МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего профессионального образования

**«кубанский государственный университет»**

**(ФГБОУ ВПО КубГУ)**

**Кафедра истории и правового регулирования массовых коммуникаций**

**курсовая работа**

**«ИСТОРИЯ СОЗДАНИЯ И РАЗВИТИЯ ТЕЛЕКАНАЛА «МАТЧ ТВ»»**

Работу выполнила\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**А.М. Шахмандарова**

 *дата и подпись*

Факультет\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_журналистики\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_курс\_\_\_\_2\_\_\_\_\_

Специальность/направление\_\_\_\_\_42.03.02\_журналистика\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Научный руководитель
должность, ученая степень,
ученое звание\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**к.ф.н.,доц.О.А. Болтуц**

 *дата и подпись*

Нормконтролер
должность, ученая спетень,
ученое звание\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ **к.ф.н.,доц.О.А. Болтуц**

 *дата и подпись*

## Краснодар

## 2018

СОДЕРЖАНИЕ

Введение……………………………………………………………………………...3

1. Спортивная тематика на телевидении 20 века…………………………6
1.1 Зарождение спортивной тележурналистики в России ………………….6
1.2 Роль спортивной журналистики в жизни современного общества ……..12

 1.3 Специфика спортивного вещания на ТВ…………………………………..18

1. Матч ТВ: создание и развитие телеканала……..……………………...……..19
2.1 Этапы становления телеканала «Матч ТВ»................................………….19
	1. Тематика и жанровое разнообразие телеканала «Матч ТВ»..…..………..22
	2. Освещение командных видов спорта на «Матч ТВ»………………...……25

Заключение………………………………………………………………………….28

Список использованной литературы…………………………………………...…30

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность. Телевидение, будучи одним из наиболее совершенных на сегодняшний день средств отражения реальной действительности, в то же время представляет собой богатейший источник информации, удобный инструмент массовой коммуникации, средство изучения общества и всех его сфер и отраслей. И, конечно же, ни одно телевидение мира не обходит стороной тему спорта. Ведь спорт как многогранное явление является сферой подготовки человека к трудовой деятельности, удовлетворения духовных потребностей общества, и так же является одним из важнейших средств этического и эстетического воспитания. Таким образом, спорт на телевидении предстает достаточно сложным, многофункциональным и многообразным явлением социальной реальности, которое имеет огромное влияние на формирование человеческих потребностей и интересов. В связи с этим, появилась острая необходимость изучить конкретную тему данной курсовой работы.

Степень разработанности темы. При написании курсовой работы было отмечено, что учебной и научной литературы, в которой в полной мере рассматривалась данная тема крайне мало. Большую актуальность составляет изучение телевидения в целом, нежели отдельных сегментов электронного вещания, поэтому многостороннее изучение развития советского и постсоветского спортивного телевещания, представляется актуальным и весьма важным элементом изучения современных процессов в нынешней спортивной журналистике.

Цель исследования. Целью настоящей работы является исследование спортивных каналов на современном телевидении, в частности телеканал «Матч ТВ». Выявление особенностей и тенденций вещания на спортивных телеканалах. На основе анализа предполагается дать конструктивную критику имеющейся политике спортивных программ на ТВ. Это позволит сформулировать предложения и рекомендации по улучшению спортивного контента на телевидении.

 Задачи исследования. При достижении вышеперечисленных целей решались следующие задачи:

1. изучить современное состояние телеканалов о спорте на российском телевидении;
2. рассмотреть командные виды спорта на предмет их социальной значимости, интереса к ним со стороны потенциальных болельщиков;
3. проанализировать командные виды спорта на предмет их зрелищности и возможности освещения спортивных состязаний на ТВ;

Объект и предмет исследования. Объекты исследования: командные виды спорта и телепередачи, в которых эти виды демонстрируются. Предметы исследования: освещение командных видов спорта электронными СМИ на российском телевидении.

Методы исследования. Для решения поставленных задач в курсовой работе использовались следующие методы исследования: анализ структурных особенностей спортивных телепередач и метод сравнения программ, имеющих разную тематическую направленность на аудиторию (на примере телепередач на российском ТВ).

Структура работы. Курсовая работа состоит из следующих частей: введение, в котором намечен план работы и её краткое описание, три части, две из которых содержат подпункты, а третья представляет собой практическую часть работы; заключение, подводящее итоги данного исследования; список использованной литературы, содержащий в себе 15 наименований.

1. **Спортивная тематика на телевидении 20 века.**

**1.1 Зарождение спортивной тележурналистики в России**

Спорт занимает неотъемлемую часть в жизни каждого человека. Необязательно быть профессиональным спортсменом, чтобы смотреть телепередачи о спорте. Нас всех заинтересует судьба нашей сборной на Олимпийских играх, или же мы будем внимательно следить за судьбой спортсменки, которая родом из нашего края, то есть не только спортивный интерес, но и патриотическое начало присутствует при просмотре соревновательных процессов. И именно поэтому спорт на телевидении одна из самых актуальных тем.

Однако прежде чем российский телезритель познакомился с таким явлением, как спортивное телевещание, в нашей стране формировалась спортивная журналистика в целом. В России зарождение спортивной журналистики принято относить к первой половине 19 века, причем спорт освещался впервые на страницах газет и журналов, и лишь только потом на телевидении.

Первым отечественным спортивным изданием считается «Еженедельник для охотников до лошадей», который издавался в Москве в 1823-1827 годы. На тот момент конный спорт имел огромную популярность в России, поэтому появление подобного издания вполне закономерно. Через 60 лет спортивная журналистика сделала серьезный шаг в сторону развития специализированных изданий для разных отраслей спорта. В 1887 году Мориц Нейбюргер владелец собственной типографии решил издавать журнал «Охотник». На титульном листе издания обозначалось: «Еженедельный иллюстративный журнал, посвященный всем отраслям спорта». Так Нейбюргера принято считать первопечатником спортивного слова в России. Уже к концу 19 начала 20 века начали формироваться отдельные специализированные издания, посвященные тому или иному виду спорта. К концу 19 века в России издавалось уже 18 газет и журналов со спортивной тематикой, тогда как еще 10 лет назад количество подобных изданий не превышало четырех наименований.

Зарождение спортивного телевещания началось к 30-ым годам 20 века. Тогда спорт существовал в устных телепередачах, то есть без сопровождения выдержек с матчей или иных спортивных состязаний, т.к. не было телевизионных станций, которые можно было оперативно развернуть на месте событий.

