

Роман Маградзе

Тенденции развития развлекательных телеканалов в России

Все телевидение по своей сути является, строго говоря, развлекательным. Тем не менее целая группа каналов образует строго определенный тематический формат, который подразумевает отдых и повышение настроения телезрителей. О том, как развивались развлекательные телеканалы в России, — в нашем сегодняшнем выпуске.

Метания «пионера»

Первым развлекательным каналом в России можно считать «2x2», появившийся в последние годы существования СССР. Его учредил в 1989 году комитет Гостелерадио в качестве «коммерческого телеканала» структурного подразделения Генеральной дирекции программ. Летом коллектив «подразделения» придумал сохранившееся до сих пор название «2x2».

Вещание осуществлялось на канале «Московской программы» ЦТ, впоследствии — МТК. Время эфира «2x2» не было фиксированным, отсутствовала классическая сетка вещания. Поначалу транслировались получасовые и более рекламные блоки, зарубежные музыкальные клипы и мультфильмы. Позже в показ было включено несколько сериалов с многократными повторами и подборки отечественных музыкальных клипов. С августа 1990 года начали показывать программы британского телеканала Super Channel — подборки видеоклипов, тематические выпуски о музыке, моде, спорте, кинофильмы.

На фоне нескольких советских каналов «2x2» явно выделялся. Он пользовался такой популярностью у советских школьников, что те в ожидании 20-минутного показа музыкальных клипов просматривали и рекламные блоки, длящиеся порой по 40 минут без перерыва.

В 1993 году «2x2» впервые начал вещание на всю Россию. В его эфире появились латиноамериканские «мыльные оперы», программы MTV, а чуть позже и новости BBC World. Пик популярности телеканала, благодаря разнообразной сетке вещания, пришелся на 1994-1995 годы. Но к лету 1997-го

его рейтинги катастрофически упали и он временно прекратил свое существование.

Пионеру развлекательного телевидения были свойственны метания от формата к формату. Здесь пробовали то одно, то другое. Это, разумеется, привлекало самую разную аудиторию, но не могло удержать ее. В то же время в стране стартовали и другие проекты, составившие серьезную конкуренцию каналу-первопроходцу. В декабре 1996 года начал вещание СТС, а через месяц — РЕН ТВ. Оставался год до запуска ТНТ. Отечественный медиарынок определился с пониманием формата развлекательного телевидения.

«Гонка сериалов»

В декабре 1996 года московский дециметровый канал АМТВ, петербургский «Шестой канал» и несколько региональных независимых телекомпаний объединились под брендом СТС-8. Цифра «8» указывала на количество региональных телекомпаний. Телеканал стартовал в качестве сетевого проекта. Отсюда и его название — аббревиатура расшифровывалась как «Содружество телевизионных станций» (с 2002 года — «Сеть телевизионных станций»).

Первоначально объем вещания составлял всего 9 часов в сутки. Когда в сеть вошли новые региональные телестанции, канал переименовали в СТС. Программная сетка состояла из телесериалов зарубежного производства и небольшого количества отечественных программ.

Параллельно с СТС начал развиваться телеканал РЕН ТВ. Телекомпания была основана в 1991 году в качестве производящей контент для других каналов. В названии

содержалась часть имени ее основательницы — Ирены Лесневской. На момент начала вещания, в январе 1997 года, оно ограничивалось Москвой и Московской областью.

Предполагалось, что эфир будет состоять из оригинальных программ собственного производства. Планировалось, что телеканал «станет пространством для талантливых людей, которые не могут себя реализовать на существующих каналах». Первоначально объем вещания составлял от 9 до 12 часов в сутки.

Однако, несмотря на значительный объем контента собственного производства, телеканал долгое время был известен трансляциями американских мультсериалов («Симпсоны», «Гриффины», «Футурама»), матчей английской футбольной Премьер-лиги и российского футбольного первенства. Позиционирование в качестве интеллектуального развлекательного телевидения дало возможность реализовать информационное, аналитическое и публицистическое вещание. Из программ таких форматов наиболее известными стали «Новости 24», «Неделя с Марианной Максимовской», «Военная тайна», «Отражение».

На СТС также пробовали развивать журналистику. Но здесь она предстала в формате инфотейнмент (от англ. information — информация и entertainment — развлечение) в программах «Детали», «Истории в деталях», «Инфомания», «Хочу верить». В них новости представлены зрителям в наиболее развлекательной форме, информирование аудитории и анализ событий максимально облегчены, а новостные программы представляют политику как сферу массовой культуры.



