ТЕЛЕВИДЕНИЕ И РАДИО

Долгова Юлия Игоревна, кандидат филологических наук, доцент кафедры телевидения и радиовещания факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова; e-mail: YIDolgova@gmail.com

Зыкова Василиса Сергеевна, выпускница факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова; e-mail: vasilisazykova@gmail.com

«ПЯТЫЙ КАНАЛ»: СТРАТЕГИИ ПРОГРАММИРОВАНИЯ УНИВЕРСАЛЬНОГО ВЕЩАТЕЛЯ «ВТОРОГО ЭШЕЛОНА»

В данной статье на примере «Пятого канала» исследуются стратегии программирования вещателя, являющегося «догоняющим» по отношению к каналам «большой тройки». Изучается программирование вещателя в ключевые периоды его истории в XXI веке, анализируется путь, который прошел региональный канал, чтобы занять достойное место вслед за тройкой лидеров федерального эфира. В ходе исследования внимание фокусируется на форматах, характерных для телеканала в изучаемые периоды, а также на приемах, используемых при планировании эфирной сетки. В результате эволюции программной стратегии «Пятый канал» отказался от концепции многожанрового и многотемного программирования, обилия фильмов и передач иностранного производства. Оставаясь сегодня каналом общего интереса, вещатель позиционирует себя как «законодателя детективной моды». Программная сетка преимущественно программируется отличным от каналов «большой тройки» образом, однако, традиционные для универсальных каналов форматы сохранены: утренний развлекательный канал, новости, информационная аналитика. Часто используются приемы «группировка», «бесшовный переход», позволяющие добиться максимальной консервации имеющейся на канале аудитории.

Ключевые слова: *программирование, эфирная сетка, контент-стратегия, контрпрограммирование, группировка.*

Yuliya I. Dolgova, PhD in Philology, Associate Professor at the Chair of Television and Radio Broadcasting, Faculty of Psychology, Lomonosov Moscow State University; e-mail: YIDolgova@gmail.com

Vasilisa S. Zykova, graduate of the Faculty of Psychology, Lomonosov Moscow State University; e-mail: vasilisazykova@gmail.com

THE FIFTH CHANNEL: PROGRAMMING STRATEGIES OF THE SECOND-TIER UNIVERSAL BROADCASTER

This article focuses on the issue of TV competitive programming. It explores the programming strategy of the Fifth Channel, a mass-appeal channel lagging slightly

behind Russian "Big Three" channels in terms of share and rating. We investigate the formats which were selected for programming, as well as the application of some scheduling techniques such as "counterprogramming", "blunting", "blocking", "flow strategies", "seamlessness" in the key periods of the Fifth Channel's history in the 21st century: the fall seasons of 2006 and 2010, the spring season of 2011 and the fall season of 2016. In conclusion, we can say that as a result of the evolution of its programming strategy the Fifth Channel has abandoned the concept of multi-genre and multi-theme programming and reduced the number of foreign products on the air. Today, the Fifth is generally programmed in a way different from its possible competitors. The broadcaster is positioning itself as a "trendsetter in detective fashion" but at the same time the schedule includes formats that are traditional for mass-appeal channels: morning entertainment programs, news and information analytics. Frequently, the programmer applies the techniques of "blocking" and "seamlessness" to achieve maximum audience retention.

Key words: *programming, broadcast schedule, content strategy, counter-programming, blocking.*

Введение

Современное коммерческое вещание предполагает постоянную борьбу за зрителя, которая становится все жестче, ведь сегодня каналам приходится соперничать не только друг с другом, но и с новыми медиа. Тем не менее, с точки зрения рейтинга и доли телевизионных программ, «Первый канал» и «Россия 1» остаются в лидерах. В советские времена на большей части территории страны телеаудитория преимущественно имела доступ только к каналам, располагавшимся на первых двух кнопках. Сегодня многие телезрители по-прежнему смотрят по привычке два главных канала, хотя уже совершенно иных. В 90-е гг. XX в. место в тройке лидеров занял телеканал НТВ. Возможность догнать и потеснить фаворитов во многом зависит от программной стратегии, выбранной вещателем, которую, на наш взгляд, целесообразно рассмотреть на примере «Пятого канала». Чуть больше 10 лет назад этот телеканал «общего интереса» был доступен только жителям Санкт-Петербурга и Ленинградской области. Тем временем «Пятому» было суждено выйти на общенациональный уровень и за сравнительно короткий срок занять устойчивую позицию в рейтинге отечественных вещателей. По среднесуточной доле аудитории в России «Пятый» стоит на четвертом месте после признанных лидеров[1], а иногда ему удается «потеснить с пьедестала» и «НТВ»[2]. Доля аудитории «Пятого» продемонстрировала стабильный рост, увеличившись с 2015 г. по 2016 г. на 2%[3].

«Пятый» смотрят сотни тысяч людей по всей стране, и можно предположить, что стратегия программирования единственного федерального канала с центром вещания из Петербурга довольно успешна.

Модификация современной теории программирования в России

Вопрос конкурентного программирования коммерческого телевещания в российской науке о телевизионной журналистике остается малоизученным. Основы теории телевизионного программирования были заложены в отечественной науке о телевидении еще в 60–70-е гг. XX в. Э.Г. Багировым (1978) и Р.А. Борецким (1967). Представления о программной верстке того времени можно назвать немного идеалистическими, далекими от реалий современной действительности. Например, Р.А. Борецкий писал о том, что главными принципами программы передач должны стать: «Во-первых, тематическое разнообразие, соответствующее ориентации основных категорий зрителя. Во-вторых, жанровое многообразие внутри программы. В-третьих, максимально широкое использование выразительных возможностей телевидения. В-четвертых, соблюдение внутренних, темпо-ритмических пропорций между компонентами программы» (Борецкий, 1967: 144).