В 1933 году режиссер Александр Разумный с помощью действующего спортсмена футболиста, Валентина Гранаткина предпринял попытку снять телевизионный репортаж об одном из футбольных матчей, который проходил в Москве. Матч был снят на «немую» кинопленку, а Гранаткин прокомментировал игру уже за кадром во время демонстрации фильма в эфир, однако у программы был большой недостаток – репортаж вышел в эфир только на следующий день после матча.

Сороковые годы 20 века стали самыми насыщенными в освещении спорта на телевидении. В 1936 году в Германии состоялись XI Олимпийские игры, которые транслировались в прямом эфире. В 1937 году спортом заинтересовалась известная корпорация Великобритании - BBC. Так, 21 июня британские телезрители увидели 25-минутный репортаж с финального матча Уимблдонского теннисного турнира между Банни Остином и Джорджем Роджером с комментариями Фредди Трейзевуда. В 1938 году на телеэкранах Великобритании демонстрировались соревнования по гребле, финал кубка по футболу и состязания в крикет. В 1939 году в США состоялась первая официальная спортивная трансляция. Это была двухчасовая трансляция бейсбольного матча студенческих команд Колумбийского и Принстонского университетов. Дальнейшее развитие спорта на мировом телевидении было прервано Второй мировой войной (1939-1945гг.).

После окончания войны лишь спустя несколько лет телевидение вновь вернулось к освещению спорта. Так 2 мая 1949 года в СССР состоялась первая внестудийная передача – трансляция футбольного матча между командами «ЦСКА» (ранее ЦДКА) и «Динамо», а 29 июня того же года состоялась трансляция еще одного матча между командами «Динамо» и «Спартак» с комментариями Вадима Синявского. Это была первая внестудийная передача, осуществленная с помощью ПТС; телезрители увидели первый телевизионный репортаж со стадиона «Динамо». Однако запись футбольного матча осуществлялась тогда всего лишь двумя камерами, что не позволяло транслировать матч полноценно.

Спортивные репортажи получили огромное распространение в России в середине 20 века, тогда они являлись основными видеоматериалами внестудийных передач. Спорт значительно расширил целевую аудиторию в нашей стране.

Спортивные сюжеты начали появляться каждый день на центральных телеканалах в вечерних выпусках «Новостей», они длились не больше 5 минут перед сводкой прогноза погоды, на тот момент еще не было отдельных телепередач о спорте. В 1962 году появилась первая информационная программа «Спортивная неделя», которая длилась 20 минут. В передаче подводились итоги главных спортивных событий за неделю, повторялись лучшие сюжеты, в студию приглашали специальных гостей, выходили разнообразные рубрики, которые посвящались тому или иному виду спорта. Над программой работали такие известные журналисты и комментаторы, как Александр Пискарев, Георгий Саркисьянц, Марк Торчинский.

Главными компонентами советского телевещания стали выпуски спортивных новостей в ежедневной программе «Время». Она начала выходить в эфир Центрального телевидения с 1 января 1968 года. Спортивный блок новостей традиционно шел в конце выпуска передачи в независимости от важности событий.

Большим толчком для развития спортивного телевещания стала летняя Олимпиада в Москве 1980 года. В связи с этим был построен Телецентр в Останкино; спортивные события предопределили обновление устаревшей техники для приема и обработки сигнала.

После распада СССР в декабре 1991 года начала складываться совершенно новая система электронного вещания в стране. На информационном рынке появляется частное радио- и теле- вещание, резко возрастает влияние рекламного контента на печатные и электронные СМИ, и как результат всех этих внутремедийных перестроек – спорт стал предметом торговли, телевидение начало платить командам (как российским, так и зарубежным), чтобы транслировать их матчи.

В первой половине 90-х годов в России уже к двум существующим телеканалам Останкино и РТВ прибавились НТВ, санкт-петербургский «5-ый канал», МТК, 2х2 и образовательный канал «Российские университеты», которые имели в своих программах спортивные передачи. Однако при таком успешном развитии спортивного вещания появились некоторые серьезные проблемы: 1) к 1999 году часы вещания спортивных состязаний значительно сократились в связи с нехваткой денег для покупки прав на трансляции; 2) в объеме спортивного вещания преобладало освещение зарубежного спорта, тогда как отечественного всего лишь 20% от всего объема эфира.

В 1996 году появились частные коммерческие телеканалы, такие как: Eurosport, «НТВ-Плюс Спорт» - они оказались одними из немногих спутниковых каналов в России, постепенно к ним добавились телеканалы «НТВ Плюс Футбол», Extreme Sports Channel, Eurosport News и др., однако они были доступны лишь подписчикам. Только в 2003 году было решено создать отдельный общедоступный специализированный спортивный канал – телеканал «Спорт», который в 2009 году был заменен на «Россию 2», а в 2015 году на «Матч ТВ».

Интерес к спортивным событиям в нашей стране является постоянным, из-за чего возникает большая потребность в их трансляции и освещении. Телевидение в России является крупнейшим медиа как с точки зрения максимального охвата целевой аудитории, так и по сбору рекламных бюджетов. Но сейчас можно заметить, что как такового спорта в эфире центральных телеканалов в России не осталось. Главные спортивные события на российском телевидении перешли на специализированные телеканалы, при этом, в России существует только один общедоступный телеканал «Матч ТВ», остальные телеканалы, например, такие как «Наш футбол», «Евроспорт» и др. доступны только за абонентскую плату. Но вытеснение спортивных передач с центральных каналов, не означает полную дисквалификацию спорта; спортивные репортажи остались в ежедневных новостных выпусках. Подобный процесс «игнорирования» спорта в эфирах «Первого» и «Второго» каналов начался приблизительно со времен политического кризиса на Украине (ноябрь, 2013г.), за ним последовало присоединение Крыма к России ( март, 2014г.). И как результат вытеснение спорта политическими событиями, что является вполне закономерным явлением.

Самая популярная программа на «Первом канале» это программа «Время», впервые появившаяся на телеэкранах страны 1 января 1968 года. Раньше программа содержала до 20 новостных блоков, которые включали в себя сюжеты на различные темы, в том числе и спортивные. Спортивный блок в программе «Время» просуществовал до 2000-2001гг., он содержал в себе видеофрагменты со всяких спортивных мероприятий, включал некоторые аналитические данные – турнирные таблицы, результаты матчей. Позже спортивный блок был исключен, и вместо него показывали лишь некоторые репортажи и новости о спорте.

