

технология измерений позволит более полно учесть аудиторию контента вне зависимости от экрана, времени или места его потребления».

«ТВ и Интернет постоянно пытаются искусственно столкнуть лбами. Даже модное слово «digital» теперь должно ассоциироваться исключительно с Интернетом. Но в этом самом digital есть практически все традиционные медиа, включая ТВ. С развитием технологий доставки контента телевидение перестало быть только тем священным прибором, перед которым больше полувек по вечерам на диване собиралась вся семья. Диванное зрелище никуда не делось, но появилось и продолжает появляться все больше способов и устройств, позволяющих потреблять интересующий контент в любое время, в любом месте, на любом носителе. То есть ТВ стало большим и разным. Объем неучтенных медиарекламным миром неклассических потребителей ТВ становится все более заметным. Пора научиться их считать и монетизировать», — комментирует старт пилотного проекта генеральный директор Vi Сергей Васильев.

И хотя пилотный проект «СТС Медиа», TNS Russia и Vi — не новинка (в 2015 году аналогичные продукты анонсировали Kantar Media для SKO в Нидерландах, BARB в Великобритании, Nielsen для CBS All Access и ComScore), пока, по мнению Дениса Белослюдова, общая ситуация с глобальной статистикой по российскому рынку далека от идеальной. Вне зоны ее внимания оказываются не только нишевые, но и тематические или региональные каналы. Причина в том, что доля зрителей каждого из этих каналов в общей массе жителей страны очень мала. Однако, если принимать во внимание специфичность и особенности аудитории этих каналов, такие данные очень актуальны: как для производителей контента и локальных рекламодателей, так и для ретранслирующего этот контент оператора или владельца интернет-сервиса. Правильно интерпретированная статистика могла бы помочь размещению рекламы, направленной на узкую тематическую аудиторию, т.е. повысила бы не общий охват, а результативность рекламных кампаний (в пересчете на одного охваченного зрителя).

Пока еще не пришло время для построения развернутых моделей анализа новых схем телесмотрения: рынок меняется быстрее, чем эти модели могут быть проверены на практике. Но высказанные в этой статье мнения экспертов рынка четко свидетельствуют: время определить направление развития моделей анализа (с учетом максимального количества схем телесмотрения) уже наступило. ■

Роман Маградзе

Запуски телеканалов в первом полугодии

Медийная активность в периоды экономических кризисов уже стала закономерностью. Считается, что в это время теряющее доходы население начинает экономить на всем, кроме такого сравнительно недорогого развлечения, как телевидение. По этой причине, как и в 2015 году, еще до окончания первого полугодия запустилось с десятков новых и ребрендинговых старых телеканалов.

Ребрендинги

В начале марта компания Amedia TV объявила о перезапуске телеканала Amedia 2. До этого он специализировался на показе фильмов и сериалов только российского производства. Упор делался на продукцию последних 10 лет «материнской» кинокомпании. Кроме того, производился собственный тележурнал «Хроники сериалов» с репортажами со съемок и эксклюзивными интервью с кинозвездами.

7 марта зрители увидели фактически новый киноканал в романтическом формате про любовь. С этой концепцией Amedia 2 теперь ориентирован на молодую женскую аудиторию. Благодаря репозиционированию в его эфире появился зарубежный контент. Российские и зарубежные фильмы и сериалы последних двух-трех лет распределены в соотношении 75/25 процентов соответственно.

Кроме того, канал транслирует репортажи с красных дорожек и со съемочных площадок. В сетку вещания добавлены документальные фильмы об искусстве и моде, музыкальные шоу и живые концерты звезд мировой сцены. На 2016 год запланировано 800 часов показов премьерного контента.

«Русский роман HD» пополнил список российских телепроектов в формате высокой четкости. Этот симулкаст уже известного канала «Цифрового телевидения» начал вещание 1 апреля. Основу его программной сетки составляет коллекция сериалов и фильмов ВГТРК.

22 апреля телекомпания «Цифровое телевидение» представила в новом виде еще один свой условно «старый» бренд. Начал вещать телеканал «Планета HD», позиционирующий себя как версия «Моей Планеты» в стандарте высокой четкости и с почти идентичным логотипом. По факту так было решено сменить бренд другого канала — IQ HD, стартовавшего весной 2014 года в качестве международного познавательного телеканала на русском языке. IQ HD объединял в своей сетке вещания контент трех каналов: «Моя Планета», «Наука» и «История». Причина, по которой было решено этот телепроект закрыть, осталась за закрытыми дверями, хотя предположить ее несложно. Эфир же «Планеты HD» усилен более успешным контентом о путешествиях.

