
ТВОРЧЕСТВО МОЛОДЫХ ИССЛЕДОВАТЕЛЕЙ CREATIVITY OF YOUNG RESEARCHERS

УДК 654.197
EDN IYFRGL
DOI 10.17150/2308-6203.2024.13(4).757-771
Научная статья



Особенности программирования отечественных развлекательных телеканалов в условиях развития интернета (на примере СТС, ТНТ и «Пятницы»)

Ершов Н.О. 

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, г. Москва,
Российская Федерация, nik_erшов@yahoo.com

Аннотация. В статье рассматривается тенденция по пересмотру технологий программирования эфира отечественных развлекательных телеканалов в условиях конкурентной медиасреды и развития интернета. Из-за большого числа развлекательных онлайн-проектов руководство телеканалов в меньшей степени ориентируется на ритм жизни аудитории, поскольку благодаря развитию технологий потреблять контент можно в любое удобное время и место без привязки к программе одного или нескольких каналов. В данной статье представлены результаты исследования, которое стало попыткой изучить технологии распределения телевизионного продукта в эфире отечественных развлекательных телеканалов (на примере СТС, ТНТ и «Пятница») в условиях развития отечественного сегмента интернета, в том числе появления новых развлекательных интернет-проектов в различных социальных сетях и видеохостингах. В рамках анализа были рассмотрены жанрово-форматные характеристики эфирного дня на СТС, ТНТ и «Пятнице», определены тактики программирования на отечественных развлекательных телеканалах и изучено наполнение эфиров в зависимости от времени суток. В результате изменения стратегии вещания ни один из представленных телеканалов не выстраивал эфир, ориентируясь исключительно на традиционные приемы программирования. Для нишевых каналов характерен постепенный отказ от такого подхода, в отличие от универсальных каналов, где жанрово-форматное разнообразие богаче и включает в себя телевизионные продукты для различных половозрастных групп. При заполнении эфирной сетки развлекательных телеканалов правила программирования, принятые в досетевую эпоху, преимущественно, не ориентируются на приемы программирования. Однако, как показало исследование, ни СТС, ни ТНТ, ни «Пятница» полностью не отказались от технологий линейного программирования.

Ключевые слова. Телевизионное программирование, СТС, ТНТ, «Пятница», нишевой канал, развлекательное телевидение.

Информация о статье. Дата поступления 10 апреля 2024 г.; дата поступления после доработки 2 сентября 2024 г.; дата принятия к печати 4 сентября 2024 г.; дата онлайн-размещения 6 декабря 2024 г.

Original article

Programming Features of Domestic Entertainment TV Channels in Conditions of Internet Development (on the Example of *STS*, *TNT* and *Friday*)

Nikita O. Ershov 

Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russian Federation,
nik_ershov@yahoo.com

Abstract. This article deals with the tendency to revise the programming technologies of domestic entertainment TV channels in the conditions of competitive media environment and Internet development. Due to the large number of online entertainment projects, the management of TV channels is less oriented to the rhythm of the audience's life. This article presents the results of the research. It was an attempt to study the technologies of television product distribution on air, which were used by domestic entertainment TV channels in the conditions of development of the domestic segment of the Internet, including the emergence of new entertainment Internet projects in various social networks and video hosting. As part of the analysis, the genre and thematic characteristics of the broadcast day on *STS*, *TNT* and *Friday* channel were considered, programming tactics on domestic entertainment TV channels were determined and the content of the airtime depending on the time of day was studied. As a result of the change in the broadcasting strategy, none of the presented TV channels built their airtime focusing solely on programming techniques. The niche channels are characterized by a gradual abandonment of this approach, unlike universal channels, where the genre and format diversity are richer and includes television products for different gender and age groups. When filling in the broadcast grid, entertainment TV channels mostly do not focus on programming techniques. However, *STS*, *TNT* and *Friday* completely abandoned the technologies of linear programming.

Keywords. Television programming, *STS*, *TNT*, *Friday* channel, niche channel, entertainment television.

Article info. Received April 10, 2024; revised September 02, 2024; accepted September 04, 2024; available online December 06, 2024.

Введение

Развлекательные телеканалы в структуре отечественного телевизионного вещания занимают одну из ключевых позиций на фоне переходного этапа развития, о котором говорится в отчете международной аудит-консалтинговой компании *PricewaterhouseCoopers*¹. По данным аналитиков, сегодня медиакомпании отказываются от лицензионной модели бизнеса в

пользу прямой дистрибуции². Подобные процессы протекают на фоне конкуренции с новыми способами размещения контента, преимущественно, в социальных сетях, где наблюдается рост числа ключевых игроков [1; 2].

Аналитики уверяют, что в следующие пять лет отрасль будет наблюдать активное изменение потребительского поведения, нормативно-правовой базы, а также столкнется

¹ Обзор индустрии развлечений и медиа: прогноз на 2019-2023 годы // Media Outlook. 2019. С. 6.

² Обзор индустрии развлечений и медиа: прогноз на 2019-2023 годы // Media Outlook. 2019. С. 6.

с новыми проблемами, которые будут обусловлены технологическим развитием³. Например, уже сейчас продюсерские центры и медиахолдинги меняют свой взгляд на доходы. Продолжает развиваться система долгосрочных рекламных кампаний⁴. Нельзя забывать, что цифровизация ставит перед медиахолдингами новые задачи, в том числе по смещению фокуса работы в онлайн-среде⁵.

