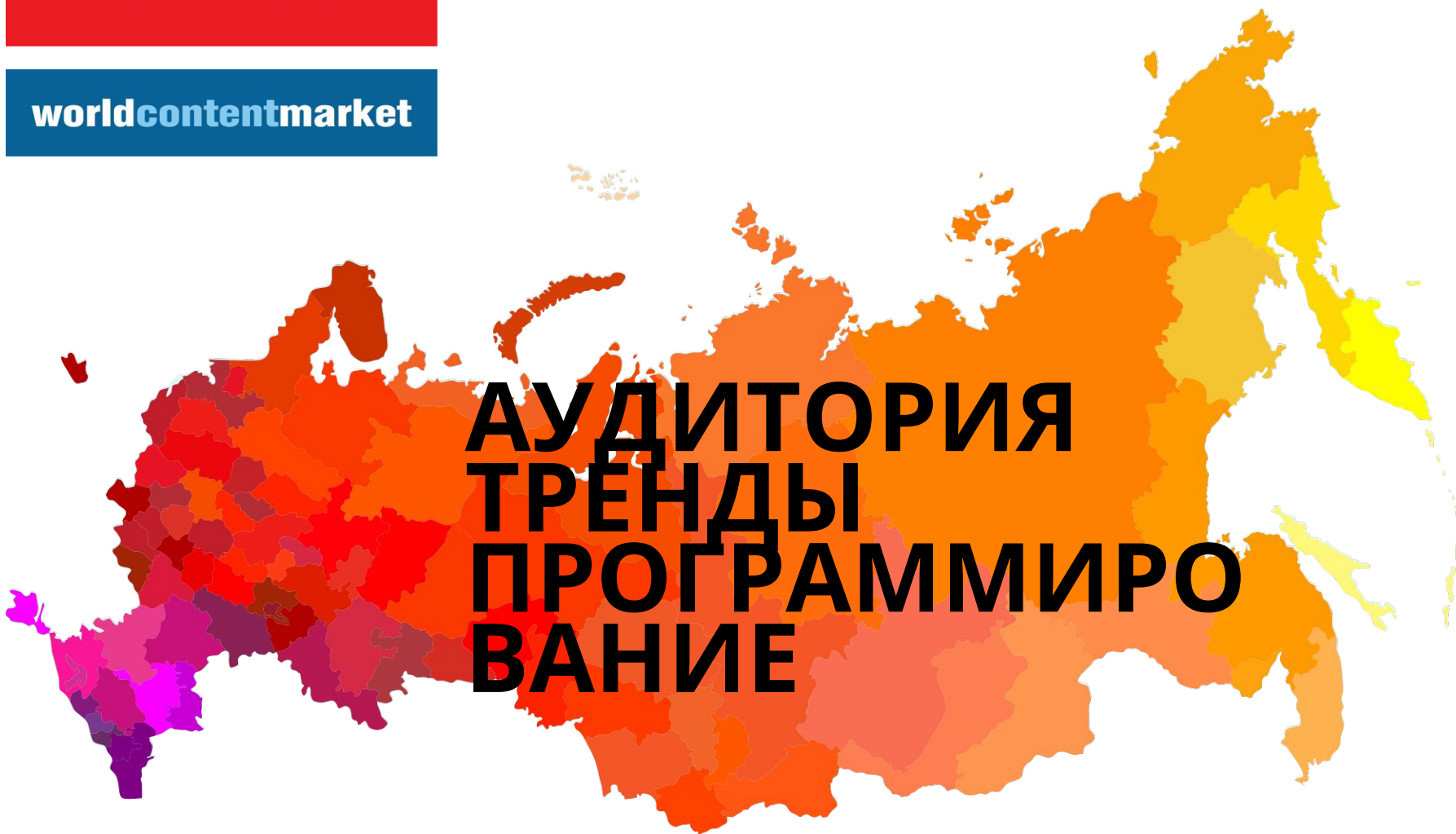


STP MEDIA

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