В настоящее время, в верстке программы «Время» отсутствует спортивный блок. Спорт как таковой появляется лишь в экстраординарных случаях, когда спортсмены побеждают в престижных соревнованиях, например, в Олимпийских играх, чемпионаты мира и Европы и др. В таких случаях новостной блок начинается с событий спорта.

Спортивные новости не являются приоритетом канала, этим и можно объяснить снижение количества спортивных событий в рамках новостей.

Наряду с «Первым» и «Вторым» каналами стоит телеканал НТВ. Его самой рейтинговой передачей считается программа «Сегодня», которая впервые вышла в эфир 11 октября в 1993 году. С 1993 по 2015гг. после некоторых выпусков новостей выходила рубрика «Спорт», но вскоре выпуски спортивных новостей были отменены, при этом причины отмены не были названы. Один из телеведущих телеканала НТВ Василий Соловьев сообщил об этой новости на своей странице в Facebook: «Ну что ж…. С этой недели на НТВ больше нет спортивных новостей. Впервые за 22 года».

Еще 2 года назад на телеканале еженедельно в прямом эфире транслировались матчи чемпионата России по футболу, а также некоторые матчи Лиги чемпионов и Лиги Европы. После трансляций зрителям также предлагался разбор игры с ведущим эфира и приглашенными в студию экспертами.

Позже все спортивные передачи и программы перешли на телеканал «НТВ-Плюс», а затем и на «Матч ТВ». Бывший гендиректор «НТВ-Плюс» Александр Вронский объяснил это тем, что «в 13:30 по московскому времени на открытом телевидении центральному матчу чемпионата России по футболу делать нечего».

Таким образом, можно сказать, что спортивной журналистике, а в частности спортивному телевещанию в России пришлось пройти достаточно длительный путь становления и развития, при этом параллельно сталкиваясь со всевозможными проблемами. Например, такие проблемы, как упадок интереса со стороны зрителей к спортивным событиям, исторические потрясения или нехватка денежных средств, для лицензированной трансляции матчей.

Но, тем не менее, в последнее время увлечение спортом в нашей стране выросло в несколько раз. Этому не могло не способствовать появление специализированных телеканалов на российском телевидении, таких как «Матч ТВ», и, конечно же, важнейшую роль в актуализации спорта сыграли международные спортивные соревнования, проходящие в России. К таким соревнованиям можно отнести прошедшие Олимпийские игры 2014 года в городе Сочи, Чемпионат мира по хоккею-2016, а также Кубок конфедераций -2017 и Чемпионат мира по футболу-2018. Данные спортивные события повышают интерес не только к их просмотру, но и к их посещению.

На сегодняшний день в России новости спорта в том или ином виде присутствуют на многих общедоступных телеканалах, но, тем не менее, на общетематических каналах все меньше эфирного времени уделяется освещению спортивных событий. Это, прежде всего, связано с политическим кризисом, а также с международными конфликтами, которые вытесняют спорт из сетки вещания федеральных каналов. Однако если трансляции спортивных соревнований полностью исчезли из верстки «Первого канала» и «НТВ», то новости спорта и тематические репортажи до сих пор имеют место быть во многих новостных выпусках.

**1.2 Роль спортивной журналистики в жизни современного общества**

Как известно, СМИ называют «четвертой властью», и с этим нельзя не согласиться, ведь в руках у журналистов находится самое ценное и важное на сегодняшний день – это информация. Журналисты должны удовлетворять потребности общества в информации, но в тоже время, журналисты сами формируют определенные потребности у своей целевой аудитории. Можно привести самый банальный пример, допустим, сегодня в СМИ будут говорить о подорожании гречки, и большая часть людей будут пойманы на этот крючок – они побегут скупать крупу в несчетных количествах. С помощью той или иной информации СМИ пропагандируют некую идеологию, или если можно сказать, СМИ пропагандируют правила жизни, но это все слишком обобщенные высказывания.

Нельзя не согласиться, что сейчас в обществе довольно большой уровень заинтересованности в спорте. На обложках журналов мы видим подтянутых и стройных кинозвезд, шоуменов и актрис, в газетах мы не редко сталкиваемся с материалами, в которых говориться о пользе утренней зарядки, и о том, как йога продлевает жизнь, с экранов телевизора на нас смотрят олимпийские чемпионы и тд. Все это волей, не волей, погружает нас в тему спорта. Действительно, спортивная журналистика оказывает на нас огромное влияние, особо стоит отметить роль спортивной журналистики как средства воспитания такого чувства, как патриотизм. Высокие достижения российских спортсменов на международных соревнованиях вызывают массовый энтузиазм и чувство гордости за свою страну и за своих соотечественников. Одна из традиций отечественной спортивной журналистики – это воспитание молодежи на примере ведущих лидеров в области спорта, ведь большие успехи рождают мечты, мотивируют нас, побуждают к подражанию. То есть одна из первичных ролей спортивной журналистики – это воспитательная роль (эстетическое и этическое воспитание).

Немаловажное значение имеет спортивное зрелище, как форма отдыха. Спорт – это азарт, выплеск эмоций. Во время просмотра матча с участием любимой команды, мы получаем удовольствие, избавляемся от негативных эмоций, сопереживая или радуясь вместе со своими фаворитами.

Ранее мы сказали, что спортивная журналистика играет некую воспитательную роль, наряду с этим стоит также отметить, что спорт формирует некоторые черты характера человека, такие как, настойчивость, амбициозность, борьба с собой и с природой (альпинизм – это покорение вершин, серфинг – это борьба с одной из стихий, с водой). Таким образом, спортивная журналистика играет социальную роль, подталкивая людей к занятиям физической культурой и спорта, тем самым отвлекая, от вредных привычек.

Спорт – это эстетика. Вы же наблюдали как гармонично и красиво тело спортсмена? Это, безусловно, заставляет нас стремиться к идеалу, мы начинаем работать над формированием собственного тела, стремясь к эстетическому удовлетворению.

Спорт всегда привлекает людей, даже если те не являются почитателями спортивных событий, потому что спорт - это интрига, непредсказуемость и неожиданность происходящего. Это все, безусловно, порождает общечеловеческий интерес к событиям спорта.

