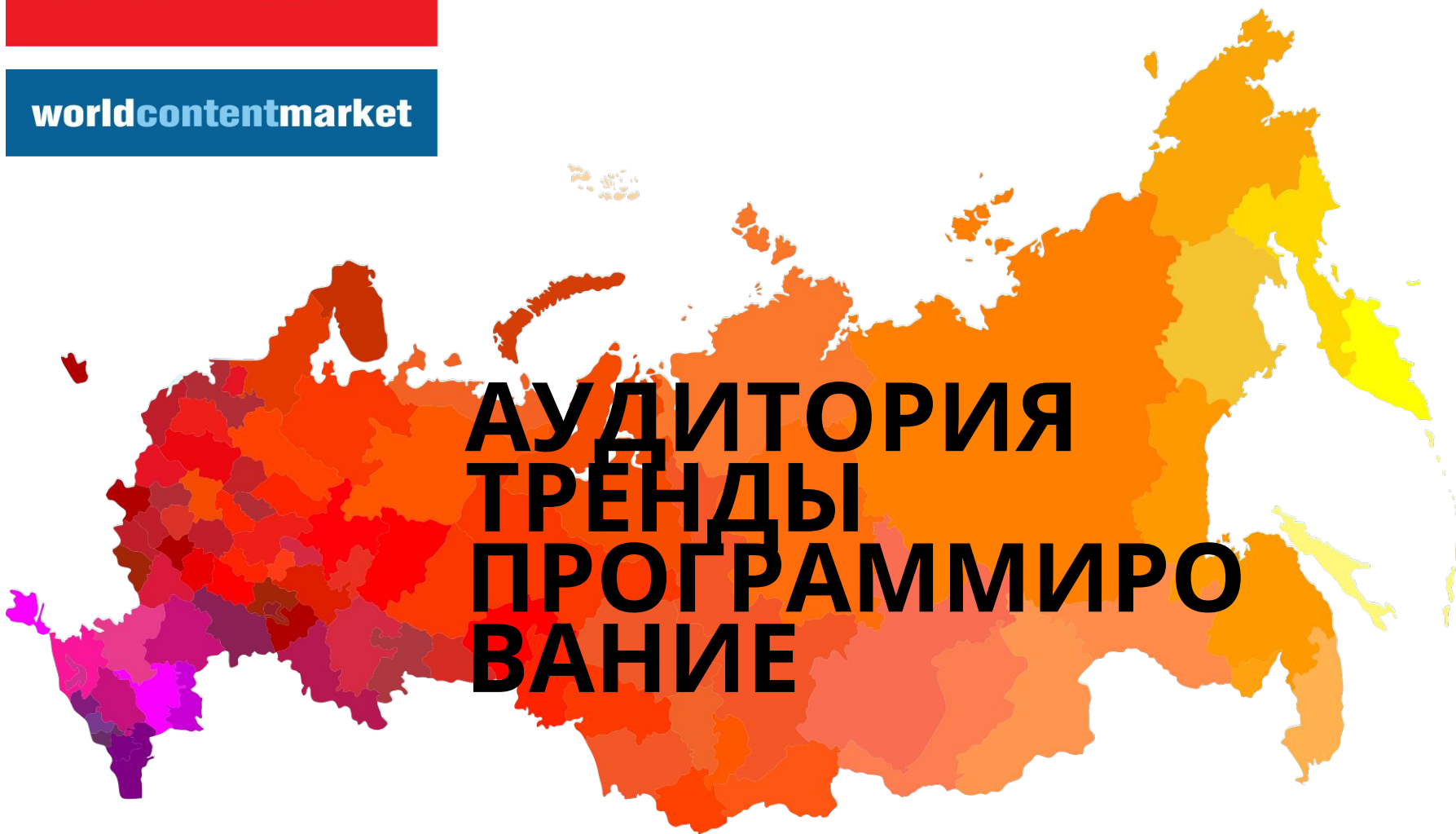


STP MEDIA

worldcontentmarket



**АУДИТОРИЯ
ТРЕНДЫ
ПРОГРАММИРОВАНИЕ**

ЧТО ПРОИСХОДИТ С АУДИТОРИЕЙ?

ЕСТЬ ЯВНЫЕ ПРИЗНАКИ ТОГО, ЧТО ЧТО-ТО ТОЧНО ПРОИСХОДИТ

✓ ИЗМЕНИЛОСЬ ВОСПРИЯТИЕ ЮМОРА

#ПРОЖЕКТОРПЭРИСХИЛТОН (ЮМОР ВЗРОСЛЫХ И СЕРЬЕЗНЫХ, УСПЕШНЫХ ЛЮДЕЙ, КОТОРЫЕ СТАРАЮТСЯ НИКОГО НЕ ОБИДЕТЬ, И ЭТО НЕ НРАВИТСЯ АУДИТОРИИ)

✓ ИЗМЕНИЛОСЬ ВОСПРИЯТИЕ ЭПАТАЖА

(БОЛЬШЕ НЕ НУЖЕН ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ ЭКСТРИМ)

