2023년 08호

러시아 기업리포트

TNT

KOCCA
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

KOCCA
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

TNT 탐방

Reasearch of TNT Teleset

2023년 08호

구분(장르)	제 목	Key Word
기업리포트	**TNT 개요** 회사 개요 사업 영역 CIS 지역에서의 존재감 비판	슬로건 사업영역
	시청율 경쟁 TNT 채널의 타겟 고객 2020년 시청율 성과 2022년 러시아인의 TV 시청 방식과 TNT	시청율
	주요 경영 지표	경영지표
	TNT의 간략한 역사	역사

작성 | 한국콘텐츠진흥원 러시아마케터

배포 | 2023.12.15

한국콘텐츠진흥원 KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

K-콘텐츠와 세계로 미래로

TNT 개요

I. 회사 개요

TNT (“당신의 새로운 텔레비전”이라는 뜻)

TNT는 러시아 연방 텔레비전 채널이다[1]. 2021년 현재 러시아에서 8번째로 인기 있는 TV 채널로서, 타겟 고객은 14~44세 시청자이며 핵심은 18~30세의 젊은 층이다. 이 채널은 엔터테인먼트 지향적이며 콘텐츠는 TV 프로그램과 코미디 시리즈를 기반으로 한다.

누구나 콘텐츠로 일상을 풍요롭게 KOCCA

1 기본 정보

1. 소유 관계

- **TNT 는 1997 년에 설립되었으며 2001 년부터 지주회사 Gazprom-Media 의 계열사가 되었다[2].**
  - TNT 는 4 개의 다른 궤도에 있는 위성을 통해 신호를 전송하여 27 개의 자체 텔레비전 방송국과 350 개 이상의 지역 파트너가 러시아의 거의 모든 인구 밀집 지역에서 해당 시간대에 신호를 수신하고 재전송할 수 있도록 했다.
  - 이 채널은 모든 오리지널 프로그램에 대한 100% 권리를 보유하고 있으며, 러시아 최대 제작사 중 두 곳인 코미디 클럽 프로덕션과 굿 스토리 미디어를 소유하고 있으며, 러시아를 대표하는 여러 쇼 프로그램 진행사와 독점 계약을 맺고 있다.
  - 웹사이트 : https://tnt-online.ru/

2. 슬로건

- **"생활에 도움이 되는 텔레비전!" (2003~2006)**
- **"인생에 대하여", "사랑에 대하여", "재미" (2006~2007)**
- **"우리의 사랑을 느껴보세요!" (2007~2021)**
- **"최고의 항우울제"(2009)**
- **"최고의 채널은 TNT!" (2021~2022)**
- **"우리의 사랑을 느껴보세요!" (2022)**
- **"우리의 모든 스타들" (2022~현재)**

1) 2021년 10대 TV 채널의 시청율은 어떻게 변했는가. AdIndex.ru (2022.1.10.).
2) 엘리자베타 마카로바, 블라디미르 라비츠키. "가즈프롬 미디어" 채널을 재구성해. 코메르산트 (2017.7.17).

2 사업 영역

1. 기본 사업

- 텔레비전 방송 분야에서의 활동

2. 부가 사업

- 우편 또는 인터넷 정보통신망에 의한 소매업
- 영화, 비디오 영화 및 텔레비전 프로그램 제작업,
- 영화, 비디오 및 텔레비전 프로그램 제작 편집 및 조립 활동
- 영화, 비디오 영화 및 텔레비전 프로그램의 배급 활동
- 영화 전시 활동
- 음악 작품의 음원 녹음 및 출판 분야 활동
- 라디오 방송 활동
- 유선 통신 활동
- 무선 기술 기반 커뮤니케이션 활동
- 위성 통신 활동
- 웹 포털 활동
- 광고 대행사의 활동

3 CIS 지역에서의 존재감

CIS 지역에서 TNT 텔레비전의 존재감은 약화되고 있다.

- 2002 년 라트비아의 케이블 네트워크 방송 중단.
- 2003 년 에스토니아 최대 사업자인 스타맨은 TNT 방송 중단.
- 2007 년 몰도바 케이블 네트워크에서 TNT 는 지역 TV 채널로 대체.
- 2007 년 카자흐스탄 케이블 네트워크에서 방송 중단.
- 2011 년 우즈베키스탄에서 중단다.
- 2011 년 벨로루시에서 방송 중단.
- 2013 년 우크라이나에서 방송 중단.