В начале нулевых нового века на обоих каналах начали активно развивать сериальное направление. К этому их вынудила усилившаяся конкуренция за рейтинги со стороны как новых развлекательных каналов, так и первой тройки — «Россия», «Первый» и НТВ. Производство и показы отечественных сериалов дали всплеск популярности СТС и РЕН ТВ. Но к 2007 году их рейтинги пошли на убыль.

В сетке вещания СТС, помимо сериалов, присутствовали программы самых разных форматов — от инфотейнмент до интеллектуальных игр. Но в связи с углубляющейся сегментацией телеканалов интерес аудитории к подобным «неосновным» проектам канала падает. От длинного списка программ, запущенных в 2000–2006 годах, на СТС отказались. Это привело к увеличению зависимости от сериальной продукции и комедийных шоу.

В январе 2013 года СТС перешел на более узкую целевую аудиторию, с возрастной группой «6–54» на зрителей «10–45». Ожидалось, что переориентация на более молодую, платежеспособную аудиторию заинтересует рекламодателей, что повысит цену на размещение рекламы. В целом, изменение целевой аудитории оказалось болезненным. Тем не менее, по заявлениям гендиректора «СТС Медиа» Юлианы Слащевой, до 2018 года СТС намерен обойти ТНТ, сформировав новое лояльное зрительское ядро.

У РЕН ТВ в 2005 году на фоне роста популярности сменился собственник, и началась... реорганизация сетки вещания, имевшая целью увеличение развлекательного контента. Были запущены новые программы, документально-публицистические и информационные проекты. Но основной

упор делался на сериалы. С падением рейтингов в 2007 году канал был переориентирован на мужскую аудиторию от 25 до 54 лет. Успеха это не принесло, и в начале 2008 года он вошел в состав нового холдинга «Национальная медиа группа». В 2012 году СТС и РЕН ТВ были включены в состав второго мультиплекса.

Места во втором мультиплексе

В январе 1998 года холдинг «Медиа Мост», возглавляемый Владимиром Гусинским, запустил развлекательный канал ТНТ. Его развитием занялся Сергей Скворцов, который до этого возглавлял СТС. Телеканал, казалось, не имел тенденций к росту и мог в любой момент прекратить свое существование. Конкуренцию ему уже составляли три развлекательных канала. Но рост региональных сетей и такие популярные в 90-х сериалы, как «Улицы разбитых фонарей» и «Агент национальной безопасности», привели к резкому увеличению аудитории телезрителей.

Экстремальная смена собственника канала на «Газпром-Медиа» в 2001 году мало повлияла на его содержание. До сезона 2002/2003 не было определенной концепции эфира, контент был ориентирован на широкий круг зрителей, в числе тематик присутствовали документалистика, мультфильмы, телесериалы. Существовали также перспективы по репрофилированию ТНТ в спортивный канал. Осенью 2002 года эту идею частично удалось реализовать — в сетку вещания была добавлена программа «ТНТ-Спорт», создававшаяся при участии дирекции спортивных каналов «НТВ-ПЛЮС».

Но увеличение аудитории дали запуски ток-шоу «Окна» и других программ при

участии новой команды менеджеров с Романом Петренко, также бывшим гендиректором СТС. В начале 2003 года на канале полностью изменилась тематика — ТНТ «нацелился» на реалити-шоу и разнообразные альтернативные развлекательные программы. Некоторые проекты становятся объектами для критики. В основном говорят о «пропаганде безнравственности молодежи и сомнительных ценностях».

Телеканал наиболее известен своим скандальным проектом «Дом-2». Предшествующий ему «Дом-1» стартовал 1 июля и закончился 1 ноября 2003 года. Формат был приобретен у английской телекомпании Zeal. Суперприз — дом в Подмоскowie, построенный своими руками и по собственному дизайну. Его денежный эквивалент составлял 8 миллионов рублей (250 тысяч долларов). На тот период это был самый большой призовой фонд среди всех существовавших денежных шоу на российском телевидении. Победившая семейная пара из Перми от дома отказалась и получила выигрыш деньгами.

