

ИНДИЙСКАЯ ТЕЛЕВИЗИОННАЯ СЕТЬ ZEEL: СПЕЦИФИКА ОСВОЕНИЯ РОССИЙСКОГО РЫНКА

А.А. Улюра, соискатель,
Российский Университет дружбы народов
Научный руководитель – к.ф.н., доцент И.И. Волкова

Медийная корпорация ZEEL – Zee Entertainment Enterprises Limited («ЗИ Интертейнмент Интерпрайзис Лимитед») является одной из крупнейших телевизионных сетей Индии. Будучи дочерней компанией индийского конгломерата Essel Group («Эссель Групп»), который имеет доли на девяти рынках, ZEEL занимает лидирующее место среди производителей и агрегаторов телевизионного контента на хинди. Обширнейшая библиотека ZEEL содержит более 150 000 часов оригинального телевизионного контента. Для телеканалов сети ZEEL открыты права на 5 500 фильмов, произведенных на киностудиях Мумбаи (регион также известный как Болливуд).

Сегодня телевизионная сеть ZEEL представлена 34 каналами в Индии и 37 каналами в остальных 170 странах мира, охватывая все континенты. Таким образом, подтверждается слоган «Vasudhaiva Kutumbakam», что в переводе с санскрита означает «Весь мир – моя семья». Сеть предлагает телезрителям развлекательные каналы, программы которых рассчитаны на самую широкую аудиторию, а также весь спектр тематических нишевых каналов: кино и сериальные, спортивные, религиозные, музыкальные, каналы о моде. По данным TNS Global («ТНС Глобал»; в России TNS Gallup Media «ТНС Гэллуп Медиа» – компания, предоставляющая комплексную медиа- и маркетинговую информацию; по общей договоренности данные компании TNS приняты объективными и используются всеми телеканалами и рекламными

агентствами) общее количество зрителей телевизионных каналов ZEEЛ на август 2014 года составляет более 800 млн.

Все началось в октябре 1992 года, когда в Индии был запущен ZEE TV – флагманский канал ZEEЛ. Программное наполнение круглосуточного эфирного телеканала составляют игровые сериалы, реалити-шоу, ток-шоу и телемагазины. Сетка вещания составлена линейным образом, то есть сериалы и программы выходят в эфир изо дня в день в одном и том же временном промежутке (принятое название «слот» от англ. slot – прорезь, борозда, отверстие, выемка). Премьерные выпуски выходят раз в день в «прайм-тайм» (англ. prime-time – наиболее удобное, лучшее время; в России, на телевидении, в будние дни, обычно телевизионная часть дня с 19:00 до 23:00, в выходные с 15:00 до 01:00), а повтор выпадает на ночное или утреннее время. Для расширения пакета телеканалов и увеличения прибыли, компания ZEEЛ приняла решение вынести трансляцию фильмов Болливуда на отдельный кабельный телеканал, который доступен зрителям через кабель или спутниковую тарелку по платной подписке. Так родилась целая система кабельных телеканалов в Индии. Стоит отметить, что крупнейший провайдер телевизионного кабельного сигнала в Индии Dish TV («Диш ТиВи»; компания вышла на международный рынок услуг в 2012 году) также принадлежит конгломерату Essel Group.

Постепенно пришло осознание необходимости освоения новых рынков и предоставления развлекательного контента для индийской диаспоры в других странах мира, так ZEE TV появился в Великобритании (1995), США (1998), Африке (1998) и так далее во всех 170 странах. На всех пяти континентах программная политика ZEE TV одинакова, работает по одной и той же линейной модели, что позволяет максимально упростить распространение и формирование сигнала на всех территориях. На приемники телезрителей

изображение попадает через спутник, на который из Индии, а точнее из Нойды (Уттар–Прадеш, часть агломерации Дели), «поднимается» сигнал. Централизованное хранение и обработка видео, «раздача» его из одной точки позволяет избежать дополнительных технических затрат и максимально оперативно разным территориям взаимодействовать с целью обмена контентом.