В свою очередь, канал «Телепутешествия», отметив свой девятый день рождения, 27 апреля предстал перед своими подписчиками с новой концепцией. Теперь это путеводитель по кулинарным столицам мира, гастрономический гид по экзотическим уголкам планеты, познавательный канал о том, чем и где можно полакомиться во время путешествий, что и как приготовить в той или иной стране.

Традиционные национальные блюда и ежедневный стол аборигенов, уличная кухня и ресторанное меню — в эфире обновленного канала. К осени запланировано 11 премьерных показов телепрограмм на новые темы. Также компания «Первый ТВЧ» планирует съемки собственного проекта о гастрономических путешествиях.



Реализация старых проектов

Начало года ознаменовалось реализацией проекта, который называли «медленным телевидением». На платформе спутникового оператора «Орион Экспресс» начали вещание два из трех готовившихся с 2014 года медитативных телеканалов — Slow TV и Noise. Запуск третьего — Relax — ожидается не ранее 2017 года. «Noise и Slow — альтернатива для зрителей, уставших от информационной агрессии», — считает продюсер Юрий Грымов, которому принадлежат эти телеканалы и чья студия их производит.

В эфире Slow TV демонстрируются видовые фильмы без монтажа, снятые одним планом. На телеканале Noise представлены видеофильмы на тему культуры и природных явлений, в том числе в трехмерной графике. Оба канала предназначены для широкой аудитории, семейного просмотра, в том числе и для детей.

Юрий Грымов рассчитывает, что уже через два года после запуска телеканалы выйдут на самоокупаемость, а через три года начнут приносить прибыль. Вопросами подключения телеканалов Slow TV Media занимается дирекция корпоративных и операторских продаж компании ООО «Орион Экспресс». На сегодня их дистрибуция осуществляется в России, Казахстане и Белоруссии. Slow TV транслируется как в формате высокой четкости, так и стандартном. Возможно, и у Noise появится HD-версия, которой на спутниковых платформах пока нет.

В январе порадовал своей активностью вещатель из числа региональных. В это

время на телеканале «Продвижение», который производится силами объединенной редакции «Омской телевизионной компании» и «ТелеОмск-АКМЭ», стартовала новая сетка вещания, разделившая его контент на региональную и общероссийскую версии. В эфире доступного на территории всей страны канала транслируются сериалы, познавательные программы и ток-шоу, отечественные и зарубежные фильмы. Вещание осуществляется в составе базового пакета «Телекарты» и в сетях кабельных операторов.

Апрельское «обострение»

Основные запуски этого года пришлись на апрель.

4 апреля стартовал круглосуточный юмористический телеканал «Анекдот ТВ». Его запустила российская телекомпания «Феникс-Тверь». Программная сетка состоит из коротких скетчей и ситкомов, «оживленных» сценками из анекдотов. В мае стали появляться новые рубрики. Сигнал канала доступен со спутника ABS 2. Телекомпания производит также телеканалы «Феникс+Кино» и «Оружие».

7 апреля, после короткого периода тестового вещания, абонентам «Триколор ТВ» стал доступен геймерский телеканал Game Show. Он представляет новости гейминга и киберспорта. В его эфире программы об индустрии видеоигр и технических новинках, трансляции киберспортивных соревнований. На канале уже транслировались финалы чемпионата мира по Counter-Strike — Global Offensive, — в рамках которого лучшие команды

планеты разыграли призовой фонд в размере \$ 200 тыс., а также Кубок чемпионов первого сезона CS:GO Global Esports Cup.

Эфир Game Show состоит из четырех основных блоков: новости (live-шоу, дневные и вечерние новости, трейлеры ожидаемых новинок), научно-популярный блок (создание игр, документальные фильмы, детский контент), все, что нужно знать геймеру (обзоры, инструкции, лайф-хаки), прямые трансляции киберспортивных чемпионатов. При создании телеканала реализована технология Second Screen, которая позволяет создавать больше интерактивного контента, выводя часть спутникового вещания в режиме live на стриминговые платформы. 80% эфира составляет контент собственного производства.

Неизвестно, оторвутся ли геймеры от своих игр ради просмотра геймерского телеканала. Но программа «Родительский контроль», возможно, привлечет мам и пап, которые захотят знать, чем интересуются их дети, что такое компьютерные игры и т.п. По вопросам заключения контрактов на ретрансляцию канала в телесетях операторов отсылают к официальному дистрибьютеру ООО «Контакт».

