

ТЕЛЕСМОТРЕНИЕ ЖИТЕЛЕЙ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА: ИЗМЕНЕНИЯ В 2006 ГОДУ

Иван Вехов

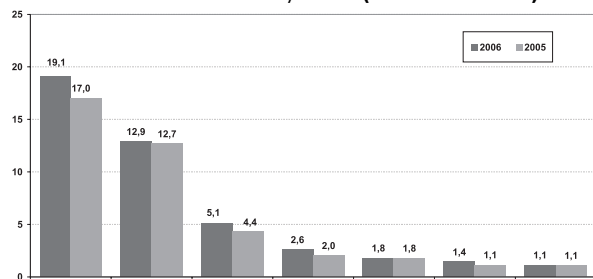
Отдел аналитики и консалтинга компании TNS Gallup Media Санкт-Петербург

Для анализа ситуации, сложившейся к настоящему времени на телевизионном рынке Санкт-Петербурга, использовались данные, полученные, главным образом, в период с сентября по декабрь 2006г.¹ Сентябрь – традиционное начало очередного сезона на телевидении, который длится до июня следующего года. Этим обстоятельством объясняется сложившаяся в среде аналитиков телевидения практика подводить итоги телесезонов летом, а не зимой, как это часто ожидается. Действительно, говорить об успехе или провале того или иного телевизионного проекта можно только после окончания его полного показа.

В то же время можно попытаться на основе уже имеющихся данных оценить успешность или неуспешность старта в новом телесезоне того или иного канала, сравнив с данными за аналогичный период 2005 г., что и было сделано в рамках данной работы. Однако в ходе ее все же приводятся некоторые показатели, рассчитанные за тот или иной год в целом.

Можно отметить в целом удачный старт канала «Россия» (рис.1): его средняя доля² в первой половине сезона 2006/07 составила 19,1% на фоне 17,0% в начале сезона 2005/06. В итоге, средняя доли «России» в сентябре-декабре 2006г. оказалась на 2,1% выше, чем в сентябре-декабре 2005г.

Рис. 1. Динамика доли (Share, %) некоторых телеканалов в 2005/2006 (01.09.-31.12.).



TV Index Санкт-Петербург (4+), 01.09.-31.12. 2005 / 2006; 5:00-29:00.

Несколько выросла доля ТНТ, ТВ-3, Муз ТВ и НТВ (на 0,7%, 0,6%, 0,3% и 0,2% соответственно); свои позиции сохранили телеканал «Домашний/Невский» (1,8%) и канал MTV (1,1%);

1 Статья основана на данных исследования TV INDEX. Описание методики сбора данных. Постоянная телевизионная панель в Санкт-Петербурге, в которую входят 190 домохозяйств (380 респондентов). Панель отражает структуру генеральной совокупности (население Санкт-Петербурга старше 4 лет). Метод сбора информации: автоматизированный метод с использованием приборов «people-meter», которые фиксируют телесмотрение респондента.

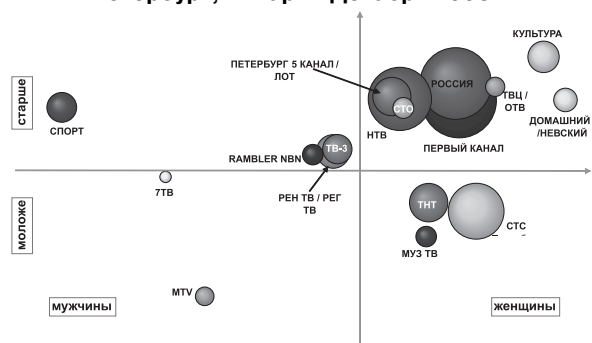
На каждый телевизор в домохозяйстве устанавливается реорле- meter, выдается специальный пульт дистанционного управления, на котором каждому респонденту присваивается кнопка регистрации. Респонденту необходимо зарегистрироваться, нажав «свою» кнопку, в тот момент, когда он находится перед телевизором. Сбор информации с приборов происходит с помощью современной связи каждые сутки.

2 Share (Доля) - % зрителей телеканала / программы от всех телезрителей за анализируемый интервал времени. Здесь и далее доля (%) рассчитывается по отношению к аудитории «Все, старше 4 лет».

