

**Трансформация стратегии программирования тематического неэфирного вещателя в условиях конкурентной медиасреды (на примере телеканала «Дом кино»)**

**Научный руководитель – Бережная Марина Александровна**

*Могилевская Василиса Сергеевна*

*Аспирант*

Санкт-Петербургский государственный университет, Институт "Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций Кафедра телерадиожурналистики,

Санкт-Петербург, Россия

*E-mail: vasilisazykova@gmail.com*

В 2019 году количество неэфирных вещателей на российском рынке составило 570, при этом 89 (16%) из них позиционировали себя как фильмовые телеканалы [3]. Для сравнения, в 2007 году россиянам были доступны всего 180 тематических каналов [1]. При этом сегодня вещатели соперничают за внимание зрителя не только между собой, но и с сервисами, предоставляющими возможность просмотра «видео по запросу» - в 2019 году рост рынка онлайн-видео составил 45%, лидером стал онлайн-кинотеатр ivi [6]. В условиях конкурентной медиасреды киноканалам необходимо уделять особое внимание телепрограммированию, чтобы сохранить и увеличить свою аудиторию.

Интересным представилось проанализировать опыт планирования эфира успешного фильмового телеканала. Объектом исследования был выбран контент канала «Дом кино», много лет удерживающего лидерство по аудитории среди тематических вещателей [3, 4], предметом - особенности его программирования. Хронологические рамки работы ограничены четырьмя неделями вещания «Дома кино»: двумя в 2012 году, когда канал стал «первым среди тематических», и двумя в начале 2020 года, когда вещатель удерживал свои позиции, несмотря на возросшую популярность нелинейных сервисов. Среди методов исследования задействованы структурно-функциональный анализ, сопоставление и типологизация.

В ходе работы были определены стратегии и тактики программирования, использовавшиеся при планировании эфира телеканала. Весь демонстрировавшийся контент был типологизирован в соответствии с жанрово-тематическим классификатором, куда вошли информационные, социально-политические, познавательные, развлекательные, детские передачи, фильмы, сериалы и прочие программы [2]. Было определено происхождение контента, дана оценка качества фильмов и сериалов, основанная на рейтинговых системах порталов IMDb и «Кинопоиск».

В 2012 году «Дом кино» не прибегал к приёмам программирования, нацеленным на обеспечение «перетекания» аудитории из одного тайм-слота в другой. Допускалось использование «межпрограммок» (коротких передач, служащих для заполнения пауз в вещании), в том числе в прайм-тайм. Эфир планировался по горизонтальному принципу, при этом «линейки» франшиз соблюдались нестрого (так, первые две части фильма «Любовь-морковь» вышли в эфир в 18:20 и в 18:35 пятого и шестого января 2012 года, а премьерная третья часть - в 21:45 седьмого января). Повторы программ транслировались нечасто, в основном в утреннем эфире.

В 2020 году марафоны эпизодов сериалов демонстрировались в эфире «Дома кино» ежедневно за исключением праздников, трансляции по одной серии ушли из практики; из сетки исчезли «межпрограммки». Горизонтальный принцип планирования вещания сохранился, при этом «линейки» выходили ежедневно, включая выходные, в строго

определённое время. Активно задействовались повторы передач в ночном и дневном эфире. Наиболее «экзотическим» из зафиксированных приёмов программирования стала двойная трансляция фильма «Ирония судьбы, или С лёгким паром!» 31 декабря 2019 года, использованная для того, чтобы удержать на канале зрителей, включивших телевизор ближе к концу любимого фильма.

В эфире «Дома кино» представлены не все типы передач из упомянутого выше классификатора. Помимо фильмов и сериалов в сетке вещания были обнаружены развлекательные (5-6% эфира в 2012 году), детские (1-5% в 2012 году, 1-21% в 2020 году) и социально-политические (0,15% в 2020 году) передачи. Детский контент включал в себя полнометражные мульт- и кинофильмы, ориентированные на соответствующую аудиторию, а к социально-политическим программам было отнесено новогоднее обращение президента РФ. Что касается киносериального контента, со временем произошёл рост доли сериалов в «стандартном» эфире телеканала (с 20% в 2012 году до 36% в 2020 году), при этом из новогодней сетки они исчезли вовсе, вытесненные повторами популярных фильмов.

Качество контента с годами несколько выросло: средний балл фильмов и сериалов, транслировавшихся в первую неделю 2012 года, составил 7,1 балл по «Кинопоиску», в первую неделю 2020 года - 7,3 балла; в марте-2012 эта цифра составила 6,7 баллов против 7,4 в марте-2020. При этом многие тайтлы годами сохранялись в библиотеке «Дома кино» и активно демонстрировались в эфире: например, фильм «По семейным обстоятельствам» попал в три из четырёх рассмотренных недель вещания канала.

На протяжении своего существования «Дом кино» предпочитал транслировать отечественный контент, доля иностранных фильмов и сериалов оставалась небольшой и в 2012, и в 2020 году (в основном речь идёт об украинских программных продуктах). Убрав из эфира «межпрограммки», телеканал полностью отказался от собственного контента, оставив в сетке лишь закупленный у правообладателей (прежде всего, у киностудии «Мосфильм», с которой у «Дома кино» был заключён эксклюзивный контракт).

Таким образом, в новых условиях телеканал пересмотрел подходы к программированию эфира, но сохранил контент-стратегию, направленную на демонстрацию уникального программного предложения, популярного у аудитории. Это позволило «Дому кино» долгие годы оставаться в лидерах тематического неэфирного телевидения, несмотря на возросшую конкуренцию. Однако осенью 2020 года сотрудничество канала с киностудией «Мосфильм» подошло к концу [5], и «Дом кино» был вынужден изменить своё эфирное наполнение. В перспективе будет интересным выяснить, как это скажется на программировании канала и его популярности у аудитории.

### Источники и литература

- 1) Белавин П., Кузнецова Е., Хвостик Е. Эфир кабелю не спутник // Коммерсантъ. 2011. №232. С. 13.
- 2) Долгова Ю.И., Зыкова В.С. «Пятый канал»: стратегии программирования универсального вещателя «второго эшелона» // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2017. № 6. С. 52-72.
- 3) Телевидение в России в 2019 году. Состояние, тенденции и перспективы развития. Отраслевой доклад Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям. / Под общ. ред. А. Г. Быстрицкого, О. Я. Ермолаевой, А. В. Шарикова. М., 2020.
- 4) «Дом кино» – Первый среди тематических! // Первый канал, 04.12.2012: <https://www.1tv.com/news/5472>

- 5) «Дом кино» без «Мосфильма». Почему расстались киностудия и популярный телеканал // Телеспутник, 18.09.2020: <https://telesputnik.ru/materials/content/article/dom-kino-bez-mosfilma-pochemu-rasstalis-kinostudiya-i-populyarnyy-telekanal/>
- 6) Telecomdaily: российский рынок онлайн-видео в 2019 году вырос на 45% // Телеспутник, 16.03.2020: <https://telesputnik.ru/materials/video-v-internete/news/telecomdaily-rossiyskiy-rynok-onlayn-video-v-2019-godu-vyros-na-45/>