4 비판

흥미, 오락, 선정성 위주의 채널로 변화됨에 따른 여론 비판이 대두됨

- TNT 의 일부 프로젝트는 비판의 대상이 되고 있다. 젊은이들 사이의 부도덕, 저속함, 외설, 성적 주제 및 시리즈의 모호한 가치에 대한 비판이 주를 이루고 있다. 대표적인 것이 “리얼리티쇼

Dom-2"에 대한 비판이다. Dom-2 텔레비전 프로젝트는 존재하는 동안 주기적으로 대중의 비판을 받았다. 리얼리티 쇼가 "일반적으로 그리고 체계적으로 섹스에 대한 관심을 악용한다."는 이유였다. 결국 프로그램은 방송 시간대를 21:00 에서 23:00 로 변경했다.

시청율 경쟁

I. TNT 채널의 타겟 고객[3)]

채널의 시청자는 러시아 전역에 거주하는 1억 1,000만명

채널의 시청자는 러시아 전역에 거주하는 1억 1,000만 명이다. TNT는 대도시와 소도시 모두에서 방송되고 있으며, 매년 새로운 방송국 개국으로 인해 시청자 범위가 증가하고 있다. 모든 연령과 세대를 위한 방송 프로그램, 영화, 시리즈는 9세부터 65세 이상 러시아인의 관심을 채널로 끌어들이고 있다.

누구나 콘텐츠로 일상을 풍요롭게 KOCCA

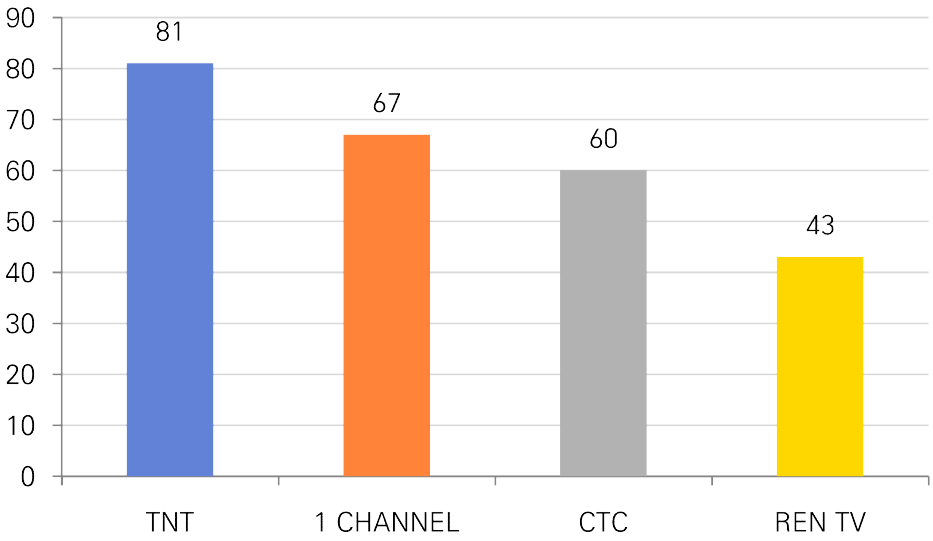
1 시청자 분포

TNT의 타겟 고객에 대한 자세한 분석 결과는 다음과 같다.

- **연령대에 따른 분포 :**
  - 9 세 – 3%
  - 10~15 세 – 6.8%
  - 16~25 세 – 15.2%
  - 26~39 세 – 41.5%
  - 40~55 세 – 20.7%
  - 55~65 세 – 7.5%
  - 66 세 이상 – 5%
- **소득에 따른 분포 :**
  - 평균 이하 – 35%
  - 평균 – 36%
  - 평균 이상 – 29%
- TNT 의 주요 고객층은 26 세에서 39 세의 젊고 활동적이며 성공한 사람들이다. 이것은 참신함에 빠르게 반응하고 광고된 제품의 구매로 이어지기 쉬운 그룹들이다. 현재 TNT 는 청소년 TV

