

Телевидение России

1. Становление современного российского телевидения.
2. Факторы влияния на российское телевидение.
3. Основные сегменты телесистемы.

1. СТАНОВЛЕНИЕ СОВРЕМЕННОГО РОССИЙСКОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ

В России телевидение – важнейший сегмент медиасистемы, наиболее массовое и востребованное аудиторией СМИ, главный источник местных, общенациональных и международных новостей, опережая газеты и Интернет. Для государства – ТВ оказывает значительное влияние на формирование общественного мнения: политические дебаты, ток-шоу, выпуски новостей критически важны для принятия решений избирателями. В глобальном масштабе сектор ТВ оценивается в полтриллиона долл.

- К 1992 г.
- Сложная техническая инфраструктура, обеспечивающая доставку сигнала, но ресурс был не полностью занят телевидением.
- Каналы:
 - - Первая программа ЦТ,
 - - «Российское ТВ (РТР)» - бывшая 2-я программа ЦТ,
 - - «Российские университеты» - бывшая Образовательная программа ЦТ,
 - - региональные каналы.
- В 1993 г. появление первых коммерческих каналов:
 - - общественно-политический канал НТВ,
 - - развлекательный канал ТВ6.
- Они заложили основу современного ТВ рынка России.

ОХВАТ НАСЕЛЕНИЯ ТЕЛЕВЕЩАНИЕМ ПО СУБЪЕКТАМ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ в 2015 г.¹⁾

(на конец года: в процентах от общей численности населения субъекта)

Имеют возможность принимать телевизионные программы

	всего		общероссийские обязательные общедоступные телеканалы эфирного аналогового телевидения							
	эфирного аналогового телевидения	цифрового телевидения	«Россия»	«Россия-Культура»	«Россия-24»	Первый канал	Телекомпания НТВ	Петербург-5 канал	«Россия-2»	ТВ-Центр-Москва
Российская Федерация	97,6	71,0	92,6	55,0	30,8	96,4	66,5	62,5	43,8	45,0
Центральный федеральный округ	98,5	79,5	95,5	75,8	43,4	97,3	81,2	80,5	60,8	76,9
г. Москва	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Северо-Западный федеральный округ	98,4	83,9	96,5	67,0	9,2	98,1	77,5	82,3	52,2	22,3
г. Санкт-Петербург	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Южный федеральный округ	93,6	65,1	88,8	35,1	24,5	92,9	59,4	53,9	35,9	33,4

Северо-Кавказский федеральный округ	97,1	48,1	89,0	46,0	18,0	96,9	52,3	46,3	25,6	16,9
Приволжский федеральный округ	97,7	69,4	89,4	48,7	34,6	96,4	57,8	43,7	38,5	34,7
Уральский федеральный округ	98,2	72,4	94,5	46,4	12,2	96,8	62,7	49,4	28,3	41,7
Сибирский федеральный округ	99,2	56,6	94,3	43,8	31,3	97,5	63,0	62,0	42,0	45,0
Республика Бурятия	99,8	85,2	91,6	48,3	48,7	99,8	62,2	61,1	-	48,7
Республика Тыва	97,8	97,9	93,1	38,3	-	97,8	76,1	72,1	-	-
Забайкальский край	98,0	68,1	90,1	29,6	-	98,0	44,3	42,9	55,0	33,3

Красноярский край	99,1	59,9	97,4	37,6	41,8	94,8	32,4	73,7	48,0	32,3
Иркутская область	99,8	57,6	95,6	30,0	24,0	99,8	61,0	46,0	75,0	12,9
Дальневосточный федеральный округ	99,1	80,2	91,0	42,4	35,2	96,1	49,4	61,8	21,1	15,8
Республика Саха (Якутия)	98,7	15,5	84,6	34,3	32,4	89,4	50,1	55,0	6,8	10,5
Чукотский автономный округ	93,1	-	63,6	93,1	-	67,6	64,0	-	93,1	-
Крымский федеральный округ	83,3	87,9	81,1	46,3	73,2	83,1	63,1	77,5	56,5	57,5
Республика Крым	80,6	86,2	77,9	36,2	68,8	80,3	56,7	74,1	48,4	49,9

