

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ СПОРТИВНЫХ ТЕЛЕКАНАЛОВ НА ПРИМЕРЕ «МАТЧ ТВ»

У.Х. Халилова, магистрант

Санкт-Петербургский государственный институт кино и телевидения
(Россия, г. Санкт-Петербург)

DOI:10.24412/2500-1000-2024-1-4-164-166

Аннотация. В статье рассмотрены особенности формирования стратегии развития спортивных телеканалов на примере «Матч ТВ». В исследовании анализируются основные этапы развития телеканала, выявляются существенные факторы, определяющие его успех. Подчеркивается, что благодаря стратегически верным решениям руководства телеканала «Матч ТВ», ему удалось окончательно утвердиться в роли главного спортивного вещателя РФ. Кроме того, предлагаются стратегические ориентиры телеканала, которые позволят ему продолжать развиваться.

Ключевые слова: спорт, стратегия развития, телеканал «Матч ТВ», телепрограммы.

1 ноября 2015 года на частоте канала «Россия 2» начал вещание телеканал «Матч ТВ». Так, за первый месяц своей работы «Матч ТВ» показал результат ниже тех, которые были у телеканала «Россия 2», за аналогичный период времени в 2014 году, и в конце 2015 года. Он занимал лишь 19 место по популярности среди российских телеканалов.

Итак, по данным «СПАРК-Интерфакс», выручка телеканала за 2015 год составила 785,5 млн. рублей. При этом себестоимость работ, проведённых телеканалом, составила – 1,7 млрд. рублей. Таким образом, убыток канала составил 1,4 млрд. рублей [1].

Несмотря на то, что рейтинг канала в первый месяц был ниже, чем у предшествующему ему «Россия 2», за первые полгода работы, то есть к марту 2016 года, «Матч ТВ» увеличил аудиторию в сегменте «мужчины 25-59» на 22% [2]. Глава департамента по стратегическому планированию «Матч ТВ» в марте 2015 года отметил, что считает запуск телеканала успешным, аудитория должна увеличиться.

Можно также подчеркнуть, что несмотря на то, что канал только появился в эфире, прямая трансляция с соревнования по биатлону на телеканале «Матч ТВ» от 13.12.2015 вошла в топ-20 самых рейтинговых трансляций за 2015 год [3].

Однако, вопреки тому, что 2016 год был богат на глобальные спортивные события,

это не отразилось на росте популярности спортивного контента среди аудитории. Так, например, проведённое сайтом «Чемпионат» исследование, а также сделанные из него выводы говорят о том, что в 2016 году значительно упал интерес населения к спорту.

Система «СПАРК-Интерфакс» приводит данные о том, что в 2017 году значительно сократился убыток телеканала до 51 млн. рублей, против 1,7 млрд. рублей в 2016 году. Вместе с этим, на 3,5% сократилась и выручка телеканала: 2016 год – 13,04 млрд. рублей, 2017 – 12,59.

Если проанализировать тематическую составляющую телеканала, то видно, что наиболее востребованными телепрограммами можно назвать проекты информационно-аналитической направленности.

В 2018 году, согласно отраслевому докладу федерального агентства по печати и массовым коммуникациям, популярными становятся тематические узкопрофильные каналы, именно они увеличивают целевую аудиторию канала и соответственно рейтинги. Так, телеканал «Матч ТВ» увеличил свою целевую аудиторию на 9%, рейтинговые показатели увеличились на 4%.

Важно отметить, что на резкое развитие спортивного телеканала повлияло и то, что 2018 год был богат на крупные спортивные мероприятия: Олимпийские игры (Корея), Лига Чемпионов, Лига Европы, Чемпионат мира по Футболу (России).

Таким образом, выручка телеканала в 2018 году составила 15,3 млрд. рублей, а чистая прибыль 1,58 млрд. рублей по данным «СПАРК-Интерфакс» [4].

Несмотря на то, что телеканал позиционируется, как общеспортивный в сетке вещания стали преобладать трансляции более зрелищных видов спорта. Так, например, трансляции различных футбольных матчей занимали порядка 50% от всех представленных на канале.

Таким образом, благодаря этому в 2019 году телеканал увеличил свои достижения и окончательно утвердился в роли главного спортивного вещателя РФ. Согласно статистике телеканала, доля трансляций выросла до 63%, а количество представленных видов спорта выросло до 70.