В ближайшие несколько лет, используя новые технологии, в частности, искусственный интеллект, лидеры рынка должны будут переосмыслить процесс создания телевизионного контента, его распространения и потребления. В связи с этим, российским развлекательным телеканалам — СТС, ТНТ и «Пятница», о которых идет речь в данном исследовании — важно учитывать процессы, происходящие не только в медиасреде, но и в интернет-пространстве, поскольку своевременное реагирование на новые тренды и предпочтения аудитории [3; 4] позволит привлечь не только аудиторию других каналов, но и аудиторию интернет-проектов, преимущественно, в возрасте от 16 до 35 лет.

По данным *Mediascope*, в прошлом году из развлекательных телеканалов, которые мы рассматриваем в этом исследовании, СТС и ТНТ вошли в топ-10 по аудитории на отечественном телевидении⁶. В 2023 г.

доля СТС составила 4,5 % (седьмое место), ТНТ — 3,5 % (девятое место)⁷. Как уверяют аналитики, аудитория развлекательных телеканалов растет с 2022 г. Больше всего времени россияне отводят на сериалы, после — на развлекательные программы⁸.

Межканальная конкуренция стимулирует постоянное обновление редакционного портфеля изучаемых телеканалов. Например, на СТС появились новые проекты: «ОКнутые люди», «Импровизаторы», На ТНТ — «Концерты», «Лига городов», На «Пятнице» — «Умнее всех», «Кондитер. Дети». На изучаемых нами каналах появились новые сериалы, реалити-шоу, юмористические шоу. Кроме того, телекомпании стали чаще выстраивать эфирный день в формате марафона.

Бесспорно, при планировании эфира важно уделять внимание приемам программирования, а также учитывать интересы самого телеканала и аудитории и ситуацию на рынке [5, р. 21]. При разработке эфирной сетки необходимо не забывать и о возможности зрителей самостоятельно управлять потоком вещания и формировать индивидуальную траекторию просмотра. Это стало возможным, в том числе, благодаря развитию различных интернет-платформ. Причем, как отмечают исследователи, такая тенденция, характерная для всего мира, привела к способности отдель-

³ US Edition: Global Entertainment & Media Outlook 2023–2027. URL: <https://www.pwc.com/us/en/industries/tmt/library/global-entertainment-media-outlook.html>.

⁴ Ibid.

⁵ Обзор индустрии развлечений и медиа: прогноз на 2019–2023 годы // Media Outlook. 2019. С. 7.

⁶ Телевидение ситуации: какие каналы стали самыми популярными в 2023 году // Известия. 2024. URL: <https://iz.ru/1633980/an->

drei-tumanov-elizaveta-krylova-iana-shturma/televidenie-situacii-kakie-kanaly-stali-samyimi-populiarnymi-v-2023-godu (дата обращения: 17.01.2024).

⁷ Там же.

⁸ CSTB-2024 / Ксения Ачкасова // Сайт Mediascope. URL: <https://mediascope.net/upload/iblock/fb5/b9kuwguwc85zse949uatkdqs2ay2fkdp/CSTB%202024.pdf> (дата обращения: 14.03.2024).

ных пользователей получать и создавать информацию, находясь в центре информационных потоков [6, с. 1109].

В связи с этим, актуальность нашего исследования заключается в следующем.

1. Телеканалы СТС, ТНТ и «Пятница» — одни из самых популярных развлекательных телеканалов. Популярность их контента значительно выросла на фоне происходящих событий в стране и мире.

2. Выбранные нами телеканалы ориентированы, в первую очередь, на молодежную аудиторию, которая предпочитает нелинейные способы просмотра. В связи с этим, вопрос, как телеканалы справляются с данным вызовом, важный и актуальный.

3. Несмотря на развитие интернета, в стране остается аудитория, которая отдает предпочтение телепросмотру. Однако в условиях распространения нелинейных способов просмотра важно понимать, как на эту тенденцию реагируют телеканалы в сфере линейного программирования, и остается ли оно актуальным для телесетей.

Задача нашего исследования — определить основные приемы программирования отечественного развлекательного телевидения в условиях конкуренции с универсальными каналами и интернет-площадками.

Обзор литературы: исследования в области программирования телеканалов

Особенности программирования отечественных развлекательных телеканалов рассмотрены в работе «Телевизионный бизнес» [7]. Как отметил А.С. Зубок, программные стратегии телеканалов СТС и ТНТ

изначально предполагали минимальную долю контента, который производится самостоятельно.

О различных способах размещения программ в эфире также написано И.Г. Дашевской в работе «Масс Медиа: Программирование на ТВ». Автор предлагает рассмотреть вертикальное, линейное и блоковое программирование. Первый подразумевает выход контента в эфир один раз в неделю. Линейный — размещение в сетке на ежедневной основе в одно и то же время за исключением выходных. Последний — одни и те же программы повторяются несколько раз в течение дня. Блоковое программирование автор считает наиболее оптимальным. Также И.Г. Дашевская уделяет особое внимание подходам к размещению программ в эфире, что А.С. Зубок называет «приемами программирования».

Вопросы изменения программной стратегии развлекательных телеканалов изучены В.С. Могилевской в статье «Трансформация программной стратегии нишевого развлекательного телеканала в условиях конкурентной медиасреды (на примере СТС и ТНТ)». Автор выявила основные изменения в стратегиях программирования эфира, которые произошли на двух телеканалах за восемь лет в период с 2012 по 2020 гг. По мнению исследователя, трансформация медиасреды повлекла за собой изменения в системе программирования эфира [8]. Это привело к тому, что игроки начали активнее применять приемы программирования, которые позволяют дольше удерживать аудиторию у экранов. В работе «Особенности программирования линейных телеканалов в условиях пандемии COVID-19 (на примере Первого канала и СТС)»

В.С. Могилевская пришла к выводу, что СТС придерживался стратегии горизонтального программирования с целью сформировать привычки телезрителя у аудитории [9].

