

**САФОНОВ Е. А., РЖАНОВА С. А**  
**СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ**  
**ФОРМИРОВАНИЯ СПОРТИВНЫХ СМИ В РЕСПУБЛИКЕ МОРДОВИЯ**

**Аннотация.** Анализ социально-экономических условий является важным этапом в изучении влияния факторов внешней среды на работу спортивных СМИ. Проблема полноценного функционирования спортивных СМИ на территории Республики Мордовия зависит от социально-экономических условий. В статье определено влияние данных условий на развитие спортивных СМИ в регионе.

**Ключевые слова:** спортивная журналистика, социально-экономические условия, СМИ, новые медиа, Республика Мордовия.

**SAFONOV E. A., RZHANOVA S. A**  
**SOCIO-ECONOMIC CONDITIONS OF SPORTS MEDIA**  
**FORMATION IN THE REPUBLIC OF MORDOVIA**

**Abstract.** The analysis of socio-economic conditions is an important stage in the study of the influence of environmental factors on the work of sports media. The problem of full-fledged functioning of sports media on the territory of the Republic of Mordovia depends on socio-economic conditions. The article studies the influence of these conditions on the development of sports media in the region.

**Keywords:** sports journalism, socio-economic conditions, mass media, new media, Republic of Mordovia.

Спортивное медиaprостранство играет ключевую роль в современном информационном обществе. Оно является главным источником информации о спортивных событиях и достижениях спортсменов, выступающих на территории региона, так и за его пределами. Данный процесс возможен благодаря социально-экономическим условиям, которые способствуют развитию спортивной медиакоммуникации.

Региональные спортивные медиа сталкиваются с большим количеством социально-экономических проблем, которые затормаживают их развитие и влияют на качество распространяемой информации. Самой главной проблемой является дефицит финансовых ресурсов. Как правило, региональные спортивные СМИ не имеют высокого дохода, а то и вообще работают на безвозмездной основе. Это препятствует возможностям полноценного развития, модернизации контента, привлечения специалистов и аудитории. В результате, региональные СМИ оказываются в тени, что влияет на их конкурентоспособность и умение создавать качественные материалы.

Другой проблемой данного вопроса является ограниченность аудитории. Спортивные СМИ в регионах ориентированы на местную аудиторию, которая может быть небольшой по сравнению с федеральными медиа. Это ограничивает способы привлечения рекламодателей, что осложняет образование финансового фундамента для развития СМИ. Кроме этого, ограниченность аудитории замедляет процесс привлечения специалистов, что негативно отражается на создании качественного контента.

Существует несколько важных факторов, которые играют ключевую роль в развитии региональных средств массовой информации:

1) экономическая составляющая региона значительно влияет на образование и развитие спортивных массмедиа. Более богатые регионы имеют возможности для инвестирования в профессиональную деятельность СМИ, включая права на трансляции соревнований, качественное производство и журналистский талант;

2) наличие и профессионализм медийной инфраструктуры, в том числе возможности транслирования, подключения к высокоскоростному Интернету, полиграфической основы, играет ключевую роль в развитии специализированных СМИ. Регионам с развитой медийной инфраструктурой легче поддерживать и модернизировать прессу;

3) степень интереса и вовлеченности в спортивную деятельность в регионе может определять спрос на спортивные медиа. Регионы с развитой спортивной культурой, где население активно занимается спортивной деятельностью, так или иначе, получают качественные спортивные издания;

4) государственная поддержка СМИ и спорта определяют ландшафт спортивных СМИ. Финансирование, нормативные акты и разнообразные стимулы, предоставляемые государством, могут как способствовать, так и препятствовать формированию спортивных СМИ в различных регионах;

5) доступ к инновационным технологиям, включая цифровые площадки, потоковые ресурсы и социальные сети, могут отражаться на способах потребления и создания спортивного контента. В регионах с многообразием данных технологий спортивное медиапространство может быть более динамичным.

