

ТЕЛЕКАНАЛ «МАТЧ ТВ»: ТРАДИЦИИ СПОРТИВНОГО ТЕЛЕВЕЩАНИЯ В РОССИИ**Филимонов Антон Владимирович**

студент, Амурский государственный университет, РФ, г. Благовещенск

Указом Президента Российской Федерации Владимира Путина в 2015 году был создан телеканал «Матч ТВ» на базе спортивной редакции АО «Газпром-Медиа Холдинг» и частот телеканала «Россия-2». Возглавили «Матч ТВ» известная телеведущая, продюсер, общественный деятель Тина Канделаки (генеральный продюсер) и экс-генеральные директора телеканала «Домашний» Наталья Билан (креативный директор) и Наталия Короткова (программный директор).

«Матч ТВ» начал вещание 1 ноября 2015 года. Главной отличительной особенностью «Матч ТВ» стало круглосуточное вещание спортивных трансляций, аналитических передач, фильмов о спортсменах и новостных выпусков. Основная цель данного телеканала – привлечение интереса к спортивной части вещания не только у болельщиков, но и у универсальной аудитории.

В структуре субхолдинга «Матч!» в результате ребрендинга с 1 января 2016 года появились 12 спортивных каналов: федеральный спортивный канал «Матч ТВ» и 11 тематических спортивных каналов («Матч! Арена», «Матч! Боец», «Матч! Игра», «Матч! Конный мир» и т.д.) [3].

Спортивные каналы (как правило, платные) успешно работают во многих странах мира. Но о спорте не забывают и общедоступные, государственные каналы, не жалеющие эфирного времени для важных соревнований. Россия своего рода исключение. Первый и второй каналы мировой и отечественный спорт практически полностью игнорируют [2, с. 192].

Основная задача телеканала «Матч ТВ» заключается в создании новых стандартов спортивного вещания в России, привлечении аудитории к здоровому образу жизни, мотивации населения разных возрастных групп к участию в спортивных программах, движениях, инициативах. Телеканал привлекает внимание аудитории в первую очередь за счёт специфики наполнения эфира, а также особенностей работы спортивных журналистов во время спортивных мероприятий.

Ядром целевой аудитории выбраны мужчины 25-50 лет со средним и выше среднего доходами. Это, по определению «Матча ТВ», приверженцы здорового образа жизни и фанаты спорта, проживающие в крупных и средних городах и активно пользующиеся интернетом. При этом ядром аудитории названы и женщины 25-45 лет тоже со средним и выше среднего доходами: домохозяйки и молодые мамы, также активно пользующиеся интернетом. Для сравнения: целевой аудиторией «России 2» являлись только мужчины 25-59 лет.

«Матч ТВ» планомерно увеличивает объем спортивных трансляций. В 2018 году доля показа соревнований по 68 различным видам спорта выросла до 61 % от общего времени эфирного вещания. С каждым годом растет аудитория. В том же 2018 году она достигла 62,5 миллионов человек, а ежедневно эфир федерального спортивного телеканала смотрят в среднем 7,7 миллионов зрителей. Это говорит о том, что спорт завоевывает все большую популярность и становится неотъемлемой частью жизни людей [3].

Контент-анализ спортивных трансляций телеканалов субхолдинга «Матч!», размещенных на сайте matchtv.ru, показал, что за период с 01.09.2019 по 09.09.2019 в прямом эфире вышло

198 трансляций по следующим видам спорта: футбол – 60, хоккей – 43, баскетбол – 18, пляжный волейбол – 14, пляжный футбол – 11, бокс – 10, волейбол – 7, авто/мотоспорт – 7, формула 1 – 6, гандбол – 3, пулевая стрельба – 3, стрельба из лука – 3, пятиборье – 3, мини-футбол – 3, академическая гребля – 1, женский футбол – 1, хоккей с мячом – 1, регби – 1, спортивная гимнастика – 1, теннис – 1, лёгкая атлетика – 1. Преобладающее большинство – это трансляций матчей по футболу и хоккею. При этом на общедоступном канале «Матч ТВ» вышло 30 трансляций по следующим видам спорта: футбол – 22, хоккей – 3, баскетбол – 2, формула 1 – 2, авто/мотоспорт – 1.

В системе спортивных трансляций также произошли изменения. Модель спортивного репортажа постепенно меняется: теперь комментируют игру непосредственно сам комментатор и в паре с ним спортивный эксперт (аналитик). В центральных матчах чемпионата России по футболу также используют сайдлайнера – репортёра, основной задачей которого является набор фактических данных и последующее сообщение их зрителю (он обязательно находится внутри события; может находиться как в кадре, так и не в кадре). Переход на систему комментатор + эксперт + сайдлайнер вызван стремлением походить на западные спортивные каналы, а сама структура позволяет с разных ракурсов взглянуть на матч, повысив уровень профессионализма трансляции. Данная система с успехом используется западными коллегами, например, телеканалом Sky Sports [5].