Рассматривая изменения в профиле аудитории канала в целом за 2006 г. по отношению к 2005 г. (рис.2), можно заметить тенденцию смещения ряда каналов в более женский сегмент телеаудитории. Подобные изменения произошли в профиле аудиторий каналов Муз ТВ, «Домашний» и СТС; здесь стоит также отметить разграничение аудитории каналов СТС и ТНТ. Напомним, что размер точки на диаграмме соответствует объему аудитории телеканала, горизонтальная ось показывает распределение по полу, вертикальная – по возрасту. Принадлежность точки к сегменту говорит о том, что в аудитории телеканала представителей данной группы больше, чем представителей остальных групп.

Еще одним заметным изменением на карте ТВ-рынка Санкт-Петербурга стало сближение профиля аудиторий каналов ТВ-3, Рен ТВ/Рен ТВ и Rambler NBN. В аудитории перечисленных каналов преобладает доля мужчин. Данный факт привлекает внимание в силу того, что преобладающее число эфирных каналов, рассчитанных на массового зрителя, имеют в своей аудитории большую долю женщин. Это связано, в первую очередь, с тем исторически сложившимся обстоятельством, что основными телезрителями являются по преимуществу женщины.

Рис. 2. Половозрастной профиль каналов. Санкт-Петербург, Январь - Декабрь 2006 г.



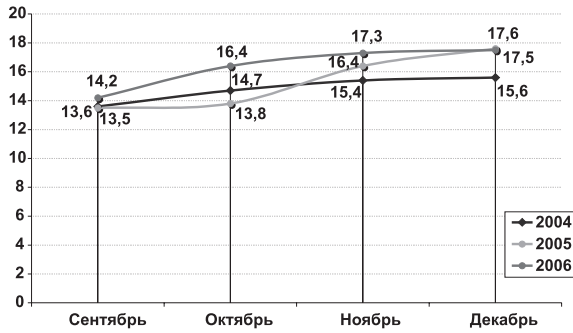
TV Index Санкт-Петербург, 01.01.-31.12.2006; Audience (4+); 5:00-29:00.

Подтверждение этого можно найти на карте каналов: левый сегмент традиционно остается относительно свободным. Как правило, мужчины, среднего возраста и моложе, составляющие основу экономически активной части населения, проводят меньшее количество времени перед телевизором. Исключение, как видно на карте, составляют спортивные каналы «Спорт» (доля мужчин в охвате составляет на сентябрь-декабрь 2006г. 68,9%) и 7 ТВ (62,2%).

Сравнивая динамику общего телесмотрения (Total TVR) рассматриваемого периода по нескольким годам, можно заметить общее увеличение телесмотрения в начале сезона 2006/07 по сравнению с предыдущими периодами и сближение данного показателя к концу года (рис.3). Особенно четко это наблюдается при рассмотрении октября как отчетного месяца. Измеряемый показатель складывается из двух составляющих: охвата³, или количества человек, включивших телевизор хотя бы на минуту, и количества времени, проведенного перед экраном.

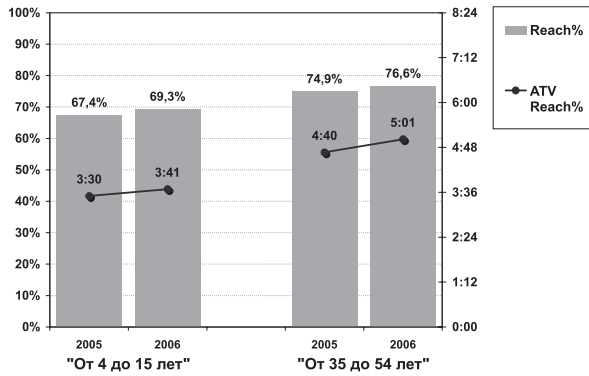
3 Reach (охват) – люди, включившиеся на телеканал хотя бы на 1 минуту в течение анализируемого периода времени. Рассчитывается от генеральной совокупности или от целевой группы. Измеряется как в тыс. человек, так и в %.

Рис. 3. Динамика общего телесмотрения 2002-2006.



TV Index, Санкт-Петербург (4+); 01.09.-31.12.2004 / 2005 / 2006; Total TVR; 5:00-29:00.

Рис. 4. Динамика охвата (Reach %) и средней продолжительности просмотра (ATV Reach) эфирных каналов в аудиториях «От 4 до 15 лет» и «От 35 до 54 лет». Санкт-Петербург 01.09.-31.12. 2005/2006 гг.