У. Ю. Эшкинина отмечает, что «в отличие от традиционных специализированных СМИ о спорте, интернет-медиа обладают высокой интерактивностью. Практически под каждой публикацией появляются комментарии пользователей, часто переходящие в затяжные дискуссии» [5, с. 768]. Для поиска решений социально-экономических проблем в сфере спортивной журналистики необходимы совместные усилия правительства, бизнес-индустрии и журналистского сообщества. Поддержка со стороны правительства может выражаться в определенных грантах, что поможет выйти на более высокий уровень конкуренции. Бизнес-

индустрия способна задействовать дополнительных рекламодателей и инвесторов, что сформирует выгоду для обеих сфер деятельности – бизнеса и СМИ. Журналисты и редакторы, в свою очередь, должны стремиться к профессионализму и объективности, повышать доверие аудитории и публиковать качественный материал.

У. Ю. Эшкинина далее рассуждает, что «на сегодняшний день практически не осталось спортивных федераций, клубов, организаций, чиновников и спортсменов, не имеющих аккаунта в какой-нибудь социальной сети, не ведущих блога – «сайта (или раздела сайта), содержащего датированные записи текстового и мультимедийного характера с возможностью комментирования, расположенные в обратном хронологическом порядке» [4, с. 97].

Социально-экономические условия развития региональных спортивных СМИ оказывают значительное влияние на их работу и качество информационного продукта. Тем не менее, ликвидация данных проблем требует совместных усилий и поддержки со стороны государства, бизнеса и журналистики. Только тогда региональные спортивные СМИ смогут полноценно развиваться и выполнять свою важную функцию в обществе.

Развитие сферы спорта и массовой информации в современных условиях является важным элементом общественной динамики. В Республике Мордовия социально-экономические условия в полной мере отражаются на формировании и развитии спортивных медиа. Наличие спортивной культуры и экономических тенденций образует дальнейшую перспективу для эффективной деятельности данной отрасли. Однако, со слабым развитием профессионального спорта, что является главной проблемой в регионе, затрудняется и сам процесс финансирования СМИ. Отсутствие профессиональных спортивных команд, выступавших несколько лет назад на престижных соревнованиях, негативно отражается на функционировании республиканской журналистики. «Тема спорта в новых и традиционных медиа Республики Мордовия на данный момент охватывает соревнования регионального уровня» [2, с. 125].

На данный момент, в СМИ региона обсуждаются вопросы любительского спорта, а именно деятельности хоккейной и футбольной команд, представляемых Мордовским государственным университетом имени Н. П. Огарёва. Данные проекты развиваются благодаря участию в спортивной деятельности ректора университета Глушко Дмитрия Евгеньевича, а также финансированию группы компаний «Талина», которая является титульным спонсором спортивных клубов. «Например, социальные сети, будучи крайне популярными площадками для общения, обладают отличным потенциалом для продвижения рекламы, поскольку априори содержат информацию о потребителях» [1, с. 530].

С целью популяризации университетского спорта работают пресс-службы, которые занимаются продвижением деятельности спортивных клубов в медиапространстве. На

платформе «VK» функционируют официальные источники информации – «Хоккейный клуб «МГУ-Талина» и «Футбольный клуб «МГУ-Талина». Данные интернет-СМИ выполняют свои информационные обязанности благодаря содействию университета и спонсоров.

Ключевым спортивным СМИ Республики Мордовия является интернет-сообщество «Футбол Мордовии», которое является одним из крупнейших медиа в регионе. Количество подписчиков в сообществе на платформе «VK» насчитывает более 10 000 подписчиков. «Футбол Мордовии» – это информационный партнер Федерации футбола Республики Мордовия и Межрегионального центра подготовки юных футболистов Приволжья «Мордовия». Интерес к республиканским соревнованиям, достижения молодых талантов на всероссийских соревнованиях, пропаганда здорового образа жизни в регионе: все это послужило формированию и развитию данного средства массовой информации.