Такая логика построения эфирной верстки была обоснована идеологическими задачами, которые возлагались на советское телевидение и должны были успешно реализовываться каждым компонентом программы. Современное коммерческое телевещание направлено преимущественно на то, чтобы заполучить максимальную аудиторию. С.Т. Истмен, Д.А. Фергюсон, в частности, перечисляют следующие принципы телевизионного вещания, которые должны помочь программному директору добиться этих целей: формирование привычки к просмотру любимой программы (способствует горизонтальное программирование, т.е. постановка передач в одном и том же тайм-слоте в течение большей части/всех дней недели); использование инертности телезрителей во время телепросмотра (содействуют реализации данного принципа приемы «группировка однотипных программ», «бесшовный переход», смена одной программы другой без рекламных вставок). Также одним из основных принципов современного программирования является не максимальное использование выразительных возможностей экрана (что также, конечно, полезно), а сохранение программных

ресурсов, т.е. то, что уже произведено, должно быть использовано максимально эффективно (Eastman, Ferguson, 2006).

Вопрос высокоэффективного конкурентного программирования «отстающих» телеканалов не изучен современными отечественными исследователями.

В ходе анализа программирования «Пятого канала» внимание будет сфокусировано на контент-стратегии вещателя (выбираемых руководством канала жанрах и форматах эфирного контента), а также на расстановке передач в сетке вещания (scheduling strategies). В своем исследовании мы выделили форматы, которые были найдены нами во время пилотного изучения контента «Пятого канала», и предложили собственный список форматов, основанный на классификаторе, составленном Г.В. Кузнецовым (2000: 193–203), а также перечне, используемом аналитическим центром «Видео Интернешнл» (Коломиец, Полуэхтова (ред.), 2010: 115). В него вошли:

А) *информационные программы* – периодически выходящие в эфир сообщения о текущих событиях (в том числе «новости одного профиля»);

Б) *социально-политические программы* – передачи, главная функция которых заключается в формировании общественного мнения, а непременным элементом является аналитика; они предполагают как субъективное комментирование текущих событий, так и обсуждение социально значимых проблем, не привязанное к актуальному информационному поводу;

В) *познавательные программы* – программы, благодаря которым человек получает новые знания о мире (совокупность познавательно-развлекательных, культурно-просветительских и даже религиозных передач) (Кузнецов, 2000);

Г) *развлекательные программы* – передачи, призванные доставить зрителю удовольствие, дать ему отдохнуть после трудового дня или набраться сил перед ним; основная их функция – рекреативная (к ним также относятся музыкальные программы, выделенные социологами в отдельную категорию, а также спортивные программы, которые сегодня на канале практически отсутствуют, но встречались в прошлом);

Д) *детские программы* – телепередачи, ориентированные на детскую и подростковую аудиторию (0–18), в том числе мультфильмы;

Е) *кинопоказ* – художественные фильмы, транслирующиеся в эфире телеканала (в том числе многосерийные – до 10 серий);

Ж) *сериалы* – любые многосерийные (от десяти выпусков) телепроизведения, эпизоды которых выходят на канале с определенной периодичностью;

З) отдельно стоит выделить благотворительные проекты «Пятого канала» – программы коммерческого телеканала, не нацеленные на получение прибыли, но приносящие пользу обществу.

Как советские, так и современные отечественные исследователи в качестве необходимого фактора, который надо учитывать при программировании, рассматривали ритм жизни телевизионной аудитории (Борецкий, 1967; Коломиец (ред.), 1999; Толоконникова, 2008; Фирсов, 1971 и др.). В ходе исследования для анализа программной сетки в этом аспекте для будних дней будут использоваться обобщенные данные «Mediascope» (ранее TNS Gallup Media): раннее утро (07:00-09:00), позднее утро (09:00-13:00), день (13:00-16:00), предпрайм (16:00-19:00), прайм-тайм (19:00-23:00), постпрайм (23:00-01:00) и поздняя ночь (после 01:00) (Толоконникова, 2008), а для выходных дней периодизация, указанная в работе Вартановой: утро (08:00-13:00), дневное время (13:00-19:00), прайм-тайм (19:00-23:30), постпрайм (23:30-01:00) и ночь (оставшееся время после 01:00) (Вартанова, 2003: 205).

В данной статье мы будем исходить из предположения, что «отстающий» телеканал, для того чтобы попытаться отвлечь зрителей от канала-конкурента, будет строить свою эфирную сетку при помощи приема «контрпрограммирования», т.е. в эфир будут ставиться программы, значительно отличающиеся по целевой аудитории/формату/тематике от тех, которые предлагает канал-конкурент. Для сохранения той аудитории, которую каналу удалось заинтересовать своими программами, телевизионные продюсеры будут обращаться к методам «бесшовный переход», «горизонтальное программирование», «группировка» (сочетание однотипных программ), «удвоение эпизодов».

Для того чтобы проверить исходную гипотезу, мы посчитали целесообразным проанализировать программирование «Пятого канала» в развитии (после возвращения в общенациональный эфир телеканал не сразу добился популярности у аудитории), а также сравнить программное предложение «Пятого» с программной сеткой других, более успешных универсальных каналов (так называемых каналов «большой тройки»). Таким образом, хронологические рамки исследования будут ограничиваться четырьмя

временны́ми периодами. Осенний сезон 2006 г. (в октябре 2006 г. «Пятый» вернул себе право на общенациональный эфир), сезон 2010/2011 гг. (осенью 2010 г. были анонсированы изменения в программной стратегии телеканала, а в марте 2011 г. его среднесуточная доля превысила 3% – для «Пятого» на тот момент это был рекордный результат). Наконец, осенний сезон 2016 г. отчасти иллюстрирует программирование «Пятого канала» на современном этапе, не затрагивая изменений последнего времени.

