

Вячеслав Ансимов

Свои каналы

Телевидение на местах

Местный контент является заметным стимулом для кабельных операторов. Об этом свидетельствуют как опросы абонентов и самих операторов, так и просто здравый смысл. Людям всегда интересно, что происходит непосредственно вокруг них. И особенно приятно гражданам поучаствовать в происходящем, что на уровне федеральных каналов весьма проблематично.

Пожалуй, самый крупный авторитет на российском телевидении, Владимир Познер, будучи еще президентом Ассоциации телевидения России, отметил: «В некоторых регионах местные телеканалы играют исключительно важную роль и пользуются среди зрителей намного большей популярностью, чем национальные».

Существует три категории местных телеканалов: местные филиалы федеральных каналов, местные независимые и каналы собственного производства региональных кабельных операторов.

Каналы первой категории типа «СТС-Ижевск» или «РЕН-ТВ Урал» и т.п. вещают в основном федеральный контент своих центральных телеканалов и несколько передач местной студии. Финансирование происходит из мощных федеральных медиахолдингов. Местная реклама погоды не делает, основное предназначение регионального канала — не зарабатывание денег, а продвижение федерального бренда, повышение его рейтинга.

К этой же категории можно отнести и региональные медиахолдинги, занимающиеся производством каналов и распространяющими их на обширных территориях, в том числе и за пределами своего региона. Такие холдинги есть, например, в Чувашии и других регионах. Распространение ведется через различные кабельные и спутниковые сети. Региональные медиа-холдинги также занимаются производством местных телеканалов в осваиваемых регионах. Например, Кировская RNTI-Media Group запустила в прошлом году в Нижнем Новгороде «Первый городской канал», который вещается в кабельных сетях «Ростелекома», «ЭР-телекома», в IP-сетях и в интернете. Холдинг производит местные каналы с таким же названием в Калининграде и самом Кирове.

Вторая категория — местные независимые телеканалы, которые производятся в регионах самостоятельными компаниями, не аффилированными с кабельными операторами и другими распространителями сигнала. Наиболее богаты на такого рода каналы Екатеринбург, Нижний Новгород и ряд других крупных городов, где есть самостоятельные телекомпании. Бизнес-модель базируется отчасти на рекламе и отчасти на продаже контента кабельным операторам. В большинстве случаев в финансировании участвуют региональные власти, используя региональные каналы как средство влияния на свой имидж. Собственных частот вещания независимые местные телеканалы чаще всего не имеют. Распространение ведется в сетке вещания

федеральных каналов через кабельных, спутниковых и эфирных операторов.

Наконец, третья категория, которая нас в данном случае больше всего интересует, — каналы собственного производства региональных кабельных операторов. Надо заметить, что идея сделать собственный телеканал — обычный этап эволюции большинства кабельных операторов, сети которых охватывают город, район, муниципальные образования и прочие локальные географические объекты.

При организации канала оператор может проявлять значительную гибкость или, говоря по-научному, масштабирование. Начинать можно с совсем невысоких затрат и постепенно наращивать проект по мере роста спроса и дохода. Но мысль о собственном канале хороша не только потому, что это потенциальный источник дополнительного дохода. Это еще и эффективное конкурентное преимущество.

Сейчас крупные холдинги уже заполнили регионы своими сетями — кабельными, ADSL, беспроводными... Их финансовые возможности обеспечивают им более мощное продвижение своих услуг. Однако иметь собственный локальный телеканал в каждом из регионов присутствия большие холдинги чаще всего не могут себе позволить. Особенно это касается небольших муниципальных образований. Данный пробел — удобная точка приложения усилий местных независимых кабельщиков.