Одним из главных социальных аспектов формирования спортивных СМИ в Республике Мордовия является пропаганда здорового образа жизни, а также интерес к тем видам спорта, которые в прошлом были популярны в регионе. Возрождение определенных видов спорта способствует формированию потребности в информации о спортивных событиях. Так, в 2020 году произошло важное событие для региона – возрождение ледового спидвея (мотогонок на льду). Процесс развития данного вида спорта привлек большое количество зрителей, благодаря чему началось полноценное функционирование специализированных интернет-СМИ. Интернет-сообщество «ICE SPEEDWAY-Saransk» на базе социальной сети «ВКонтакте» стало одним из ключевых спортивных СМИ региона, посвященных данному виду спорта. В новостной ленте сообщества публикуются репортажи, видеотрейлеры с мест соревнований, прямые трансляции и тематические конкурсы для подписчиков. Стоит отметить, что интерес мордовской аудитории к спидвею является важным социальным условием формирования спортивных средств массовой информации.

«Спорт непременно является эстетическим зрелищем, привлекающим огромные массы людей как в качестве болельщиков, так и просто наслаждающимся самим зрелищем» [3, с. 69].

Стоит отметить, что в Республике Мордовия стремительно развивается любительский турнир по футболу среди крупных предприятий региона – МФЛ (Мордовская футбольная лига). В нем принимает активное участие ряд крупнейших компаний и предприятий Мордовии. Среди них можно выделить: РомодановоСахар», «Инзера», «РЖД», «Мордовцемент». Данное соревнование собирает большое количество зрителей как на стадионах, так и в медиaprостранстве. Официальное сообщество «Мордовская футбольная лига | МФЛ» в социальной сети «VK» функционирует с 15 августа 2022 года. Количество подписчиков насчитывает более 3000 человек. В основном в новостной ленте сообщества

публикуются анонсы предстоящих матчей, отчеты и прямые трансляции ключевых игр турнира.

На фоне пристального внимания со стороны местной аудитории, создаются информационные сообщества клубов, участвующих в данном турнире. Так, один из участников МФЛ – футбольный клуб «ТК Саранск» популяризирует свою спортивную деятельность с помощью интернет-сообщества на платформе «VK». Формирование корпоративного СМИ в Интернете способствует развитию не только футбольной команды, но и имиджа компании.

Таким образом, социально-экономические условия являются важной составляющей образования спортивных СМИ в регионах. Финансовая поддержка, применение социальных площадок, интерес местной аудитории к спортивным событиям позволяют формировать качественный контент и удовлетворять потребности аудитории. Также без финансовой поддержки со стороны спонсоров данные ресурсы не смогут обеспечить качественное освещение спортивных событий. В Республике Мордовия активно развивается любительский спорт, в процессе чего появляются современные медиа в социальных сетях, которые являются полноценными источниками информации. К тому же, развитие студенческого спорта способствует формированию специализированных медиа и популяризации спорта в регионе благодаря выступлениям студенческих команд на всероссийских соревнованиях. Финансовая поддержка со стороны спонсоров и интерес молодежи к занятиям спортом вынуждает специалистов обращаться к образованию спортивных СМИ в Республике Мордовия.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Данилова М. Н. Спорт как медиакоммуникационный феномен // Вопросы теории и практики журналистики. – 2018. – № 3. – С. 519–538.
2. Ржанова С. А., Морозова А. С., Сафонов Е. А. Медиаобразование как способ достижения студентами творческой самоэффективности // Общество: социология, психология, педагогика. – 2023. – № 5. – С. 122–127.
3. Шарков Ф. И., Силкин В. В., Лайшев Р. А. Спортивная журналистика в системе современной медиакоммуникации // Коммуникология. – 2018. – № 4. – С. 60–75.
4. Эшкинина У. Ю. Жанрово-тематические особенности российских спортивных блогов // Вестник Московского университета. – 2022. – № 1. – С. 96–118.
5. Эшкинина У. Ю. Система современных специализированных спортивных интернет-медиа в России // Вопросы теории и практики журналистики. – 2021. – № 4. – С. 760–774.