Взятый для исследования достаточно протяженный по времени период позволяет рассмотреть программную стратегию «Пятого канала» в динамике, показать влияние на эфирную сетку знаковых событий в истории канала, а также представить эффективную стратегию борьбы за место в тройке лидеров на поле разработки программной политики.

Программирование «Пятого канала» осенью 2006 г.

Именно в 2006 г. «Пятый» выиграл конкурс на вещание в 43 субъектах РФ[4] и вновь начал строить свою программную политику как общенациональный телеканал. Таблица 1 демонстрирует соотношение выделенных форматов в эфире в 2006 г.

Таблица 1

Жанрово-тематическая структура контента «Пятого канала» (октябрь, 2006)

Тип программ	Названия программ	Объем вещания в неделю, чч.мм	Доля (%) в объеме вещания
1. Информационные	«Сейчас», «Сейчас о главном», «Сейчас о спорте», «Экстренный вызов 112»	≈15:20	≈9
2. Социально-политические	«Большая страна», «Главное», «Наболевший вопрос», «Неделя в большой стране», «Открытая студия», «оПять о футболе», «Телекурьер», «Энергичные люди»	≈12:45	≈7,5
3. Познавательные	«Дом быта», «Культурный слой», «Мобилизация», «Мода на все», «Совершенно секретно», документальные фильмы и сериалы	≈19:35 (д/ф – 16:15)	≈11,5 (д/ф – ≈10)

Окончание таблицы 1

4. Развлекательные	«Горькая правда», «Женский вечер на 5-м», «Игра ума», «К доске», «Люди встречаются...», «Не вовремя», «Одинокие желают познакомиться», «Утро в большой стране», спортивные трансляции	≈23:05	≈14
5. Детские	«Клуб знаменитых хулиганов», м/с «Баркли – шкодливый пес», м/с «Дьяволик», м/с «Мудрость гномов», м/с «Черепашки-ниндзя»	≈5:45	≈3,5
6. Кинопоказ	Зарубежные и отечественные фильмы разных жанров	≈67:55	≈40,5
7. Сериалы	«Агентство “Лунный свет”», «Вторая жизнь», «Давай поженимся», «Исцеление любовью», «Медиум», «Новая семейка Аддамс», «Старшеклассники»	≈23:35	≈14
8. Благотворительные	Отсутствуют	Отсутствуют	Отсутствуют

Мы видим, что самую значительную часть своего эфирного времени в 2006 г. канал отдавал под кинопоказ, остальные типы программ были представлены в сетке в относительно равном соотношении (исключение составляли детские передачи, их доля в объеме вещания телеканала была значительно ниже, чем доля иных программных продуктов). Помимо традиционных для коммерческого телевидения развлекательных форматов значительное место занимали информационные, социально-политические и познавательные форматы. На данном этапе своего развития канал отчасти следовал принципу жанрово-тематического разнообразия эфирной сетки, о котором писал Р.А. Борецкий.

Как было отмечено, самую значительную часть своего эфирного времени вещатель в 2006 г. отдавал под кинопоказ. При этом уточним, что из 76 художественных фильмов, показанных за четыре недели, 55 (≈72%) – зарубежного производства (в основном США, хотя присутствуют и другие страны-производители) и только 21 (≈28%) – отечественного (причем из них один был снят в России, остальные – в СССР).

Телеканал делал ставку на трансляцию зарубежного контента и в других сегментах. Документальные фильмы, занимавшие десятую часть эфирного времени, были преимущественно иностранного производства – проекты «Би-би-си» (BBC), «Дискавери» (Discovery) и «Нэшнл географик» (National Geographic). Из всех сериалов, демонстрировавшихся на «Пятом», в России был полностью произведен лишь один («Старшеклассники»); среди мультсериалов, выходивших в эфир канала, не было ни одного отечественного.

Одновременно, согласно поставленной перед ним в тот период государством задаче, «Пятый» должен был стать «общенациональным каналом российских регионов»[5]. Достичь этой цели вещатель намеревался при помощи большого количества прямых эфиров, а также использования интерактивных технологий. В крупных городах создаются «открытые студии», аналогичные петербургской. В последующем свою миссию «Пятый» преимущественно реализовывал через информационное вещание и социально-политические программы («Большая страна», «Неделя в большой стране», «Открытая студия», «Главное»). В программе «Сейчас» выходили материалы, интересные жителям определенных городов и областей нашей страны (например, «в Самаре открылась новая станция метро»).

При этом «Пятый канал» оставался преимущественно «питерским»: студии в других городах были вспомогательными. В эфирной сетке «Пятого» сохранились передачи «Телекурьер» и «Игра ума» (телеигра, в которой школьники соревновались в ораторском искусстве), хорошо знакомые зрителям Санкт-Петербурга и унаследованные телеканалом еще от Ленинградского ТВ. «Пятый» периодически транслировал футбольные матчи с участием главной городской команды «Зенит» и другое.

В октябре 2006 г. для телеканала по будням был более характерным метод горизонтального программирования, хотя вечер пятницы и выходные дни программировались по вертикальному принципу (т.е. передачи ставились в сетку лишь один раз в неделю). «Удвоение эпизодов» и «группировка» при программировании эфира не использовались. Как в будние, так и в выходные дни программирование осуществлялось с ориентацией на ритм жизни телезрителей. Например, в будние дни после утреннего развлекательно-познавательного канала в эфирной сетке стояли

программы для аудитории, оставшейся дома (как правило, пенсионеров и домохозяек), развлекательное постановочное ток-шоу и мелодраматический сериал. В 13.05 начинался блок мультфильмов для школьников младших классов, вернувшихся с учебы. В дневном эфире можно было посмотреть сериал для старших школьников. Утро субботы в 8.40 также начиналось с мультфильмов, затем зрителям предлагался семейный кинофильм, ток-шоу о здоровье (передача, интересная уже проснувшимся взрослым), днем и вечером в эфире – кинопоказ, познавательные фильмы, передача о событиях в Санкт-Петербурге («Телекурьер»).