Объемы аудитории и число домохозяйств в России с доступом к основным технологиям получения ТВ сигнала и контента (2013)

Показатели	Охват, млн
Население, всего	143
Число домохозяйств, всего	54
Число телевизионных приемников в домохозяйствах	86
Доступ хотя бы к одному телеканалу эфирного ТВ среди населения	141
Абоненты операторов платного телевидения	35
Пользователи Интернета, месячная аудитория	66
Абоненты широкополосного Интернета	26
Зрители онлайн-видео и онлайн-кинотеатров (<i>VOD</i> -сервисов)	60
Абоненты мобильной связи, по числу контрактов (<i>sim</i> -карт)	242
Абоненты мобильного Интернета	90
Абоненты мобильного телевидения	4

Источники: АЦВИ, ФОМ, iKS-Consulting, J'son & Partners Consulting, comScore.

В настоящее время:

- На ТВ рынке существуют и государственные, и смешанной собственности, и частные ТВ каналы.
- Развивается и кабельное, и спутниковое ТВ. Первые запуски операторов платного неэфирного ТВ состоялось во второй половине 1990-х гг («Космос ТВ», «НТВ-Плюс»), бурное развитие – в 2000-е гг. Доступ к неэфирному зарубежному ТТ , развитие отечественных неэфирных каналов. Сейчас общее количество каналов – более 300.

2. ФАКТОРЫ ВЛИЯНИЯ НА РОССИЙСКОЕ ТЕЛЕВИДЕНИЕ

Российская специфика

- **Роль государства.**

Государство в России – важнейший игрок телевизионного рынка: регулирование с помощью законов широкий круг вопросов, определяет и меняет правила игры, финансирует ТВ (государственные расходы на государственные телекомпании и развитие инфраструктуры – субсидии, гранты, реклама).

- **Территориальная структура.**

Технологическая структура ТВ развита очень неравномерно.

- **Этнографическое разнообразие.**

Более 180 официально зарегистрированных народов и этносов. ТВ в результате имеет сильную региональную составляющую.

Универсальные факторы

1. Регулирование. В основном – эфирные частоты (лицензирование).

Для российского телерадиовещания:

- Закон РФ «О средствах массовой информации» (1991 г., действующая редакция от 2013 г.).
- Федеральный закон «О связи» (от 2013, действующая редакция от 2014).
- Федеральный закон «О рекламе» (2006, действующая редакция от 2014).
- Постановление правительства 2011 «О лицензировании телевизионного вещания и радиовещания».
- Федеральная целевая программа (ФЦП) «О развитии телерадиовещания в Российской Федерации в 2009-2015 гг.».

**Государственные организации, в ведении которых находится
непосредственный контроль за реализацией государственной
политики в сфере телевидения**

- **Министерство связи и массовых коммуникаций РФ (Минкомсвязь).**
- **Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям (Роспечать), подразделение Минкомсвязи.**
- **Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор), подразделение Минкомсвязи.**

Органы саморегулирования

- Национальная ассоциация телерадиовещателей (НАТ).
- Ассоциация кабельного телевидения России (АКТР).
- Ассоциация продюсеров кино и телевидения (АПКиТ).
- Ассоциация коммуникационных агентств России (АКАР).
- Рекламная федерация регионов (РФГ).

2. Экономика

- Основные источники: реклама, государственное финансирование, абонентская плата. Нет пожертвований.

Выручка телевизионной индустрии России от коммерческой деятельности,
млрд руб. (2009–2013 гг.)

