

Секция «Журналистика»

**Трансформация современного российского спортивного телевидения.
Концептуальные особенности телеканалов «Россия 2» и «НТВ-Плюс
Спорт».**

Базина Елена Сергеевна

Студент

*Государственный университет - Высшая школа экономики, Медиакоммуникаций,
Москва, Россия*

E-mail: lenabazina@gmail.com

На сегодняшний день российское спортивное телевидение представляет собой еще не до конца оформившийся продукт, в данный момент занимающийся поисками своего места в медийном пространстве. Российские спортивные телеканалы находятся под влиянием культурных стереотипов и традиционных ценностей и в то же время стремятся к новым трендам в развитии телевидения и в зависимости от степени влияния этих двух факторов, изменяют свою концепцию и направление политики [1].

Так, телеканал «Россия 2» тяготеет к традиционному облику телевизионного канала, несмотря на то, что его создание отражает одну из ведущих тенденций современного телевидения, стремящегося к сегментации и дифференциации [3]. Будучи созданным в качестве платформы для производства спортивного контента, «Спорт» позиционировался как телеканал для достаточно узкой целевой аудитории (в сравнении с массовыми неспециализированными телеканалами). Тем не менее, имея в основе построения сетки вещания принципы традиционного массового телевидения, телеканал столкнулся с проблемой: с одной стороны, являясь не узкоспециализированным, он должен был предлагать зрителю обзор самых ярких спортивных мероприятий, с другой — некоторое количество спортивного контента присутствует и на массовых неспециализированных телеканалах в виде самых значимых спортивных событий. Таким образом, телеканал, не желая углубляться в тематику и проигрывая конкуренцию за трансляцию главных спортивных соревнований неспециализированным телеканалам, превратился в нечто среднее между узкоспециализированным каналом для любителей спорта и традиционным каналом общей тематики. Контент телеканала, производящийся в этой плоскости (меньше, чем у более специализированных, но больше, чем у телеканалов общей тематики), не мог привлечь большую зрительскую аудиторию, в результате чего последовала трансформация телеканала. При этом обновленный телеканал «Россия 2» еще сильнее сдвинулся в сторону массового телевидения общей тематики: отказавшись от не очень престижных турниров, телеканал заполнил эфир развлекательными и познавательными программами и фильмами, никак не связанными со спортивной тематикой.

Необходимо отметить, что телеканал и в первоначальном своем облике, и в настоящее время является проводником государственной политики в области спорта, что, в свою очередь, также может служить свидетельством того, что «Россия 2» находится на переходном этапе в процессе преобразования в традиционный массовый телеканал общей тематики, чего можно ожидать в ближайшем будущем, если телеканал продолжит придерживаться выбранной им линии развития.

По-другому обстоит дело со спутниковым телеканалом «НТВ-Плюс Спорт». Спутниковая телекомпания пытается привнести основные тенденции трансформации совре-

менного телевидения на российскую почву, внедрить базовые принципы свободной конкуренции, используя опыт зарубежных коллег [2]. Однако до сегодняшнего дня эти попытки не увенчались успехом. Российская общественность пока не готова следовать общемировым принципам трансляции спортивных соревнований. Мысль о том, что спортивное телевидение может стать платным вызывает у аудитории стойкое неприятие [4]. При этом причиной возмущения становится даже не размер абонентской платы, а сама идея платной трансляции. Таким образом, государственная политика и общественное мнение наложили ряд ограничений на деятельность телеканала «НТВ-Плюс Спорт». Лишившись обладания эксклюзивными правами на трансляцию наиболее востребованного чемпионата, «НТВ-Плюс Спорт» стал позиционировать себя в качестве профильного телеканала для любителей спорта, при этом оставляя возможность для дальнейшего углубления тематики на других, более специализированных телеканалах спортивной линейки «НТВ-Плюс». Контент телеканала, по большей части информационный, с преобладанием трансляций спортивных мероприятий и обзоров, заменяющих некоторые трансляции, ориентирован на достаточно узкую целевую аудиторию, хорошо разбирающуюся в спортивной тематике, не нуждающуюся в дополнительном разъяснении происходящих событий и приходящую на телеканал с одной единственной целью — получить спортивную информацию.

В то же время можно сказать, что телеканал «НТВ-Плюс Спорт» не является телеканалом в традиционном понимании этого термина. Точнее, он представляет собой платформу для трансляции спортивных мероприятий, более привычную для интернет-пространства. Поэтому у «НТВ-Плюс Спорт» нет необходимости (в отличие от телеканала «Россия 2») перерабатывать и дополнять телевизионный контент, адаптируя его к платформе в интернете.

Можно прогнозировать, что, в случае, если спутниковая линейка освободится от давления государства, она будет в состоянии навязать свои «правила игры» и трансформировать российское спортивное телевидение. Таким образом, можно утверждать, что телеканал «НТВ-Плюс Спорт» тяготеет к новому образу телевидения, пусть даже еще и не до конца оформившемуся. При этом выполнение внешних обязательств по отношению к ОАО «Газпром» отнюдь не противоречит этому выводу. Следование правилам корпоративной этики является обязательным для любого коммерческого холдинга.

Суммируя все вышесказанное, можно прийти к выводу, что спортивные телеканалы «НТВ-Плюс Спорт» и «Россия 2» являются продуктами трансформации современного телевидения. «Россия 2» — типичный телеканал «старого образца», над которым довлеет эпоха преобразований. Телеканал «НТВ-Плюс Спорт», в свою очередь, старается следовать всем новым тенденциям, при этом, оставаясь зависимыми от сохранившегося старые стереотипы общественного мнения.

Литература

1. Байкова М.А. — Трансформация ценностей современного спорта при взаимодействии спорта и телевидения // Вестник спортивной науки. - 2012. № 1. С. 66-69
2. Зверева В.В. Телевизионный спорт // Логос. - 2006. - 3 (54). – С. 63-75.

Конференция «Ломоносов 2013»

3. Медиаэксперты констатировали неизбежность перехода СМИ в "цифру". Сегментация по пользователям. URL: <http://www.digit.ru/business/20120620/392707879.html>
4. Навоша Д. О дивный новый мир // ПРОспорт.—2010.—11.—С.6.