#ДОРОГАЯ, Я УБИВАЮ ДЕТЕЙ

✓ ПОЯВИЛСЯ СПРОС НА НАСТОЯЩИЕ ДИСКУССИИ

#РЭП-БАТТЛ - СОВЕРШЕННО ОТДЕЛЬНАЯ СРЕДА (ИГРА В МАРГИНАЛОВ, ГДЕ ПРОЩАЕТСЯ ГРУБОСТЬ И ОТКРОВЕННОСТЬ, КОТОРАЯ ПРИВЛЕКАЕТ АУДИТОРИЮ)

МЕНЯЕТСЯ МИССИЯ МЕДИА: ОТ ИНФОТЕЙНМЕНТА К ПРЯМОМУ СОЦИАЛЬНОМУ ЭФФЕКТУ (ХОТЯБЫ К ФОРМУЛИРОВАНИЮ ЗАПРОСА НА ПРАКТИЧЕСКИЙ ЭФФЕКТ)



ЧТО ПРОИСХОДИТ С АУДИТОРИЕЙ?

**ПРОСХОДИТ ДИНАМИЧНОЕ ДВИЖЕНИЕ
В СОЦИАЛЬНОЙ СРЕДЕ, НО
НАПРАВЛЕНИЕ ПОКА НЕ ЯСНО**

- ✓ ПЕРЕМЕНЫ ТОЛЬКО НАЧАЛИСЬ И НЕ
СЛОЖИЛИСЬ В УСТОЙЧИВЫЕ ТРЕНДЫ

НО, КАК ГОВОРЯТ ТРЕЙДЕРЫ, ПОКУПАЙ НА
ОЖИДАНИЯХ, ПРОДАВАЙ НА ТРЕНДАХ

КОГДА ТРЕНД СЕБЯ ПРОЯВИТ,
ВКЛАДЫВАТЬСЯ БУДЕТ УЖЕ ПОЗДНО

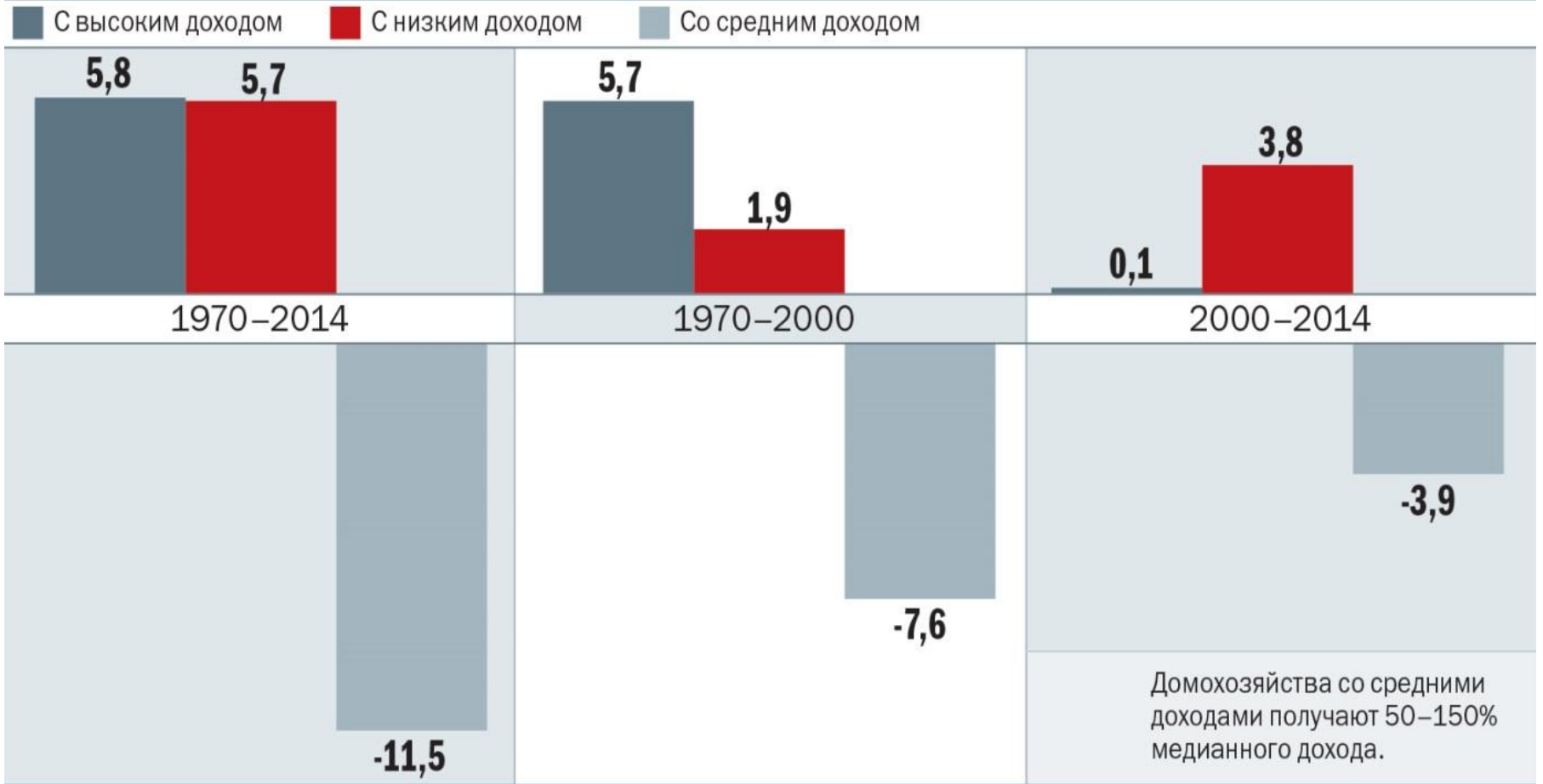
ЧТО ПРОИСХОДИТ С АУДИТОРИЕЙ?