Прием «контрпрограммирование», который мы ожидали увидеть на телеканале, в это время используется, но не является доминирующим. Как уже было отмечено, в период «ранний день» «Пятый» предлагал блок мультиков, чего не было на каналах «большой тройки». В следующем временно́м интервале в будние дни стояло общественно-политическое ток-шоу «Открытая студия», что в принципе было новаторством для данного тайм-слота. Значительно отличался по программированию прайм-тайм пятницы: в это время в эфире шло ток-шоу «Энергичные люди» и программа «Женский вечер на Пятом» (она состояла из игрового телефильма на определенную тему, интересную женской аудитории, и его последующего обсуждения в студии). На каналах «большой тройки» в это время транслировались исключительно развлекательные проекты. Эфир временно́го отрезка «позднее утро» «Пятый» строил схожим с каналами большой тройки образом, предлагая зрителям развлекательные шоу и сериалы для домохозяек, также как и прайм-тайм вещание, заполненное сериалами, явно уступающими контент-предложению «большой тройки».

Программирование канала осенью 2010 г.

В ноябре 2007 г. Указом Президента РФ ТРК «Петербург» была признана общероссийской телерадиовещательной организацией. А спустя три месяца «Пятый канал» вошел в состав частного медиахолдинга ЗАО «Национальная медиагруппа». Сегодня ей принадлежит 72,43% акций ОАО «Телерадиокомпания “Петербург”»[6].

Серьезные изменения на телеканале произошли в 2010 г. Тогда НМГ презентовала обновленную концепцию «Пятого». В первую очередь, канал отказался от региональной привязки в названии, т.е. исчезло слово «Петербург» – таким образом телеканалу стало легче позиционировать себя как федеральный. Поменялась и эфирная сетка. Предполагалось, что «Пятый» станет по-настоящему универсальным каналом, транслирующим передачи, «интересные для всей страны». В качестве отличительной его особенности в преддверии парламентских и президентских выборов заявлялось о максимальной политической свободе, которая будет предоставлена вещателю: руководители «Пятого» обещали, что здесь не будет «черных списков» экспертов, звать которых на эфир ни в коем случае нельзя[7]. К сотрудничеству привлекли известных тележурналистов – Светлану Сорокину, Дмитрия Быкова, Сергея Майорова, Ксению Собчак, Ольгу Кокорекину и других. Осенью 2010 г. аудиторные показатели «Пятого канала» были достаточно скромны по сравнению с показателями телеканалов «большой тройки» (среднесуточная доля 1,9% в первую неделю ноября против 16,7% у «Первого» и «НТВ», 14,8% у «России-1»).

Сетка вещания «Пятого канала» в этот период претерпела существенные изменения в соответствии с заявленным руководством компании обновлением концепции. Телеканал сосредоточился на завоевании симпатий взрослого, успешного зрителя[9]. Увеличилась доля познавательных проектов в объеме вещания «Пятого», количество которых и так было достаточно высоко (11,5% часов эфирного времени за неделю в 2006 г. против 32% в 2010 г.), причем большую часть документальных фильмов по-прежнему составляли качественные документальные проекты «Би-би-си», «Дискавери» и «Нэшнл географик» (хотя отечественная документалистика также заняла существенную часть эфирного времени). От развлекательных программ, в изобилии представленных на других телеканалах в этот период, «Пятый» практически отказался (см. табл. 2).

Таблица 2

Жанрово-тематическая структура контента «Пятого канала» (ноябрь, 2010)

Тип программ	Названия программ	Объем вещания в неделю, чч.мм	Доля (%) в объеме вещания
1. Информационные	«Сейчас»	12:35	≈7,5
2. Социально-политические	«Главное», «Картина маслом», «Ночь на Пятом», «Открытая студия», «Программа передач»	15:00	≈9
3. Познавательные	«Встречи на Моховой», «Истории из будущего», «Исторические хроники», «Личные вещи», «Реальный мир», «Суд времени», «Человек. Земля. Вселенная», «Шаги к успеху», документальные фильмы и сериалы	53:50 (д/ф – 33:05)	≈32 (д/ф ≈20)
4. Развлекательные	«Будь по-твоему», «В нашу гавань заходили корабли...», «Ключ от дома», концерты	06:00	≈3,5
5. Детские	«Клуб знаменитых хулиганов», мультфильмы	02:00	≈1
6. Кинопоказ	Отечественные и зарубежные фильмы	60:50	≈36
7. Сериалы	«Донна Леон. Расследование в Венеции» «Чисто английские убийства»	17:45	≈11
8. Благотворительные	Рассказ о детях, которым нужна помощь, в программе «Главное»	01:00	≈0,5

По-прежнему в эфире канала можно было увидеть большое количество художественных фильмов разных жанров, однако теперь «Пятый» делал ставку, скорее, на отечественные, а не на зарубежные картины.

Многие передачи, которые можно было увидеть на «Пятом» в 2006 г., к 2010 г. перестали выходить. Речь идет как о программах, призванных объединить региональную аудиторию вокруг канала («Большая страна», «Неделя в большой стране» и пр.), так и о «петербургских» проектах («Игра ума», «Телекурьер»). «Пятый», стремившийся в рассматриваемый период стать «более федеральным», оставил в эфире лишь одну программу, унаследованную от Ленинградского телевидения – детский «Клуб знаменитых хулиганов». В этот период в эфире появляются элементы будущих благотворительных проектов, в программе «Главное» начинает размещаться информация о детях, нуждающихся в помощи.