«Дом-2» стартовал в мае 2004 года. В прошлом месяце ему исполнилось 10 лет, однако дата окончания проекта до сих пор неизвестна. Он является самым продолжительным реалити-шоу в мировой истории, за что включен в Книгу рекордов Гиннеса. За это время в нем приняло участие более 300 человек в возрасте от 18 до 43 лет. Против него неоднократно выступали многие журналисты и писатели, депутаты Госдумы и религиозные деятели. Его высмеивали в различных юмористических программах. Депутаты Мосгордумы требовали от генпрокурора закрыть телепроект и привлечь его ведущую Ксению Собчак к уголовной ответственности за... сутенерство.

Не менее скандальным и характерным проектом ТНТ стал российский юмористический сериал производства Comedy Club Production «Наша Russia». Адаптированный российский клон английского скетч-сериала Little Britain стартовал в ноябре 2006 года. Его обвиняли в ксенофобии, разжигании национальной розни и оскорблении национального достоинства таджикского и армянского народов.

Критике также подвергался телесериал «Счастливы вместе». Его обвиняли в «безнравственности и сексуальной тематике». Программа Comedy Club осуждалась за выступления, «содержащие недопустимый в цивилизованном обществе “туалетный юмор”». В 2011 году ТНТ запретили в Узбекистане из-за «безнравственности и аморальности» и ограничили в распространении в Беларуси, вероятно, из-за шуток по поводу белорусских властей в юмористическом телешоу Comedy Club, а также трансляции запрещенного в этой стране фильма «V — значит вендетта».



Несмотря на двусмысленный контент, порождавший многочисленные дебаты в обществе, телеканал был включен в состав второго мультиплекса.

Также место во втором мультиплексе получил телеканал «Домашний», который был запущен «СТС Медиа» в 2005 году. Это развлекательный проект, ориентированный на семейный просмотр. В его эфир выходят различные тематические программы о медицине, кулинарии, ремонте, путешествиях и животных, а также большое количество сериалов и фильмов.

Основанием для его создания послужило то обстоятельство, что СТС достиг того охвата зрительской аудитории, после которого затраты на его дальнейший рост становились несоизмеримо больше отдачи. Поэтому инвестициям в программный ресурс предпочли увеличение доли аудитории путем создания нового канала. Начало вещания телеканала одновременно в Москве, Санкт-Петербурге, Казани и Перми с использованием собственных технических и частотных ресурсов сразу же вывело его на уровень общенациональной телесети. Женщины стали ядром зрительской аудитории, поэтому эфирная сетка спрограммирована в расчете на них.

Таким образом, сразу четырем развлекательным каналам в России удалось войти в состав второго мультиплекса, обеспечив себе аудиторию федерального масштаба.

Претенденты

Несколько телеканалов с развлекательной тематикой безуспешно претендовали на место во втором мультиплексе. Одним из них был многократно менявший названия и концепции канал «Перец». Впрочем, «жгучим овощем» он стал сравнительно недавно. Стартовал он с названием «Дарьял ТВ», по фамилии его совладелицы Натальи Дарьяловой. В 2001 году она и ее отец Аркадий Вайнер продали канал шведской компании Modern Times Group, после чего он стал называться ДТВ-Viasat. С 2005 года название слегка изменилось на DTV-Viasat, в 2007-м — просто на ДТВ. В результате глобального ребрендинга проекта в 2011 году канал получил сегодняшнее название — «Перец».

Изначально на канале практически не было новых телепередач: демонстрировались повторы программы «У всех на устах» и старые советские фильмы. После продажи его основатель Аркадий Вайнер раскритиковал действия новых владельцев «за сотворение из нравственного и правового канала “телевидения для жеребцов”». В 2003 году была запущена концепция «7 тематических каналов в одном». Каждый день недели имел свою собственную тематику. Понедельник — «Канал Европа», вторник — «Канал XX век», среда — «Авторский канал»,

четверг — «Реальный мир», пятница — «Мир приключений», суббота — «Мирувлечений», воскресенье — «День смеха». Впоследствии эта концепция исчерпала себя.

Начиная с 2007 года основную часть эфирного времени ДТВ стали занимать телесериалы и документальные передачи российского и зарубежного производства на криминальные темы, объединенные в рубрику «Детектив на ДТВ». В связи с этим аббревиатуру канала начали расшифровывать как «Детективное ТелеВидение».