Среди зарубежных исследований, касающихся проблем телевизионного программирования, стоит выделить труд У. и Д. Билби «Контроль прайм-тайма: Организационная концентрация и стратегии сетевого телевизионного программирования». Они рассмотрели концепции распределения контента в прайм-тайм. Авторы отметили, что руководства телеканалов стремятся к большему контролю эфирного расписания, включая в него сериалы собственного производства [10]. По мнению исследователей, это привело к фундаментальным структурным изменениям и способности телесетей реагировать на изменения на рынке.

Влияние конкуренции на наполнение эфира рассмотрено в работе «Коммерциализация и программные стратегии Европейского общественного телевидения». Автор заключил, что в прайм-тайм европейские каналы предпочитали ставить развлекательные и информационные программы [11]. Причем, по мнению исследователя, государственное телевидение в меньшей степени ориентируется на реалити-шоу, нежели коммерческие каналы.

Группа исследователей из Индонезии пришла к выводу, что вещательным СМИ при определении места телепродукта в эфире важно учитывать специфику контента [7].

Методология исследования

В данной статье исследуется приверженность популярных развлекательных телеканалов приемам класси-

ческого линейного программирования, направленным на сохранение аудитории перед экранами телевизоров и учитывающим ее ритм жизни.

В исследовании мы сделали акцент на анализе приемов традиционного линейного программирования, а не на видах контента. Для этого выбраны следующие хронологические рамки: 3–16 апреля 2023 г. Мы остановились на этих двух неделях, так как было важно, чтобы в изучаемый период не было государственных праздников, дополнительных выходных дней и иных событий, которые могли привести к изменению верстки телеканалов.

При исследовании приемов программирования использованы следующие понятия.

Телевизионное программирование — процесс по планированию телевизионного эфира, суть которого состоит в первоначальном отборе продукта и разработке расписания передач с использованием тактик программирования [12, р. 69]. При этом, в рамках этого процесса важно учитывать интересы аудитории и ситуацию на телевизионном рынке.

Горизонтальное программирование — вид телевизионного программирования, при котором в одно и то же время на ежедневной основе в эфире транслируется конкретный телевизионный продукт [13, с. 70].

Вертикальное программирование — вид телевизионного программирования, при котором конкретный телевизионный продукт транслируется один раз в неделю [8, с. 778].

Группировка — стратегия планирования эфира, для которой характерна демонстрация двух и более схожих телевизионных продуктов подряд [14, с. 228].

Марафон — способ планирования эфирного дня, в рамках которого в течение одного или нескольких тайм-слотов в эфире телеканала транслируют разные выпуски одного телевизионного продукта [14, с. 229].

Шахматный порядок — стратегия программирования эфира телеканала, при котором программа транслируется на канале не ежедневно, а раз в несколько дней, то есть в одном тайм-слоте есть несколько похожих продуктов [7, с. 294].

Мост — прием программирования, который направлен на предотвращение сокращения аудитории в ключевых местах в расписании с помощью продолжения или, наоборот, более раннего завершения программы, чем на канале-конкуренте [там же, с. 293].

Тайм-слоты — определенные промежутки времени, в которые идет какое-либо телевизионное событие.

Дейпатинг — деление эфирного дня на отрезки, в течение которых наблюдается изменение численности и состава аудитории [там же, с. 297].

Основываясь на положениях, изложенных в работе «Программирование тайм-слотов телеканалов «большой тройки»: эфир будних дней» Ю.И. Долговой, Г.В. Перепечиной и О.В. Тихоновой [15, с. 326], а также собственных наблюдениях, мы определили следующее деление эфирного дня.

1. Раннее утро: 05:00–09:00.
2. Позднее утро: 09:00–13:00.
3. День: 13:00–16:00.
4. Предпрайм: 16:00–19:00.
5. Прайм-тайм: 19:00–23:00.
6. Постпрайм: 23:00–01:00.
7. Ночь: после 01:00.

При анализе тайм-слотов мы выделяли проекты и их форматы, которые транслировались в эфире. Также

мы рассмотрели ситуацию, когда программа начиналась в один тайм-слот и продолжалась на канале в течение нескольких тайм-слотов без прерывания другими единицами контента.

Для определения жанров и форматов мы опираемся на классификацию, которую применяют отечественные исследователи развлекательного телевидения (Акинфеев С.Н., Ильченко С.Н., Удовиченко Р.В.). С учетом современного состояния российского развлекательного телевидения телекомпания все чаще в эфире представляют программы следующих жанров и форматов:

Реалити-шоу — сценарно организованное взаимодействие людей, которые в течение определенного промежутка времени находятся под видеонаблюдением [16, с. 577].

Скетч-шоу — передача, в которой показываются небольшие комедийные сценки, представляющие собой законченные художественные произведения и никак не связанные с последующими или предыдущими эпизодами [17, с. 122].

Юмористический журнал — совокупность миниатюр или короткометражных фильмов, в которых принимают участие профессиональные актеры [18, с. 86], например, «Ералаш».