О ЧЕМ МЫ МОЖЕМ ГОВОРИТЬ ТОЧНО:

- ✓ ДОЛГОСРОЧНЫЕ И УСТОЙЧИВЫЕ ТРЕНДЫ, КОТОРЫЕ СЕБЯ УЖЕ ПРОЯВИЛИ
 - ✓ ЭТИ ТРЕНДЫ ГОВОРЯТ О ТОМ, ЧТО НАДО ОТКАЗАТЬСЯ ОТ ШАБЛОНОВ ВОПРОЯТИЯ АУДИТОРИИ, ЗА КОТОРЫМИ УЖЕ НЕТ РЕАЛЬНОСТИ
1. МЕНЯЕТСЯ СТРУКТУРА ОБЩЕСТВА (ГЛОБАЛЬНЫЙ ТРЕНД) □ ПОЛЯРИЗАЦИЯ И ВЫМЫВАНИЕ СРЕДНЕГО КЛАССА
 2. АУДИТОРИЯ СТРЕЕТ □ БЕДНЕЕТ □ БОЛЬШЕ НЕ ИНТЕРЕСНА РЕКЛАМОДАТЕЛЮ
 3. А МОЛОДАЯ И ДОХОДНАЯ АУДИТОРИЯ

Вымывание среднего класса.

Изменение доли домохозяйств по доходным группам в США (п. п.)



Источник: IMF, Finance & Development, December 2016, Vol. 53, №4.

ЧТО ПРОИСХОДИТ С АУДИТОРИЕЙ?

О ЧЕМ МЫ МОЖЕМ ГОВОРИТЬ ТОЧНО:

ВЫМЫВАНИЕ СРЕДНЕГО КЛАССА
МЕНЯЕТ СТРУКТУРУ ПОТРЕБЛЕНИЯ:

ПАДЕНИЕ ДОХОДОВ НА ПРОТЯЖЕНИИ 36
МЕСЯЦЕВ □ МЕНЯЕТСЯ ТОВАРНОЕ

ПРЕДЛОЖЕНИЕ □ МЕНЯЕТСЯ РЕКЛАМНОЕ
НАПОЛНЕНИЕ □ ПРИХОДИТ ДРУГОЙ ТИП

РАКЛАМОДАТЕЛЯ □ НУЖНО

РЕАГИРОВАТЬ НА ЭТО В

ПРОГРАММИРОВАНИИ

ЧТО ПРОИСХОДИТ С АУДИТОРИЕЙ?

О ЧЕМ МЫ МОЖЕМ ГОВОРИТЬ ТОЧНО:

СРОК АКТИВНОЙ ЖИЗНИ ЧЕЛОВЕКА
ВЫРОС НА +25 ЛЕТ □ АКТИВНАЯ ЖИЗНЬ
ПРОДОЛЖАЕТСЯ ДОЛЬШЕ
(ПОЯВИЛСЯ СЛОЙ ОБЕСПЕЧЕННЫХ
ПЕНСИОНЕРОВ, ПОТОМУ ЧТО ЗА 25 ЛЕТ
ОНИ НАС

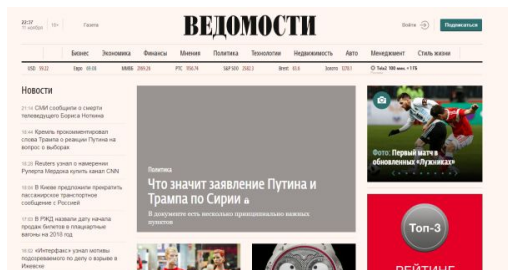
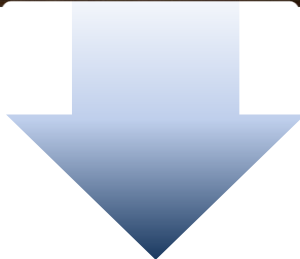