Равнение на западные стандарты является необходимой составляющей развития спортивного телевидения в России, так как спортивное телевидение за рубежом – давно устоявшаяся структура, проверенная временем [1].

Канал ESPN был создан компанией ABC Inc в 1979 году и стал эталоном спортивного телевидения во многом благодаря принципу «рассказа историй». Помимо производства многочисленных прямых включений с качественной «картинкой», телеканал выпускает документальные фильмы и сериалы о спорте. Американская аудитория не располагает бесплатным общедоступным спортивным телеканалом, который стал бы транслировать рейтинговые соревнования. Для жителей США подписка на платный спортивный телеканал – дело престижа, часть культуры. ESPN хоть и является весьма дорогостоящим проектом, но нехватки аудитории не испытывает [4]. Если говорить об отечественных каналах, то российский зритель не готов платить деньги за возможность смотреть спорт.

Ещё одним представителем качественного спортивного телеканала считается Sky Sports. Это самый популярный платный спортивный телеканал в Великобритании и Ирландии. Главная особенность вещания заключается в большом количестве прямых включений и частой их смене. Sky Sports был основан в 1991 году и с недавних пор получил полномочия по переносу дат спортивных событий для прямых телетрансляций [5]. Отметим, что у телеканала «Матч ТВ» нет такой возможности.

На данный момент субхолдинг «Матч!» является главным поставщиком основной информации из мира спорта. В первую очередь это связано с тем, что на общетематических телеканалах (например, «Первый канал») всё реже уделяется внимание спортивным новостям или трансляциям рейтинговых спортивных соревнований. В журналистский штаб телеканала «Матч ТВ» входят ведущие специалисты комментаторского и экспертного дела в лице Георгия Черданцева, Валерия Карпина, Константина Генича, Романа Трушечкина, Сергея Кривохарченко, Александра Ткачёва, Юрия Розанова и др. В распоряжении канала есть одна из самых современных и оснащённых студий в мире, а также стабильная финансовая поддержка от «Газпром-Медиа». Телеканал совершенствуется в плане создания аналитических программ, развлекательных форматов (реалити-шоу) и трансляции спортивных мероприятий.

В рамки наполнения эфира телеканала «Матч ТВ» помимо спортивных телетрансляций так же входят расследования («Спортивный заговор»), документальные фильмы и сериалы («Документальные фильмы»), спортивные реалити-шоу («Кто хочет стать легионером?»), аналитические программы («После футбола с Георгием Черданцевым»), новостные выпуски («Все на Матч!») [3]. Подобное разнообразие также перенято от западных спортивных каналов и продиктовано стремлением привлечь большее количество зрителей к просмотру спортивных телеканалов.

Тем не менее, нельзя сказать, что телеканал «Матч ТВ» идентичен ESPN или Sky Sports. Российский телеканал пытается брать лучшее от западных коллег, однако, можно отметить важные отличительные особенности:

- В рамках эфира телеканала «Матч ТВ» преобладает развлекательный формат передач, в то время как ESPN и Sky Sports делают акцент на аналитических передачах.
- «Матч ТВ» позиционирует себя рядом с аудиторией. Подтверждением тому – интерактивная составляющая эфира (во время футбольных матчей зрителю предлагается поставить оценку комментаторам, в ток-шоу можно повлиять на судьбы участников).
- Относительно низкий уровень развития спорта в стране объясняет недостаточно глубокий интерес зрителей к «околоспортивным» темам и, как следствие, к аналитике.

Таким образом, изучив эфирное наполнение телеканала «Матч ТВ», можно отметить следующие сходства со всемирно известными ESPN и Sky Sports: использование большого количества разных форматов, круглосуточное вещание и работа преимущественно в прямом эфире. Но есть и отличия, продиктованные спецификой зрительского сегмента: российская аудитория в большей степени заинтересована в развлекательных форматах, чем в аналитических.

Список литературы:

1. Богданова А. «Спорта на «Матч ТВ» будет в пять раз больше, чем на ESPN» [Электронный ресурс] // Газета.ru: офиц. сайт. – Режим доступа: http://www.gazeta.ru/sport/2015/10/29/a_7853279.shtml. – 14.09.2019.
2. Косякин И.В. Техника и технология спортивного телевидения в России: от экспериментального вещания до современных медиахолдингов // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. – 2012. – № 1. – С. 192-196.
3. О канале [Электронный ресурс] // Матч ТВ: офиц. сайт. – Режим доступа: <https://matchtv.ru/about>. – 14.09.2019.
4. ESPN [Электронный ресурс] // Wikipedia: офиц. сайт. – Режим доступа: <https://en.wikipedia.org/wiki/ESPN>. – 14.09.2019.
5. Sky Sports [Электронный ресурс] // Википедия: офиц. сайт. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Sky_Sports. – 16.09.2019.