В рассматриваемый период для вещателя по будням более характерным по-прежнему был метод горизонтального программирования, в то время как поздний вечер и ночь пятницы, а также выходные программировались по вертикальному принципу. Ориентация на ритм жизни телевизионных зрителей в будние дни стала менее заметна.

В целом, весь «день» теперь программировался под аудиторию, традиционно остающуюся дома в разгар рабочего дня. Из эфира исчезли мультфильмы и молодежные сериалы. В выходные дни «Пятый» по-прежнему строил программную сетку, ориентируясь на естественное течение аудитории: утро субботы начиналось детской программой «Клуб знаменитых хулиганов», затем демонстрировались мультфильмы, семейный кинофильм. В воскресенье в эфир также выходили мультфильмы и фильмы, а также развлекательные программы. Схожим образом программировался эфир на каналах «большой тройки», в котором стало больше развлекательных проектов собственного производства.

Сетка вещания в большей степени, чем раньше, строилась на приеме «контрпрограммирования». Например, из утреннего эфира исчез традиционный для универсальных телеканалов развлекательно-познавательный видеоканал, вместо которого для только проснувшихся зрителей «Пятого» предлагались познавательные передачи и фильмы. Период «позднее утро» был занят преимущественно кинопоказом, в том числе познавательным, в отличие от развлекательных проектов, транслировавшихся на каналах «большой тройки». Социально-политические проекты были перенесены на более позднее время предпрайма, когда каналы «большой тройки» демонстрировали развлекательные проекты и сериалы. В прайм-тайм «Пятый» вновь пытался привлечь аудиторию в основном за счет познавательных программ, тогда как его условные конкуренты стремились так или иначе развлечь своего зрителя. Схожим образом с каналами «большой тройки» строился дневной эфир, поздний вечер и ночь будних дней и утренний эфир выходных дней.

Прайм-тайм субботы и воскресенья вновь несколько отличался от каналов «большой тройки»: здесь было много серьезных проектов и кинопоказа. Например, субботний прайм-тайм на «Пятом» после завершения марафона эпизодов сериала «Чисто английские убийства» (20:40) полностью отдавался под кинопоказ, который продолжался поздним вечером и ночью. По воскресеньям праймовое время начиналось с социально-политических программ: передача «Главное» сменялась социально-политическим ток-шоу «Картина маслом» с Дмитрием Быковым (в передаче обсуждалось современное кино в

контексте актуальных проблем общества). Таким образом, использовался принцип группировки, характерный для общественно-политических проектов выходных дней и на каналах «большой тройки».

Программирование «Пятого» весной 2011 г.

Весной 2011 г. среднесуточная доля аудитории «Пятого» превысила 3%, и канал занял восьмую строчку в первой десятке общенациональных телеканалов-лидеров. Хотя показатели «большой тройки» по-прежнему были гораздо выше (17,8% у «Первого», 16,1% у «России-1», 13,7% у «НТВ» за вторую неделю марта), очевидно, что «Пятому» удалось достичь определенных успехов и завоевать лояльную аудиторию (см. табл. 3).

Таблица 3

Жанрово-тематическая структура контента «Пятого канала» (март, 2011)

Тип программ	Названия программ	Объем вещания в неделю, чч.мм	Доля (%) в объеме вещания
1. Информационные	«Место происшествия», «Сейчас»	21:10	≈12,5
2. Социально-политические	«Главное», «Место происшествия. О главном», «Открытая студия»	13:00	≈8
3. Познавательные	«Исторические хроники», «Суд времени», «Истории из будущего», «Шаги к успеху», документальные фильмы	46:35 (д/ф – 37:00)	≈28 (д/ф ≈22)
4. Развлекательные	«В нашу гавань заходили корабли...», концерты	02:00	≈1
5. Детские	«Клуб знаменитых хулиганов», мультфильмы	01:05	≈0,5
6. Кинопоказ	Отечественные и зарубежные фильмы	47:50	≈28,5
7. Сериалы	«Агент национальной безопасности», «Апостол», «Богатство», «Вечный зов», «Валландер», «Государственная граница», «Два капитана», «Смерть шпионам», «Чисто английские убийства», «Что сказал покойник»	36:20	≈21,5
8. Благотворительные	Сюжеты в программе «Главное»	01:00	0,5

По сравнению с осенним телесезоном 2010 г. несколько сократилось количество познавательных и развлекательных проектов (количество последних уменьшилось до 2 часов в неделю). Была увеличена доля новостных выпусков и качественной аналитики (ежедневно по будням два часа эфира отдавалось под обновленную «Открытую студию», в воскресенье также присутствовал блок социально-политических передач), что отчасти было связано с предстоящими парламентскими и президентскими выборами.

Ощутимо сократилось время, выделяемое «Пятым» под кинопоказ. Доля художественных фильмов в объеме вещания практически сравнялась с долей познавательных проектов, притом что их присутствие в эфире также несколько сократилось. Вместе с тем канал стал показывать больше телесериалов. Наряду с качественными зарубежными сериалами (≈30%), «Пятый» стал транслировать отечественные новинки и классику времен СССР (под рубрикой «Родное советское многосерийное») (≈70%).

В целом можно констатировать тенденцию к увеличению количества отечественных программных продуктов в эфире. Из 77 художественных фильмов, показанных за четыре недели марта, лишь 14 (≈18%) были сняты за рубежом, 63 (≈82%) снимались в России или СССР. Кроме того, в рассматриваемый период «Пятый» отбирал для показа лишь советские мультфильмы.

Связь телеканала с Петербургом сохранялась лишь отчасти в хорошо знакомых питерцам передачах: «Клуб знаменитых хулиганов» и «Открытая студия».

