**Выходные данные телеканала:**

Телеканал: Первый развлекательный телеканал

Потенциальная аудитория: – **99,8 млн. человек**\*

Вещание: по часовым поясам на всю Россию, круглосуточное

Вещание осуществляется: в **1087 населенных пунктах** \*

Охвачено: 100% городов-миллионников

Фактическое проникновение(возможность приема): –  **87,5%**\*\*

Официальный сайт телеканала: http://www.ctc-tv.ru/;

www.**ctc**-kazan.ru/ (Казань)

Целевая аудитория канала: социально активные люди в возрасте от 6 до 54 лет

-Минимум аудитории старше 55 лет

-Качественная аудитория

-Выгодные условия размещения

-Стабильный рост всех показателей

-Качественное программное наполнение

Компания СТС — это Сеть Телевизионных Станций, построенная по принципу партнерства с региональными телекомпаниями. Сегодня партнерами СТС являются 150 телевизионных станций, вещающих в 290 городах России для потенциальной аудитории 75 млн. человек. СТС распространяет единый для всей Сети пакет программ, который может быть дополнен передачами регионального производства.

ЗАО «Сеть Телевизионных Станций» — российский телеканал, позиционирующий себя как «Первый развлекательный». Принадлежит холдингу «СТС Медиа», принадлежащему шведской медиа-компании «Modern Times Group» (MTG). Генеральный директор с 24 июня 2008 года Антон Кудряшов, бывший гендиректор НТВ+. Директор — Вячеслав Муругов. Ранее генеральными директорами канала были Александр Роднянский, Игорь Толстунов и Роман Петренко.

1 декабря 1996 года московский дециметровый канал AMTV, питерский «Шестой канал» и несколько региональных независимых телекомпаний были объединены под маркой СТС (сначала расшифровывался как «Содружество Телевизионных Станций», а позже как «Сеть Телевизионных станций»). **Телекомпания «СТС-Казань» – одна из самых успешных станций в сети СТС. На данный момент СТС прочно занимает одну из лидирующих позиций на российском телевизионном рынке.**

«СТС-Казань» с полным правом можно назвать телеканалом для всей семьи.  Целевая аудитория телеканала «СТС-Казань» – все люди в возрасте от 6 до 54 лет. Ядро аудитории – 25-35 лет,женщины.

 Программа передач телеканала «СТС-Казань» гармонично сочетает  проекты, телесериалы и кинофильмы очень качественного западного и российского производства в пропорциях, которые примерно равны между собой.

На первом месте стоит функция *развлекательная*. Так как канал позиционирует себя как «Первый развлекательный»,то основная цель телеканала- развлечь, отвлечь и развеселить. 1 декабря 1996 года можно по праву считать днем рождения не только телеканала СТС, но и нового развлекательного телевидения в России. Именно с момента появления канала СТС слово «развлекательный» стало ассоциироваться на телевидении с молодостью, динамизмом и положительными эмоциями. СТС сегодня дарит зрителям ощущение новой реальности, праздника и полноты жизни, помогает найти себя в пространстве частной жизни. В оптимистичном, ироничном и очень современном мире СТС, принципиально объявившим войну депрессии, сегодня ощущают себя комфортно более 100 миллионов зрителей всей страны. СТС стал первым российским каналом, доказавшим, что сетевой негосударственный вещатель может составить реальную конкуренцию федеральному телевидению. Сделав ставку на неполитическое, развлекательное ТВ, рассчитанное на молодежную и семейную аудиторию - 6-54, СТС абсолютно четко уловил настроения общества и предложил новые правила игры на отечественном медийном рынке.

«Фундаментом» телеканала являются программы развлекательного характера «Шоу уральских пельменей», «Видеобитва», «Одни дома»; юмористические передачи «6 кадров», «Даешь Молодежь»; сериалы «Папины дочки», «Воронины», «Ранетки», «Маргоша».

Первое российское телевизионное скетч-шоу «6 кадров». Великолепная шестерка талантливых актеров - Галина Данилова, Ирина Медведева, Эдуард Радзюкевич, Андрей Кайков, Федор Добронравов, Сергей Дорогов (их число и определило название программы) разыгрывает небольшие комедийные зарисовки в стиле «Шоу мистера Бина» и «Монти Пайтон», скетчи на самые популярные анекдотические темы: про любовь и секс, про военных, про рыбалку, про милиционеров, про спортивных болельщиков, про любителей выпить, про мафию и новых русских.

Каждый скетч – это миниатюрная кинокомедия с неожиданным и смешным финалом. География съемок обширна: мегаполисы и глухие деревеньки, поля, леса и супермаркеты, городские квартиры, рестораны и забегаловки, а также купе поезда и борт самолёта. Только натурные съемки, никаких студийных записей.

Вторая *функция-культурно-образовательная* и отчасти *идеологическая*(она не так явно выражена,но все же присутствует). Телеканал пропагандирует не только развлечения, но и участвует в распространении в жизни общества высоких культурных ценностей, науки и образования. Такие передачи как «Галилео» и «Хочу верить»-являются прямым доказательством этого. Каждый выпуск «Галилео» состоит из студийной части и калейдоскопа увлекательных видеосюжетов на самые разнообразные научно-популярные темы. Программа не исследует проблемы, она объясняет зрителю мир, находит источник любознательности и восхищения в самых привычных вещах, не стесняясь «детских вопросов». Например, как готовят жареную картошку pommes fries, которой похрустывает весь свет? Или почему небо голубое, а не зеленое или розовое? Как получается, что абсолютно все швы футбольного мяча оказываются внутри?