Телевизионная игра — взаимодействие людей, которое основывается на соревновании, сражении и подчиняется заранее установленным правилам, цель — получить главный приз или признание: «Форт Боярд» (СТС), «Вундеркинды» (телеканал «Пятница») [16, с. 578].

Юмористическое шоу, как подвид шоу — программы, основная суть которых заключается в выступлении юмористов, исполняющих миниатю-

ры [17, с. 122], такие как, «Импровизаторы», «Однажды в России».

Музыкальное шоу — программы, суть которых в выступлении артистов и исполнении ими своих песен или композиций других авторов [16, с. 578].

Тревел-шоу, как подвид шоу — программы, основная цель которых представить аудитории информацию о путешествиях, где авторы и ведущие сами являются путешественниками, затрагивая вопросы культуры, истории, кулинарии через взаимодействие [там же].

Новизна нашего исследования заключается в сравнительном анализе основных приемов программирования телеканалов СТС, ТНТ и «Пятница». Было установлено, что приверженность традиционным приемам обеспечила СТС аудиторией, в отличие от каналов-конкурентов, с учетом развития развлекательных интернет-проектов. Так, по итогам 2023 г. СТС стал лидером среди изучаемых каналов, в то время как ТНТ и «Пятница», программируя эфир хаотично, оказались в менее выгодном положении.

Практическая значимость работы заключается в возможности использовать полученные результаты для дальнейшего изучения развлекательного сегмента российского телевидения. На основе данного исследования определено, как каналы программируют свой эфир. Полученная в ходе работы информация способствует формированию представлений об особенностях планирования эфира телеканалов СТС, ТНТ и «Пятница».

Таким образом, в рамках работы мы проанализировали контент телеканалов СТС, ТНТ и «Пятница» с учетом особенностей их программирования в условиях конкуренции.

Гипотеза нашего исследования заключается в том, что отечественные развлекательные телеканалы в условиях развития интернета стали в меньшей степени обращаться к традиционным приемам программирования.

Особенности программирования развлекательных телеканалов

Программирование телеканала СТС

Контент телеканала СТС ориентирован на целевую аудиторию в возрасте от 10 до 45 лет. В эфире транслируют различные юмористические шоу («Уральские пельмени»), реалити-шоу («Большой побег») и сериалы.

В период с 3 по 16 апреля на СТС отдавали предпочтение горизонтальному программированию. Мы считаем, что это обусловлено стратегией выработки привычки у аудитории смотреть один и тот же или схожий контент в одно и то же время с понедельника по четверг. Несмотря на то, что пятница — будний день, на СТС для этого дня недели характерна сетка вещания, которая отличается от других дней. Так, частично в предпрайм и прайм-тайм с 3 по 6 апреля с 18:30 до 20:00 (понедельник — четверг) в эфире телеканала транслировали сериал «Моя мама — шпион», а с 11 по 13 апреля (вторник — четверг) в эти же временные слоты показывали сериал «Против всех». Его же 10 апреля показывали только с 19:00 до 19:50. Это связано с тем, что в понедельник 10-го числа в эфире показали две премьерные серии данного сериала. Для показа сериалов на СТС характерна группировка. Это видно

на примере расстановки такого контента с понедельника по четверг.

В изучаемый период в выходные дни (8, 9, 15, 16 апреля) на СТС также сохранился принцип горизонтального программирования. Большая часть эфира по субботам и воскресеньям была выделена под показ фильмов. В сетке вещания СТС их программировали как марафон. 8 апреля кино было в эфире с 12:25 по 03:10, 9 апреля — с 12:05 до 03:05, 15 апреля — с 13:00 до 03:25, 16 апреля — с 10:25 до 01:40.

В рамках анализа горизонтального программирования на телеканале СТС отдельно рассмотрим утро в промежутке с 5:00 до 8:00. Каждый день в течение двух недель этот слот заполнялся одинаково. В начале показывали скетч-шоу «6 кадров», затем мультфильмы, «Ералаш» и снова мультфильмы.

Постпрайм на СТС во все исследуемые дни программировался практически идентично. В этот слот на телеканале, за исключением понедельников, 3 и 10 апреля, показывали различные полнометражные фильмы. Тогда в эфир поставили реалити-шоу «Без границ», что говорит о применении вертикального программирования.

Для ночи характерно горизонтальное программирование и марафон. Большую часть эфирного времени в этот слот выделяли под сериалы. На неделе с 3 по 9 апреля показывали сериал «Два отца и два сына». На неделе с 10 по 16 апреля ночь будних дней отвели под сериал «Семейный бизнес», ночь выходных дней — под сериал «Последний из Магикян».

Стоит отметить, что руководство телекомпании СТС применяло в прайм-тайм и вертикальное

программирование. Так, по понедельникам в 20:00 3 апреля и 19:50 10 апреля транслировали реалити-шоу «Суперниндзя» и «Суперниндзя. Финал». По пятницам в предпрайм и прайм-тайм на СТС показывали юмористическое шоу «Уральские пельмени». 7 апреля программа была в эфире с 12:40 до 21:00, 14 апреля — с 13:10 до 21:00. После этого в оба дня на телеканале транслировали музыкальное шоу «Битва каверов».

Рассматривая отдельно программирование пятницы, можно сказать, что в этот день эфир программировался методом марафона, когда большая часть дня была выделена под проект «Уральские пельмени». Также стоит отметить следующий прием программирования: мост. Так, в 20:00 на телеканале ТНТ начался показ юмористического шоу *Comedy Club*, в это время на СТС показывали один из концертов «Уральских пельменей», который стартовал в 19:30.