TV Index, Санкт-Петербург (4-15 / 35-54); 01.09.-31.12. 2005 / 2006; Reach%, ATV Reach; 5:00-29:00.

Здесь нужно помнить, что данный показатель (Total TVR) подвержен сезонным колебаниям: в динамике телесмотрения существуют т.н. «low season» и «high season» – сезоны, характеризующиеся высоким и низким уровнем телесмотрения. Осень и зима, периоды традиционно высоких показателей телесмотрения относятся к «high season»; к «low season», соответственно, – конец весны и лето.

Более детальный анализ показывает некоторое увеличение в сентябре-декабре 2006 (по сравнению с аналогичным периодом 2005 г.) охвата в аудитории «от 4 до 15 лет», и аудитории «от 35 до 54 лет» (рис.4), связанное, судя по всему, с предложением каналами содержания, ориентированного на этого зрителя. Косвенно это предположение подтверждает и некоторый рост средней продолжительности просмотра в указанных группах.

Интересный сюжет представляет собой динамика жанрового спроса и предложения с 2002 по 2006 гг. (рис.5). Так, заметно, что предложение на сериалы в показе эфирных каналов (19,4% от общего времени показа телепередач) практически удовлетворяет спрос зрителей (20,5% от совокупного рейтинга телесмотрения).

В то же время спрос на криминальные хроники (4,1% от совокупного рейтинга телесмотрения) в целом превышает предложение (0,8% от общего времени показа телепередач): то есть доля рейтингов криминальных хроник превышает долю их времени в общем времени трансляции передач.

Положительную динамику демонстрирует жанр социально-политических программ (рис.6), средняя доля просмотра которых за весь 2006г. составила 6,7% при 6,3% в 2005 г. и 4,9% в 2004 г.

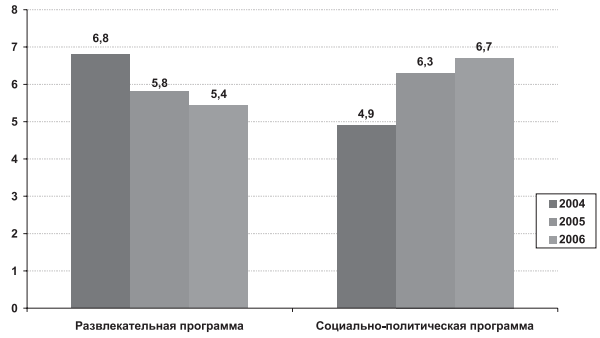
Рис. 5. Динамика жанрового спроса и предложения 2002-2006: телесериалы и криминальные хроники.



TV Index, Санкт-Петербург (4+); 01.01.-31.12.2002 / 2006; Total TVR, Duration; 5:00-29:00.

Следует сказать и об уменьшении доли и рейтинга⁴ развлекательных программ. Средняя доля этого жанра была равна 6,8% в 2004 г., 5,8% в 2005 г., 5,4% в 2006 г. Что касается отдельных передач, программа «Кривое зеркало» на «Первом канале» в 2005 г. имела средний рейтинг 5,1%; в 2006г. – рейтинг 2,1%. Программа «Аншлаг» на «России» обладала в 2005 г. рейтингом 5,1%; в 2006 г. рейтингом – 3,4%.

Рис. 6. Средняя доля по жанрам (Share %).



TV Index, Санкт-Петербург (4+); 01.01.-31.12.2004 / 2005 / 2006; Share; 5:00-29:00.

Что касается программ, обладавших высоким рейтингом в первой половине телесезона 2006/07 г., то здесь следует сказать о детективных сериалах «Тайны следствия 1-6» и «Каменская 3-4», которые пребывали в топах кинопрограмм по Санкт-Петербургу на всем протяжении их показа каналом «Россия». Средний рейтинг вечернего показа сериала «Тайны следствия 1-6» в сентябре-декабре 2006 г. составил 12,6%; средний рейтинг основного показа сериала «Каменская 3-4» – 11,4%. Средний рейтинг сериального показа на канале «Россия» в сентябре – декабре 2006 г. составил 12,2%. Это дает основания сделать вывод об определенной успешности сериального показ в первой половине телесезона 2006/07 на телеканале «Россия». Для сравнения: средний рейтинг общего сериального показа в аналогичном периоде 2005 г. на «России» составил 7,9%. Здесь надо упомянуть и о том, что в 2005 г. сериальный показ на канале «Россия» был составлен из гораздо большего количества сериалов, состоявшихся из меньшего количества серий, что, вероятно, не способствовало закреплению аудитории на данном программном продукте.