ГЕНДИРЕКТОР НРА **СЕРГЕЙ ВАСИЛЬЕВ**: «НАМ КАК ПРОДАВЦУ РЕКЛАМЫ БЕЗРАЗЛИЧНО, ГДЕ БУДУТ СМОТРЕТЬ, НАПРИМЕР, ПРОГРАММУ «ГОЛОС», ПО ТЕЛЕВИЗОРУ ИЛИ В ИНТЕРНЕТЕ. **МЫ ПРОДАЕМ АУДИТОРИЮ, И НЕВАЖНО КАК ОНА ПОЛУЧИЛА РЕКЛАМНОЕ СООБЩЕНИЕ, ГЛАВНОЕ – ТО, ЧТО ОНО ДОШЛО.**

ДЛЯ НАС **ТЕЛЕВИДЕНИЕМ ЯВЛЯЕТСЯ РЕДАКТОРСКИ ОТОБРАННЫЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ КОНТЕНТ. А ОН ВСЕГДА БУДЕТ ВОСТРЕБОВАН. ЕСЛИ ЖЕ**

ПЕРЕРАСПРЕДЕЛЕНИЕ, А НЕ ДОМИНИРОВАНИЕ СФЕРЫ ДОСТАВКИ КОНТЕНТА ПОТРЕБИТЕЛЮ



**УМЕСТНЕЕ ГОВОРИТЬ ОБ
ЭВОЛЮЦИИ СПОСОБОВ
ДОСТАВКИ И ПОТРЕБЛЕНИЯ
МЕДИЙНОГО КОНТЕНТА, А НЕ О
ДОМИНИРОВАНИИ ТОГО ИЛИ
ИНОГО МЕДИА**

ИНТЕГРАЦИЯ ТРАДИЦИОННОЙ СРЕДЫ РАСПРОСТРАНЕНИЯ И ИНТЕРНЕТ

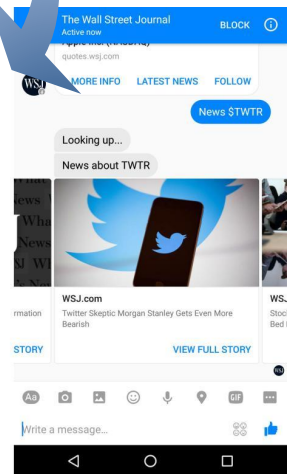
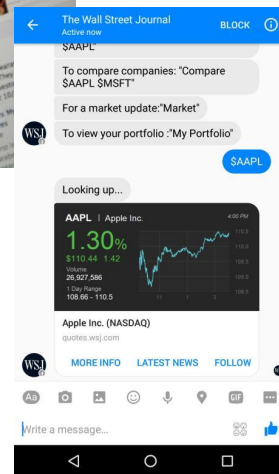
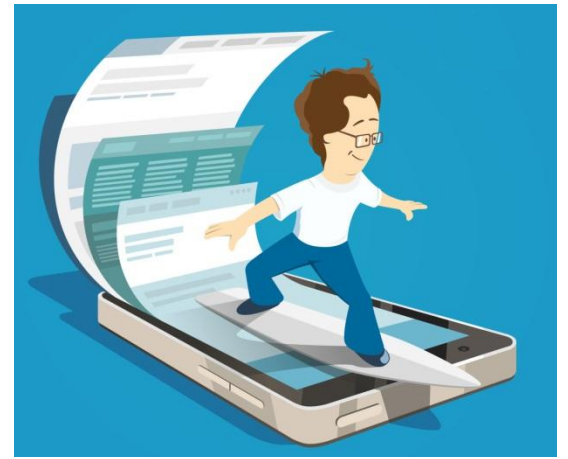
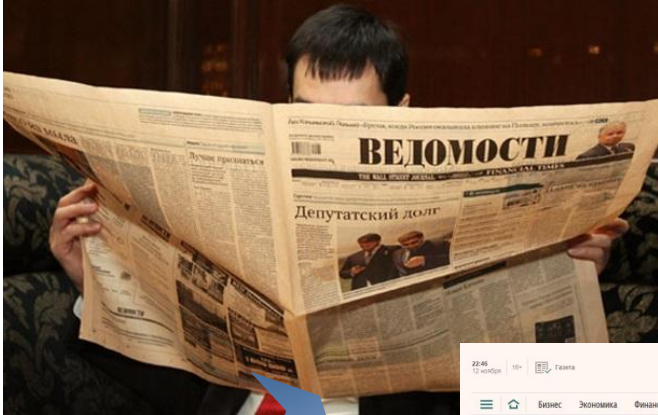


**+ 35 КАБЕЛЬНЫХ
КАНАЛОВ**



**ПОПУЛЯРНОСТЬ РОЛИКОВ НА
YOUTUBE ПОКАЗЫВАЕТ, ЧТО:**

**МОЛОДОЕ ПОКОЛЕНИЕ ПО-
ПРЕЖНЕМУ ИНТЕРЕСУЕТСЯ
ТЕЛЕВИЗИОННЫМИ ПЕРЕДАЧАМИ,
НО НЕ ХОЧЕТ СМОТРЕТЬ ИХ**



КАК РЕАГИРУЮТ
ФЕДЕРАЛЬНЫЕ
ТЕЛЕКАНАЛЫ?

КАК РЕАГИРУЮТ ФЕДЕРАЛЬНЫЕ
ТЕЛЕКАНАЛЫ?