Стоит отметить, что собственные местные телеканалы встречаются и у крупных холдингов. Обычно это наследство местных операторов с тех времен, когда они еще были независимыми и не входили в состав холдингов. Как известно, покупка региональных сетей — основной метод экспансии операторов федерального масштаба. Однако чаще всего после покупки пакет каналов регионального филиала приводится к корпоративному стандарту, в котором места для собственного местного канала не находится. Пример: оператор «Комтек» в Комсомольске-на-Амуре через 2 года после покупки его «Мультирегионом» все еще имел собственный рекламно-информационный промо-канал и свою телестудию. На телеканал у оператора имелась соответствующая лицензия. Сейчас и сам «Мультирегион», и кабельная сеть «Комтека» стали собственностью «МТС». Своего канала в сети Комсомольска уже не наблюдается, если не считать за таковой некий инфоканал МТС, который, впрочем, тоже подлежит замене.

Низкий старт

Как уже было отмечено выше, начинать можно с малого. Достаточно одного компьютера и модулятора, чтобы создать бегущую строку с рекламой, объявлениями и местными новостями. Далее можно организовать дикторское закадровое сопровождение и видеозаставки. У жителей любой местности особо популярны поздравления с фотографиями, что, конечно, стоит использовать. Добившись определенной популярности, имеет смысл устроить студию и давать видео с телеведущими. При приемлемой цене на размещение рекламы ее готовы будут давать не только местные, но и более крупные рекламодатели.

Следующим этапом развития собственного телеканала является создание собственных передач и, по возможности, заполнение полной сетки вещания с целью вещания на своем собственном отдельном канале. Задача наполнения контентом непростая, но и тут есть очень полезные решения. Например, однозначно востребованной является трансляция с городских видеокамер (веб-камер на улицах).

Заполнение полной сетки вещания — реклама, объявления, поздравления, местные новости, телепередачи собственного производства, трансляция с городских видеокамер. Это отличная фоновая заставка для тех же объявлений и рекламы. Люди могут наблюдать за состоянием городского трафика, местами на парковках, общественными мероприятиями, праздниками и прочими событиями. Во Владивостоке у оператора «Подряд» есть даже трансляции с камер на пляжах. В общем, простора для творческой фантазии достаточно много.

Сделай сам

Очевидно, что полностью самостоятельный телеканал на отдельной частоте региональному кабельному оператору сразу организовать непросто. Чтобы канал был интересен абонентам и, соответственно, пользовался спросом у рекламодателей, нужно его заполнить более-менее хорошим контентом, что недешево и трудозатратно.

Начинать можно с менее объемного варианта — вещания в партнерстве с каким-либо крупным телеканалом в блоках, которые он выделит в своей сетке. Президент Ассоциации операторов кабельного телевидения «МАКАТЕЛ» Алексей Амелькин считает, что плюсом такого партнерства является то, что крупный и популярный канал повышает и рейтинг программ местного оператора. Это, действительно, может быть так. Однако в выборе партнера оператору следует быть осторожным и гибким. Насколько крупным он должен быть? У высокого рейтинга старшего партнерского канала есть оборотная сторона медали. Известны случаи, когда внедрение программ местного вещателя в сетку основных центральных телеканалов вызывает крайнее раздражение зрителей.

Пример можно привести из практики эфирных вещателей. Все в том же Комсомольске-на-Амуре работает местный канал ГТРК «Комсомольск» (филиал ВГТРК), который осуществляет эфирное вещание на каналах «Россия 24» и НТВ общим объемом более 17 часов в неделю. Жители Города юности постоянно возмущаются тем, что интересные передачи и даже фильмы центральных каналов (особенно НТВ) прерываются на местные новости и объявления от ГТРК. За несколько лет на форумах в интернете накопилось огромное количество жалоб.

Пример грамотного партнерства с федеральным каналом — кабельный оператор Курортного района Санкт-Петербурга СКТВ. Его телеканал «Сестрорецк ТВ» работает в сетке вещания канала «Звезда». С одной стороны, партнером является федеральный телеканал с достаточно известным брендом. С другой — на нем нет столь выраженного прайм-тайма и супер-рейтинговых телепрограмм, замена которых на местные передачи могла бы вызвать раздражение абонентов кабельного оператора.

