Перемены на Первом канале, слухи о банке «Открытие» и теракт в Барселоне.

Повестка__18.08

Самые обсуждаемые темы недели

Место	Название темы	Количество упоминаний
1	Лидер КНДР приказал военным быть готовыми нанести удар по Гуаму	6360
2	Перемены на «Первом канале»	5371
3	МИД РФ призвал США вывести из Афганистана свои войска	2048
4	Сирия обвинила США и Британию в поставке химоружия боевикам	1401
5	ФСБ задержала агента СБУ, планировавшего теракты в Крыму	1169

Данные Avelamedia на основе мониторинга российских СМИ . Период расчета – 10.08.2017 – 18.08.2017

Индекс Путина

«Avelamedia» совместно с «Платформой» проводит еженедельную оценку спикеров по основным информационным поводам. Индекс определяется из расчета соотношения упоминаемости в СМИ ключевых тем недели к упоминаемости президента России Владимира Путина.

Основываясь на данных рейтинга упоминаемости тем в СМИ главными темами этой недели стали*:

Ким Чен Ын	П-Индекс = 14,8%
Тимур Кизяков	П-Индекс = 14,1%
Алексей Улюкаев	П-Индекс = 5,9%

**Для анализа берутся резонансные темы, в которых возможно выделить основного спикера*

ReD

Закрытие передач и уход ведущих на Первом канале, теракт в Барселоне информационный фон вокруг банка «Открытие» стали наиболее резонансными темами недели, по мнению опрошенных экспертов.

ReD Уровень резонанса события и влияния на социальную среду: экспертный индекс (оценка по 10-балльной шкале интегральной шкале)

Теракт в Барселоне	7
Первый канал	5
Проблемы банков	4

ЕСТЬ ЛИ БУДУЩЕЕ У ПЕРВОГО КАНАЛА

Перемены на Первом канале стали одной из самых обсуждаемых тем в российских СМИ на этой неделе. Стало известно о закрытии сразу нескольких программ («Пока все дома», «Пусть говорят», «Наедине со всеми»), уходе топового ведущего Андрея Малахова. Это стало поводом говорить о возможном серьёзном структурном преобразовании, связанном с реформой основного информационного ресурса страны. Одновременно были опубликованы данные Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР), согласно которым за 6 месяцев 2017 года телеканалы заработали на рекламе 80 млрд рублей, тогда как на интернет рекламодатели потратили 75 млрд рублей. Какое будущее у отечественного телевидения на фоне обострения конкуренции с интернетом?

Идет обычная смена сезона.

Иван Засурский, медиаэксперт

Можно ли говорить о смене поколения на Первом канале? Нет, просто у них по графику смена сезона – у них новый сезон начинается осенью. Вот они и чистят старый сезон. Такая у них сезонная жизнь. Если бы они меняли программы в середине сезона – это были бы Big news – если посреди гоночного сезона пилот

меняет команду, конюшню, игрок посреди футбольного сезона переходит в другую команду. И другое дело, когда они меняются перед сезоном – это просто рутина, которая, благодаря тому, что у них такие раскрученные персонажи, получает такую огласку. Как я понимаю, есть большой спрос на их ведущих. Если они останутся без программы, они не останутся без работы, драмы в этом нет.

Будущее определяется демографией, а не бизнесом.

Василий Гатов, медиааналитик, приглашенный научный сотрудник USC Annenberg School for communications and journalism

Первый канал уже несколько лет испытывает проблемы с оплатой телеконтента – в последнем опубликованном (кажется, за 2014 год) отчете компании указывалась цифра задолженностей производителям около 2 млрд. рублей; сомневаюсь, чтобы она сократилась. Удешевление контента началось еще в 2014 году, когда канал стал ощущать проблемы с валютным курсом. Кроме того, орущие ток-шоу оказались не только неудачным коммерческим решением – но и неудачным программным: потребители плохо после них воспринимают менее «скандальный» и эмоциональный контент.

По некоторым сведениям, бюджетная заявка Первого на 2018 год – самая большая за всю историю. Так что проблема в том, что затраты не удается сократить, а доходы как минимум не растут.

Но будущее больших каналов, в целом, определяется демографией, а не бизнесом.

Все равно, по контентным затратам и рекламной отдаче такие компании, как Первый, ВГТРК и «Газпром-медиа» остаются самыми главными компонентами российской медиасистемы. Интернет не конкурент, увы – даже в перспективе 10 лет. Пока интернет-гиганты не станут инвесторами контента, причем в очень значительных объемах, или пока производители контента не научатся строить финансовые модели для эффективного производства для интернета – все это детский лепет против

фактического охвата и эффективности вещательного ТВ. Этот процесс даже в Штатах не дошел до точки, когда вещатели «падают» настолько, что теряют экономическую эффективность. Они, конечно, не настолько здоровы, как были 20 лет назад, но еще «ого-го», и именно они определяют массовое потребление, а не Netflix с Hulu. Но самое главное — в заданных экономических условиях у российского рекламного рынка очень и очень сомнительные перспективы даже не роста — а вообще перспективы. О чем бюджетный запрос Первого и говорит.