3) https://www.formula-advert.ru/stati/reklama-na-tnt

프로그램 시청 순위에서 2 위를 차지하고 있다. 유일한 경쟁자는 1 번 채널 방송(1 канал)이다.



|그림 1| 14~44세의 평균 시청시간 (분/하루)

- TNT 는 현재 러시아에서 가장 큰 텔레비전 네트워크 중 하나이다. 이 채널은 점유율 측면에서 러시아 중앙 채널과 경쟁하고 있다. TNT 는 920 개 도시에서 50 개 이상의 파트너와 협력하고 있다. 다른 채널 중 텔레비전 네트워크의 점유율은 13.6%이다

II. 2022년 시청율 성과[4)]

- TNT 는 러시아에서 방송 일정이 주로 자체 오리지널 콘텐츠로 구성된 유일한 엔터테인먼트 채널이다. 이러한 방식으로 이 채널은 국내 미디어 상품과 국가 콘텐츠 시장을 발전시키고 있다.
- 2020 년에 TNT 는 56 개의 프리미어 작품을 방영했다. TNT 의 포트폴리오는 28 개의 새로운 오리지널 프로젝트를 확보하여 연말에 96 개의 브랜드로 확장되었다.
- 이러한 프로젝트 출시는 주말 및 평일 프라임 시간대 채널 시청자 수에 긍정적인 영향을 미쳤다. 2020 년에는 TNT 의 30 개 프리미어 프로그램이 해당 시간대의 방송 시간대 리더가 되어 다른 채널의 해외 콘텐츠와 경쟁했다.
- 2020 년에는 채널의 디지털 시청자 수가 크게 증가했다. TNT 는 소셜 네트워크에서 2,360 만 명의 신규 팔로워를 확보했다. TNT 의 온라인 콘텐츠는 총 19 억 뷰를 기록했다. 2020 년에 TNT 는 10.8%의 점유율로 18~30 대 젊은 시청자 사이에서 가장 인기 있는 채널로 남아 있다. 이 채널은 10 년 동안 이 카테고리 시청자에서 리더십을 유지해 왔다. 14-44 세 시청자에서 이 채널의 점유율은 8.6%였다[5)].

4) https://ar2020.gazprom-media.com/ru/gpm-entertainment-tv/tnt
5) Mediascope, 러시아, 인구 10만 명 이상 도시, 2020.01.01~2020.12.31, 시청율 14~44세 및 18~30세, 평균 점유율, %.

- 12 월에 경영진은 16 년간 방송된 리얼리티 쇼 Dom-2 를 종료하기로 했다. 이를 대신하여 23:00 에 스탠드업 코메디 장로 5 개 프로그램이 편성될 예정이다.

1. TNT 콘텐츠 – 최고의 TV 시리즈 및 엔터테인먼트 프로젝트[6)]

- 2020 년 러시아 TV 에서 14~44 세의 진보적인 시청자 사이에서 가장 인기 있는 콘텐츠 상위 10 위에는 TNT 시리즈와 프로젝트가 포함되었다. TV 에서 가장 높은 평점을 받은 상위 10 개 시리즈에는 9 개의 TNT 프로젝트가 포함되었으며, 이 중 7 개는 채널의 영화 시리즈 및 시트콤 라인업에서 새롭게 출시된 타이틀이다.
- 유머와 코미디 장르에서 가장 인기 있고 평점이 높은 상위 10 개 프로그램은 TNT 프로젝트가 대부분을 차지하고 있다. 러시아 TV 에서 최고의 엔터테인먼트 프로그램 등급에는 8 개의 TNT 프로젝트가 포함되었다.

• 14-44 세 시청자 중 TV 에서 상위 10 개 시리즈

No.	시리즈	채널	평점 (5 점)	점유율 (%)
1	올가	TNT	3.7	19.6
2	이반코	TNT	3.5	16.7
3	파트리오트	TNT	3.1	14.6
4	댜틀로프의 패스	TNT	3.0	16.0
5	파피크	STS	3.0	15.9
6	구사르	TNT	2.9	14.7
7	서바이벌 게임	TNT	2.8	16.7
8	완벽한 가족	TNT	2.7	14.0
9	류블료프카의 경찰관	TNT	2.6	11.9
10	흐린 날들	TNT	2.5	13.3