Вопреки ожиданиям, мы пришли к выводу, что руководство телеканала СТС применяло методы классического линейного программирования. По результатам анализа мы можем выделить несколько особенностей: программирование эфира с понедельника по четверг, отдельно в пятницу и отдельно в выходные дни. Использование традиционных приемов программирования характерно для следующих временных слотов: раннее утро, день, предпрайм и прайм-тайм.

Программирование телеканала ТНТ

Контент телеканала ТНТ, в первую очередь, ориентирован на аудиторию с 14 до 44 лет. Как показал

анализ, эфир строится на основе показа сериалов, юмористических и музыкальных проектов, таких как «СашаТаня», «Семья», «Женский стендап» и «Конфетка».

В период с 3 по 16 апреля на ТНТ в большей степени не делали упор на традиционные приемы программирования. Однако при планировании эфира руководство канала все же использовало некоторые способы. Стоит отметить планирование эфирного дня по модели марафонов. Так, с понедельника по четверг в верстке превалировали сериалы. Причем, в отличие от СТС, им уделяли несколько слотов. Например, в понедельник, 3 апреля сериалы транслировали в промежутке с 09:00 до 15:25 и с 17:30 до 22:00. Это время с понедельника по четверг выделяли для проектов «СашаТаня», «Полицейский с Рублевки», «Реальные пацаны», «Кафе “Куба”», «Ольга» и «Семья». А уже во вторник с 09:00 до 22:00 транслировали исключительно сериалы. Подчеркнем, что такое изменение не обосновано ритмом жизни аудитории.

Кроме того, в рамках анализа эфирной структуры важно отметить программирование прайм-тайма на телеканале. В период с 3 по 6 апреля его отдавали для выхода премьерных серий сериалов «Кафе “Куба”» и «Семья». Первый проект был в эфире с 19:30 до 21:00 (в некоторые дни повтор прошлых серий начинался в предпрайме). Второй проект — с 21:00 до 22:00. На неделе с 10 по 16 апреля вместо сериала «Кафе “Куба”» стали транслировать «Ольгу». Слот с 21:00 до 22:00 остался за вторым сезоном сериала «Семья», кроме среды, 12 апреля, и четверга, 13 апреля. Данная ситуа-

ция связана с тем, что второй сезон этого сериала завершился.

Для расстановки сериалов в эфире телеканала ТНТ также использовали шахматный порядок. Таким способом в изучаемый нами период транслировали проекты «СашаТаня», «Полицейский с Рублевки» и «Реальные пацаны».

При расстановке в эфире передач позднего прайм-тайма характерно горизонтальное программирование, как это было в случае с программой «Женский стендап». Данное юмористическое шоу было в эфире с понедельника по четверг в 22:00.

В ходе нашего исследования мы выяснили, что руководство ТНТ использовало и вертикальное программирование. Оно характерно для слота с 23:00 до 01:00. Например, по понедельникам в эфире телеканала можно было посмотреть музыкальное шоу «Конфетка». Во вторник — музыкальное шоу «Музыкальная интуиция». В среду — реалити-шоу «Новые звезды в Африке».

Для ночного слота на ТНТ также характерна группировка. Так, в будние дни после 1 часа ночи в эфире транслировали юмористические шоу. Проекты «Импровизация. Команды», «Студия «Союз», «Открытый микрофон» и «Однажды в России» были в эфире, в основном, до 9 утра следующего эфирного дня. В некоторые дни юмористические шоу были в эфире до 8:30 или до 11:05.

Планирование эфира по пятницам, 7 и 14 апреля, характеризуется расстановкой контента методами марафона, группировки, а также вертикального программирования, что было в случае с юмористическим шоу *Stand Up*.

Для субботы характерны вертикальное программирование и группировка. Так, в 8:00 транслировали реалити-шоу «Бьюти баттл», с 10:00 до 13:30 в эфире телеканала можно было посмотреть сериалы, а после и до 21:00 — реалити-шоу «Битва экстрасенсов» и «Экстрасенсы. Битва сильнейших». Музыкальное шоу «Музыкальная интуиция» выходило в 21:00, юмористическое шоу «Женский стендап» было в эфире в 23:00.

В воскресенье на ТНТ, в основном, показывали полнометражные фильмы, сериалы, юмористические и реалити-шоу. Мы считаем, что в этот день эфир планировали преимущественно методом группировки.

Проанализировав программирование телеканала ТНТ, мы пришли к выводу, что руководство канала чаще всего не ориентируется на традиционные приемы программирования при планировании эфирного дня, что подтверждает нашу гипотезу. Иногда программы не имели фиксированного времени выхода.

Программирование телеканала «Пятница»

Программное наполнение телеканала «Пятница» ориентировано на зрителей в возрасте от 14 до 44 лет. Большая часть эфира была выделена под трансляцию развлекательных телепередач: реалити-шоу и тревел-шоу, чаще всего созданных компаниями холдинга «Газпром-медиа».

В ходе анализа мы выявили, что телеканал «Пятница» в большей степени не ориентируется на традиционные приемы программирования. Несмотря на это, при анализе мы выявили, что в некоторые тайм-слоты эфир выстраивался с учетом традиционных приемов программи-

рования. Так, следует уделить внимание методу группировки, особенно в будние дни. В утренние, дневные и вечерние часы в эфире транслировали кулинарные реалити-шоу. Подряд шли проекты «Кондитер», «Адский шеф», «Битва шефов». Как мы видим, эфирный будний день практически основывался на демонстрации проектов кулинарной тематики.