Совладелец «Русской медиагруппы» и ее бывший гендиректор Сергей Кожевников в партнерстве с вице-президентом Socus Group Эмином Агаларовым запустили весной «Твой дом» — телеканал о ремонте, строительстве и планировке. Одноименная сеть строительных магазинов также имеет отношение к группе Socus. Эмин Агаларов также известен как

поп-исполнитель: в прошлом он получил музыкальную премию «Золотой граммофон», организатором которой выступает РМГ, за песню «Я лучше всех живу».

Рекламно-маркетинговый телепроект о выборе строительных материалов и техники представляет образцы архитектуры и дизайны интерьеров. В его эфире программы о секретах декорирования пространства от специалистов в этой области, правилах садоводства и ландшафтного дизайна. Телезрителей, для которых сейчас не актуальны строительство и ремонт, «Твой дом» знакомит с секретами кухни мира, показывает кулинарные эксперименты звезд, представляет программы о стиле жизни, фитнесе, правильном питании, моде и красоте.

12 апреля абонентам «Телекарты» стали доступны новые телеканалы из Латвии — «Пингвин ЛоЛо» для детей и семейный «Про100ТВ». Также был создан новый узел связи для операторов России на М9. Управляются каналы рижской компанией Ltd Teledistribution, а распространением в кабельных сетях России занимается «Орион Экспресс».

Программное наполнение «Пингвина ЛоЛо» рассчитано на юных телезрителей в возрасте от 4 до 12 лет. Эфирная сетка состоит из российских и зарубежных

мультфильмов. Сообщается, что ни один из них не будет повторяться более одного раза в неделю. Но судя по тем же опубликованным презентациям, среди подготовленных к показу мультфильмов крайне мало современных анимационных работ.

Программы и передачи «Про100ТВ», в основном адресованные аудитории «30+», предназначены также и для семейного просмотра. Телезрителям нового канала представлены детские и научно-познавательные телепрограммы, телесериалы и кинофильмы. На российском медиарынке ООО «Телевизионный канал «Про100ТВ» «засветился» в 2014 году, когда безуспешно подавал иск к российским провайдером о взыскании более 412 млн рублей компенсации за нарушение прав на бренды детского канала «Мультимания» и его логотипа «Мультиман».

И завершило апрельский всплеск запусков появление анонсированного телеканала «Тлум HD» от «Цифрового телевидения». Его программное наполнение адресовано детской аудитории до 12 лет. Название — это «мульт», прочитанный на оборот с потерей мягкого знака, видимо, в процессе регистрации.

В сетке вещания нового телеканала российская и зарубежная анимация в формате высокой четкости. Три четверти

эфирного времени отдано отечественным мультфильмам: «Маша и Медведь», «Барбоскины», «Ми-ми-мишки», «Бумажки», «Лунтик», «Фиксики», «Пингвиненок Пороро», «Тайо», «Моланг» и др. Производит канал телекомпания «0+ Медиа». Дистрибуцию осуществляет компания «Сигнал Медиа».

Вырастет ли «кладбище телеканалов»?

В апреле начал вещание еще один телеканал для детей в возрасте от 3 до 12 лет — «Смайлик ТВ». Но пока он распространяется только в Сети. «Цифровое телевидение» обещает реализации новых телепроектов в этом году. А «Газпром-Медиа Холдинг» объявил о запуске в начале лета телеканала КВН ТВ.

Несмотря на то, что денег на рынке не только больше не становится, а население на фоне экономического кризиса последовательно беднеет, появление новых телеканалов создает условия для жесткой конкуренции. Возможно, мы скоро станем свидетелями закрытия недостаточно успешных телепроектов в гораздо большем количестве, чем раньше. А может и нет. «Кладбище телеканалов» в России, к удивлению скептиков, за 20 лет развития медиарынка расширилось очень уж незначительно. ■

СПУТНИКОВЫЕ
ТЕЛЕВИЗИОННЫЕ
КАНАЛЫ

КОНТЕНТ ДЛЯ СИСТЕМ
ПЛАТНОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ

ТЕЛЕСПУТНИК
2015

ОБНОВЛЕННОЕ ИЗДАНИЕ

«СПУТНИКОВЫЕ
ТЕЛЕВИЗИОННЫЕ
КАНАЛЫ:
КОНТЕНТ ДЛЯ СИСТЕМ
ПЛАТНОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ»

**Цена 250 рублей
с учетом доставки**

**По вопросам приобретения
обращаться в редакцию:**

**Тел. +7 (812) 332-6444
E-mail: podpiska@telesputnik.ru**