• 14~44 세 연령층이 시청하는 TV 예능 프로그램 톱 10

No.	시리즈	채널	평점 (5 점)	점유율 (%)
1	복면가왕	NTV	3.4	14.5
2	코메디 클럽	TNT	2.9	15.0
3	논리는 어디에?	TNT	2.6	13.6
4	춤. 마지막 시즌	TNT	2.6	13.2
5	목소리. 아이들	1 채널	2.5	13.9
6	심령술사의 전투	TNT	2.4	13.1
7	두 사람의 백만루블	TNT	2.4	12.3
8	옛날 옛적 러시아에서	TNT	2.4	11.6
9	즉흥 연주	TNT	2.3	11.6

6) 출처: 러시아, 인구 10만 명 이상 도시, 2020.01.01~2020.12.31, 시청자 14~44세, 상위 10개 프로젝트(장르 "TV 시리즈", "유머", "예능 프로그램")는 점유율(%)이 있는 프리미어 에피소드의 등급에 따라 구성됨

- 14-44 세 시청자가 시청하는 TV 코미디 프로그램 톱 10

No.	시리즈	채널	평점 (5 점)	점유율 (%)
1	코메디 클럽	TNT	2.9	15.0
2	논리는 어디에?	TNT	2.6	13.6
3	두 사람의 백만루블	TNT	2.4	12.3
4	옛날 옛적 러시아에서	TNT	2.4	11.6
5	즉흥 연주	TNT	2.3	11.6
6	스튜디오 연합	TNT	2.3	11.8
7	여성 스탠드업	TNT	2.2	15.1
8	코메디 베틀	TNT	2.2	11.7
9	스탠드업	TNT	2.2	11.9

2. 22:00에 영화 시리즈 라인업[7)]

- 2020 년에는 채널의 시리즈 장르 라인업을 확장하여 평일 22:00~23:00 에 프리미엄 프로젝트를 위해 특별 편성을 하였다. 이 채널은 드라마와 비극 코미디에서 스릴러와 미스터리에 이르기까지 다양한 장르의 영화 시리즈를 시청자에게 제공한다.
- 이 슬롯에서 채널은 10 개의 프로젝트를 발표했다. 그중에는 이미 시청자 시리즈 "가택 연금", "Call DiCaprio!" 및 "BeeHappy"뿐만 아니라 새로운 "콜센터", "평화! 우정! 껌!", "서바이벌 게임", "영역", "디야틀로프 패스", "오케이얀예 드니예" 등 "가즈프롬-미디어"의 스튜디오와 크리에이티브 팀이 다른 회사와 함께 제작했다.
- TNT 의 영화 시리즈는 새로운 양질의 시청자를 채널로 끌어들이고 있다. 또한 경쟁이 가장 치열한 시간대 중 하나인 14~44 세 시청자 사이에서 높은 TV 시청 점유율을 보여준다. 예를 들어, 2020 년에 성공한 영화 시리즈의 평균 점유율은 12.7%로 채널의 하루 평균 점유율보다 높았다.
- 또한 TNT 의 영화 시리즈는 영화 평론가와 러시아 언론으로부터 긍정적인 평가와 인정을 받았다. 산업 영화 리소스 "Kino-Theatre.ru"는 러시아 언론인을 대상으로 설문 조사를 실시하여 국내 최고의 시리즈 10 개를 선정했다. 프로젝트 "Dyatlov Pass"가 1 위를 차지했으며 2020 년 최고의 TV 시리즈로 선정되었다. 또한 상위 10 위에는 "평화! 우정! 껌!", "서바이벌 게임", "콜센터"가 포진했다.

3. 엔터테인먼트 프로젝트

- 2020 년에 TNT 는 엔터테인먼트 프로그램 라인업에서 28 개의 초연을 선보였으며 이중 12 개는 새로운 프로젝트였다. 그중에는 "여성 스탠드업", "우리는 진지하게 이야기해야 합니다", "군인", "영웅의 섬", "새로운 아침", "백만 달러를 위한 두명", "비밀", "당신이 나를 좋아합니다", "젤렌지크의 금", "즉흥 연주. 팀", "규칙없이 노래", 토크 쇼가 있다.
- 또한 프리미어 중에는 코미디 클럽, 코미디 배틀, 스탠드 업, "논리는 어디에 있습니까?", "즉흥

7) 출처: Mediascope, 러시아, 인구 10만 명 이상 도시, 2020.01.01~2020.12.31, 관객 14~44세, 프리미어 전용, 22:00~23:00 편성, 점유율, %.