Кроме того, по будням, за редким исключением, для «Пятницы» характерно программирование методом моста. Например, по четвергам в прайм-тайм выходило тревел-шоу «Тревел-баттл». 6 апреля оно было в эфире с 20:50 до 21:50. В качестве исключения мы выделим прайм-тайм во вторник. На двух неделях в 20:00 в эфире было реалити-шоу «Кондитер». В это же время эфир стартовал и на каналах-конкурентах.

Отдельного внимания заслуживает программирование воскресенья. В этот день методом вертикального программирования в эфире поставили тревел-шоу «Пробный переезд» (с 10:00 до 10:50), тревел-шоу «Гастротур» (с 10:50 до 11:50), реалити-шоу «На ножах» (с 11:50 до 23:00) и реалити-шоу «Теперь я босс» (с 23:00 до 00:10). К тому же, как мы видим, в этот день использовали методы «мост», а также «марафон», когда транслировали проект «На ножах».

Примечательно, что постпрайм и ночь на телеканале «Пятница» содержательно программировали одинаково. В это время в эфире были полнометражные фильмы, сериалы и новостная программа «Пятница News». Отметим, что она была в эфире все дни. Однако единого времени выхода в эфир не зафиксировано.

В ходе анализа телеканала «Пятница» наша гипотеза подтвердилась. Мы пришли к выводу, что при расстановке телевизионных продуктов в эфире руководство не ориентировалось на приемы программирования. В отличие от конкурентов, в данном случае не использовали горизонтальное программирование.

Выводы

По итогам проведенного анализа можно заключить, что сложная конкурентная среда в период развития развлекательных онлайн-проектов оказала влияние на планирование эфирных дней нишевых телеканалов СТС, ТНТ и «Пятница».

Во-первых, мы считаем, что, планируя программную верстку, только на СТС сохранили приверженность организации эфира методом гори-

зонтального программирования и стремление ориентироваться на ритм жизни телевизионной аудитории. В ходе исследования мы установили, что такой подход характерен для версток с понедельника по четверг, особенно для сериалов, которые занимают не малую долю в структуре эфира.

Приемы программирования по тайм-слотам для каждого телеканала представлены в табл.

Во-вторых, как мы полагали в гипотезе исследования, телеканалы ТНТ и «Пятница» в условиях развития интернета в меньшей степени обращаются к приемам программирования. Однако нельзя не отметить, что в некоторые дни и в определенные тайм-слоты каналы все же использовали традиционные технологии планирования эфира,

Приемы программирования развлекательных телеканалов по тайм-слотам

Entertainment TV Programming Techniques by Time Slots

	СТС / STS	ТНТ / TNT	«Пятница» / Friday
Раннее утро / Early Morning	Горизонтальное программирование.	Вертикальное программирование; горизонтальное программирование; группировка.	Горизонтальное программирование; марафон.
Позднее утро / Late Morning	Группировка.	Горизонтальное программирование; марафон.	Вертикальное программирование; марафон; мост.
День / Day	Вертикальное программирование; группировка; марафон.	Горизонтальное программирование; марафон; шахматный порядок.	Вертикальное программирование; группировка; марафон; мост.
Пред-прайм / Pre-Prime	Вертикальное программирование; горизонтальное программирование; группировка; марафон.	Горизонтальное программирование; марафон; шахматный порядок.	Вертикальное программирование; группировка; марафон; мост.

Окончание табл. / The End of the Table

	СТС / STS	ТНТ / TNT	«Пятница» / Friday
Прайм-тайм / Prime Time	Вертикальное программирование; горизонтальное программирование; группировка; марафон; мост.	Горизонтальное программирование; марафон.	Вертикальное программирование; группировка; марафон; мост.
Пост-прайм / Post-Prime	Вертикальное программирование; марафон	Вертикальное программирование; горизонтальное программирование; группировка; марафон.	Вертикальное программирование; группировка; марафон.
Ночь / Night	Горизонтальное программирование; марафон.	Горизонтальное программирование; группировка.	Горизонтальное программирование.

которые мы описали в начале этой работы. Мы определили, что оба канала применяли метод группировки и марафона. Например, ТНТ так расставлял в программе сериалы «СашаТаня» и «Полицейский с Рублевки». Телеканал «Пятница» — реалити-шоу «На ножжах».

В-третьих, при всех имеющихся отличиях по контенту, планированию эфирного дня и стратегии работы в условиях высокой конкуренции и развития онлайн-среды, выбранные нами отечественные телеканалы полностью отказались от традиционных стратегий программирования, что подтверждает нашу гипотезу. В меньшей степени к ним обращаются

«Пятница» и ТНТ. Стратегия телеканала СТС, в соответствии с которой большая часть эфирного дня выстраивается на основе приемов программирования, имеет свои положительные результаты. По итогам телесмотра в 2023 г. этот канал занял лидирующую позицию среди изученных нами СМИ. Мы считаем, что это стало возможным благодаря грамотно выстроенной стратегии программирования с учетом развития отечественного сегмента интернета.

Можно предположить, что этот фактор стал одним из немногих, повлиявшим на успех СТС. Здесь важно учитывать также эффективные стратегии в онлайн-пространстве.