...НЕОХОТН
О

ТРЕНДЫ ФЕДЕРАЛЬНОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ



1. СОХРАНЕНИЕ



ВАЖНЫХ ПОЗИЦИЙ
КРУПНЕЙШИЕ РОССИЙСКИЕ
ТЕЛЕХОЛДИНГИ ДОСТИГЛИ
ПРЕДВАРИТЕЛЬНОЙ
ДОГОВОРЕННОСТИ О ЗАЩИТЕ
БРЕНДОВ СВОИХ ШОУ И СЕРИАЛОВ ОТ
УХОДА К КОНКУРЕНТАМ



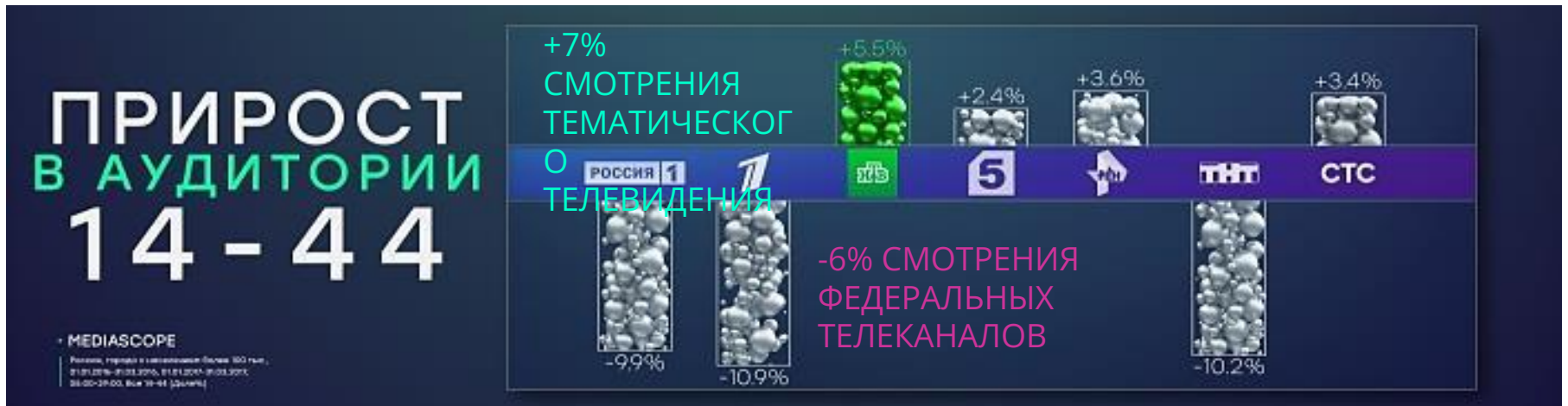
2. ДИВЕРСИФИКАЦИЯ В

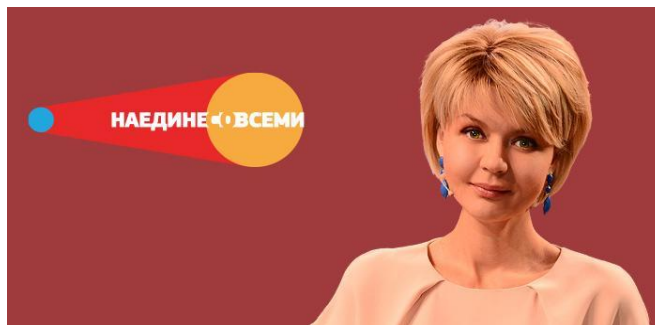
НОВЫЕ КАНАЛЫ
КРУПНЕЙШИЕ РОССИЙСКИЕ
ТЕЛЕХОЛДИНГИ ПРИБЛИЖИЛИ СТРАТЕГИЮ
РАЗМНОЖЕНИЯ ПОЧКОВАНИЕМ
(МОНЕТИЗАЦИЯ БИБЛИОТЕК)