Корреспонденты «Галилео» как специальные агенты внедряются на фабрики, где производятся дорогие и эксклюзивные вещи, в научные лаборатории, совершают путешествия в прошлое и пытаются заглянуть в будущее, ставят смелые эксперименты, чтобы ответить на тысячу зрительских «почему» и объяснить всё с научной точки зрения. Съемки сюжетов программы проходят во всех уголках земного шара. Чтобы увидеть, как вырезают фигуры коней для шахмат, съемочная группа отправится в исправительно-трудовую колонию в Сибирь. Чтобы понять, как затачивают меч катана, - в Японию. Темы сюжетов неисчерпаемы.

Почему швейцарские часы никогда не отстают? Почему Наполеон проиграл в шахматы первому роботу? Как производят самые роскошные автомобили и обеспечивают безопасность пассажиров в них? Как паста в тюбиках становится разноцветной?

Ведет программу Александр Пушной. Физик по образованию, Александр легко и убедительно перешёл в серьёзное амплуа - ведущего познавательного тележурнала. Он докажет зрителям, что познавательность данной программы не имеет ничего общего со словами «занудство» и «образовательный процесс».

Программа «Хочу верить» - это журналистская попытка разобраться в самых оглушительных тайнах истории. Взгляд на мир, в котором каждый шаг ставит новые вопросы и требует разгадок.  
Идея создания принадлежит Вячеславу Муругову и талантливому журналисту и продюсеру телеканала СТС – Борису Корчевникову.

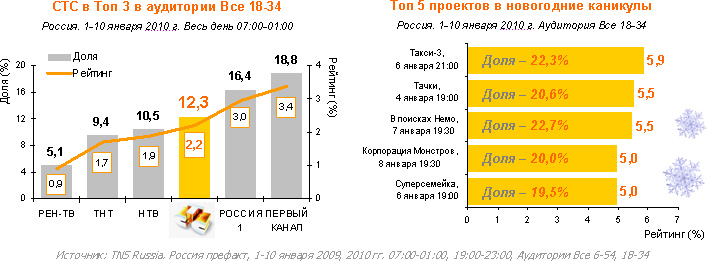
Борис сам пытается убедиться в достоверности той или иной версии, поэтому постоянно находится в поиске конкретных фактов: за остатками исторических артефактов спускается в горную пещеру или ныряет на морское дно, воссоздает природный взрыв или полёт метеорита в условиях научной лаборатории. В кадре вместе с ним - отечественные и зарубежные ученые, энтузиасты-любители, очевидцы событий и просто местные жители.

Уникальные архивные материалы, свидетельства экспертов, сенсационные открытия ученых, неожиданный взгляд на самые спорные вопросы в истории, подтверждение или опровержение древних мифов – всё это в новой программе Бориса Корчевникова «Хочу верить!».

СТС" - это особый телеканал. Он первый в стране занял нишу развлекательного неполитического телевидения. Что бы в России не происходило – выборы, трагедия в Чечне, социальные выступления, экономические реформы – все проходило мимо телекамер певцов виртуальных и гламурных миров. На СТС нет политических программ, выпусков новостей, «серьезных разговоров» в студии и проблемных репортажей. Поэтому говорить об *информационной функции* бессмысленно. Но с недавних пор.на телеканале появилась такая программа как «Инфомания» - первая программа нового телевизионного цикла «Поколение РУ», в рамках которого на СТС будут появляться различные проекты, рассчитанные на активную думающую аудиторию. «Инфомания» – это информационно-аналитическая программа в жанре «infotainment». В ней будет представлен анализ главных событий и тенденций недели, не попавших на первые полосы газет и в выпуски теленовостей, но популярных в Интернете. Программа состоит из пяти блоков, каждый из которых посвящен отдельной теме: общество, культура, искусство, наука, технологии. Каждый блок представляет собой аналитический сюжет, комментарий специалиста, авторскую телеколонку, а также набор графической информации по теме. «Инфомания» – это новости со вкусом развлечения. «Инфомания» – это одновременно и отражение трендов, и формирование новых…

По итогам первых десяти дней января 2010 года в молодой, потребительски активной аудитории(18-34 лет) телеканал занял **3 место** по среднесуточному телесмотрению с долей **12,3%** и рейтингом **2,2%**. В широкой аудитории 6-54 рейтинг достиг **2,7%**, доля составила **12,0%**. Показатели по обеим аудиториям более, чем **на 30%** превышают данные прошлогодних новогодних каникул!

В разгар праздников наиболее популярными среди зрительской аудитории стали известные голливудские блокбастеры и мультфильмы, выходившие в вечернем эфире СТС. В **прайм-тайм** доля в целевой аудитории канала достигла **13,6%**, а рейтинг – **4,4%**!



Итак, телеканал CTC начал вещание в декабре 1996 года и сегодня прочно занимает позицию лидера в сегменте развлекательного телевидения. Девиз телеканала СТС – «Первый развлекательный». Будучи универсальным развлекательным каналом, СТС стремится оптимально сочетать в своей сетке вещания российские и зарубежные программы, представляющие интерес для целевой аудитории, охватывающей возрастную категорию от 6 до 54 лет, и особенно привлекательные для молодой аудитории. Бренд телеканала СТС имеет высокую степень узнаваемости среди широкого круга зрителей, который привлекают оригинальные, яркие, стильные и динамичные программы, создаваемые СТС.

Федеральное агентство по образованию

Казанский Государственный Технический Университет им. А.Н.Туполева

Институт Социальных Технологий

Кафедра истории и связей с общественностью

Экзаменационная работа по дисциплине

Теория и практика массовой информации

На тему:

Типологическая характеристика телеканала СТС

Выполнила:

Студентка группы 7302

Щербакова В.В

Проверила:

Доцент кафедры ИСО

Агеева Л.В

Казань 2010