Сюжеты о детях с тяжелыми заболеваниями, которым требовалась помощь, продолжали выходить в воскресной передаче «Главное»: благотворительные проекты в рассматриваемый период еще не стали отличительной особенностью телеканала.

В марте 2011 г. для «Пятого канала» по будням более характерным по-прежнему оставался метод горизонтального программирования, выходные же программировались по вертикальному принципу. Незначительные отличия в программном предложении от других будних дней наблюдались ночью по понедельникам и в конце прайм-тайма по пятницам.

При расстановке передач в сетке вещания канал продолжал ориентироваться на контрпрограммирование. Утренняя развлекательно-познавательная телепрограмма на канале по-прежнему отсутствовала. Утренний эфир начинался с 10-минутного выпуска информационной программы «Сейчас»; далее следовал блок доку-

ментальных фильмов. В 08:00 в эфир выходили получасовые новости; завершалось утро познавательной программой «Суд времени». В период «позднее утро» зрителям также предлагались кинофильмы и сериалы. В дневном эфире – информационные и социально-политические передачи. Информационные передачи выходили и в предпрайм, очевидно ориентируясь на заявленную взрослую аудиторию, заинтересованную в качественном информационном продукте.

В прайм-тайм, напротив, мы могли наблюдать стратегию «притупление», когда телезрителям демонстрировался контент тех же форматов, что у каналов «большой тройки». Прайм-тайм «Пятый канал» заполнял премьерными эпизодами телесериала «Апостол» и документальными фильмами. В 21:00 в эфир выходил сериал «Агент национальной безопасности», далее следовал итоговый выпуск программы «Сейчас», после которого зрители могли увидеть очередную серию советской семейной саги «Вечный зов» (по пятницам вместо новостей «Пятый» показывал два эпизода «Агента...», используя прием «удвоение эпизодов»). И «Россия 1» и НТВ в рассматриваемый период также заполняли «прайм» сериалами.

В выходные дни канал продолжал использовать естественное течение аудитории, начиная эфир с детского контента и передач, предназначенных для семейного просмотра.

Можно констатировать более внимательное отношение к программированию «прайм-тайма» в выходные дни в этот период. Он начинался кинопоказом, в рамках которого были возможны премьеры фильмов, в том числе многосерийных; в воскресенье самое привлекательное время отдавалось под повтор всех эпизодов телесериала «Апостол», прошедших в будние дни (однако в первые полчаса «прайма» продолжалась начавшаяся ранее программа «Главное»). Условные конкуренты «Пятого» в этот период ориентировались на развлекательные и социально-политические проекты.

Программирование осенью 2016 г.

В 2016 г. по показателям кинопоказа телеканал вернулся на цифры 2006 г. и даже несколько их превысил. Однако значение доли сериалов в программной сетке по сравнению с начальным периодом исследования выросло в два раза (см. табл. 4).

Таблица 4

Жанрово-тематическая структура контента «Пятого канала»

Тип программ	Названия программ	Объем вещания в неделю, чч.мм	Доля (%) в объеме вещания
1. Информационные	«Сейчас», «Место происшествия»	16:40	≈10
2. Социально-политические	«Место происшествия. О главном», «Главное», «Открытая студия», «Актуально», «Момент истины»	10:15	≈6
3. Познавательные	«Истории из будущего», «Агентство специальных расследований»	1:35	≈1
4. Развлекательные	«Утро на 5»	14:10	≈8
5. Детские	«Детское утро»	7:35	≈5
6. Кинопоказ	«Родное многосерийное», «Легенды нашего кинематографа», «Кино про настоящих мужчин» и др.	69:30	≈42
7. Сериалы	«След», «Детективы», «Такая работа», «ОСА» и др.	45:55	≈28
8. Благотворительные	«День ангела», «День добрых дел»	0:25 (6:00)[10]	≈0,25 (≈3,5)

В рассматриваемый период «Пятый» позиционировал себя «законодателем детективной моды» на отечественном телевидении – все сериальные проекты канала как хорошо известные и популярные у аудитории, так и недавно запустившиеся тяготели к детективному жанру.

Что касается кинопоказа, «Пятый» практически полностью отказался от трансляции зарубежных фильмов, демонстрируя российские и советские картины под рубриками «Родное многосерийное», «Легенды советского кинематографа», «Кино про настоящих мужчин». Для кинопрограмм была характерна в основном криминальная, военная и приключенческая тематика (хотя в эфире присутствовали и фильмы других жанров). Отметим, что все больше картин, отобранных для показа, не являясь сериалами в нашем понимании, состояли из нескольких частей или эпизодов. Активно используя приемы «группировка» и «удвоение эпизодов» при составлении эфирной сетки, «Пятый» обеспечивал пе-

ретекание аудитории из одного тайм-слота в другой. Этой же цели служило обращение канала к приему «бесшовный переход» между программами.

К осени 2016 г. понятие «родной» вышло на первый план в имиджевой концепции «Пятого». В том числе оно реализовывалось в благотворительных программах телеканала «День добрых дел» и «День ангела», которые на тот момент присутствовали в эфире вот уже несколько лет.

Стоит указать на резкое снижение доли познавательных передач в объеме вещания телеканала по сравнению с периодами, рассмотренными ранее, а также полный отказ «Пятого» от трансляции документальных фильмов. Несколько сократилась и доля информационных и социально-политических передач, оставшаяся одновременно на уровне 2006–2010 гг. В то же время по сравнению с предыдущими периодами выросло количество развлекательных проектов. В частности, в утренний эфир буднего дня вернулся развлекательных канал, теперь под названием «Утро на Пятом». Таким образом, эфир временно́го периода «раннее утро» строился теперь на «Пятом» схожим с каналами «большой тройки» .