В качестве «Перца» телеканал построил свое вещание на оригинальных развлекательных программах собственного производства. В 2012 году он вошел в десятку самых удачных российских брендов-стартапов по российской версии журнала Forbes. Как утверждал генеральный директор телеканала Дмитрий Троицкий, ранее работавший на СТС и ТНТ, «“Перец” — это первый несерьезный телеканал для тех взрослых, у кого в душе остался драйв». По инициативе Троицкого впервые на российском телевидении была реализована концепция «из Интернета — в телевизор», когда основой для телесюжета становятся ролики, выложенные в соцсетях и на Youtube. Наиболее часто ведущего шоу «+100500» упрекают в наличии обсценной (ненормативной) лексики.

Другим претендентом стал «2x2», вернувшийся в эфир в 2002 году. Однако его реанимация не оказалась успешной. То он ретранслировал телеканал Fashion TV, то Style TV, то телемагазины. К 2005 году TV Club практически полностью вытеснил остальные передачи из сетки вещания канала. Кризис продолжался до 2006 года, пока телеканал не купил холдинг «ПрофМедиа ТВ».

«2x2» претерпел серьезные изменения: последовала смена руководства и штата, был произведен полный ребрендинг. Обновленный «2x2» запустили 1 апреля 2007 года на технической базе упраздненной телекомпании «Rambler-Телесеть». Сетку вещания составляют по большей части американские и британские мультипликационные шоу для взрослых.

С лета 2009 года телеканал согласно условиям продления лицензии также запустил в эфир неанимационные сериалы в специальном ночном блоке 2x2|new. В большинстве своем это сатирические или пародийные шоу со своим особым, в некотором смысле даже абсурдным, нестандартным юмором. Подобного ранее не было на российском телевидении. Также в дневное время идет показ семейного блока, предназначенного исключительно для детей.

В 2008 году телеканалу было рекомендовано отказаться от трансляции мультсериалов «Веселые лесные друзья» (Harry Tree Friends) «за пропаганду насилия» и «Приключения большого Джеффа» (Big

Jeff's Adventures) «за порнографию». Закон «О защите детей от вредной информации» отразился на эфире «2x2». В 2012 году гендиректор телеканала Лев Макаров сообщил «Интерфаксу», что будет «порезан» ряд популярных сериалов. Так, шоу «Щекотки и Царапки» из «Симпсонов» вместе с сериями его содержащими «переехало» в ночной эфир, а «Южный парк» лишился некоторых сцен с убийствами Кенни.

Еще один развлекательный канал боролся за место во втором мультиплексе. Это был «21+», стартовавший в 2011 году из Чебоксар. В его эфире были проекты на любой вкус: от короткометражных скетч-комов до серьезной документалистики. После того, как телеканал проиграл конкурс Роскомнадзора, он в феврале 2013 года прекратил вещание.

Хитрость мультиплекса берет

Интересно, что заявки на участие в конкурсе на место во втором мультиплексе подали два бывших музыкальных канала, к этому времени прочно занявших нишу развлекательного телевидения. В 1996 году в России стартовал первый российский музыкальный канал «Муз-ТВ», а в 1998-м — «MTV Россия». К старту обоих был причастен известный телепродюсер Борис Зосимов. Оба канала получили широкое распространение. Однако в погоне за рейтингами, приносящими деньги рекламодателей, они очень быстро превратились в развлекательные проекты за счет сокращения музыкального вещания.

Эти два канала заняли четкие тематические ниши, не конкурируя друг с другом контентом. «Муз-ТВ» представлял российскую светскую «тусовку», а «MTV Россия» — преимущественно зарубежную. Гламур зашкаливал на обоих каналах, а вот ожидаемые рейтинги не впечатляли. В итоге в 2012 году эфир «Муз-ТВ» был отдан новому каналу для девушек «Ю», а сам, вновь став музыкальным, ушел «в кабель».

За время между подачей заявки на конкурс Роскомнадзора и самим конкурсом «Муз-ТВ» вернулся к музыкальной концепции и получил место во втором мультиплексе. Канал «MTV Россия» конкурс проиграл. В 2013 году его владелец «ПрофМедиа ТВ» закрыл российский проект MTV, запустив новый канал «Пятница».

В октябре компания Viacom International Media Networks (VIMN), правообладатель бренда MTV, запустила в России спутниковый канал «MTV Россия». Что же касается «Пятницы», то его эфирная сетка построена на оригинальных развлекательных программах собственного производства и производства украинских телекомпаний. ■

Продолжение обзора, посвященное профильным развлекательным каналам, читайте в следующем номере