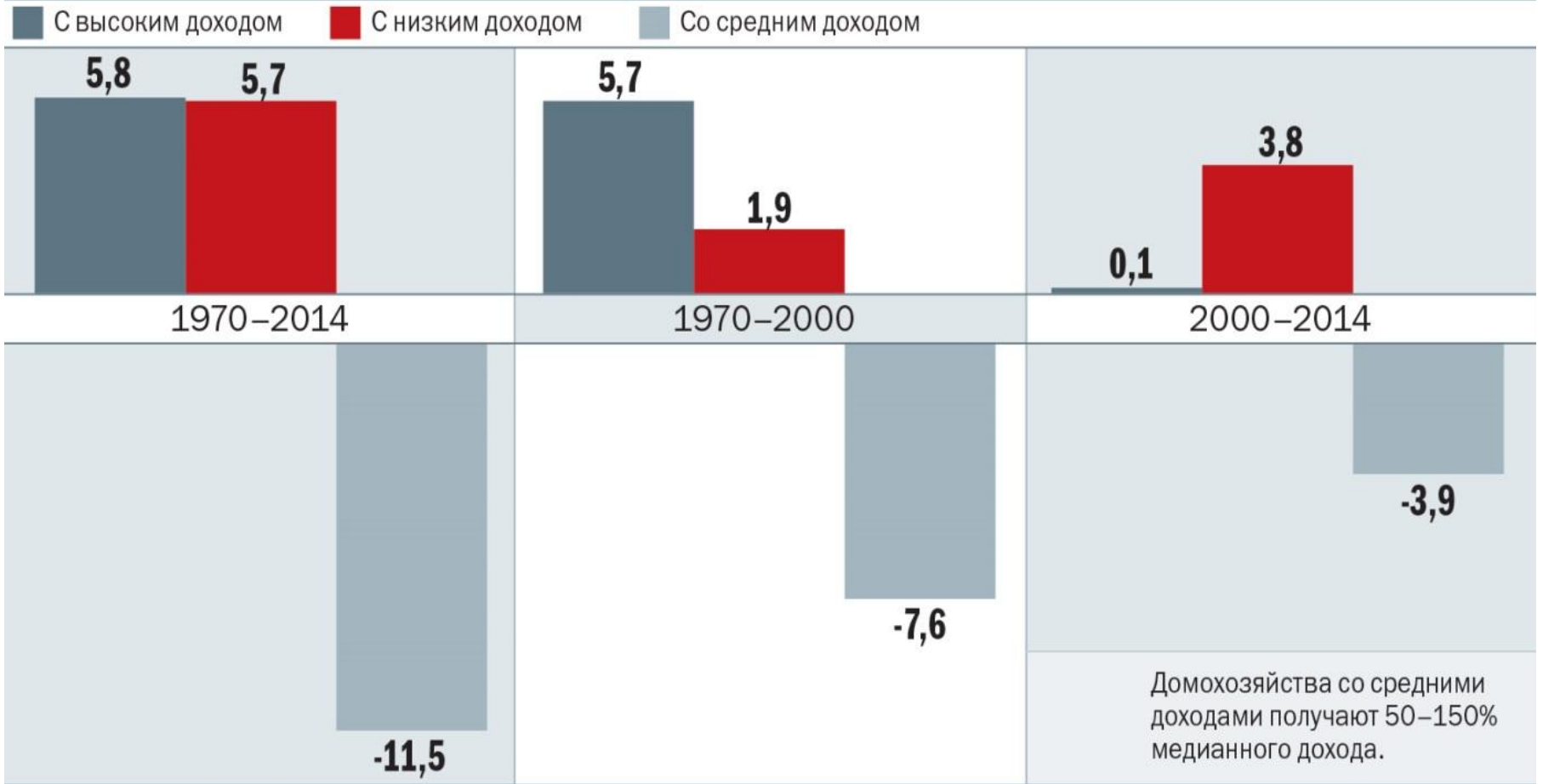
# ЧТО ПРОИСХОДИТ С АУДИТОРИЕЙ?

