

Телеканалы попали в сети своих партнеров

Иркутское телевизионное пространство находится в постоянном движении. Сетка вещания ведущих каналов меняется едва ли не ежемесячно. Какие-то изменения связаны с инициативой местных телекомпаний, какие-то диктуют сетевые партнеры из Москвы. Однако практика последних лет показывает, что те вещи, которые предлагают москвичи, не всегда идут на пользу местному телевидению.

Сетевое партнерство: история вопроса

Если не вдаваться в юридические и организационные тонкости, сетевое партнерство — это сотрудничество двух телекомпаний, как правило местной и московской. Первая предоставляет имеющееся в ее наличии эфирное время, вторая занимает это время своими программами и, естественно, рекламой.

У сетевого партнерства давние и долгие отношения. Вспомним, как в начале 90-х годов в регионах России как грибы после дождя начали появляться местные телестудии. Тогда можно было сравнительно недорого купить вполне сносную аппаратуру, а также приобрести лицензию на вещание. В Иркутске, например, было занято только два метровых канала — третий и пятый, а дециметровые вообще были свободными.

Получив целый канал, новые телестудии столкнулись с проблемой заполнения своей сетки вещания. Опытных тележурналистов было крайне мало — сотрудники региональных ТРК с опаской воспринимали новшества и не спешили менять место работы. Цивилизованного рынка готового телевизионного продукта вообще не было. Вспомним, что тот же АИСТ — первая иркутская независимая телекомпания — вынужден был пускать в эфир фильмы с обычных бытовых видеокассет, купленных в коммерческом киоске.

В Москве телевизионные каналы развивались значительно быстрее, чем в провинции. Они стали предлагать более качественную продукцию, и региональщики потянулись к москвичам. Сетевое партнерство означало для них значительные преимущества на местном телерынке. **Борьбу за прайм-тайм выигрывают москвичи**

Сетевая эйфория длилась несколько лет. Однако сейчас борьба за сетевых партнеров начала стихать, а некоторые местные телекомпании вообще подумывают, как бы от москвичей избавиться.

Почему так происходит? Во-первых, в регионах появились люди, которые сами способны делать интересные передачи. Возьмем, например, недавний проект "Я — кумир", который был очень высоко оценен специалистами. Или программа "НЧС", которая ничем не уступает аналогичным московским передачам. Или "Камертон", у которого рейтинг растет не по дням, а по часам.

Во-вторых, москвичи потихоньку стали выдавливать региональщиков из так называемого прайм-тайма. Не далее как в позапрошлом году в Иркутской области появилась столичная компания TNS Gallup Media, исследующая телеаудиторию с помощью специальных приборов. Они позволяют с точностью до секунды определить, какую передачу и в какое время смотрит телезритель. В свое время мы рассказывали об этом проекте, не подозревая, какую опасность он таит для местных телекомпаний.

А с Gallup Media, между прочим, работают все крупные рекламодатели, которые, основываясь на исследованиях, требуют от центральных каналов не разрешать своим региональным сетевым партнерам перекрывать наиболее рейтинговое время.

Что мы в итоге имеем? В прайм-тайм — то есть в то время, когда все люди приходят домой, хотят отдохнуть и расслабиться перед телеэкраном, — телекомпании предлагают им московские программы, наполненные рекламой до такой степени, что иногда трудно понять, смотришь ты фильм, напичканный рекламой, или рекламу, разбавленную фильмом. Не говоря уже о том, что качество этих программ оставляет желать лучшего. Все меньше в России остается людей, которые без раздражения могут смотреть, к примеру, на Регину Дубовицкую или Дмитрия Нагиева.

Рейтинг каналов поднимают иркутяне

Зритель, безусловно, чувствует эти изменения, и рейтинги иркутских телеканалов подтверждают нарастающее неприятие давления Москвы на местную аудиторию. Как следует из последних исследований того же Gallup Media, растёт рейтинг телекомпаний "Город", чьё сотрудничество с ТВ-3 выглядит чисто номинальным, и АИСТ, по неизвестным нам причинам прекративший контакты с REN TV. Рост "аистят" вообще выглядит пугающим: их аудитория только в Иркутске за последние два месяца увеличилась со 136 до 213 тысяч человек.

Стоит, кстати, напомнить, что рост рейтинга "пятой кнопки" в Иркутске несколько лет назад был связан не с какими-то глобальными изменениями на РТР, а приходом на ИГТРК новой команды, которая смогла поднять местные передачи на новый качественный уровень.

Недолгий исторический опыт показывает, что москвичи лишь могут поддерживать тот или иной уровень канала, а на рост рейтинга влияют только местные проекты. Поэтому те каналы, которые менее зависят от сетевого партнера, имеют явное преимущество в борьбе за телезрителя на региональном телерынке.

Автор: Ольга Бут © Номер один ОБЩЕСТВО , РОССИЯ 👁 3391 07.03.2005, 12:10 📌 498
URL: <https://babr24.com/?ADE=20233> Bytes: 4744 / 4723 Версия для печати Скачать PDF

👍 Порекомендовать текст

Поделиться в соцсетях:

Также читайте эксклюзивную информацию в соцсетях:

- [Телеграм](#)
- [ВКонтакте](#)

Связаться с редакцией Бабра:
newsbabr@gmail.com

НАПИСАТЬ ГЛАВРЕДУ:

Телеграм: @babr24_link_bot
Эл.почта: newsbabr@gmail.com

ЗАКАЗАТЬ РАССЛЕДОВАНИЕ:

эл.почта: bratska.net.net@gmail.com

КОНТАКТЫ

Бурятия и Монголия: Станислав Цырь
Телеграм: @bur24_link_bot
эл.почта: bur.babr@gmail.com

Иркутск: Анастасия Суворова
Телеграм: @irk24_link_bot
эл.почта: irkbabr24@gmail.com

Красноярск: Ирина Манская
Телеграм: @kras24_link_bot
эл.почта: krasyar.babr@gmail.com

Новосибирск: Алина Обская
Телеграм: @nsk24_link_bot
эл.почта: nsk.babr@gmail.com

Томск: Николай Ушайкин
Телеграм: @tomsk24_link_bot
эл.почта: tomsk.babr@gmail.com

[Прислать свою новость](#)

ЗАКАЗАТЬ РАЗМЕЩЕНИЕ:

Рекламная группа "Экватор"

Телеграм: @babrobot_bot

эл.почта: eqquatoria@gmail.com

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО:

эл.почта: babrmarket@gmail.com

[Подробнее о размещении](#)

[Отказ от ответственности](#)

[Правила перепечаток](#)

[Соглашение о франчайзинге](#)

[Что такое Бабр24](#)

[Вакансии](#)

[Статистика сайта](#)

[Архив](#)

[Календарь](#)

[Зеркала сайта](#)