Однако в другие периоды канал активно обращался к методу контрпрограммирование («позднее утро», «день», «предпрайм»), когда в эфире шел кинопоказ. Праймовый период, как и в предыдущие отрезки, «Пятый» отдавал под телесериалы: два эпизода детективов сменялись двумя сериями «визитной карточки» телеканала – проекта «След» («удвоение эпизодов», «группировка»). Реклама между сериалами отсутствовала. Пятничный «прайм» на «Пятом» целиком отдавался под несколько серий «Следа» (которые заканчивались уже в ночном эфире, телеканал снова использовал группировку).

Программирование выходных дней стало также более однотипным. Помимо утреннего эфира, который отводился под мультфильмы и благотворительную передачу, с 10.00 часов в субботу и с 11.00 часов в воскресенье на телеканале начинал выходить телесериал «След» под рубрикой «След. Большое расследование». Субботний прайм-тайм (19:00-23:30) «Пятый канал» отдавал под кинопоказ (в том числе многосерийных фильмов); кинопрограммы занимали весь эфир телеканала до утра следующего дня, заполняя собой временные блоки «поздний вечер» и «ночь». «Прайм» воскресенья открывался полуторачасовой итоговой программой

«Главное», начинавшейся за час до этого; в 19:30 стартовал кинопоказ, также продолжавшийся до утра понедельника. Условные конкуренты «Пятого» строили эфир выходных дней более разнообразно, а прайм-тайм преимущественно отдавался под развлекательные проекты.

В октябре 2016 г. для «Пятого канала» по будням более характерным все так же оставался метод горизонтального программирования, выходные же программировались по вертикальному принципу.

Выводы

Анализ выделенных периодов показал, что достичь достойных результатов с точки зрения рейтинга и доли участия «Пятому каналу» удалось за счет выработки собственной программной стратегии по отношению к каналам-конкурентам и отказа от региональной привязки в программировании.

Программирование «Пятого канала» на начальном этапе соответствовало принципам, описанным Р.А. Борецким: ориентация на ритм жизни телеаудитории, жанровое и тематическое многообразие контента. Ожидаемые принципы «контрпрограммирование», «группировка» программ использовались незначительно.

Во второй и третий периоды исследования, связанные с вхождением вещателя в частный медиахолдинг ЗАО «Национальная медиа группа», отказом от слова «Петербург» в названии, а также предстоящими парламентскими и президентскими выборами, происходит увеличение доли информационного и социально-политического контента в эфире. В этот период в меньшей степени канал ориентируется на естественное течение телевизионной аудитории у телевизора, увеличивается значение контрпрограммирования.

Во второй период отличным от конкурентов образом программируются практически все временны́е отрезки, в том числе прайм-тайм. Переманить зрительскую аудиторию у телеканалов «большой тройки» должны были познавательные проекты и кинопоказ. В третий период канал отказывается от контрпрограммирования в прайм-тайм, начинает чаще использовать прием группировки. Увеличивается значение фильмов в жанре «детектив» в программной сетке. Именно в этот период (весна 2011 г.) каналу удается добиться первых серьезных успехов у зрительской аудитории.

Наконец, последний анализируемый период в 2016 г. подтверждает первоначальную гипотезу, что высокоэффективная конку-

рентная стратегия «догоняющего» канала должна ориентироваться на контрпрограммирование и те приемы, которые обеспечивают максимальную консервацию имеющейся аудитории на канале: «группировка», «удвоение эпизодов», «бесшовный переход». Данные технологии постоянно применяются на телеканале. На социально-демографические характеристики аудитории перед телевизорами канал практически не ориентируется.

В качестве конкурентного предложения, способного бороться с развлекательным контентом каналов «большой тройки», выбраны кинофильмы и сериалы детективной тематики. Таким образом, канал частично уходит в тематическое программирование и, соответственно, окончательно отказывается от принципа тематического и жанрового разнообразия. Другие форматы представлены на телеканале лишь отчасти: в виде детских и семейных программ в субботу и воскресенье утром, обязательного информационного и социально-политического вещания.

Во временны́е периоды «ранее утро» и «прайм-тайм» сохранены элементы пассивного программирования (прием «притупление»). В частности, в утренний эфир вернулся утренний развлекательный телеканал, прай-тайм программируется блоком детективных сериалов вне зависимости от программной политики конкурентов.

Доля иностранного контента в объеме вещания «Пятого канала» с каждым из рассмотренных нами телесезонов уменьшалась, в то время как отечественные программные продукты занимали все больше эфирного времени. Данная программная стратегия вполне соответствует заявленной сегодня имиджевой концепции телеканала (реализация понятия «родной»)[11]. Отличительной особенностью «Пятого», способствующей формированию позитивного образа вещателя, стали благотворительные проекты. Их элементы появляются еще во второй период исследования, на заключительном этапе сюжеты благотворительной направленности в значительной степени интегрированы в сетку вещания телеканала, а также стоят в ней в виде отдельных передач.

Из-за отсутствия изучения контента телеканала в периоды, непосредственно предшествующие его успеху, сложно сказать, в какой момент была найдена данная оптимальная комбинация программных продуктов. Не изучены в работе и анонсируемые в 2016 г. изменения, которые должны были коснуться по большей части информационной службы телеканала. Что, безусловно, может стать темой исследования в последующих работах.

Примечания

[1] Mediascope, «TV Index», неделя 24.04.17-30.04.17, Россия (города с населением 100 тыс. человек и более), среднесуточная доля аудитории.

[2] Mediascope, «TV Index», неделя 24.04.17-30.04.17, Москва, среднесуточная доля аудитории в прайм-тайм (19:00-23:00).

[3] Телевидение в России в 2016 году. Состояние, тенденции и перспективы развития. Режим доступа: http://www.fapmc.ru/mobile/activities/reports/2017/teleradio.html.