## 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



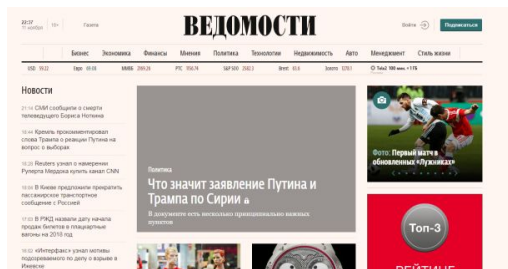
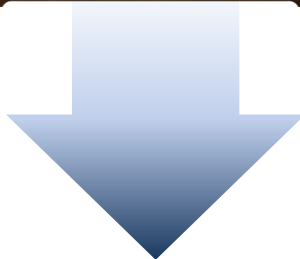




ГЕНДИРЕКТОР НРА **СЕРГЕЙ ВАСИЛЬЕВ**: «НАМ КАК ПРОДАВЦУ РЕКЛАМЫ БЕЗРАЗЛИЧНО, ГДЕ БУДУТ СМОТРЕТЬ, НАПРИМЕР, ПРОГРАММУ «ГОЛОС», ПО ТЕЛЕВИЗОРУ ИЛИ В ИНТЕРНЕТЕ. **МЫ ПРОДАЕМ АУДИТОРИЮ, И НЕВАЖНО КАК ОНА ПОЛУЧИЛА РЕКЛАМНОЕ СООБЩЕНИЕ, ГЛАВНОЕ – ТО, ЧТО ОНО ДОШЛО.**

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

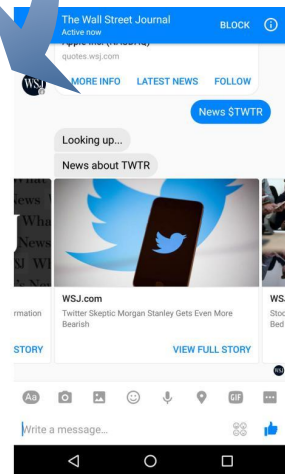
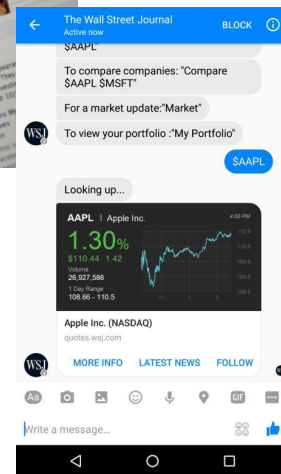
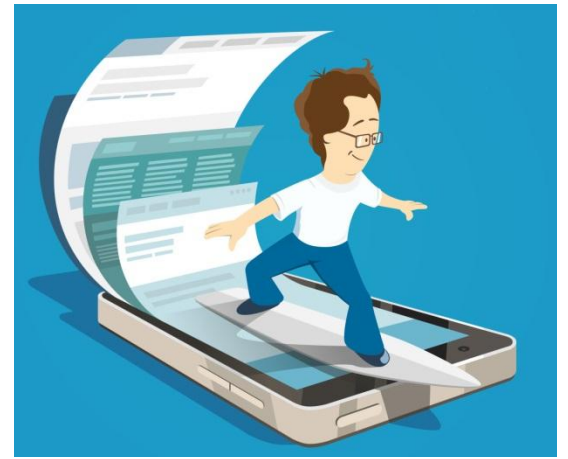
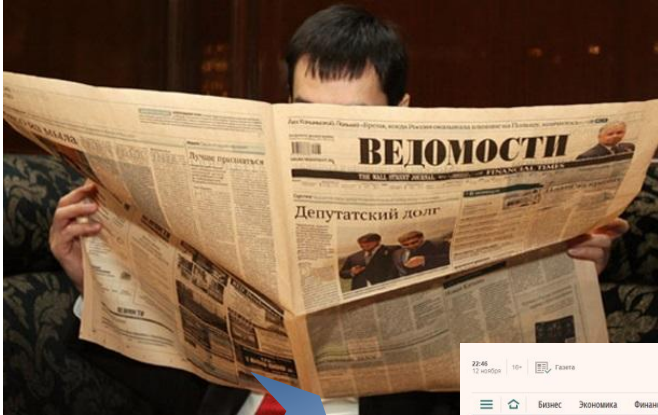