Ударом по каналу будет только закрытие «Поля чудес».

Федор Щербаков, медиаменеджер

Ничего драматичного на Первом канале не происходит. Канал переживает сложные времена, как и все телевидение в стране. За год его доля не увеличилась, финансовые показатели упали. На канале не менялась команда уже почти 15 лет. Стагнация на лицо. Руководитель канала уже давно явно тяготится рутиной. Но Первый канал дает ему возможность заниматься другими проектами и таким образом получать удовольствие от жизни. В том, что некоторые программы закрыли, — ничего страшного нет. На их месте тут же появятся другие и, может, более успешные. Скандал с Малаховым даже не стал скандалом. Просто ему предложили лучше условия, он и ушел.

А вот серьезный удар по каналу может быть только в одном случае: если закроют программу «Поле чудес». Такое ощущение, что руководство канала считает ее талисманом, и, если ее не будет, канал, по мнению вождей, окончательно потеряет зрителя.

Время перемен.

Алексей Фирсов, председатель экспертного совета ЦСП «Платформа»

Российское телевидение находится в интересной ситуации. Вроде, все формально неплохо — хорошие рейтинги, есть влияние и деньги. Но возникает стабильное ощущение, что происходит пока

слабо оцифрованный, но уже подтверждённый и фундаментальный сдвиг в восприятии экрана. Падает не столько широта охвата (хотя и она, конечно, тоже — среди молодёжи), сколько интенсивность воздействия и глубина проникновения. На уровне социологии мы фиксируем снижение эмоциональной солидарности с телевизионной картинкой, которую смотрят все более внешним взглядом, как обои на стене. Отсюда — желание что-то изменить, подкрутить, перенастроить, оказаться более уместным и востребованным, «вернуть любовь юности». Однако проблема в том, что циничными стали не только продюсеры каналов, их аудитория тоже становится циничной. Ее доверие уже трудно получить простыми перестановками фигур.

НОВЫЙ ТЕРАКТ В ЕВРОПЕ

В результате наезда микроавтобуса на людей в центре Барселоны 13 человек погибли и более 100 пострадали. Произошедшее признано терактом, ответственность на себя взял запрещенный в России ИГИЛ. Эксперты рассказывают о том, что такое теракт в современном обществе, двигает ли современными террористами идеология и каков механизм превращения обывателя в террориста.

Идеологический терроризм — вчерашний день.

Алексей Чадаев, политолог

Коль скоро государство публично берет на себя обязательства защищать граждан, любой удар автоматически воспринимается как свидетельство неспособности обеспечить безопасность. Где бы ты ни ударил — ты наносишь удар по власти. Необязательно быть идеологическим террористом — достаточно поссориться с женой и пойти крушить все вокруг. Идеологический терроризм в некотором смысле — это вчерашний день. Террористический акт сегодня — это часто форма выплескивания негативных эмоций. Нет организации, нет идеологии — есть только методология. И это все равно будет эффективно. Есть понятие «мегафон теракта» — тот поток информации, который распространяется немедленно через медиа. Достаточно небольшого теракта, он все равно

займет первые полосы. Потому что воспринимается как удар по обществу. И поэтому этот способ эффективен.

Что подталкивает к теракту? Мир, в котором накапливается агрессия и не находит выхода. Городская среда предъявляет много требований к человеку, вводит массу ограничений. Психика наиболее слабых не выдерживает. Огромную роль играет урбанизация. Городская среда – жесткий мир, накладывающий массу ограничений на человека и оказывающий постоянное давление на психику. И появляется человек вербовки. Вербовка – это не только идеология. Вербовка – это показать методологически, как совершить теракт. Теракт воспринимается как способ всем отомстить. И причины для совершения – это не всегда глубокое увлечение радикальным исламом.

ИНФОРМАЦИОННАЯ ВОЛНА

Информационный фон как проблема банков

На этой неделе резко обострилось обсуждение слухов, связанных с возможными проблемами ряда крупных московских банков. Поводом для нового витка слухов стало разосланное аналитиком «Альфа-капитала» клиентам предупреждение о том, что компания все больше получает публичной и непубличной информации о проблемах внутри группы банков – «ФК Открытие», Бинбанка, Московского кредитного банка, Промсвязьбанка. Якобы есть большая вероятность, что ситуация вокруг них может быть окончательно решена уже этой осенью, а не после выборов президента России в 2018 г. Эксперты говорят о том, что банковский сектор особенно чувствителен к анонимной информации, которая может спровоцировать панику

Все упирается в репутационный фон.

