855	-2 763	0,07%	-0,05
113	Polsat News 2	3 830	-818	0,07%	-0,02
114	AXN White	3 777	1 027	0,07%	0,02
115	CANAL+ SPORT5	3 742	624	0,07%	0,01
116	Film Cafe	3 675	-1 141	0,07%	-0,02
117	Discovery Life	3 601	-133	0,07%	0,00
118	Novelas+1	3 585	39	0,07%	0,00
119	CANAL+ SPORT	3 396	-2 918	0,07%	-0,05
120	Tele5	3 336	769	0,06%	0,01
121	Disco Polo Music	3 226	-123	0,06%	0,00
122	Active Family	3 204	-2 945	0,06%	-0,06
123	Disney Channel	3 091	-1 680	0,06%	-0,03
124	Food Network	2 845	-78	0,05%	-0,01

LP.	PROGRAM	AMR		SHR %	
		2025 r.	ZMIANA DO 2024	2025 r.	ZMIANA DO 2024 (pp.)
125	Nicktoons	2 587	-1 569	0,05%	-0,03
126	BBC Brit	2 528	-956	0,05%	-0,02
127	ViDocTV1	2 338	-156	0,04%	-0,01
128	Viasat True Crime	2 280	1 098	0,04%	0,02
129	MIXTAPE	2 258	65	0,04%	0,00
130	CANAL+ EXTRA 1	2 231	1 804	0,04%	0,03
131	Polsat Games	2 104	-1 066	0,04%	-0,02
132	Nat Geo People	2 064	-368	0,04%	-0,01
133	TVC Super	1 924	846	0,04%	0,02
134	Polsat Sport Fight	1 902	-72	0,04%	0,00
135	Disney XD	1 902	-816	0,04%	-0,01
136	teleTOON+	1 855	-673	0,04%	-0,01
137	Polsat Reality	1 809	1 809	0,03%	0,03
138	Eleven Sports 2	1 735	438	0,03%	0,01
139	FILMAX	1 682	523	0,03%	0,01
140	4FUN KIDS	1 667	-1 653	0,03%	-0,03
141	CBS Reality	1 619	-990	0,03%	-0,02
142	HOME TV	1 541	120	0,03%	0,00
143	FILMBOX Premium	1 342	204	0,03%	0,01
144	Animal Planet HD	1 300	-676	0,02%	-0,02
145	Kino Polska Muzyka	1 299	-547	0,02%	-0,01
146	Music Box Polska	1 244	-130	0,02%	-0,01
147	Polsat Film 2	1 222	1 222	0,02%	0,02
148	Teen Nick	1 212	-1 211	0,02%	-0,03
149	SZLAGIER.TV	1 150	-112	0,02%	0,00
150	Polonia1	1 115	320	0,02%	0,01
151	ADVENTURE	964	128	0,02%	0,00
152	Power TV	963	149	0,02%	0,00
153	StudioMED TV	947	-663	0,02%	-0,01
154	4FUN DANCE	946	-458	0,02%	-0,01
155	JUNIOR MUSIC	883	-249	0,02%	0,00
156	AXN Spin	850	-298	0,02%	0,00

LP.	PROGRAM	AMR		SHR %	
		2025 r.	ZMIANA DO 2024	2025 r.	ZMIANA DO 2024 (pp.)
157	Polsat Music HD	821	-142	0,02%	0,00
158	Eska TV Extra	790	-189	0,02%	0,00
159	SHOW TV	776	-934	0,01%	-0,02
160	Motowizja	757	-531	0,01%	-0,01
161	Sundance Channel	690	80	0,01%	0,00
162	Polsat X	586	586	0,01%	0,01
163	NUTA GOLD	554	-185	0,01%	0,00
164	POGODA24.TV	526	403	0,01%	0,01
165	MTV Polska	519	-447	0,01%	-0,01
166	E!Entertainment	512	-596	0,01%	-0,01
167	NUTA.TV	510	44	0,01%	0,00
168	Vox Music TV	506	-691	0,01%	-0,01
169	Novela TV	499	385	0,01%	0,01
170	Da Vinci	498	-297	0,01%	0,00
171	JUNIOR CHANNEL	495	329	0,01%	0,01
172	CANAL+ SPORT4	453	178	0,01%	0,00
173	Eska Rock TV	445	-104	0,01%	0,00
174	Fightklub	378	66	0,01%	0,00
175	BIZNES24	366	-273	0,01%	0,00
176	CTV - DLA CIEBIE	353	184	0,01%	0,01
177	TOP KIDS	323	-79	0,01%	0,00
178	CANAL+ EXTRA 2	301	301	0,01%	0,01

Źródło: Analiza Biura KRRiT na podstawie badania AGB Nielsen Media Research