연주", "스튜디오 소유즈", "원스 어폰 어 타임 인 러시아", "오픈 마이크", "춤", "심령의 전투"등과 같은 오랜 역사를 가진 프로젝트의 새로운 시즌이 있다.

- **2020 년에 코미디 클럽 쇼는 방송 15 주년을 맞이했다. 이 기간 동안이 프로젝트는 시청자들 사이에서 큰 인기를 얻었으며 국가의 주요 유머 프로그램이 되었고 러시아 텔레비전의 유머를 변화시켰다. 이 프로젝트는 14~44 세 시청자 사이에서 러시아 TV 에서 가장 인기있는 코미디 쇼 시청율에서 지속적 1 위를 차지하고 있다. 2020 년 프로젝트의 새 시즌 TV 시청 점유율은 15% 였다. 지난 15 년 동안 TNT 는 700 편 이상의 코미디 클럽 에피소드를 방영했다.**
- **2020 년에는 엔터테인먼트 프로젝트의 많은 초연 덕분에 TNT 는 주말 황금 시간대를 확장하고 강력한 콘텐츠로 채울 수 있는 기회를 갖게 되었다. 이전에는 주말 초연이 20 시에 시작하여 23 시에 끝났지만, 2020 년에는 토요일 18:30~24:00, 일요일 19:00~24:00 로 시간대가 확대되었다. 그 결과 주말 프라임에 편성된 모든 프로젝트의 채널 점유율이 평균 채널 점유율을 크게 상회하고 있다.**

3. TNT 코미디 시리즈

- **디지털 환경에서의 개발**
  - 2020 년에는 소셜 네트워크와 모바일 앱의 구독자 수가 증가하는 등 디지털 환경에서 채널의 시청자층이 크게 확대되었다. 2020 년 TNT 웹사이트의 월평균 순 사용자 수는 510 만 명으로 2019 년보다 12% 증가했다. 또한 채널 팀은 웹사이트 디자인을 업데이트했다. 그 결과 현대적이고 빠르며 새로운 광고 형식과 인터랙티브 기능이 포함되었다. TNT-Club 앱의 다운로드 수는 2.6% 증가하여 1,680 만 건에 달했다.
  - TNT 는 러시아 채널 최초로 디지털 프레젠터를 제작했다. 채널 최초의 가상 여배우는 TNT 의 독립적인 얼굴이 되어 마케팅 업무에 참여했다.

4. TNT 소셜 네트워크[8)]

- **2020 년에 TNT 프로젝트와 채널 공식 계정의 총 구독자 수는 45% 증가한 7,580 만 명이다. 그리고 지난 7 년 동안 그 수는 2013 년 1,070 만 명에서 7 배 증가했다.**
- **TNT 는 인스타그램(1,350 만 명)과 브콘탁테(550 만 명)의 팔로워 수에서 러시아 TV 채널 중 선두를 유지하고 있다. 2020 년에 TNT 의 유튜브 채널은 230 만 명의 신규 구독자를 확보하여 총 570 만 명의 구독자를 확보했다. 한 해 동안 TNT 의 유튜브 채널 동영상은 10 억 회 이상의 조회수를 기록했으며 구독자는 총 8,180 만 시간의 콘텐츠를 시청했다.**
- **TNT 는 또한 빠르게 성장하고 있는 인기 소셜 네트워크인 틱톡에서도 브랜드와 콘텐츠를 적극적으로 개발하고 있으며, 구독자 수는 160 만 명에 달한다.**

8) 출처: Yandex Metrica, 웹, 모든 기기, 세계, tnt-online.ru 웹사이트 방문자, 2019.01.01~2019.12.31, 2020.01.01~2020.12.31 2020년 12월 31일 기준 TNT-Club 앱의 누적 다운로드 수. 2020.12.31 기준 소셜 미디어 구독자 수.