Павел Самиев, управляющий директор Национального Рейтингового Агентства (НРА)

Если посмотреть на ситуацию с точки зрения отчетности банков, фигурирующих в слухах (как раз на этой неделе вышла свежая),

мы увидим, что, конечно, есть проблемные зоны, оттоки и снижение некоторых позиций в балансе. Но это рабочие проблемы. У «Открытия» есть отток юридических лиц (в июле), отток средств пенсионных фондов (в июне) и снижение средств различных государственных фондов. Но это связано с изменением в рейтинговых требованиях, с тем, что рейтинг присвоенный «Открытию» АКРА, не подходит под требования к пенсионным фондам и государственным структурам. Это не что-то непредсказуемое, для «Открытия» это плановый процесс.

Природа слухов об ухудшении положения непонятна. Получается, что все упирается в репутационный фон и его влияние на стабильность пассивной базы. Здесь получается в некоторой степени проблема, которая самовоспроизводится. Грубо говоря, негативный фон влияет на стабильность пассивов, а стабильность пассивов дальше является фактором риска для этих банков. Слухи и черные списки и вообще анонимная информация могут оказать серьезное влияние на банки. Другие финансовые структуры в меньшей мере подвержены этому риску. Для банка это критично с точки зрения «банковской паники» среди кредиторов. Можно существенно повлиять на любой банк, каким бы устойчивым он ни был.

Сейчас непонятно, кто может выиграть на рынке, так как от «банковской паники» проигрывает весь рынок, кроме, может быть, госбанков, которые на фоне страха клиентов могут получить новые притоки, но на самом деле, в подобные периоды слухов и черных списков, люди и предприятия переводят из банковского сектора в кэш.

Чтобы устоять в банковской панике, нужно держать очень большой запас ликвидности, нозапас ликвидности, который есть у банков с хороший финансовой устойчивостью, не рассчитан на такой стресс. На такие оттоки, поэтому приходится иногда держать избыточный запас ликвидности, как сейчас – и «Открытие» и другие банки держат избыток ликвидности, чтобы иметь возможность индексировать слухи и информационный фон, и использовать ресурсы акционеров и ресурсы регулятора.

Слухи — очень опасная вещь для банков.

Елена Тофанюк, журналист, основатель телеграм-канала fun&profit

По рынку уже три или четыре недели ходят разные, ничем не подтвержденные слухи. С чем они связаны, никто не понимает, но рынок беспокоится, что что-то может произойти.

Слухи — это очень опасная вещь, они очень сильно влияют на ситуациях в банках — они могут вызвать бегство вкладчиков. «Альфа-капитал» написал письмо клиентам о том, что «Альфа» закрыла лимиты, и предлагает своим клиентам избавиться от облигаций банков, с деятельностью которых связаны слухи, в первую очередь речь идет об «Открытии». Все остальное, что было написано в письме, на мой взгляд, это попытка выдать слухи за факты, что не очень допустимо с этической точки зрения. «Открытие» и другие банки, вокруг положения которых появились разные слухи, должны сейчас как-то успокоить рынок — «банковская паника» — это страшная вещь. Учитывая то, что «Открытие» связано с другими банками — большой и сильный риск для рынка.

Август — сложный месяц в России.

Александр Медведь, ответственный секретарь «Финпотребсоюза»

На текущий момент есть определённый завал денег у банков, и они хотят эти деньги размещать, кредитовать — им нужны клиенты, им нужны обороты, им нужны заемщики. Обостряется конкуренция. Когда какой-нибудь банк банкротится, сразу у ворот этого банка появляются менеджеры из других банков, которые раздают свои кредитки, говоря «приходите к нам, у нас нет проблем». В случае с «Открытием» было произведено вбрасывание информации. То есть все как на фондовом рынке: никто не работает по факту, все работают на ожиданиях. Создаются определенные ожидания, один эксперт — из «Альфа-капитала» — вынес информацию клиентам. Я понимаю, что они могли сделать оценку банков как эмитентов, потому что «Альфа-

капитал» – это компания, которая занимается работой на фондовых рынках. Но можно сказать, что эмитент проявляет определенные признаки достаточно осторожно. А здесь взяты четыре конкретных банка, указано, что у них возможные проблемы. Не рассматривались корпоративные эмитенты, не рассматривались муниципальные эмитенты, рассматривались только банки, причём соседи по топ-15. Обратите внимание, когда было осуществлено такое вбрасывание. В соответствии с давней отечественной традицией самый сложный в финансовом плане месяц у нас август. Все обвалы все дефолты – они все происходили в августе. Вбрасывание было проведено не в июле, не в сентябре, а именно в августе.

«Платформа» – социологический и экспертный центр, специализирующийся на изучении резонансных ситуаций в обществе, бизнесе и специальных средах, а также на проектировании общественных процессов.

«Avelamedia» – коммуникационное агентство, команда которого работает на рынке уже более 15 лет и обладает экспертными знаниями в сферах PR, Digital, информационной аналитике, маркетинге.

Если вы хотите регулярно получать аналитические материалы ЦСП «Платформа», подписывайтесь на нас через tegina@pltf.ru.

Также подписывайтесь на наш telegram канал: telegram.me/platforma_channel