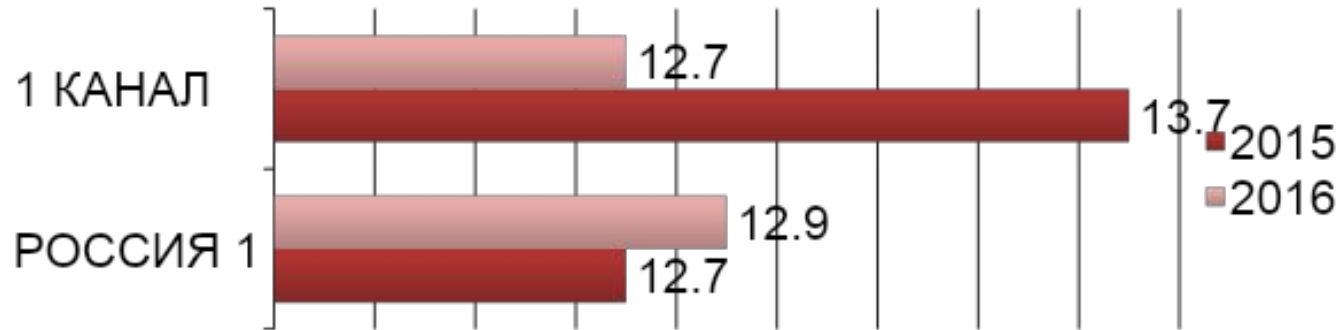
3. ПРИОРИТЕТ РОССИЙСКОГО

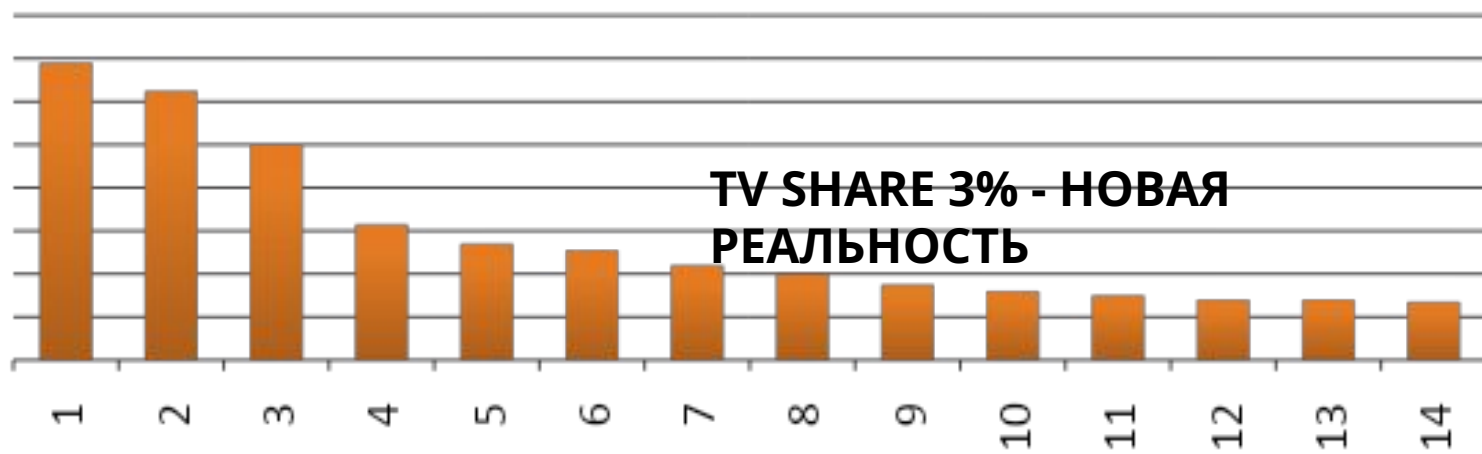
ТРЕНДЫ ФЕДЕРАЛЬНОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ





ПОЛИТИЧЕСКИЕ ТОК-ШОУ: БОРЬБА ЗА РЕЙТИНГИ







«ПЕРВЫЙ КАНАЛ» ПРИВЛЕЧЕТ АУДИТОРИЮ 55+



РОССИЯ



«РОССИЯ 1» СТАВИТ НА ВЕДУЩИХ С «ПЕРВОГО» И СЕРИАЛЫ



5 ПЯТЫЙ КАНАЛ



ИЗВЕСТИЯ 1Z.RU

ПРОИЗВОДСТВО НОВОСТЕЙ И СЕРИАЛЫ





«НТВ» РАССКАЖЕТ
 ИСТОРИЮ РЕВОЛЮЦИИ
 120 СЕРИАЛОВ В НОВОМ
 БЕЗОНЕ
 РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЕ КАНАЛЫ ИЩУТ
 СВОИ ФОРМАТЫ

СТС



ЦЕЛЬ - СЛОМАТЬ
 АССОЦИАЦИЮ С
 СЕРИАЛЬНЫМ КАНАЛОМ И
 ЗАПУСТИТЬ БОЛЬШИЕ ШОУ
 ЭТОМУ ФОРМАТУ



ПЯТ
 НИЦА!