[4] *Бородина А., Пушкарская А., Тирмастэ М-Л.* В питерскую сеть попало полстраны // Коммерсантъ. 2006. 26 янв. Режим доступа: https://www.kommersant.ru/doc/643784

[5] *Цветкова А.* Пятый станет четвертым по счету федеральным каналом // Известия. 2006. 29 сент. Режим доступа: http://izvestia.ru/news/317690

[6] Телевидение в России в 2016 году. Состояние, тенденции и перспективы развития. Режим доступа: http://www.fapmc.ru/mobile/activities/reports/2017/teleradio.html

[7] «Пятый канал» исключил географическую привязку в названии // Взгляд. 2010. 15 март. Режим доступа: http://vz.ru/news/2010/3/15/383706.html

[8] *Клепиков А.* Переформатирование по-московски //Expert Online. 2010. Март. Режим доступа: http://expert.ru/2010/03/04/pyatiykanal/

[9] Пятый канал – итоги телевизионного сезона [видеозапись] // Пятый канал. 2011. 22 июл. Режим доступа: http://www.5-tv.ru/news/43054/

[10] Проект «День добрых дел» не имеет отдельной передачи, однако на протяжении каждого четверга реализуется в разных программах канала (этим объясняются два варианта получившихся цифр в последней строке таблицы – туда был включен хронометраж программ «Сейчас» и «Утро на 5»).

[11] Как сообщается в промоматериалах телеканала, имиджевая концепция Пятого канала сформулирована в слогане «Пятый. Знак отличия» и базируется на таких понятиях, как «Яркий», «Открытый», «Правдивый», «Оперативный», «Родной».

Библиография

Багиров Э.Г. Очерки теории телевидения. М.: Искусство, 1978.

Борецкий Р.А. Телевизионная программа. М., 1967.

Вартанова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран. М.: Аспект Пресс, 2003.

Кузнецов Г.В. Так работают журналисты ТВ. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2000.

Российское телевидение: индустрия и бизнес. Аналитический центр «Видео Интернешнл» / под ред. *В.П. Коломийца, И.А. Полуэхтовой*. М.: ООО «НИПКЦ Восход-А», 2010.

Телерекламный бизнес (информационно-аналитическое обеспечение) / сост. и общ. ред. *В.П. Коломийца.* М.: Международный институт рекламы, 2001.

Толоконникова А.В. Особенности программирования «Первого канала» // Медиаскоп. 2008. № 2.

Фирсов Б.М. Телевидение глазами социолога. М., 1971

Eastman S.T., Ferguson D.A. (2006) *Media Programming: Strategies and Practices. 9th Edition*. Australia: Thomson/Wadsworth.

Notes

Borodina A., Pushkarskaja A., Tirmastje M-L. V piterskuju set‘ popalo polstrany. [Half the Country Got into St. Petersburg’s Network]. *Kommersant*. 2006. 26 Jan. Available at: https://www.kommersant.ru/doc/643784.

Klepikov A. Pereformatirovanie po-moskovski [Reformatting in the Moscow Style]. *Expert Online*. 2010. March. Available at: http://expert.ru/2010/03/04/pyatiykanal/.

Mediascope. TV Index.

«Pyatyy kanal» isklyuchil geograficheskuyu privyazku v nazvanii [The Fifth Channel Removed the Geographical Reference in Its Title]. *Vzglyad*. 2010. 15 March. Available at: http://vz.ru/news/2010/3/15/383706.html.

Pyatyy kanal – itogi televizionnogo sezona [videozapis’] [The Fifth Channel – Television Season Results [a video recording]]. *Pyatyy kanal*. 2011. 22 July. Available at: http://www.5-tv.ru/news/43054/.

Televidenie v Rossii v 2016 godu. Sostojanie, tendencii i perspektivy razvitija. [Television in Russia in 2016. Condition, Trends and Development Perspectives]. Available at: http://www.fapmc.ru/mobile/activities/reports/2017/teleradio.html.

Tsvetkova A. Pyatyy stanet chetvertym po schetu federal’nym kanalom [The Fifth Will Become the Fourth Federal Channel]. *Izvestiya*. 2006. 29 Sept. Available at: http://izvestia.ru/news/317690.

References

Bagirov E.G. (1978) *Ocherki teorii televideniya* [Essays on the Theory of Television]. Moscow: Iskusstvo Publ.

Boretskiy R.A. (1967) *Televizionnaya programma* [Television Program]. Moscow.

Eastman S.T., Ferguson D.A. (2006) *Media Programming: Strategies and Practices. 9th Edition*. Australia: Thomson/Wadsworth.

Firsov B.M. (1971) *Televidenie glazami sociologa* [Television Through the Eyes of a Sociologist]. Moscow.

Kolomiets V.P. (ed). (2001) *Telereklamnyy biznes (informatsionno-analiticheskoe obespechenie)* [Television Advertising Business (Information and Analytical Support)]. Moscow: International Institute of advertising Publ.

Kolomiets V.P. , Poluehtova I.A. (eds) (2010) *Rossiyskoe televidenie: industriya i biznes* [Russian Television: Industry and Business]. Moscow: OOO «NIP-KTs Voskhod-A» Publ.

Kuznetsov G.V. (2000) *Tak rabotayut zhurnalisty TV* [TV Journalists Work This Way]. Moscow: Moscow St. Univ. Publ..

Vartanova E.L. (2003) *Mediaekonomika zarubezhnykh stran* [Media Economics of Foreign Countries]. M.: Aspekt Press Publ.

Tolokonnikova A.V. (2008) Osobennosti programmirovaniya «Pervogo kanala» [Specifics of the First Channel’s Programming]. *Mediaskop* 2.

Поступила в редакцию
31.08.2017