Список использованной литературы

1. Немчинова Е.Ю. Традиционные СМИ в социальных сетях: попытки взаимодействия / Е.Ю. Немчинова. — EDN XAKNOT // Знак: проблемное поле медиаобразования. — 2016. — № 4 (21). — С. 41–47.
2. Юшкова Н.А. Подглядывание — необходимая потребность в жизни общества и человека / А.Н. Юшкова. — DOI 10.30853/manuscript.2020.6.26. — EDN MJWUAR // Манускрипт. — 2020. — Т. 13, № 6. — С. 138–141.
3. Гришина А.О. Молодежная аудитория телевидения в цифровом обществе / А.О. Гришина. — DOI 10.17805/trudy.2022.2.10. — EDN OVQKLW // Научные труды Московского гуманитарного университета. — 2022. — № 2. — С. 77–82.

4. Бачинин В.А. Молодежная «Телесоциализация»: проблемы и парадоксы / В.А. Бачинин. — EDN MWEDHL // Россия и современный мир. — 2010. — № 3. — С. 127–135.
5. Program Media Radio, Televesi, dan Media Online / W. Kustiawan, A.S. Tanjung, A. Rifai, M.W. Simanjuntak // Jurnal Ilmiah Teknik Informatika dan Komunikasi. — 2022. — Vol. 26, no. 2. — P. 18–29.
6. Хлызова А.А. Телевидение в условиях конвергенции на современном этапе / А.А. Хлызова. — EDN XROYZB // Ученые записки Казанского университета. Серия Гуманитарные науки. — 2016. — Т. 158, № 4. — С. 1108–1122.
7. Зубок А.С. Телевизионный бизнес / А.С. Зубок. — Москва : Шк. издат. и медиа бизнеса, 2012. — 560 с.
8. Могилевская В.С. Трансформация программной стратегии нишевого развлекательного телеканала в условиях конкурентной медиасреды (на примере СТС и ТНТ) / В.С. Могилевская — DOI 10.17150/2308-6203.2021.10(4).775-791. — EDN JQHXPН // Вопросы теории и практики журналистики. — 2021. — Т. 10, № 4. — С. 775–791.
9. Могилевская В.С. Особенности программирования линейных телеканалов в условиях пандемии COVID-19 (на примере «Первого канала» и СТС) / В.С. Могилевская — DOI 10.15826/izv1.2022.28.3.042. — EDN NFEOXI // Известия Уральского федерального университета. Серия 1: Проблемы образования, науки и культуры. — 2022. — Т. 28, № 3. — С. 17–34.
10. Bielby W.T. Controlling Prime-Time: Organizational Concentration and Network Television Programming Strategies / W.T. Bielby, D.D. Bielby // Journal of Broadcasting & Electronic Media. — 2003. — Vol. 47, no. 4. — P. 573–596.
11. León-Anguiano B. Commercialisation and Programming Strategies of European Public Television. A Comparative Study of Purpose, Genres and Diversity / B. León-Anguiano // Observatorio (OBS*) Journal. — 2007. — Vol. 1, no. 2. — P. 81–102.
12. Zyngintas P. Classical and Modern Programming Techniques of Television / P. Zyngintas // Information Sciences. — 2004. — Vol. 29. — P. 58–69.
13. Долгова Ю. И. Программирование универсальных телеканалов в условиях острой конкуренции (на примере «Первого канала» и «России 1») / Ю.И. Долгова, В.С. Федорова. — DOI 10.30547/mediaalmanah.3.2019.6474. — EDN PKVEDF // Меди@льманах. — 2019. — № 3. — С. 64–74.
14. Gross B. Programming for TV, Radio, and the Internet. Strategy, Development and Evaluation / B. Gross, L.S. Gross, Ph. Perebinosoff. — Amsterdam ; Boston : Focal Press, 2005. — 331 p.
15. Долгова Ю.И. Программирование тайм-слотов телеканалов «большой тройки»: эфир будних дней / Ю.И. Долгова, Г.В. Перепечина, О.В. Тихонова. — DOI 10.17223/19986645/69/16. — EDN VANAQE // Вестник Томского государственного университета. Филология. — 2021. — № 69. — С. 321–339.
16. Долгова Ю.И. Жанрово-форматные особенности развлекательного телевидения / Ю.И. Долгова, Н.О. Ершов, Т.Т.З. Чан. — DOI 10.22363/2312-9220-2022-27-3-573-589. — EDN EIBNEK // Вестник российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение, журналистика. — 2022. — Т. 27, № 3. — С. 573–589.
17. Акинфеев С.Н. Развлекательное телевидение: определение, классификация, жанры / С.Н. Акинфеев. — EDN KGBDOZ // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. — 2008 — № 6. — С. 110–124.
18. Ильченко С.Н. Система жанров отечественного телевидения и ее трансформация в условиях глобализации информационного пространства / С.Н. Ильченко. — Москва : Академия, 2012. — 149 с.

References

1. Nemchinova E.Yu. Median in Social Networks: Interaction Effects. *Znak: problemnoe pole mediabrazovaniya = Sign: The Problem Field of Media Education*, 2016, no. 4, pp. 41–47. (In Russian). EDN: XAKNOT.

2. Yushkova N.A. Peeping is Essential Need in Life of Man and Society. *Manuskript = Manuscript*, 2020, vol. 13, no. 6, pp. 139–141. (In Russian). EDN: MJWUAR. DOI: 10.30853/manuskript.2020.6.26.

