

Монетизация русскоязычных спортивных подкастов

Научный руководитель – Круглова Людмила Алексеевна

Островская Мария Владимировна

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра телевидения и радиовещания, Москва, Россия

E-mail: ostrovskayamarija@yandex.ru

Спортивные русскоязычные подкасты начали набирать популярность в 2020/2021 гг. За последние пять лет количество и качество выпускаемых подкастов о спорте значительно увеличилось, что связано с повышением интереса аудитории к спортивной тематике, подбор профессиональных редакционных команд для создания подкастов [Войтик: 237]. Возрастающее качество выпусков спортивных подкастов и увеличение числа активной аудитории слушателей привлекает к выпускам рекламодателей. Осенью и зимой 2025 года в рамках комплексного исследования монетизации спортивных подкастов был проведён второй этап анализа. В выборку попали 10 подкастов: «ФК в квадрате», «Держи темп», «Выход к сетке», «Это футбол, брат!», «Скользкий лёд», «Тело привычки», «Дикий спорт», «Взял мяч», «Комментшоу», «FIG тебе!» на различных площадках: VK Видео, Telegram, Rutube, YouTube, Apple Podcasts, Яндекс.Музыка и «Звук».

В результате проведённого анализа можно прийти к следующим выводам:

1. Монетизация большинства спортивных подкастов осуществляется преимущественно за счёт рекламы букмекерских компаний, таких как Fonbet и WinLine.
2. Спонсорская поддержка и донаты также встречаются среди подкастеров, однако их использование менее популярно.
3. Только около половины рассматриваемых проектов имеют стабильных рекламодателей, что свидетельствует о небольшой аудитории спортивного контента.
4. Наибольшее количество рекламных интеграций наблюдается в подкастах, посвящённых футболу и хоккею.
5. Отдельные авторы за фиксированную плату предоставляют своим подписчикам эксклюзивный контент: предварительный доступ к свежим эпизодам, участие в закрытых чатах, специальные выпуски и прочее.

Монетизация спортивных подкастов крайне важна для роста спортивной медиаиндустрии. Несмотря на растущую популярность подкастов как формата распространения информации, производство качественного контента требует значительных вложений сил и ресурсов. Именно поэтому эффективное получение дохода становится основным условием устойчивого существования и дальнейшего развития русскоязычных спортивных подкастов.

Источники и литература

- 1) Войтик Е. А. Медиапространство спортивной коммуникации: концептуальный подход в понимании сущности // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 9 Филология. Востоковедение. Журналистика. – 2014 – № 1 – С. 235-247.