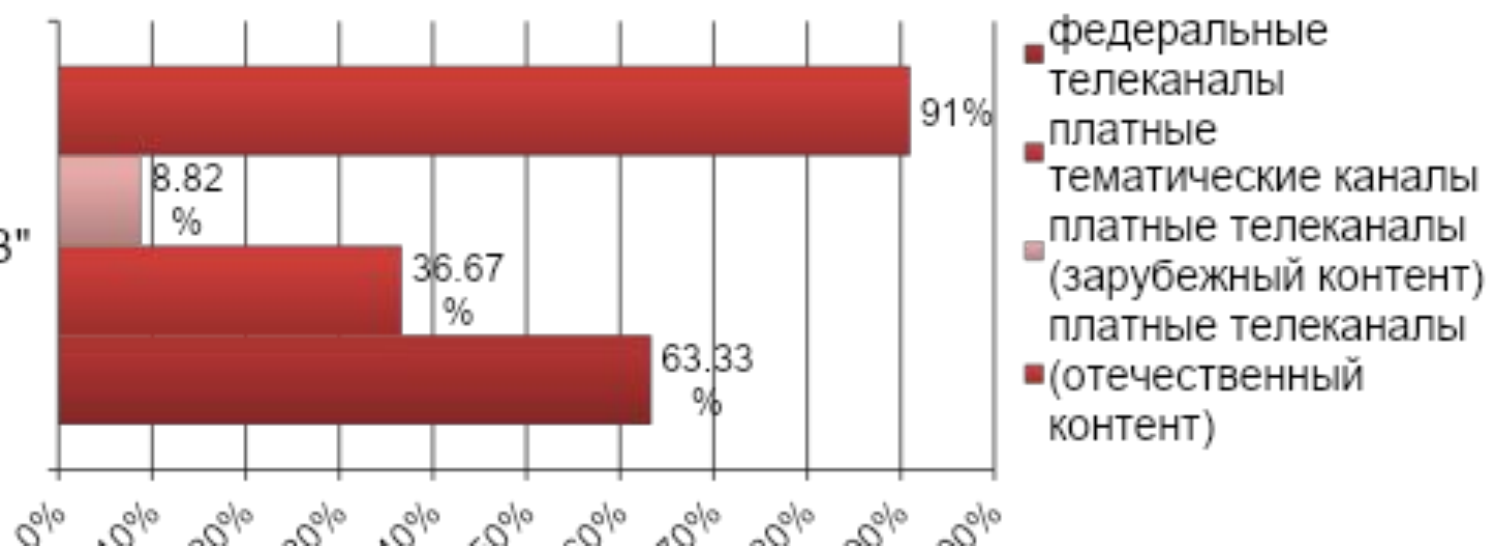


ЖЕНСКИЕ КАНАЛЫ ОТКАЗАЛИСЬ ОТ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

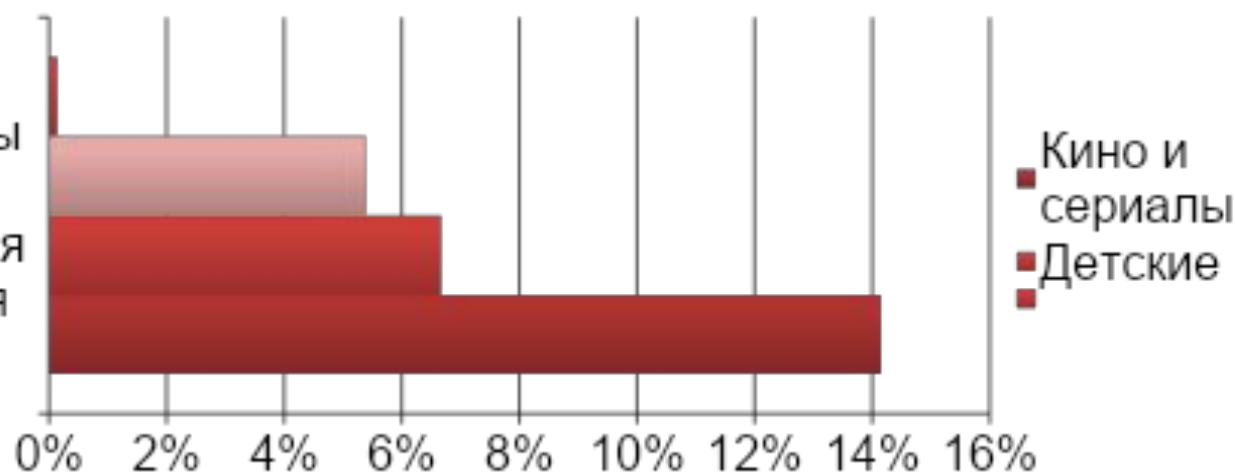
БОЛЬШЕ НЕ БУДЕТ СЛОЖНЫХ
ЭМОЦИЙ И ПЕРЕЖИВАНИЙ –
«ДЕТЕКТОР ЛЖИ», «ДОРОГАЯ, Я
УБИВАЮ ДЕТЕЙ», «БЕРЕМЕННАЯ В 16»
- **МЫ НЕ ХОТИМ ВИДЕТЬ ДНО**



Аудитория
Триколор ТВ"
в 2016г.