III. 2022년 러시아인의 TV 시청 방식과 TNT

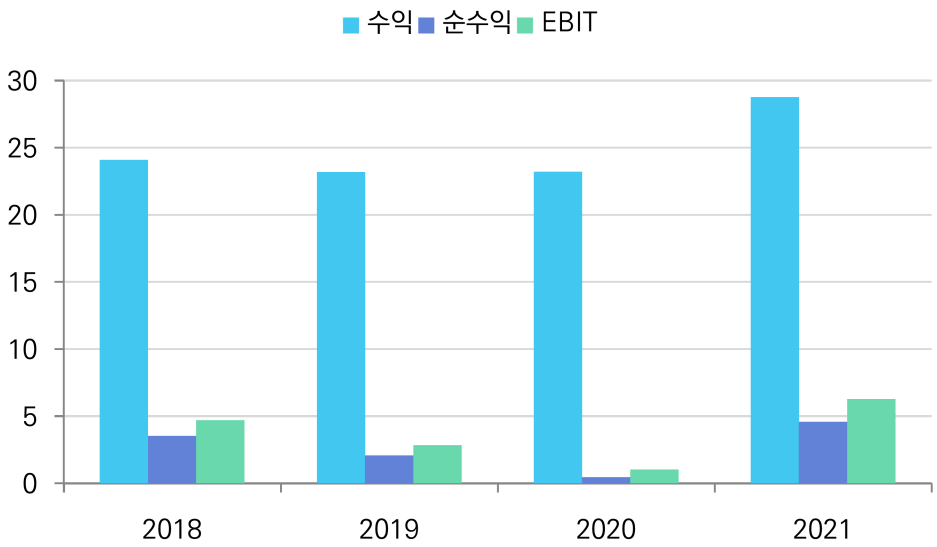
- 뉴스 콘텐츠에 대한 수요 증가로 인해 엔터테인먼트 채널은 2022 년에 시청자를 잃었다. TV 시청 상위 3 개 채널의 순위는 변동이 없었지만, Rossiya 1 은 경쟁사와의 격차를 계속 벌려나갔다.
- VGTRK 지주 회사의 주력 채널인 Rossiya 1 TV 채널이 러시아 방송사 시청율에서 7 년 연속 1 위를 차지했다. 이는 2022 년 1 월부터 11 월까지 연방 공개 채널의 시청자 수치에 따른 것으로, RBC 의 요청에 따라 Mediascope 리서치 회사(2020-2022 년 단일 TV 시청자 측정기로 Roskomnadzor 의 승인)가 계산한 결과이다. 한 해의 공식 결과는 전통적으로 새해 연휴가 끝난 후 1 월에 발표된다. 그러나 전년도 결과에 따르면 채널의 최종 연간 순위는 12 월 한 달의 결과에 영향을 받지 않는 것으로 나타났다.
- 소위 첫 번째 및 두 번째 멀티플렉스의 채널 (각각 2009 년과 2012 년에 정의 된 모든 러시아 공개 디지털 텔레비전 채널의 두 가지 연방 패키지)이 고려되었다. 첫 번째 멀티 플렉스에는 1 채널, 러시아 1, Match TV, NTV, 5 채널, 러시아 K, 러시아 24, 카루셀, OTR 및 TV 센터가 포함된다. 두 번째 채널에는 REN TV, 스파스, STS, 도마쉬니, TV-3, 퍄트니차!, 즈베즈다, 미르, TNT 및 무즈 TV 가 포함된다.
- 2022 년 예비 결과에 따르면 거의 모든 공개 엔터테인먼트 채널의 시청자 점유율은 2021 년 수준을 유지하거나 감소했다. 따라서 전체 등급에서 6 위를 차지한 STS (National Media Group; NMG 의 일부)는 시청자 점유율이 4.6%에서 4.2%로 0.4% 감소한 반면 등급은 0.6%를 유지했다. 7 위를 차지한 도마슈네비(도마슈네비도 NMG 소유)의 동일한 지표는 4.1%에서 4%로 감소했다 가즈프롬 미디어가 소유한 TNT 는 시청자 점유율 8 위에서 10 위로 하락했다(점유율 3.7%에서 3.1%로, 시청율 0.5%에서 0.4%로 하락). 미스터리 시리즈와 영화를 전문으로 하는 TV-3(가즈프롬 미디어 소유)의 점유율은 3.1%에서 2.7%로 하락했으며, 시청율은 0.4%를 기록했다. 2021 년 1 월부터 11 월까지 이 채널은 10 위였지만 현재는 12 위이다. "금요일!"("가즈프롬 미디어")과 "무즈-TV"(이반 타브린의 "미디어 1" 보유)는 각각 2.2 %와 0.7 %의 시청자 점유율로 작년 수준을 유지했다.
- 2022 년 2 월 사태는 러시아 TV 방송 시간의 뉴스 구성 요소가 크게 성장하는 데 유리하게 엔터테인먼트 TV 에 영향을 미쳤다고 TNT 는 밝혔다. 동시에 유머 프로그램을 포함한 새로운 프로그램 방송을 통하여 시청율을 회복하기 위한 노력을 재개하였으며, 이를 통해 12 월 5 일 방영된 시리즈 "비틀즈"의 마지막 시즌은 14~44 세 시청자에서 15.8%의 높은 점유율을 보였다.