**+ 35 КАБЕЛЬНЫХ  
КАНАЛОВ**



**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

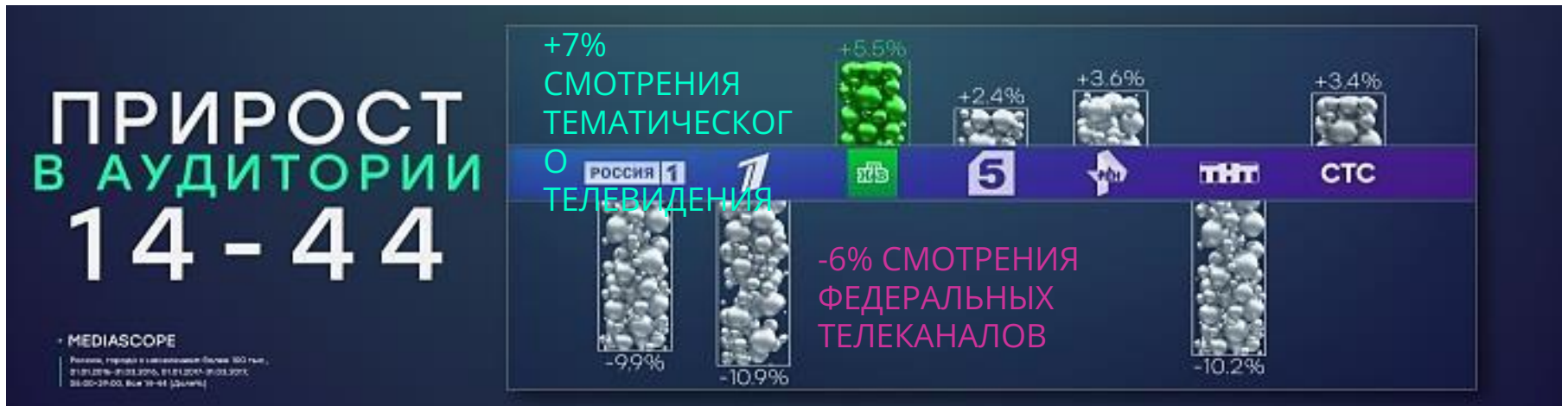
**НОВЫЕ КАНАЛЫ**  
КРУПНЕЙШИЕ РОССИЙСКИЕ  
ТЕЛЕХОЛДИНГИ ПРИБЛИЗИЛИ СТРАТЕГИЮ  
РАЗМНОЖЕНИЯ ПОЧКОВАНИЕМ  
(МОНЕТИЗАЦИЯ БИБЛИОТЕК)