платные каналы
"триколор тв":
совокупная доля
телесмотрения



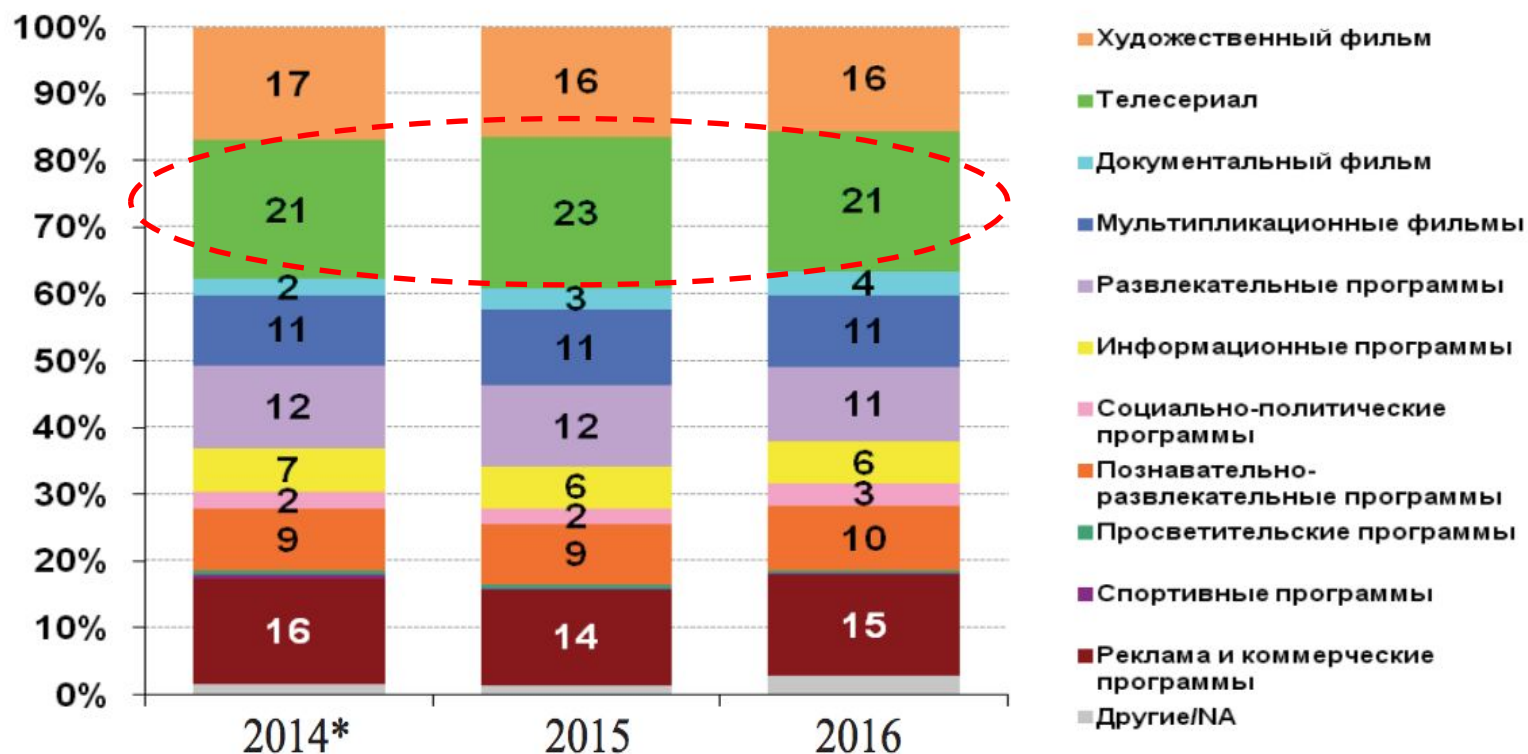


Рисунок 11. Динамика жанровых предпочтений крупнейших российских телеканалов, 2014–2016 гг. (17 каналов: «Первый канал», «Россия 1», НТВ, ТНТ, СТС, «Пятый канал», РЕН ТВ, «ТВ Центр», «Домашний», ТВЗ, «Звезда», «Карусель», Disney, «Пятница», «Че», «Канал Ю», «СТС Love»)

*расчет по 16 каналам

Источник: Аналитический центр НСК/Vi

ТЕЛЕСЕРИАЛЫ: ПОЛНОЕ ДОМИНИРОВАНИЕ ОТЕЧЕСТВЕННОГО КОНТЕНТА

ДОЛЯ РОССИЙСКОГО КОНТЕНТА У
КРУПНЫХ РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ —
75%

У КРУПНЕЙШИХ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ
ТЕЛЕКАНАЛОВ ДОЛЯ РОССИЙСКИХ
СЕРИАЛОВ КОЛЕБЛЕТСЯ В ДИАПАЗОНЕ
82–86% (В 2016 ГОДУ – 84%)

СЕРИАЛЫ. ЖАНРОВАЯ СТРУКТУРА (2016):

- | | |
|--------------|-----|
| 1. ДЕТЕКТИВЫ | 28% |
| 2. КОМЕДИИ | 25% |
| 3. МЕЛОДРАМЫ | 17% |

КАК И В СЛУЧАЕ С КИНОФИЛЬМАМИ, РЯД КАНАЛОВ ДЕЛАЮТ СТАВКУ ЛИШЬ НА ОДИН ВИД СЕРИАЛЬНОГО КОНТЕНТА: «ПЯТЫЙ КАНАЛ», НТВ, «КАНАЛ Ю», «РОССИЯ 1» — ДЕТЕКТИВЫ; ТНТ, СТС — КОМЕДИИ; «ДОМАШНИЙ» — МЕЛОДРАМЫ

ИСТОЧНИК: **АНАЛИТИЧЕСКИЙ ЦЕНТР НСК**

ОПЫТ ПРОШЛЫХ ЛЕТ
НЕ РАБОТАЕТ
НУЖНЫ НОВЫЕ
ЗНАНИЯ