Статьи дохода	2009	2010	2011	2012	2013
Реклама, эфирное ТВ:	95,1	109,2	128,9	140,1	152,2
в том числе общенациональная	72,8	85,1	100,5	109,0	118,0
в том числе региональная/локальная	22,3	24,1	28,4	31,1	34,2
Реклама, кабельно-спутниковые каналы	1,5	1,8	2,6	3,3	4,0
Подписка на платное ТВ	27,4	33,7	39,9	46,6	54,0
Итого	124,0	144,7	171,4	190,0	210,2

Источник: АКАД. АНТИ-ТЕЛ. С. 11

Рекламные агентства и медиаизмерители

В рекламной телеиндустрии с одной стороны – **медиабаинговые** агентства – покупают рекламное время в интересах своих клиентов :

- *VivaKi Россия,*
- *АДВ.*
- *Omnicom,*
- *Group M,*
- *Aegis Media.*

Медiasеллеры – организации, продающие рекламное время:

- «Видео Интернешнл» (ВИ) – продавал рекламные возможности восьми федеральных каналов,
- Союз агентства «Алькасар» и специального подразделения (сейлс-хаус) компании «Газпром-Медиа», обслуживающий три крупных телеканала.

Основные медиаизмерители

- Рейтинг программы/канала – доля включенных на конкретной программе или канале телевизоров от всех имеющихся в стране/регионе,
- Доля аудитории – доля включенных на конкретной программе/канале телевизоров от всех включенных в конкретный момент телеприемников.

Основной телеизмеритель – TNS. 76 городов с населением 100+, 29 из них было установлено не менее 100 специальных измеряющих устройств – пиплметров.

3. Основные сегменты телесистемы

Телеиндустрия делится на три ключевых сегмента:

1. Доставка телевизионного сигнала на принимающие устройства,
2. Производство телевизионного контента,
3. Телеканалы.

Доставка ТВ сигнала на принимающие устройства.

Советская база – ретрансляторы для федерального вещания, вещательные комплексы в региональных центрах, аналоговая кабельная инфраструктура в крупнейших городах.

Система доставки – два базовых технологических блока – **телевидение (наземное) эфирное и неэфирное.**

Эфирное телевидение.

Главный элемент – **вещатель** – распространяет ТВ сигнал с помощью радиоволн на определенных радиочастотах (частотах). Сигнал принимается через антенну индивидуальную или коллективную.

Частоты – ограниченный ресурс, распределяются между странами Международным союзом электросвязи, на национальном уровне – специализированными органами – Роскомнадзор, выдающий лицензии по решению Федеральной конкурсной комиссии.

Технологическая инфраструктура (передатчики (более 14 тысяч) и ретрансляторы на территориях) – в ведении ФГУП «Российская телевизионная и радиовещательная сеть» - РТРС. Региональные филиалы – радиопередающие центры (РТПЦ).

Частота используется вещателем для трансляции канала с определенным контентом.

Система телевизионных спутников связи. В СССР первый спутник в 1965 г, в 1967 создана система спутников связи «Орбита».

Сегодня аналоговое эфирное телевидение заменяют **цифровым эфирным вещанием**.

Отключение аналогового сигнала запланировано на 2019 г., т.к. ни зрители, ни многие телеканалы на готовы принимать/передавать цифровой сигнал.

Основа эфирного цифрового ТВ в России – **цифровые мультиплексы** – пакеты из нескольких телеканалов. Первый - бесплатное распространение, второй – платное распространение. Каждый – по 10 каналов.

Телевидение неэфирное

Основные сегменты системы неэфирного телевидения в России,
млн абонентов (2009–2013 гг.)

	2009	2010	2011	2012	2013
Кабельное телевидение	9,3	16,4	17,9	18,3	18,3
Направленное спутниковое вещание	4,8	6,6	9,2	11,1	13,1
<i>IPTV</i>	0,4	0,5	1,6	2,5	3,7
Всего	14,5	23,5	28,7	31,9	35,1

2. Производство телевизионного контента.

Три большие группы контента:

а) новости, информационно-аналитические программы и другие группы жанров, основанные на информационном вещании и актуальных сообщениях.