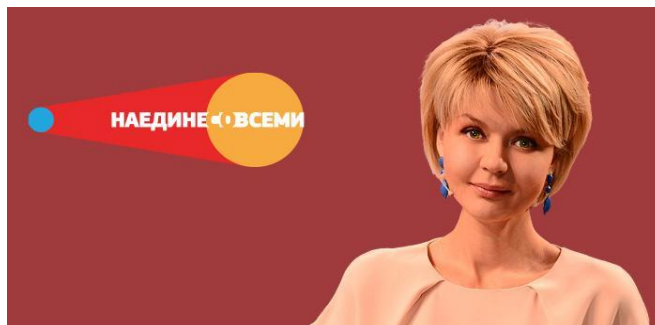


## 3. ПРИОРИТЕТ РОССИЙСКОГО

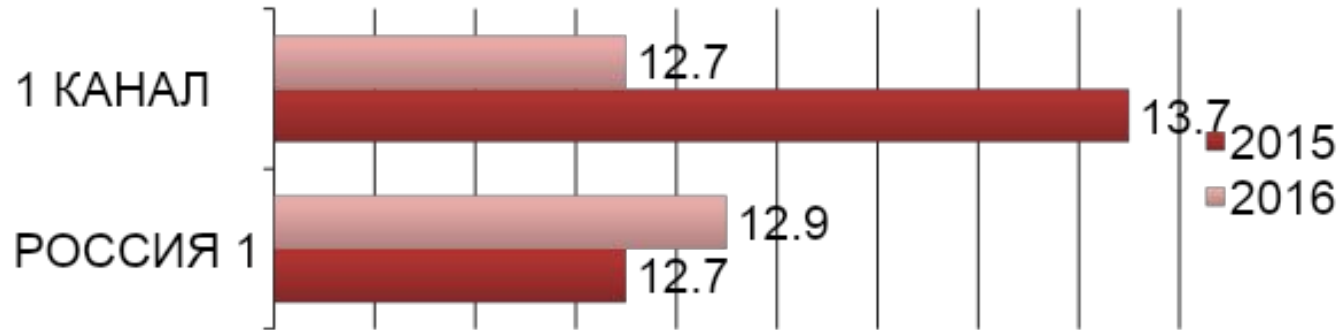


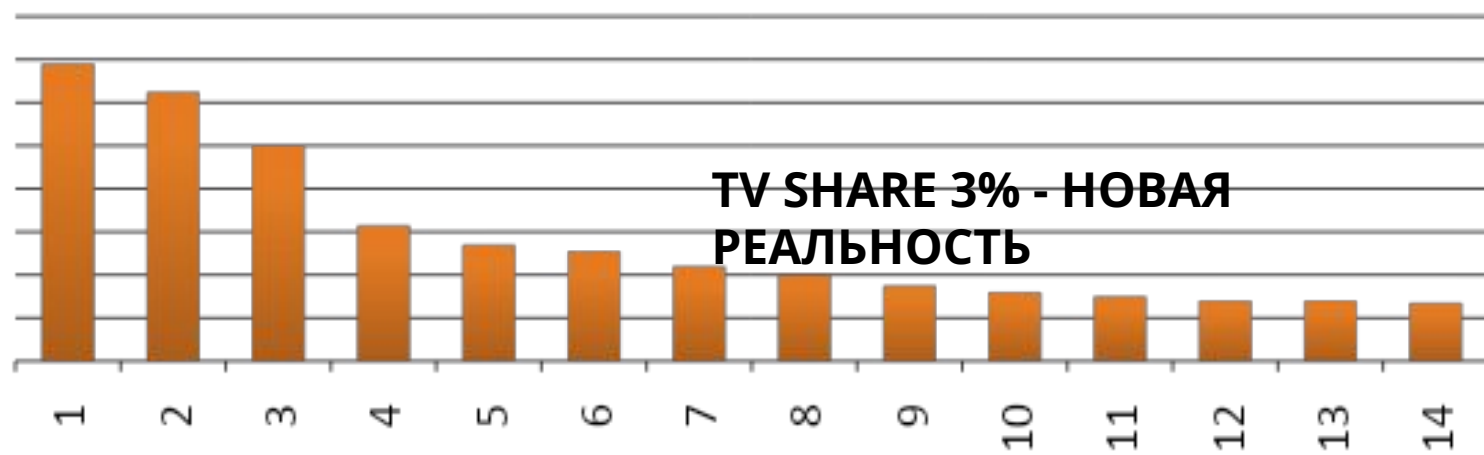
# ТРЕНДЫ ФЕДЕРАЛЬНОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ





# 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!



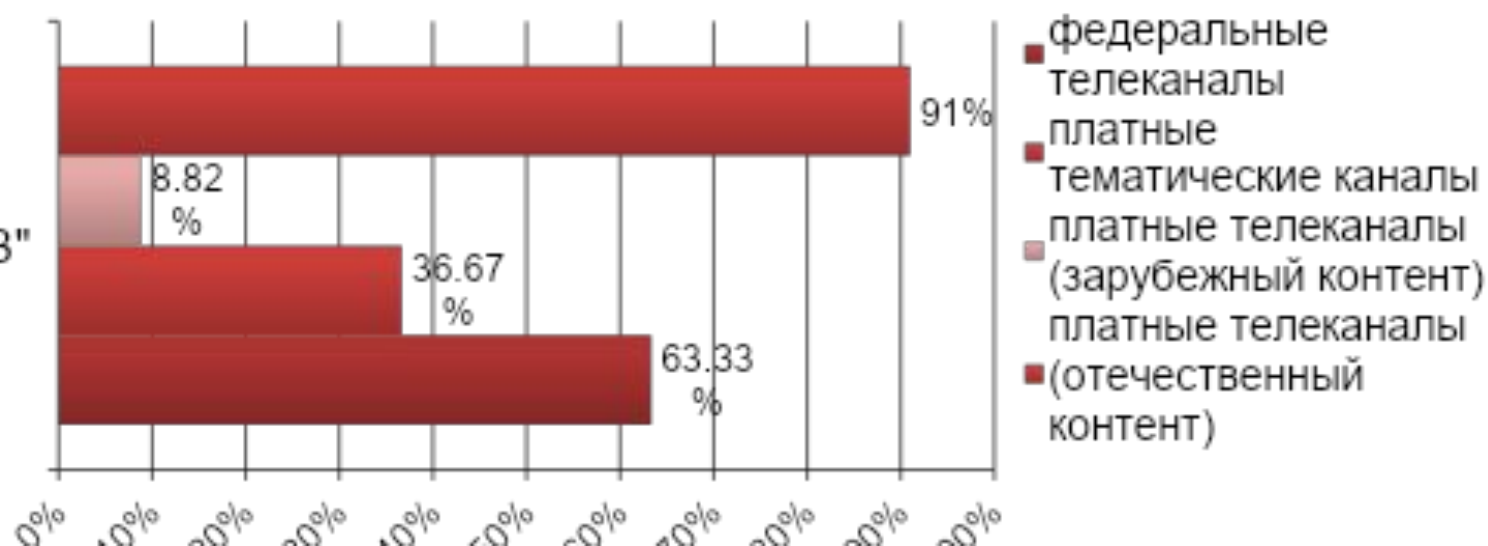


## ЖЕНСКИЕ КАНАЛЫ ОТКАЗАЛИСЬ ОТ ЭКСПЕРИМЕНТОВ

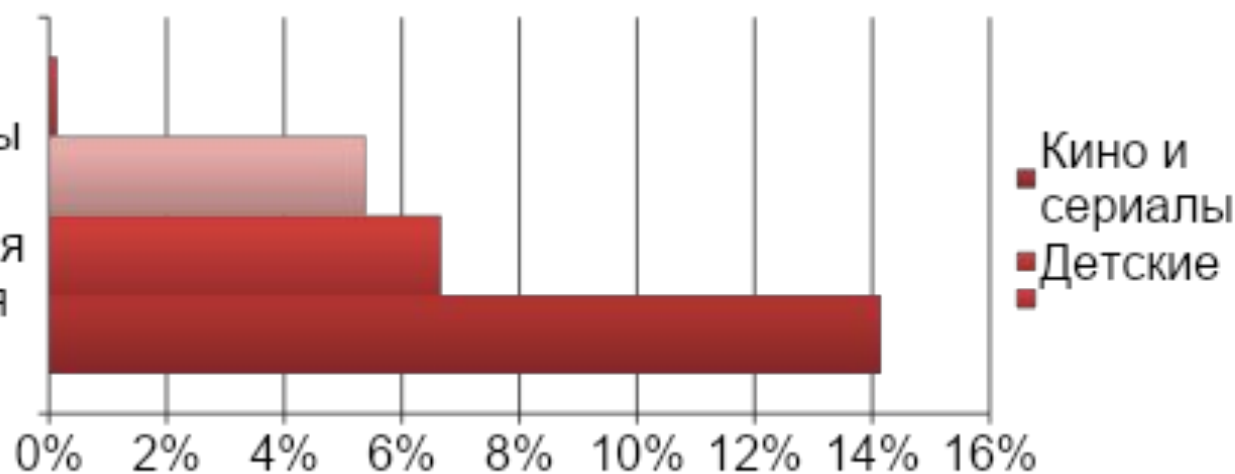
БОЛЬШЕ НЕ БУДЕТ СЛОЖНЫХ  
ЭМОЦИЙ И ПЕРЕЖИВАНИЙ –  
«ДЕТЕКТОР ЛЖИ», «ДОРОГАЯ, Я  
УБИВАЮ ДЕТЕЙ», «БЕРЕМЕННАЯ В 16»  
- **МЫ НЕ ХОТИМ ВИДЕТЬ ДНО**



Аудитория  
Триколор ТВ"  
в 2016г.