В сотрудничестве с центральными топ-рейтинговыми каналами есть еще одна проблема. Не только телезрители могут негативно воспринимать внедрение местного контента в прайм-тайм, но и сами центральные каналы склонны защищать свою популярность. При этом они не соглашаются делиться с местными передачами самым «вкусным» временем. То, что они готовы предоставить в своей сетке вещания, как правило не слишком выгодно для собственных каналов кабельных операторов.

Однако последнее обстоятельство можно отчасти компенсировать, если предлагать действительно интересные передачи и максимально активно их продвигать. Хорошие результаты дает продвижение в интернете. Сестрорецкое кабельное телевидение (СКТВ) выкладывает на своем сайте

записи своих телепередач, которые может посмотреть онлайн любой пользователь, в том числе и потенциальные абоненты. Местные новости, помимо видео, даются и в текстовом варианте. Их часто цитирует местная печатная пресса, поскольку «Сестрорецк ТВ» достигло существенно большей оперативности.

Канал на реке Сестре

Город Сестрорецк — административный центр Курортного района Санкт-Петербурга, расположенный между озером Разлив и Финским заливом. Несмотря на удаленность от Северной столицы на 30 километров, Курортный район — официально полноценный район Петербурга. Во времена административных переделов мегаполис не смог отказаться от этого райского уголка. Тем не менее территориальная оторванность, отсутствие каких-либо намеков на промышленность, природные и другие факторы делают район весьма специфическим по составу населения, стереотипам поведения, по характеру застройки и прочему. Все это обуславливает особенности и кабельного бизнеса.

Канал «Сестрорецк ТВ» местного оператора СКТВ смотрят не только в Сестрорецке, но и во втором городе Курортного района — Зеленогорске, который расположен еще на 20 километров дальше от Санкт-Петербурга. Население Зеленогорска составляет 15 тысяч жителей, и телеканал освещает события и оттуда.

Все передачи на «Сестрорецк ТВ» снимаются на базе собственной телестудии со своим штатом ведущих и корреспондентов. Компания проводит кастинги телеведущих, конкурсы красоты, спортивные соревнования и прочие мероприятия.

Самая популярная телепередача — это, конечно, местные новости «КурортИнфо» (ранее «Сестрорецкие Вести»). Съёмочная группа оперативно выезжает на места событий, берет комментарии у их участников и чиновников. Проблемы освещаются вполне независимо, в том числе отражаются и факты, не слишком приятные для местной власти. Повышенный рейтинг, несомненно, имеют местные криминальные новости, а также проблемы строительства и инфраструктуры.

Большим интересом пользуется медицинская программа «Консилиум» — тематические беседы с ведущими врачами Курортного района. Здесь у телеканала имеется широкий выбор специалистов высокого класса, поскольку район насыщен здравницами, санаториями и реабилитационными центрами федерального масштаба.

В Сестрорецке и Зеленогорске весьма насыщена православная жизнь. Еженедельную программу «Дорога к храму» ведет настоятель храма Петра и Павла отец Михаил Петропавловский. Интерактивная телепрограмма «Диалог у озера» — некая разновидность ток-шоу — диалог в прямом эфире. «Прямой, честный, вежливый разговор с гостями. Любые (желательно корректные) вопросы телезрителей. Разнообразнейшие гости — от звезд, официальных лиц, людей искусства до простых, хороших людей». Телеканал также делает молодежную передачу и программу с депутатами муниципального совета.

Стоит отметить, что в Курортном районе, как и в Петербурге, конкуренция в кабельном телевидении достаточно высока. Помимо СКТВ, здесь действуют такие гиганты, как «Ростелеком» со своим IPTV по ADSL и телевидение «Билайн». Они, однако, не имеют местного контента, что позволяет местному оператору СКТВ успешно развиваться именно в этом направлении. ■