주요 경영 지표[9)]

9) https://www.audit-it.ru/buh_otchet/7703171771_ao-tnt-teleset

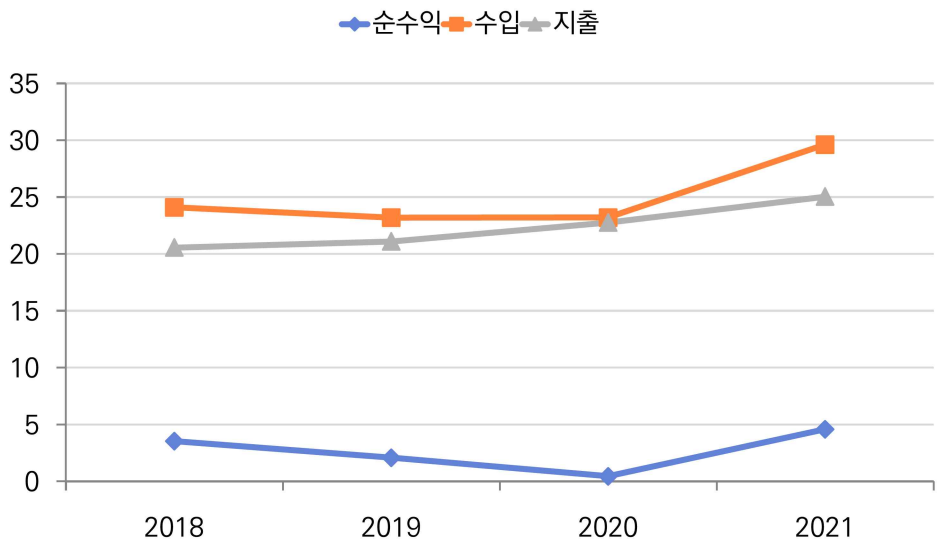
구분	2018	2019	2020	2021
수익	24.086	23.176	23.204	28.752
순수익	3.522	2.072	0.436614	4.571
EBIT	4.692	2.821	1.025	6.268

[표 1] 주요 경영 지표 (단위 : 10억 루블)



|그림 2| 주요 핵심 성과 지표 (단위 : 10억 루블)

코로나의 여파로 2019 년과 2020 년 매출과 순수익이 감소하였으나, 2021 년부터 회복되 | 시작했다



|그림 3| 수입 지출과 순수익 (단위 : 10억 루블)