платные каналы  
"триколор тв":  
совокупная доля  
телесмотрения





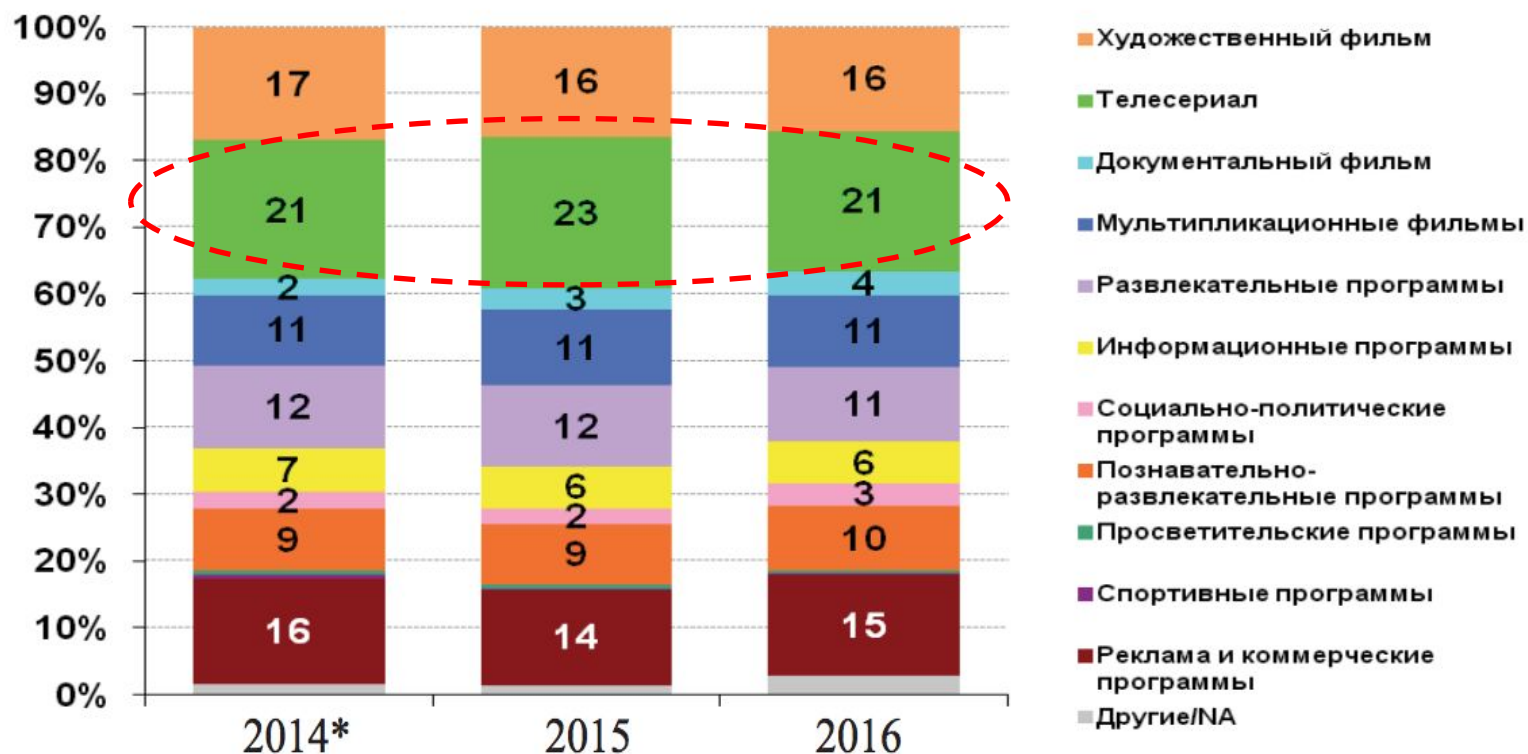


Рисунок 11. Динамика жанровых предпочтений крупнейших российских телеканалов, 2014–2016 гг. (17 каналов: «Первый канал», «Россия 1», НТВ, ТНТ, СТС, «Пятый канал», РЕН ТВ, «ТВ Центр», «Домашний», ТВЗ, «Звезда», «Карусель», Disney, «Пятница», «Че», «Канал Ю», «СТС Love»)

\*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