Спорт и активный образ жизни – залог долголетия. Не только молодежь заинтересована спортом в плане поддержания хорошей формы, но и люди в достаточно зрелом возрасте. Ведь сейчас идет мощная пропаганда спорта, как источника долголетия и прекрасного самочувствия. И кто же не хочет выглядеть здорово и красиво независимо от цифр в паспорте?

Спорт - это бизнес. Спорт высоких достижений привлекает огромное число зрителей, поэтому умелая организация крупных соревнований оказывается рентабельной. В последнее время основным источником дохода от проведения соревнований стала не оплата билетов посетителями, а доходы от телевизионных компаний, освещающих состязания, от рекламных агентств, использующих крупные зрелищные мероприятия для продвижения товаров, услуг, имиджа фирм. Для формирования репутации компаний широко используется спонсорство.

Таким образом, можно подвести итог данной главы. Да, действительно, спортивная журналистика играет наиважнейшую роль в жизни современного общества, она проникает во все сферы жизнедеятельности человека, что не может оказаться бесследным. В наше время идет активная пропаганда спорта, ведь спорт как социально - экономическое явление привлекает журналистов, которые уделяют его освещению значительное внимание, место в бумажных изданиях, в эфире и сетях Интернет, а также спорт выступает неким элементом социализации, что и делает его неотъемлемой частью в жизни каждого из нас.

**1.3 Специфика спортивного вещания на ТВ**

С самых первых шагов своего развития различные виды СМИ стремились интересно и своеобразно преподнести события из мира спорта. Изначально спорт в журналистике носил лишь описательный характер, потому что долгое время, вплоть до начала 20 века воспринимался не как серьезное занятие, а всего лишь как некое развлечение. Дальнейшее развитие электронных СМИ способствовало тому, что спорт стал одной из ведущих сфер человеческой деятельности – наравне с политикой, экономикой и культурой.

Действительно, ТВ является самым главенствующим сегментом СМИ при освещении спортивных событий. Успех телевидения заключается в его синтетичности, то есть с помощью ТВ идет комплексное воздействие на человека, а именно на слух и на зрение. Задействуются эффекты движения, транслируется динамика реальных картин, благодаря чему появляется эффект присутствия на месте событий.

Еще одним специфическим и главенствующим свойством телевидения является возможность оперативной трансляции. В отличие от печатных СМИ, которые издаются не чаще одного раза в сутки, тем самым, задерживая информацию на 24 часа, ТВ позволяет передавать репортажи с места событий (прямой эфир).

Среди достоинств телевидения следует отметить, высокую конкурентность как между разными программами, так и внутри между редакциями одной программы. Подобная конкуренция является залогом высокого качества передач.

Еще среди плюсов телевидения стоит выделить, хорошее техническое оснащение, поэтому потребитель сегодня имеет возможность использовать в качестве приемного устройства не только телевизор, но и компьютер, видеомагнитофон и даже смартфон.

В продолжение темы хорошего технического оснащения ТВ, будет вполне уместно рассказать о специфике съемки спортивных мероприятий. Если еще лет 7 назад при съемках спортивных репортажей использовалось не больше 3-5 камер, то сейчас это количество достигает 20. Среди них 7 длиннофокусных, 3 EVS и 3 Super Slow-Mo (камеры замедленной съемки). Также стоит отметить качество картинки, которую видит зритель – сейчас трансляции ведутся в HD формате.

Благодаря своей экранности, оперативности телевидение, безусловно, выступает одним из организующих факторов в развитии спортивной коммуникации. Это в первую очередь, заключается в ежедневной подаче интересной, актуальной и полезной информации о спорте. Казалось бы, как тут можно оригинально преподнести информацию, например, даже о том самом футболе? Ведь ничего сверхъестественного не происходит в рамках матча: две команды, одно поле, нужно забить мяч в ворота противника. Не придумывать же велосипед заново. Так как же рассказать о простом в необычном ключе и совсем по-иному, чтобы пробудить интерес в каждом телезрителе? На самом-то деле, не все так банально и просто как это может показаться. Информация может быть представлена в коротком 3-5 минутном обзоре в выпусках новостей, в многочасовой трансляции прямого эфира крупных состязаний или специальной спортивной программе. Для лучшего раскрытия спортивного события на ТВ используются всевозможные технические и выразительные приемы, такие как: замедленная съемка, стоп-кадр, повтор кадра, повтор кадра, общий/средний/крупный план, бегущая строка и др. К примеру, с помощью крупного плана телевидение демонстрирует все тончайшие детали поведения спортсмена: особенности его поведения, техники, тактики; проявление благородных качеств в спорных, нестандартных ситуациях или, наоборот, некорректное поведение, нарушающее спортивный кодекс чести; чувство радости при победе или огорчения при поражении. Или же такой прием, как замедленная съемка (в некоторых видах спорта, также называется «челлендж тайм» и может использоваться только в ограниченном количестве, например не больше 3-х раз за период) используется для детального просмотра определенного эпизода матча, с целью отслеживания ошибок, со стороны того или иного игрока, (например, заступ, запрещенный удар, подножка и др.), и для разрешения спорных моментов. Особенно востребован прием замедленной съемки в таких телепередачах, как «После футбола», которая выходит в эфир во время перерыва между первым и вторым таймом матча. В передаче используют нарезки из первого тайма, и с помощью замедленной съемки или того же крупного плана разбирают всевозможные нюансы и спорные моменты игры.

Телевидение и спорт всегда находятся во взаимодействии, взаимодополняя и изменяя некоторые внутремедийные механизмы. Телевидение не может существовать без спорта, как и спорт не может полноценно функционировать без контакта с телевидением. Сегодня на ТВ мы можем наблюдать массу спортивных передач и программ, идет постоянное включение спорта в выпуски новостей, на телеэкранах создаются зрелищные трансляции с соревнований – это все показывает насколько велико влияние спорта на электронные СМИ. А если же говорить об обратном влиянии (т.е. ТВ на спорт), можно сказать следующее: об успехе того или иного состязания в наше время судят не только по количеству телезрителей, но и по общей продолжительности показа спортивных телепрограмм и т.п.

Популяризация спорта привела к появлению специальных спутниковых каналов, которые транслируют круглосуточно одни спортивные события, новости и передачи. Создаются и отдельные спортивные новостные выпуски, занимающие достойное место в сетке вещания наряду с политическими, ведь сегодня спорт не намеривается оставаться на последнем месте в сводке новостей, что и способствует его быстрому и качественному развитию.