Новости производят:

- 8 эфирных каналов общего интереса : «Первый», «Россия 1», НТВ, «Рен-ТВ», «Пятый канал», «Звезда», ТВЦ, МИР,
- 4 специализированных новостных кабельно-спутниковых канала – «Россия 24, *Russia Today*, *LifeNews*, РБК,
- Несколько кабельно-спутниковых каналов общего интереса – ОТР,
- Более 70 региональных ГТРК,
- Локальные эфирные и кабельные телеканалы.

б) трансляция внутренних и международных спортивных соревнований.

в) программы развлекательные и познавательные – сериалы, реалити-шоу, викторины, телевизионные документальные фильмы. Их производят специализированные фирмы – продакшн-компании – крупные средние и мелкие производители.

**Ведущие производители телевизионного контента в России,
часов премьерных программ и сериалов в год
(2012–2013 гг.)**

Производитель	Премьеры		Основные каналы-заказчики
	2013	2012	
«Красный квадрат»	1650*	1159*	«Первый канал»
<i>Comedy Club Production</i>	981	937	ТНТ
«Мир реалити продакшн»	620	444	«РЕН ТВ»
«МБ Групп» / «М продакшн»	512	500	«Россия 1», СТС
«Новая компания»	505	513	«Первый канал», «Россия 1»

Примечание. * Данные за 2012 г. собраны по шести каналам («Первый», «Россия 1», НТВ, СТС, ТНТ, «РЕН ТВ»), а за 2013 г. — по семи (добавился «Пятый канал»).

Источник: KVG Research.

Место производственной компании на ТВ рынке строится на выручке от продажи прав на премьерные показы, на многочисленных повторных продажах тем же или другим каналам, передаче прав на форматы программ, лицензий на сопутствующие товары (игрушки для производителей сериалов) – библиотека контента или библиотека прав. **Синдикация** – контент после премьеры распространяется через множество других каналов. В России 2 синдикатора Национальный телевизионный синдикат (НТС) и «СТП Контент».

Производство неэфирных телеканалов:

- Производители, аффилированные с операторами платного ТВ через общих собственников, юридические договоры или неформальные связи,
- Производители, аффилированные с вещателями эфирного ТВ,
- Независимые производители.
- Производство контента в сегменте онлайн-видео.

3. Телеканалы.

Телеканалы отвечают за организацию контента, благодаря чему он доходит до зрителя на определенной частоте в заранее установленное время. Это –линейный просмотр, растет нелинейный – зритель сам решает, что и когда смотреть.

Каналы классифицируются:

- По технологии доставки сигнала: эфирные и неэфирные. Общественные эфирные делятся на централизованные (ретрансляция) и сетевые.
- Аналоговые и цифровые (с разным качеством – высокой четкости и т.д.).
- По территории распространения: общественные (федеральные), региональные и локальные.
- По форме собственности: государственные, общественные и частные.
- По модели финансирования: коммерческие и некоммерческие.
- По преобладающему типу контента: общего интереса и тематические.

**Суммарные* доли аудитории основных групп телеканалов в России, %
(2010–2013 гг.)**

	2010	2011	2012	2013
«Первый канал», «Россия 1», НТВ	49,3	46,4	41,0	39,3
ТНТ, СТС, «РЕН ТВ»	19,7	19,5	19,6	18,8
Остальные эфирные телесети	21,7	22,7	26,7	28,7
Неэфирные телеканалы	7,8	8,6	10,2	12,1
Региональные телеканалы	н/д	4,1	4,2	4,3

Примечание. * Сумма долей может превышать 100% вследствие специфики соотношения результатов на московском и локальном рынках, а также эффекта «двойного просмотра».

Источник: TSN TV Index.

Внедрение цифрового ТВ приведет к изменению в списках каналов, рассчитанных на общенациональную аудиторию. Федеральной конкурсной комиссией утверждены списки мультиплексов.

