

Первый канал и "Россия 1" как универсальные телеканалы: история становления и форматные характеристики

Научный руководитель – Долгова Юлия Игоревна

Белоножко Людмила Александровна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Москва, Россия
E-mail: lbelonozhko@mail.ru

Телевидение в России является важнейшим средством массовой коммуникации. Несмотря на увеличение количества пользователей Интернета, оно по-прежнему остается самым популярным средством массовой информации. Современное телевидение оказывает огромное влияние на формирование повестки дня и создание системы ценностей общества.

Но телевидение сегодня это не только социальный институт, это еще и одна из самых прибыльных индустрий бизнеса[3]. Ведущими каналами на телевидении уже много лет остаются Первый канал и «Россия 1». Данные каналы охватывают 99% жителей нашей страны и являются главным источником информации. В условиях жесткой конкуренции они стараются найти свой путь, чтобы завоевать внимание телезрителей.

Первый канал и «Россия 1» занимают лидирующие позиции среди всех телеканалов российского телевидения.[1] Именно эти два канала оказывают наибольшее влияние на формирование ценностей и интересов аудитории. Несмотря на поддержку со стороны государства, каналы работают по принципам коммерческого телевидения. Как универсальные телеканалы они рассчитаны на одну целевую аудиторию. В условиях жесткой конкуренции им приходится искать свои собственные отличительные особенности, которые способны привлечь зрителя к просмотру именно их телевизионного продукта.

Началом вещания Первого канала можно считать выпуск Первой программы Центрального Телевидения в СССР с 1951 года. Однако формирование Первого канала в том виде, в котором мы знаем его сейчас, началось с 1991 года. В этом году произошла замена Центрального телевидения на Телевидение «Останкино», был основан 1-й канал Останкино. В 1956 году на телевидении появляется «Вторая программа». С этой программы и начинается свою историю телеканал «Россия 1», но становление канала, который нам известен сейчас, происходило также с 1991 года. 13 мая 1991 года была создана Российская телерадиокомпания, которая получила в свое распоряжение второй всесоюзный телеканал. Таким образом, история становления телеканалов говорит о том, что каналы образовались примерно в одно время, и практически сразу стали конкурентами в медиабизнесе[2].

На первый взгляд Первый канал и «Россия 1» очень похожи. Однако анализ аудитории показывает, что существуют некоторые различия. По гендерному признаку на Первом канале 41% мужчин и 59% женщин, на канале «Россия 1» - 30% мужчины и 70% женщины по данным TV Index TNS Russia за 2014 год. Основной зритель Первого канала - это женщина старше 50 лет со средним образованием, неработающая и получающая средний доход. На канале «Россия 1» - это женщина старше 60 лет, со средним образованием и невысоким доходом. Оба канала практически не уделяют внимание детской аудитории, несмотря на то, что являются универсальными.

В выборе тем каналы ведут схожую политику. Основная ставка делается на развлечение зрителя. Общественно-политические передачи на Первом канале стоят в дневном эфире, тогда как на канале «Россия 1» идут сериалы, а после 22:30 ситуация меняется

- на Первом канале показывают сериалы, а на канале «Россия 1» - общественно-политические передачи с Владимиром Соловьевым. Таким образом, аудитория телеканалов дифференцируется на две группы, одна отдыхает и смотрит сериал, а другая - разбирается в политических проблемах.

Кроме того существует различие и в выборе жанров. Канал «Россия 1» делает ставку на мелодраматические фильмы и сериалы, которые занимают большую часть эфира. В свою очередь Первый канал отличается большим разнообразием, используя в основном жанры аналитической публицистики. Однако, и Первый канал и «Россия 1» уделяют значительное внимание информационным жанрам, и практически не показывают в эфире передачи в жанрах художественной публицистики.

Конкуренция для Первого канала и канала «Россия 1» является стимулом для развития. Хотя каждый канал и наметил для себя собственную тактику, которой придерживается при создании различных передач и формировании сетки вещания, постоянная борьба за телезрителя не дает возможности руководителям каналов расслабиться. Таким образом, каждый из каналов следует своим собственным пути, а постоянная конкуренция помогает развиваться, экспериментировать и искать что-то новое.

Источники и литература

- 1) Вартанова Е.Л. Энциклопедия мировой индустрии СМИ. М.; 2013.
- 2) Качкаева А.Г. История телевидения в России: между властью, свободой и собственностью.
- 3) Коломиец В.П., Полуэхтова И.А. Российское телевидение: индустрия и бизнес / Аналитический центр «Видео Интернешнл». М.; 2010.