Спортивная тележурналистика это не только большой бизнес, но и важнейшее зрелище современной эпохи, поэтому вполне закономерен процесс сращивания СМИ и спорта, который принимает характер стабильной тенденции. Помимо сращивания с индустрией развлечений и зрелищ, спорт превращается в важный фактор современной политики, в инструмент имедж-мейкерства многих государств, а также средство поддерживания национальной идентичности. Спортсмены становятся медиаперсонами, продвигающими важные социальные ценности и рекламирующими товары и услуги, спрос на которые значительно возрастает. Фанаты спортивных клубов объединяются в онлайн-сообщества, создавая не только поддержку своим кумирам, но и формируя лояльные целевые аудитории для рекламодателей спортивных товаров и услуг. Словом, спорт заполняет множество информационных и культурных ниш, становясь важным феноменом современного общества. Спортивная журналистика и коммуникации, несомненно, сегодня формируют значительный сегмент национального и глобального медиапространства, и потому спрос на спортивных журналистов постоянно растет, а внимание исследователей к этому сектору более чем закономерно.

С советских времен тема спорта обязательно присутствует во всех общественно-политических изданиях, ведь спорт во все времена являлся и является мощным орудием пропаганды. Он объединял, вдохновлял, помогал ставить цели и добиваться их, и это касалось не только советской, но и зарубежной спортивной журналистики. Однако, идеологический ход развития спорта в системе СМИ изменил приход частного бизнеса. Если раньше спорт являлся частью политического и идеологического воспитания, был неким инструментом массовой пропаганды, то в настоящее время спорт в медиапространстве рассматривается как предмет прибыли, хорошей наживы. Отсюда следует изменения в методах работы и способа подачи материала; сенсационность и клиповость, информационная насыщенность сейчас характерны для всех отраслей журналистики. Печать уходит в интернет. в социальные сети, на базе журналов и газет создаются радиостанции и телевизионные студии.

Со временем спорт перестает быть только носителем идеалов олимпизма. Многомиллионная аудитория любителей спорта стала гарантом коммерческого начала в сфере спортивной журналистики. Несмотря на колоссальное влияние на общественность и огромные масштабы развития, спортивная журналистика не до конца укрепилась на пьедестале фаворитов в системе СМИ, поэтому сейчас нередко можно услышать такую фразу, что спортивная журналистикаоценить – это департамент развлечений и игрушек. Но, тем не менее, нельзя не отметить, что влияние спортивного контента растет постоянно, качество и оригинальность материалов во всех сферах СМИ приобретает свойство постоянства, развивается спорт, а вместе с тем развивается и журналистика, что в итоге приводит к появлению качественной спортивной журналистики.

**2. «Матч ТВ»: создание и развитие телеканала**

**2.1 Этапы становления телеканала «Матч ТВ»**

Как мы уже выяснили, отношения спорта и ТВ начались относительно недавно. По сравнению с другими сферами освещения на отечественном телевидении, спорт достаточно молодое направление. Это прежде всего связано с поздним становлением профессионального спорта в нашей стране, а следовательно позднее возникновение спортивной журналистики как в печатных СМИ, так и в электронных.

На сегодняшний день спортивная журналистика очень востребована в России: популяризации спорта способствовали многочисленные соревнования международного уровня, которые прошли и проходят в нашей стране (Олимпийские игры в Сочи, Кубок конфедераций по футболу, Чемпионат мира по футболу и др.).

Но, тем не менее, на отечественном телевидении существует лишь один общедоступный специализированный канал, транслирующий спорт 24 часа в сутки – это «Матч ТВ». Но прежде чем закрепиться в списке среди других общедоступных тв-каналов, «Матч ТВ» прошел достаточно долгий путь развития и становления.

Впервые канал «Матч ТВ» вышел в эфир 1 ноября 2015 года. На экране он заменил «Россию-2», которая с каждым годом все больше отдалялась от спортивной тематики – спорт занимал лишь треть сетки вещания. Планы по созданию принципиально нового общедоступного канала развивали различные спортивные функционеры и деятели. Необходимость в создании такого канала резко усилилась после Олимпийских игр в Сочи, тогда стало ясно, что россиян можно заинтересовать спортивными трансляциями. Первый, кто отреагировал на подобные «предложения» по созданию спортивного телеканала, стал министр спорта РФ Виталий Мутко. На пресс-конференции в Сочи он выразил обеспокоенность по поводу отсутствия в России общедоступного спортивного канала. Виталий Мутко сообщил, что вопрос спортивного вещания планируется рассмотреть на Совете при президенте РФ по развитию физической культуры и спорта. Заседание Совета состоялось 2 июня 2015 года, в ходе которого председатель правления «Газпром – Медиа Холдинга» Дмитрий Чернышенко сообщил о создании нового специализированного спортивного канала, формируемого на технологической базе ОАО «НТВ-Плюс» и АНО «Спортивное вещание», а также на базе частот телеканала «Россия-2». И в середине того же месяца президент Владимир Путин дал поручение на создание общедоступного спортивного канала, что, безусловно, сыграло большую роль для реализации задумки в кротчайшие сроки. Работы по созданию обязательного телеканала спортивной направленности завершились к 1 августа 2015 года. Новый телеканал получил наименование «Матч ТВ», возглавили его известная телеведущая, продюсер Тина Канделаки и экс-генеральные директора телеканала «Домашний» Наталья Билан и Наталья Короткова.

На презентации телеканала Тина Канделаки отметила, что «Матч ТВ» будет показывать 90% главных международных спортивных событий (1747 часов в неделю вещания про спорт). Как оказалось, это будет намного превосходить количество планируемых трансляций на западных телеканалах по типу «ESPN», «Sky Sport», «NBC». Однако принципиальное различие стартовавшего проекта не в объеме трансляций, а в источниках финансирования, которым в данном случае является государство. Новый канал фактически не имеет аналогов по части создания спортивного ТВ в передовых странах мира, где в свою очередь, спортивные телеканалы являются частными, то есть людям приходиться платить за подписку, чтобы увидеть матчи со своими любимыми спортсменами или командами. Отсюда следует вопрос: есть ли какие-либо предпосылки тому, что спортивное телевидение в России последует по пути внедрения западной модели вещания? В данном случае показателен пример спутникового оператора «НТВ – Плюс», также как и «Матч ТВ», входящего в холдинг «Газпром – Медиа». Подписку на канал «Наш футбол», показывающий российскую премьер-лигу и посвященные ей ток-шоу, оформили всего несколько десятков тысяч человек. Это доказывает, что россияне не заинтересованы спортом. Как раз «Матч ТВ» способен решить проблему заинтересованности людей в занятии спортом, а затем заинтересованности в просмотре соревнований. Безусловно, одного создания специализированного спортивного канала не достаточно, данную проблему нужно решать комплексно: нужно создавать комфортные условия для массового занятий спортом, необходимы новые, совпременные спортивные объекты, которые будет приятно посещать и др. Новый телеканал «Матч ТВ» может стать рупором здоровой жизни, показывая широкой аудитории преимущества занятий спортом с помощью трансляций лучших спортивных соревнований. Это и будет являться главным плюсом существования «Матч ТВ». Однако же, основная особенность спортивного телевещания в России будет состоять в том, что спортивный канал контролирует государство. Трансляции не предусматривают пополнение казны, не являются источником прибыли или бизнеса. Спортивное телевидение – это, в первую очередь, социальный проект, исполняющий функцию государства по продвижению в массы физической культуры и здорового образа жизни.