Среди других событий, произошедших на телевизионном рынке города, можно назвать появление с декабря программы «Питер: инструкция по применению» Санкт-петербургского отделения канала ТНТ. В декабре программа набрала в среднем 0,8 пунктов рейтинга. Для

⁴ Рейтинг (TVR) - % зрителей телеканала / программы от размера генеральной совокупности. Здесь и далее рейтинг рассчитывается по отношению к аудитории «Все, старше 4 лет».

сравнения, программа «Москва: инструкция по применению» (с сентября по декабрь 2006 г., включая повторы) обладает средним рейтингом 0,6.

Наиболее рейтинговыми программами на шести наиболее крупных эфирных каналах, вещающих в Санкт-Петербурге, в первой половине телесезона 2006/07 были следующие (рис.7). На «Первом канале» – Новогоднее обращение Президента России В. В. Путина с рейтингом 27,6; на канале «Россия» уже упоминавшийся сериал «Тай-

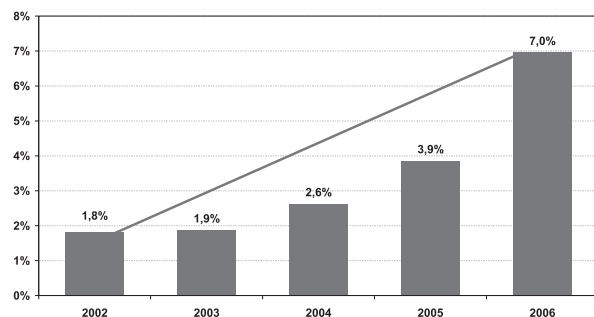
ны следствия 6» (показ 21 декабря с рейтингом 18,3); на НТВ – «Чистосердечное признание» (показ 3 декабря с рейтингом 17,0); на «5 Канале» - программа «Сейчас» (показ 20 сентября с рейтингом 10,6); на СТС – показ фильма «Пираты Карибского моря. Проклятие черной жемчужины» 1 сентября с рейтингом 9,4; на ТНТ – показ 2 декабря программы «Наша Russia» с рейтингом 5,7, немного опередившим новогодний выпуск «Комеди Клуб», имевшим рейтинг 5,6.

Рис. 7. ТОП рейтинговых программ на 6 эфирных каналах Санкт-Петербурга. Первый канал, Россия, НТВ, 5 Канал, СТС, ТНТ (для каждого канала отобрана только одна программа, имеющая самый высокий рейтинг на данном канале за период с сентября по декабрь 2006г.).

№	Наименование программы	TVR (Рейтинг)	Канал	Дата
1	Новогоднее обращение Президента России В. В. Путина	27,6	Первый канал	31.12.2006
2	Тайны следствия - 6 сериал	18,3	Россия	21.12.2006
3	Чистосердечное признание	17,0	НТВ	03.12.2006
4	Сейчас	10,6	5 Канал	20.09.2006
5	Пираты Карибского моря. Проклятие черной жемчужины х/ф	9,4	СТС	01.09.2006
6	Наша Russia	5,7	ТНТ	02.12.2006

TV Index, Санкт-Петербург (4+); TVR; Первый канал, Россия, НТВ, 5 Канал, СТС, ТНТ. 01.09.-31.12.2006; 5:00 – 29:00. Для каждого канала отобрана только одна программа, имеющая самый высокий рейтинг на данном канале за период с сентября по декабрь 2006г.

Рис. 8. Динамика доли кабельных каналов 2002-2006 гг.



TV Index, Санкт-Петербург (4+); 2002 - 2006; Share; 5:00-29:00.

Еще одной тенденцией ТВ-рынка, причем не только Санкт-Петербурга, но и России в целом, является продолжающееся увеличение доли кабельных каналов. По Санкт-Петербургу, например, доля просмотра кабельных каналов от общего времяпрепровождения перед телевизором (включая просмотр спутниковых каналов, DVD-проигрывателя и видеомэгафона) в 2006 г. в целом составила 7,0% при доле 3,9% в 2005 г. и 2,6% в 2004г. (рис.8).