3. Grishina A.O. The Youth Audience of Television in a Digital Society. *Nauchnye trudy Moskovskogo gumanitarnogo universiteta = Scientific Works of the Moscow University for the Humanities*, 2022, no. 2, pp. 77–82. (In Russian). EDN: OVQKLW. DOI: 10.17805/trudy.2022.2.10.

4. Bachinin V.A. “TV-Socialization” of Youth: Problems and Paradoxes. *Rossiya i sovremenniy mir = Russia and the Contemporary World*, 2010, no. 3, pp. 127–135. (In Russian). EDN: MWEDHL.

5. Kustiawan W., Tanjung A.S., Rifai A., Simanjuntak M.W. Program Media Radio, Televisi, dan Media Online. *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika dan Komunikasi*, 2022, vol. 2, no. 2, pp. 18–29.

6. Khlyzova A.A. Television under the Convergence of Mass Media at the Present Stage. *Uchenye zapiski Kazanskogo universiteta. Seriya: Gumanitarnye nauki = Proceedings of Kazan University. Humanities Series*, 2016, vol. 158, no. 4, pp. 1108–1122. (In Russian). EDN: XROYZB.

7. Zubok A.S. *TV Business*. Moscow, Shkola izdatel'skogo i media biznesa Publ., 2012. 560 p.

8. Mogilevskaia V.S. Transformation of the Program Strategy of a Niche Entertainment TV Channel under Conditions of a Competitive Media Environment (on the Example of STS and TNT). *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2021, vol. 10, no. 4, pp. 775–791. (In Russian). EDN: JQHXPB. DOI: 10.17150/2308-6203.2021.10(4).775-791.

9. Mogilevskaia V.S. Features of Linear TV Channels’ Programming in Context of CO-VID-19 Pandemic (Through Examples of “Channel One” and STS). *Izvestiya Ural'skogo federal'nogo universiteta. Seriya 1: Problemy obrazovaniya, nauki i kul'tury = Izvestia Ural Federal University Journal. Series 1: Issues in Education, Science and Culture*, 2022, vol. 28, no. 3, pp. 17–34. (In Russian). EDN: NFXOXI. DOI: 10.15826/izv1.2022.28.3.042.

10. Bielby W.T., Bielby D.D. Controlling Prime-Time: Organizational Concentration and Network Television Programming Strategies. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 2003, vol. 47, no. 4, pp. 573–596.

11. León-Anguiano B. Commercialisation and Programming Strategies of European Public Television. A Comparative Study of Purpose, Genres and Diversity. *Observatorio (OBS*) Journal*, 2007, vol. 1, no. 2, pp. 81–102.

12. Zyngintas P. Classical and Modern Programming Techniques of Television. *Information Sciences*, 2004, vol. 29, pp. 58–69.

13. Dolgova Yu.I., Fedorova V.S. Programming General-Interest Television Channels under Intense Competition (a Case Study of Pervyj Kanal and Rossiya 1). *MediaAl'manakh = MediaAlmanah Journal*, 2019, no. 3, pp. 64–74. (In Russian). EDN: PKVEDF. DOI: 10.30547/mediaalmanah.3.2019.6474.

14. Gross B., Gross L.S., Perebinosoff Ph. *Programming for TV, Radio, and the Internet. Strategy, Development and Evaluation*. Amsterdam, Boston, Focal Press, 2005. 331 p.

15. Dolgova Yu.I., Peripechina G.V., Tikhonova O.V. Programming Time Slots of the “Big Three” TV Channels: Weekday Broadcast. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya = Tomsk State University Journal of Philology*, 2021, no. 69, pp. 321–339. (In Russian). EDN: VANAQE. DOI: 10.17223/19986645/69/16.

16. Dolgova Yu.I., Ershov N.O., Dung T.T.T. Genre-Format Features of Modern Entertainment Television. *Vestnik Rossiiskogo Universiteta Druzhby Narodov. Seriya: Literaturovedenie, zhurnalistika = RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism*, 2022, vol. 27, no. 3, pp. 573–589. (In Russian). EDN: EIBNEK. DOI: 10.22363/2312-9220-2022-27-3-573-589.

17. Akinfeev S.N. Entertainment Television: Definition, Classification, Genres. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika = Moscow University Journalism Bulletin*, 2008, no. 6, pp. 110–124. (In Russian). EDN: KGBDOZ.

18. Ilchenko S.N. *The System of Genres of Domestic Television and Its Transformation in the Context of Globalization of the Information Space*. Moscow, Akademiya Publ., 2012. 149 p.

Информация об авторе

Ершов Никита Олегович — аспирант, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, г. Москва, Российская Федерация, nik_ershov@yahoo.com,  <https://orcid.org/0000-0002-2213-5999>.

Author Information

Nikita O. Ershov — PhD Student, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russian Federation, nik_ershov@yahoo.com,  <https://orcid.org/0000-0002-2213-5999>.

Для цитирования

Ершов Н.О. Особенности программирования отечественных развлекательных телеканалов в условиях развития интернета (на примере СТС, ТНТ и «Пятницы») / Н.О. Ершов. — DOI 10.17150/2308-6203.2024.13(4).757-771. — EDN IYFRGL // Вопросы теории и практики журналистики. — 2024. — Т. 13, № 4. — С. 757–771.

For Citation

Ershov N.O. Programming Features of Domestic Entertainment TV Channels in Conditions of Internet Development (on the Example of STS, TNT and Friday). *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2024, vol. 13, no. 4, pp. 757–771. (In Russian). EDN: IYFRGL. DOI: 10.17150/2308-6203.2024.13(4).757-771.