«Матч ТВ», как участник медиахолдига «Газпром – Медиа», автоматически получил себе права на все соревнования, транслирующиеся на «НТВ – Плюс»: РФПЛ, футбольные Ерокубки, европейские футбольные чемпионаты и др. Кроме того, к «Матчу» перешли и права на трансляцию КХЛ, Единой лиги ВТБ, Формулы-1 и других соревнований, которые ранее показывались на каналах ВГТРК. Теперь, фактически, весь телевизионный спорт будет сконцентрирован на одном канале «Матч ТВ».

Начало работы телеканала принято считать 1 ноября 2015 года в 6:30 по московскому времени. В этот день был отменен показ коммерческой рекламы из-за траура по жертвам авиакатастрофы в Египте (31 октября 2015 г., центральная часть Синайского полуострова). Первой трансляцией на телеканале стал хоккейный поединок между столичными командами «Динамо» и «Спартак».

В сентябре 2016 года телеканал отказался транслировать Паралимпиаду, куда не были допущены российские спортсмены. По словам гендиректора Тины Канделаки, решение оправдано «чувством собственного достоинства и уважением к стране».

По итогам первых рабочих месяцев, рейтинг «Матч ТВ» оказался ниже, чем у «России-2». Так по данным интернет-издания Colta.ru «Матч» был всего лишь 19-ым поп популярности среди федеральных каналов. К концу 2016 года телеканалу по-прежнему не удалось достигнуть среднего уровня популярности: целевая аудитория составляла 3,2 %. С октября 2017 года «Матч ТВ» стал частью холдинга «ГПМ Развлекательное ТВ», которым руководит Артур Джанибекян. Модель управления спортивным эфирным каналом была изменена для оптимизации ключевых бизнес-процессов, сокращения затрат на управление, повышения операционной эффективности. В начале 2018 года среднесуточная доля целевой аудитории «Матч ТВ» составляла уже 3,4 %. Телеканал «Матч ТВ» входит в перечень общероссийских обязательных общедоступных каналов и является обязательным для распространения на всю территорию РФ.

**2.2 Тематика и жанровое разнообразие телеканала «Матч ТВ»**

У каждого сегмента СМИ будь то печатное издание, интернет- издание или телеканал, есть своя тематическая направленность, а, следовательно, и специальное жанровое наполнение. Например, если газета/журнал является развлекательным изданием(«Story», «Лиза», «Караван»), то ее содержание и жанровое наполнение «от» и «до» будут соответствовать тематике издания. В рамках выбранной темы данной работы, мы постараемся детально разобрать телеканал «Матч ТВ» на предмет жанрового разнообразия и его соответствия тематике телеканала.

«Матч ТВ» - российский федеральный общедоступный канал о спорте и здоровом образе жизни. В эфире – трансляции главных спортивных событий, новости, аналитические и развлекательные программы, реалити и ток – шоу, документальные циклы, шоу о здоровом образе жизни, художественные фильмы и сериалы о спорте. «Матч» выводит спортивное вещание в России на новый уровень, мотивирует зрителей быть частью нового спортивного движения.

Многообразие телевизионных жанров на «Матч ТВ»:

* Трансляции всех спортивных событий мира (Американская баскетбольная лига, Чемпионат России по футболу, Кубок Стэнли и др.).
* Программы и ток – шоу, посвященные тому или иному виду спорта (например, программа «После футбола»).
* Документальные циклы (спортивные звезды прошлых лет и новые герои).
* Биографические истории – это истории, рассказанные самими спортсменами, их тренерами о спорте, играх. Такие истории позволяют создать более тесню взаимосвязь со зрителями.
* Реалити (академия футбола, первое спортивное реалити-шоу, его цель – «найти своего Бэкхема». Отборочные туры по футболу среди юношей проходят в крупных городах России, в результате формируется команда из 60 человек. Но лишь 16 человек должны остаться в рамках проекта, поэтому раз в неделю по решению главного тренера из команды выбывает один игрок).
* «Реконструкции» спортивных побед
* Юмористические шоу (например, «Фром май харт» - это еженедельная обзорная программа с Виталием Мутко, проходящая в формате викторины. Ведущий программы задает вопросы министру спорта по главной теме выпуска, но полемика и обсуждения не зациклены на одной конкретной теме. Основная канва на протяжении программы сменяется и юмористически обыгрывается на искаженном английском языке).
* Расследование спортивных и около спортивных скандалов
* Художественные фильмы и игровые сериалы о спорте

Для того чтобы канал всегда находился в топе и охватывал большую часть населения, корреспонденты «Матч ТВ» проводят социальные опросы. Это помогает команде телеканала расставлять правильные акценты на тех моментах и событиях, которые больше всего интересуют телезрителей. Так, на сайте «Матч ТВ» представлена таблица «ТОП-10 видов спорта», где представлена статистика спроса на конкретные виды спорта в России. В тройку самых популярных и «смотрибельных» видов спорта в нашей стране входят: 1-ое место футбол, 2-ое и 3-е – это хоккей и фигурное катание. Такая статистика, безусловно, помогает рационально сконструировать все эфирное время на телеканале. Но нельзя забывать про то, что одной из главных целей подобных спортивных каналов является привлечение интереса ко всем видам спорта, в независимости от их популярности в стране.