Изменения в формальном перечне ключевых телеканалов России

Федеральные аналоговые телеканалы (на 2012 г.)	Телеканалы первого цифрового мультиплекса — общероссийские обязательные общедоступные телеканалы (на 2013 г.)	Телеканалы второго цифрового мультиплекса (на 2013 г.)
«Первый канал» «Россия 1» «Россия 2» «Россия К» «Россия 24» «Карусель» НТВ ТНТ «Пятый канал» «РЕН ТВ» СТС «Домашний» «Перец»* ТВ-3 «Пятница!» «2×2» «ТВ Центр» «Канал Ю» <i>Disney</i> «Мир» «Звезда» «РБК ТВ»	«Первый канал» «Россия 1» «Россия 2» «Россия К» «Россия 24» «Карусель» НТВ «Пятый канал» «ТВ Центр» ОТР**	ТНТ «РЕН ТВ» СТС «Домашний» ТВ-3 «Мир» «Звезда» «Муз-ТВ» «НТВ-Плюс Спорт» «Спас»

Примечания. *Курсивом выделены федеральные телеканалы, не вошедшие в цифровые мультиплексы.

** Жирным выделены телеканалы, не имевшие статуса федеральных.

Источники: ФАС и Роскомнадзор.

Региональные телеканалы – в основном сетевые (более 90 %). Практически нет собственного контента. Большинство вещателей отводит местным каналам от 1 до 4 часов в день. Полновещательных – несколько десятков (государственных и частных).

Результат

- – фрагментация, дробление аудитории.
- - рост совокупной аудитории неэфирных телеканалов.

**Жанровая структура вещания основных эфирных телеканалов,
% от эфира (2013 г.)**

Жанр	«Первый»	«Россия 1»	НТВ	СТС	«РЕН ТВ»	ТНТ	«Домашний»	ДТВ	ТВ-3	Среднее по 9 каналам
Художественный фильм	17	19	4	25	17	20	24	21	34	21
Телесериал	10	23	30	20	17	28	32	9	11	20
Документальный фильм	4	2	2	0	0	0	6	1	13	3
Мультимедийные фильмы	1	0	0	13	1	7	0	7	10	4
Развлекательные программы	27	22	10	17	23	25	14	36	9	21
Информационные программы	12	17	12	0	12	1	3	1	3	7
Социально-политические программы	2	2	12	0	5	0	1	5	2	3
Познавательно-просветительские программы	15	3	6	1	13	3	5	7	1	6
Спортивные программы	0	0	2	0	0	0	0	0	1	0
Реклама / коммерческие программы	12	1216	18	10		12	11	13	15	13
Другое	0	1	4	7	0	2	5	1	0	2

Источник: Аналитический центр Вилео Интернешнл.

**Ведущие неэфирные телеканалы в России, месячный охват, млн человек
(2012–2013 гг.)**

Место	Телеканал	2012	2013	Прирост, %
1 (1)	«TV 1000» «Русское кино»	21	25	20
2 (2)	РБК ТВ	20	22	8
3 (3)	«TV 1000»	20	22	8
4 (6)	«Моя планета»	17	21	26
5 (4)	<i>Discovery Channel</i>	19	21	10
6 (5)	<i>Animal Planet</i>	17	20	13
7 (7)	«Мир»	16	18	10
8 (10)	«Дом кино»	13	18	43
9 (8)	<i>Eurosport</i>	14	15	9
10 (11)	<i>Sony Entertainment Television</i>	12	15	21

Источник: TNS TV Index.

По месту производства/упаковки контента кабельно-спутниковые телеканалы можно разделить на

- зарубежные (глобальные) – около 30 %;
- каналы, принадлежащие или связанные с операторами – около 15 %,
- каналы, развиваемые специальными подразделениями эфирных вещателей – около 10 %,
- телеканалы независимых производителей – до 45 %.

Тематические группы неэфирных телеканалов в России (2013 г.)

Тематика	Число телеканалов	Жанровая структура вещания, %
Развлекательные	233	Развлечения — 40, кино — 19, музыка — 16, сериалы — 14
Познавательные	194	Непосредственно познавательные — 47, документальные — 13, научно-популярные — 12, обучающие — 10, путешествия — 9
Информационные	67	—
Спортивные	35	—
Детские	19	—
Телемагазины	8	—

Источник: расчеты специалистов факультета журналистики МГУ.