Можно отметить, что начиная с 2018 года на телеканале «Матч ТВ» произошел значительный скачок в положительную сторону. Изменения произошли и после частичной смены руководства канала. Так, в частности, произошли сокращения расходов телеканала, сокращение определенного штата сотрудников. Всё это оказалось оправданным, что видно по результатам 2019 года.

Видя положительную тенденцию и позитивный отклик у телезрителей, телеканал расширил спектр вещания, и 2 марта 2019 список федеральных телеканалов дополнил общедоступный телеканал «Матч! Страна», обобщающий события из спортивной жизни страны и передачи о развитии российского спорта.

В связи с такими стратегически верными решениями, по итогам 2019 года телеканал «Матч ТВ» занял 17 место по популярности, а также стал победителем сразу в пяти номинациях российской общенациональной телевизионной премии, в области телевизионных искусств «ТЭФИ».

Сегодня телеканал занимает лидирующие позиции в рейтинге телеканалов, бла-

годаря тому, что львиную долю сетки вещания телеканала занимают спортивные трансляции, они же являются самым рейтинговым контентом на канале.

Кроме того, «Матч ТВ» в своем контенте ориентируется на показ телепередач о новых, еще неиспробованных на российском спортивном телевидении форматах, темах и формах подачи информации.

В последнее время редакция телеканала всё чаще стала приглашать в качестве экспертов, в той или иной области, спортсменов. Это могут быть и бывшие спортсмены и те, кто отстаивает честь своей страны сегодня. Они могут аргументировано прокомментировать определенное спортивное мероприятие, высказать свою точку зрения по тому или иному вопросу. Так телеканал выполняет сразу две свои основные задачи: вывести информационно-аналитические проекты в лидеры и расширить свою целевую аудиторию.

Канал «Матч ТВ» придерживается современных взглядов, постоянно совершенствуя свои технологии, запуская всевозможные мобильные приложения, внедряется в киберпространство и самое главное, стремится выйти на международный уровень вещания.

Подводя краткий итог, важно отметить, что в стратегии развития канала особое внимание стоит уделить авторским проектам, которые сочетают в себе информационные и аналитические жанры. И хотя их ещё не так много, они полностью подтверждают мнение исследователей спортивной журналистики о том, что в современной практике происходит слияние жанров, в результате которых в эфире появляются новые интересные телепередачи. Канал должен стремиться к тому, чтобы эти программы были интересны телезрителям любого возраста и пола, которые любят спорт и интересуются спортом.

Библиографический список

1. Матч-ТВ снизил выручку, но почти вышел из убытка, 27.07.2018. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.spark-interfax.ru/#_top (дата обращения: 24.01.2024).
2. Доля «Матч-ТВ» в целевой аудитории выросла на 22% за первые полгода. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.s-bc.ru/news/dolya-«match-tv»-v-celevoj-auditorii-vyroslo-na-22-za-pervye-polgoda.html> (дата обращения: 24.01.2024).

3. Полгода «Матч-ТВ»: Сергей Пискарев о рекламе на телеканале. 13.05.2016. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.sostav.ru/publication/polgoda-match-tv-sergej-piskarev-o-reklame-na-telekanale-22218.html> (дата обращения: 25.01.2024).

4. Матч-ТВ // Новости от 16.03.2020 12:30., 16 марта 2020. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://matchtv.ru/hockey/matchtvvideo_NI1171685_clip_Novosti_ot_16032020_1230 (дата обращения: 25.01.2024).

FEATURES OF THE FORMATION OF A STRATEGY FOR THE DEVELOPMENT OF SPORTS TV CHANNELS ON THE EXAMPLE OF MATCH TV

U.Kh. Khalilova, *Graduate Student*

St. Petersburg State Institute of Cinema and Television
(Russia, St. Petersburg)

Abstract. *The article discusses the specifics of forming a strategy for the development of sports TV channels using the example of Match TV. The study analyzes the main stages of the development of the TV channel, identifies significant factors determining its success. It is emphasized that thanks to the strategically correct decisions of the management of the Match TV channel, he managed to finally establish himself as the main sports broadcaster of the Russian Federation. In addition, the strategic guidelines of the TV channel are proposed, which will allow it to continue to develop.*

Keywords: *sports, development strategy, Match TV channel, TV programs.*