Помимо трансляций соревнований федерального и международного уровня на «Матч ТВ» идет активная пропаганда здорового образа жизни, это мотивирует зрителя не только смотреть профессиональный спорт, но и стать самому частью спортивного движения. Каждый день в сетке вещания телеканала выделяется три часа для освещения темы активного и здорового образа жизни: постоянные прямые включения из фитнесс-центров, спортивных школ и центров красоты; в студию приглашаются эксперты, врачи, диетологи, тренеры и люди, которые изменили свой образ жизни и готовы поделиться своим опытом. Можно, сказать, что миссия «Матч ТВ»: сделать спорт привлекательным для каждого зрителя.

Как и многие другие телеканалы, «Матч» имеет постоянные новостные программы, которые транслируются каждый день в определенное им время. Новости на телеканале выходят в эфир три раза в день, традиционно утром, днем и вечером. Утром новости включают в себя главные события предыдущего и грядущего дня; интервью в студии, перекличка с регионами; аналитика и комментарии экспертов; юмор и спорт. Дневной выпуск новостей –это обзор международных спортивных событий; телемосты с тренерами, врачами, спортсменами; интервью, комментарии и прогнозы. И наконец, вечерние новости – это заключительное шоу после последней трансляции. По понедельникам вечерние новости проходят в форме итогового спортивного шоу за неделю.

Безусловно, основной «фишкой» телеканала является трансляция соревнований, пропаганда спорта и здорового образа жизни. Но не только качество и оригинальность транслируемой информации привлекает телезрителей, но и сами представители «Матч ТВ» - это известные телеведущие, профессиональные комментаторы и корреспонденты такие как: Дмитрий Губерниев, Илья Трифанов, Мария Орзул, Анна Чичерова, Алексей Попов и др.

Подводя итоги данной главы, можно определить конкретные цели канала «Матч ТВ» и отметить его «плюсы».

Цели телеканала:

* Обеспечить зрителя высококачественным телевизионным зрелищем и ощущением присутствия на спортивных аренах
* Создать беспрецедентные условия доступа к спортивной жизни страны
* поддержать структурную целостность спортивных мероприятий
* Интегрировать трансляции, развлекательный и образовательный контент с учетом интересов телезрителей

Преимущества телеканала:

* Ежедневная аналитика спортивных событий страны и мира
* Специализированные программы, охватывающие все виды спорта
* Прямые включения с различных спортивных трансляций, идущих одновременно в разных частях мира
* Эксклюзивные новости, интервью и комментарии экспертов

Таким образом, можно сказать, что «Матч ТВ» это уникальный проект в рамках отечественного телевидения, который не имеет аналогов как на российском телевидении, так и на зарубежном. Его принципиальное отличие в общедоступности для каждого телезрителя, а также в насыщенности и многообразии, транслируемых спортивных событий – это и делает «Матч ТВ» популярным и топовым каналом на федеральном уровне телевидения.

**2.3 Освещение командных видов спорта на «Матч ТВ»**

В мире спорта существует множество видов физической культуры, начиная с самых простых, не требующих специальных оборудований и экипировки, например, бег, плавание, прыжки в длину, футбол, и, заканчивая самыми сложными видами, такими как хоккей, теннис, гольф, керлинг и др. Все виды спорта можно условно разделить на две большие группы: командные и не командные (индивидуальные) виды спорта.

|  |
| --- |
| Виды спорта |
| Командные  | Не командные или индивидуальные |
|  Это любой спорт, в котором участники команды (игроки) объединены общей спортивной целью. Здесь подразумевается противостояние команд, а не отдельных игроков.Самые популярные спортивные игры в данной категории: футбол, хоккей, волейбол, баскетбол, гандбол, водное поло, регби и др. | Это любой спорт, подразумевающий в рамках одной игры противостояние отдельных спортсменов, а не команд.Самые популярные спортивные игры в данной категории: биатлон, легкая атлетика (бег, прыжки в длину, метание копья), художественная и спортивная гимнастика, плавание, различные виды единоборств теннис и др. |

Принято считать, что самые массовые и зрелищные виды спорта – это командные. Они всегда собирают многотысячную аудиторию у телеэкранов и миллионы зрителей на стадионах и спортивных аренах, поэтому именно футбол, хоккей и баскетбол являются предпочтительным выбором целевой аудитории спортивного вещания.

Безусловно, самый популярный спорт в мире это футбол, потому что он не требует особых навыков от игроков, не требует наличия экипировки и оборудования, кроме мяча, который есть у каждого второго в доме. Трансляции футбола и посвященные ему программы и передачи занимают большую часть эфирного времени на любом телеканале мира. Исключением не является и «Матч ТВ». Особенно усилился интерес к футболу в связи с событиями Чемпионата мира, который проходит в нашей стране. Футбол транслируется в прямом эфире, также отдельным выпуском показывают повторы матча, неотъемлемой частью эфирного времени телевидения являются аналитические программы, посвященные разбору матчей. Все это делает футбол центральной темой в мире спорта. Футбол всегда будет присутствовать в той или иной мере на ТВ, он будет транслироваться как на общетематических каналах, так и на специализированных, в независимости от событий спорта на международном уровне, что нельзя сказать о других командных видов спорта, таких как волейбол, гандбол и баскетбол. Данные спортивные дисциплины менее популярны среди зрителей, а значит и место в эфире им уделяется совсем не большое, если конечно, в мире спорта не проходят какие-то значимые соревнования по этим видам спорта. Но как мы уже отметили ранее, целью «Матч ТВ» является повышение интереса телезрителей ко всем видам спорта. Для этого на телеканале ежедневно транслируют всевозможные матчи, будь то футбол, хоккей или фехтование, гольф, волейбол и гандбол. В эфир выходят документальные фильмы, посвященные конкретному виду спорта, в студии приглашают знаменитых спортсменов, которые рассказывают интересные факты, связанные с их видом спортивной деятельности, что конечно, не оставит телезрителя равнодушным, все эти программы помогают массовому внедрению различных видов спорта в общество. Также стоит отметить, что для преданных фанатов того или иного вида спорта, «Матч ТВ» имеет специальный пакет дочерних проектов, которые базируются на трансляции конкретных видов спорта, в эфир выходят программы с детальным разбором матчей, в студии приглашают экспертов и действующих спортсменов для обсуждений состоявшегося матча. Так «Матч! Игра» специализируется только на игровых видах спорта, рейтинговые мировые турниры в прямом эфире: европейские клубные турниры по баскетболу, волейболу, гандболу и другим игровым видам спорта. Еще один базовый тематический канал из серии «Матч ТВ» - это «Матч! Арена», он транслирует премиальный спортивный контент мирового уровня. В эфире самые напряженные моменты, именитые спортсмены и решающие секунды. Самые престижные мировые турниры транслируются в прямом эфире: чемпионаты мира и Европы по волейболу, гандболу, американскому футболу и др. Что касается соревнований, проходящих исключительно в России в серии «Матч ТВ» тоже отдельный канал «Матч! Наш спорт». Здесь можно увидеть самые рейтинговые турниры в прямом эфире: чемпионаты страны по легкой атлетике, плаванию, хоккею, гандболу, баскетбольные матчи единой лиги ВТБ, а также международные соревнования, проходящие на территории России. Зрители телеканала постоянно в курсе последних новостей отечественного спорта и ключевых спортивных мероприятий из любого региона страны.