ZEE TV в России появился в июле 2007 года, к моменту его старта на территории РФ уже существовал телеканал индийского кино «Индия ТВ», принадлежащий компании «РЕД МЕДИА». Таким образом, было упущено время, ниша была занята конкурентом. За последующие семь лет ZEE TV Россия развивался незначительными темпами, выстраивая свою коммуникацию в основном с бизнес сферой. Маркетинговые исследования не проводились, внешнее продвижение канала не осуществлялось. Адаптивная программная политика Индии на российском рынке не работала.

Все изменилось в середине 2013 года, когда в российском офисе ZEE TV сменился менеджмент, и была создана полноценная команда. Тщательные исследования рынка кабельного телевидения показали, что наиболее рейтинговыми в сегменте развлекательных каналов являются русские кино и сериальные каналы. Первым ключевым изменением стала новая программная политика, сетка вещания была выработана с учетом количества часовых поясов России, а также конкурентной обстановки: телеканал «Индия ТВ», не смотря на свое позиционирование «программы для широкого круга зрителей», на практике представляет собой круглосуточную трансляцию индийских фильмов с частыми повторами. Таким образом, в феврале 2014 года на ZEE TV Россия была выработана система, так называемого «general entertainment channel» (англ. канал, демонстрирующий программы на широкий круг зрителей).

Канал стал уникальным в сети ZEE, такого наполнения нет ни у одной территории. С использованием расширенной библиотеки холдинга, 24 часа вещания в России составили сериалы, кулинарные программы, занятия йогой, программы о путешествиях, научно-познавательные программы, программы о жизни Болливуда и, разумеется, самые последние кинопремьеры наравне с классическими фильмами, столь популярными во времена СССР. В отличие от каналов ZEE в мире, в России, новым руководством была установлен лимит на повторы фильмов и сериалов, так фильм не выходит в эфир раньше, чем через три месяца с момента первого показа, а для сериалов минимальный срок ожидания с момента выхода составляет год.

Следующим этапом возрождения ZEE стало новое эфирное оформление: уникальное цветовое решение, воплощенное индийской командой специально для России, новый отличный ото всех других каналов ZEE логотип, а также межпрограммные графические элементы с участием звезд сериалов. О последнем чуть подробнее: были организованы съемки, на которые в Мумбаи пригласили исполнителей главных ролей в популярных сериалах. Все они произносили в камеру фразы на русском языке, призывали смотреть телеканал, а также «играли» (подбрасывали и перекидывали) с русскоязычным логотипом. Эти «доброжелательные» решения позволили сделать телеканал ближе российским зрителям.

Были предприняты комплексные меры по выводу обновленного ZEE TV Россия на новый уровень. Помимо размещения информации в СМИ и взаимодействия с тематическими Интернет-ресурсами, впервые была проведена масштабная трехмесячная кампания наружной рекламы в восьми ключевых городах, лозунгом которой стало «ZEE TV Россия – больше, чем Болливуд», что подчеркивает уникальное торговое предложение ZEE –

расширенная программная сетка вещания. В качестве иллюстрации на макетах были размещены изображения известных звезд Голливуда и Болливуда, а надпись с «Больше, чем Голливуд» была изменена на «Больше, чем Болливуд».

Результат изменений, как и ожидалось, оказался благоприятным, он подтверждает верность проведенных исследований и предпринятых мер. Так показатели TNS Gallup Media свидетельствуют о том, что за год время среднесуточного просмотра канала выросло на 40%, что составило 14 минут по общей аудитории зрителей старше 4 лет, и 50%, (21 минута по целевой аудитории телеканала женщины 24–55 лет). Показатель доли увеличился на 45 % и поднялся до 0,40%.

Сегодня ZEE TV Россия уверенно входит в десятку самых популярных телеканалов, специализирующихся на показе кино и сериалов, занимая 8 позицию, в то время как «Индия ТВ» на 27 месте.

Литература:

1. www.esselgroup.com/ (дата обращения: 11.10.2014)
2. www.zetelevision.com/ (дата обращения: 11.10.2014)
3. www.zetv.com/ (дата обращения: 11.10.2014)
4. www.tns-global.ru/ (дата обращения: 11.10.2014)