TNT의 간략한 역사

- 1997. 9. TNT 텔레비전 채널 설립.
- 1997. 10. 1. 상트페테르부르크에서 시험방송 시작.
- 1998. 1. 1. 채널 방송 시작.
- 1998. TNT 의 첫 로고 발표(1998-2002)
- 가족 엔터테인먼트 채널을 표방.블록버스터, 다큐멘터리를 포함한 장편 영화, "연속극", 토크쇼, TV 게임, 러시아 및 외국 팝 가수의 비디오 클립, 음악 프로그램, 음유시 노래 콘서트, 유머러스, 뉴스, 어린이 엔터테인먼트 및 교육 프로그램, 만화 등 다양한 상품이 포함.
- 2000. 6. 모스크바 지역을 위한 자체 뉴스 프로그램을 시작.
- 2001. 11. TNT TV 채널은 가즈프롬-미디어 미디어 홀딩이 인수.
- 2002. 스포츠 채널 강화.
- 2006. 리얼리티 쇼 프로그램 출시. Dom-2, "신비로운 TV 쇼"
- 2009. TNT 가 제작 한 첫 번째 영화 코미디는 코미디 클럽 개봉.
- 2010. 채널의 웹 사이트는 새로운 도메인 인 tnt-online.ru 획득.
- 2012-2013
- 2012. 시트콤 데프 촌키 출시.
- 2014. 제작사 굿 스토리 미디어와 STS 의 콘텐츠 대부분을 인수하는 계약 체결.
- 2015. "정글의 법칙", "힙 스터 시대의 갱스터에 관한" 청소년 영화 시리즈 방영.
- 2016. 새로운 엔터테인먼트 TV 채널 TNT4, 아카이브 프로그램 및 TV 시리즈 TNT 및 자체 프로젝트, TNT- 코미디 채널과 2x2 TV 채널의 이전 방송 주파수를 기반으로 시작.
- 2017. 코미디 시리즈 "적응"이 초연.
- 2018~2021. 음악 쇼 "노래", 토크쇼 "보로 디나 대 부조 바", 유머 버라이어티 쇼 "프로자르카", 요리 쇼 "빅 브렉퍼스트"와 "부조 바 인 더 키친", "여성 스탠드 업", 지적 TV 게임 "두 사람의 백만루블", 익스트림 스포츠 TV 게임 "골드 오브 젤렌지크"와 "아프리카의 스타", "즉흥 연주. 팀", "새로운 춤", 유머 쇼 "더 게임", 뮤지컬 프로젝트 "뮤지컬 인튜이션", 패션쇼 "당신은 톱 모델입니다", 탐정 및 유머 프로젝트 "나는 당신을 믿지 않습니다" 등을 선보임.
- 2022~현재
- 로맨틱 프로젝트 "할 수 있으면 사랑에 빠져 봐"와 스포츠 및 지적 쇼 "도전"이라는 두 가지 새로운 리얼리티 쇼를 추가.
- 뮤지컬 프로젝트 "캔디", 스케치 코미디 "갈루스티안+", 익스트림 어드벤처 리얼리티 쇼 "뉴 스타인 아프리카" 및 "서바이브 인 두바이", 심야 쇼 "더 월 쇼"와 같은 새로운 프로그램이 방송됨.
- 프로젝트의 일부에 대한 촬영 및 방송이 무기한 중단: "코미디 배틀", "로직은 어디에 있습니까?", "두 사람의 백만루블", "스타 키친", "우먼스 클럽" 등.

부록 기업 정보 요약

기업명	TNT-TELESET (ТНТ-ТЕЛЕСЕТЬ)
대표자명	대표자 : 티나틴 칸델라키 (Канделаки Тинатин)
소유주	가즈프롬 미디어 홀딩 (Газпром-Медиа Холдинг)
설립일	1997. 8. 26.
주요사업	텔레비전 방송, 우편 또는 인터넷 정보 통신망을 통한 소매업, 영화, 비디오 필름 및 텔레비전 프로그램 제작업 등
주소	Moscow, Olimpiysky pr, 14 Moscow, Trifonovskaya St., 57A, 7th floor, office 7-22

키맨정보	info@tnt-tv.ru	연락문의	+7 495 783 3000

조직도

러시아 담당자 연락처		
김시우 마케터	+7 968 943 4571	cu@kocca.kr

러시아 기업리포트 8

TNT

주관기관	한국콘텐츠진흥원
감수	김시우 (러시아 마케터) **번역 및 편집** 이현희(피터투어)
집필자	이현희 (Ли Хюнхи)
발행인	조현래 (한국콘텐츠진흥원장)
발행일	2023년 12월 15일
발행처	한국콘텐츠진흥원
주소	전라남도 나주시 교육길 35 (빛가람동 351)
전화	1566-1114
홈페이지	www.kocca.kr
ISSN	2733-5798 (비매품)

- 본 보고서는 한국콘텐츠진흥원(www.kocca.kr)의 〈콘텐츠지식〉에 게재되는 보고서로, 인용하실 때에는 반드시 출처를 밝혀주시기 바랍니다.

(문의) 콘텐츠종합지원센터 "콘텐츠에 대해 알고 싶은 모든 것! 1566-1114"