Таким образом, подводя итоги данной главы, можно сказать, что, «Матч ТВ» является всеобъемлющим источником информации из мира спорта. И это не зависит от популярности того или иного вида спортивной деятельности, ведь главной задачей телеканала является пропаганда всех видов и разновидностей спорта, что и делает канал «Матч ТВ» лучшим спортивным каналом.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе создания курсовой работы требовалось решить следующие задачи: исследовать спортивные каналы на современном телевидении, в частности телеканал «Матч ТВ»; выявить особенности и тенденции вещания на спортивных телеканалах; проанализировать и дать конструктивную критику имеющейся политике спортивных программ на отечественном ТВ.

Данное исследование показало, что эта тема нуждается еще в многочисленных исследованиях, привлечении более опытных специалистов, которые могут на основе своего опыта детально изучить процессы становления и развития спортивного отечественного вещания. Действительно, данная тема многогранна и объемна, но, тем не менее, можно сделать конкретные выводы.

В современном мире высокой интенсивности спорт как вид отдыха, как средство воспитания, как разновидность самостоятельного бизнеса вызывает интерес у большинства населения мира. Огромная социально-психологическая роль спорта привлекает к нему внимание журналистов. Средства массовой информации подробно освещают крупнейшие соревнования как в специальных спортивных программах, так и в новостных выпусках. Победители соревнований становятся известными всему миру, превращаются в кумиров, в образцы для подражания. Их фотографии, интервью с ними используют в рекламных целях не только в бизнесе, но в политической и социальной рекламе. Сами же спортивные соревнования служат фоном для показа рекламных роликов.

Телевидение является наиболее популярным и востребованным СМИ. в первой главе настоящей работы мы обосновали приоритеты телевидения над другими видами СМИ такие как: оперативность, комплексное воздействие на зрителей и хорошее «качество» транслируемой информации. Существуют телеканалы, специализирующиеся именно на трансляции спорта, при этом акцент делается на показ игровых видов спорта. Здесь на первом месте стоит футбол, за которым следует хоккей и фигурное катание. Передачи о командных видах спорта не ограничиваются трансляцией матчей, в сетке эфирного вещания телеканала «Матч ТВ» «крутят» репортажи с места событий, показывают аналитические программы и развлекательные ток-шоу.

В процессе разработки данной темы, нами было выявлено, что на «Матче» существенное время эфира уделяется именно командным видам спорта, это можно обосновать интересами и приоритетами целевой аудитории телеканала. При этом, в свою очередь, журналисты выполняют одну из главных своих функций: воспитание зрителя, ведь в данном случае спорт–это вспомогательный процесс входе социализации человека. Стоит отметить, что социальная сторона доминирует над коммерческой. Доказательством тому является отечественный телеканал «Матч ТВ», который принципиально отличается от зарубежных спортивных каналов, за счет своей общедоступности и отсутствия коммерческого интереса, а ,напротив, спорт выступает как некий пласт национальной культуры.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Алексеев, К.А. Спортивная журналистика: Учебник для магистров / К.А. Алексеев, С.Н. Ильченко. - М.: Юрайт, 2013. - 427 c.
2. Алексеев, К.А. Спортивная пресса России XIX — начала XX вв.: историко-типологический анализ: дис… канд. фил. наук: 10.01.10 / К.А. Алексеев. — СПб., 2008. — 257 с.
3. Багиров. Э.. Г. Место телевидения в системе средств массовой информации и пропаганды: учеб пособие /. Э.. Г. Багиров -. М:. Изд-во. Моск ун-та, 1976 - 119 с
4. Баранова, Е.А. Конвергентная журналистика. теория и практика. учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Е.А. Баранова. — Люберцы: Юрайт, 2016. — 269 c.
5. Бурдье. П. О телевидении и журналистике /. Пер. Бурдье -. М:. Прагматика культуры, 2002 - 160 с
6. Вартанов, А.С. Актуальные проблемы телевизионного творчества (журналистика) / А.С. Вартанов. - М.: КДУ , 2003. - 320 c.
7. Вачнадзе. Г. Н. Всемирной телевидение:. Новые средства массовой информации - их аудитория, техника, бизнес, политика /. Г. Н. Вачнадзе -. Тбилиси:. Ганатлеба, 1989 - 672 с
8. Войтик, Е.А. Спортивная информация как понятие и ее роль в масс-медиа // Вестник Челябинского государственного университета. -2011. — № 20. — С. 59−62.
9. Воронков. П. Спортивная пресса как тип: учебное пособие/ П.Воронков. - Москва: Самиздат, 2009. - 310 с.
10. Конюкова, М. Журналистика для всех / М. Конюкова. - СПб.: Азбука-Аттикус, Азбука, 2012. - 224 c.
11. Мостов А.Г., Спортивная журналистика, СП-б, изд. Михайлова В.А., 2005
12. Мураковский А. Спортивные журналисты: кто они?: учебное пособие/А. Мураковский. - Москва: Абажур, 2001. - 12 с.
13. Пономарев Н. И. Спорт - феномен культуры: учебное пособие/ Н.И Пономарев. - Ленинград: Санкт - Петербург. гос. университет, 1987. - 245 с.
14. .Солганик Г. Я. Спорт в зеркале журналистики: учебное пособие/ Г.Я Солганик. - Москва: Мысль Москва, 1989. - 192 с.
15. Стровский, Д.Л. Отечественная журналистика новейшего периода: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности "Журналистика" / Д.Л. Стровский. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011. - 359 c.
16. Цвик, В.Л. Телевизионная журналистика: Учебное пособие / В.Л. Цвик. - М.: ЮНИТИ, 2013. - 495 c.