В 2022 году «Домашний» впервые в своей истории опередил по аудиторным показателям СТС, который принято считать главным активом холдинга «СТС Медиа» (НМГ), объединяющего оба канала. Их доли в группе населения «все 4+» составили 4,9% и 4,6% соответственно [3]. По итогам первой половины 2023 года эти показатели равны уже 5,1% и 4,4% [3]. Так, можно сказать, что популярность телеканала «Домашний» постепенно увеличивается. В связи с этим интерес представляет изучение причин роста его аудитории.

Одним из важнейших звеньев в цепочке ценности для телеканалов даже после появления интернета остается программирование [6]. Его основной задачей, в свою очередь, является как раз максимизация аудитории [5]. В силу этого логичным шагом будет изучение программной стратегии вещателя «Домашний» и рассмотрение ее в качестве одной из причин появления новых зрителей.

Важной деталью в контексте рассматриваемого телеканала представляется тот факт, что он позиционирует себя как «главный женский» и, соответственно, ориентируется на женскую аудиторию и ее потребности. Отчасти это также упрощает задачу по привлечению новых зрителей. А. С. Зубок, например, даже пишет о том, что на отечественном телевидении универсальный телезритель практически всегда «имеет четкий профиль более женской возрастной аудитории» [1]. Помимо этого, в соответствии со структурой «телевизионного дня», которую предлагает А. В. Толоконникова, преобладающей аудиторией во всех тайм-слотах, кроме пост-прайма и поздней ночи, также являются именно женщины [4].

Говоря об особенностях программирования телеканала «Домашний», стоит отметить, что он не транслирует анимационные фильмы, рассчитанные на детскую аудиторию. В это же время у второго отечественного женского канала «Ю» практически все ранее утро занято мультфильмами.

Вещательный день на «Домашнем», как правило, начинается с судебных шоу. Их три – «По делам несовершеннолетних», «Давай разведемся!» и «Тест на отцовство», – и они сменяют друг друга.

Затем начинается показ документальных драм, в основе которых «лежит реальное драматическое событие, по которому исследуются факты», а потом «в художественной форме с привлечением игровых эпизодов (реконструкция) и с помощью ведущего (иногда), совместно с документальными съемками происходит создание аудиовизуального произведения» [2]. Их на «Домашнем» пять, и они тоже поочередно сменяют друг друга. Большую часть из них – «Порча», «Знахарка», «Верну любимого» и «Голоса ушедших душ» можно отнести к мистическим. Также к документальным драмам чаще относят и «переехавший» с «Первого канала» проект «Понять. Простить».

Важно отметить, что и судебные шоу, и докудрамы являются оригинальным контентом и производятся специально для АО «Новый канал», то есть «Домашнего», следующими компаниями: ООО «Право ТВ», ООО «Телекомпания “22”», ООО ТК «Символ», ООО «Телеправо».

В предпраймовый слот, как правило, начинается показ относительно старых сериалов и шоу. В прайм-тайм «Домашний» отдает предпочтение мини-сериалам, чаще состоящим всего из четырех эпизодов. Это может быть как контент собственного производства, так и купленный. Однако здесь нельзя не упомянуть, что в 2020 году генеральный директор «Домашнего» Марина Хрипунова заявляла о некоторых изменениях в работе канала: отказе от мелодрам «России 1» и «Первого», а также желании больше самостоятельно производить контент [7]. С того момента в сетке вещателя действительно появилось больше эксклюзивных сериалов и, соответственно, премьер.

Прайм-тайм выходных уже на протяжении нескольких лет занимают турецкие сериалы. Это связано с большим успехом «Великолепного века», который начиная с 2012 года был показан по «Домашнему» уже шесть раз [8]. Для турецких сериалов даже появился брендированный тайм-слот с названием «Турецкие выходные».

Если рассматривать «происхождение» контента по странам, то доминировать будет отечественное производство. Однако также «Домашний» использует украинские и турецкие сериалы.

Предпрайм и прайм-тайм, как правило, программируются вертикально. В остальные тайм-слоты предпочтение отдается горизонтальному программированию.

**Источники и литература:**

1. Зубок А. С. Телевизионный бизнес. М., 2012.
2. Стежко Н. Г. Генезис и развитие телевизионной документальной драмы в Беларуси // Вестн. Моск. Ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2018. № 1. С. 90–103.
3. Телевидение в России в 2022–2023 году. Состояние, тенденции и перспективы развития. Отраслевой доклад Министерства цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации / Под общ. ред. Е. Л. Вартановой и А. А. Широких. М., 2023.
4. Толоконникова А. В. Особенности программирования «Первого канала» // Медиаскоп. 2008. № 2. URL: [http://www.mediascope.ru/особенности-программирования-«первого-канала»](http://www.mediascope.ru/особенности-программирования-)
5. Eastman S. T., Ferguson D. A. Media Programming: Strategies and Practices. Boston: Wadsworth Publishing, 2012. 484 p.
6. Kung L. Strategic Management in the Media. Theory to Practice. LA: Sage, 2008. 256 p.
7. «Домашний» оторвался от «России». URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4290327>.
8. Тысяча серий любви и драмы: как турецкие сериалы становятся все более популярными. URL: <https://www.forbes.ru/forbeslife/482824-tysaca-serij-lubvi-i-dramy-kak-tureckie-serialy-stanovatsa-vse-bolee-popularnymi>