

3. Российская Премьер-Лига. Публикуемая финансовая информация за 2018 г. 2019. 40 с. Режим доступа: <https://static.rfs.ru/documents/1/5cf1842b7b80d.pdf> (дата обращения: 24.02.2022).

4. The Business of Major League Soccer: Understanding the business of America's soccer league, its growth and performance alongside other major sport properties in the USA 2020. URL: <https://www.sportcal.com/Insight/Features/134712> (date of access: 22.02.2022).

5. The European Club Footballing Landscape. Club Licensing Benchmarking Report: Living with the pandemic 2022. 160 p. URL: https://editorial.uefa.com/resources/0272-1475ae912038-32f115233418-1000/master_bm_report_mr.pdf (date of access: 23.02.2022).

E. Kremeshkova

FOOTBALL CLUB MARKETING: ANALYSIS OF OFFICIAL SITES OF FOOTBALL CLUBS IN RUSSIA AND THE UNITED STATES

Abstract

The sports industry is still reeling from the crisis caused by the COVID-19 pandemic, but Russian sports are facing much more severe tests: the geopolitical situation has led to the exclusion of teams from international competitions, foreign athletes are leaving clubs, broadcasts of European leagues are leaving television. It is necessary to take advantage of the current conditions to change approaches to attracting an audience to sports events, including using Internet marketing tools. The main aim of this study is to evaluate official websites of the football clubs of the Russian Premier League and the US Major League Soccer (MLS) in terms of marketing communications and to identify the main similarities and differences between the communication tools of Internet marketing of the official websites of the clubs of the two leagues using the method of content analysis.

Keywords: sports marketing, football club, internet marketing.

УДК 316.77

С. С. Пястолов, Ю. А. Тепомес

СМИ КАК ИСТОЧНИК ПОЛУЧЕНИЯ ДОСТОВЕРНОЙ ИНФОРМАЦИИ В ВОСПРИЯТИИ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ

Аннотация

В статье исследуется отношение психосоциальной группы «студенчество» к информации, предоставляемой СМИ, а также определяется уровень доверия прессе со стороны данной молодежной аудитории. В ходе исследования выявляются наиболее референтные источники получения информации, а также требования к достоверности и качеству информации, предъявляемые представителями молодежной аудитории. В проведенном исследовании посредством опроса устанавливаются критерии достоверности, определяющие доверие СМИ со стороны психо-возрастной группы «студенчество».

Ключевые слова: СМИ, студенческая молодежь, источники информации, достоверная информация, качество информации, типы СМИ, критерии достоверности.

Актуальность настоящего исследования определяется тем, что молодежная студенческая среда, согласно эмпирическим данным, характеризуется низкой степенью доверия современным СМИ. Скептически молодежь относится прежде всего к достоверности предъявления и оценки событий официальной публицистикой. Цель исследования – верифицировать данный тезис, а также определить основные потребности студентов, обуславливающие выбор СМИ как достоверного и полезного источника информации.

П. Бурдые в работе «О телевидении и журналистике» выделяет следующие характеристики самодостаточных СМИ: «Степень независимости того или иного СМИ определяется долей доходов, получаемых им от рекламы и от государственных субсидий, а также степенью концентрации рекламодателей» [1, с. 92]. Эта мысль может послужить отправной точкой для нашего исследования.

Говоря о СМИ как источнике получения достоверной информации, важно иметь представление о современной медиасистеме в целом, поскольку СМИ являются ее неотъемлемой частью. Так, Е. Л. Вартанова определяет медиасистему как взаимосвязанный комплекс медиаканалов, медиаконтента, медиатехнологий, адресованных аудитории [2, с. 11-12].

Д. П. Гавра и К. А. Науменко под термином «медиасистема» понимают «обозначение некоторой сложной совокупности социальных субъектов и социальных отношений, относительно функционально обособленных и в то же время неразрывных с другими смежными субъектами и отношениями – политическими, экономическими и т.п.» [5]. Исследователи акцентируют внимание на включенности субъектов в медиасистему, однако необходимо учитывать специфику законодательного регулирования этой сферы, включения в коммуникационную модель ее акторов [5].

Также теоретически значимыми для настоящего исследования являются понятия «информация» и «качество информации». В российском законодательстве под информацией понимается «сведения о лицах, предметах, фактах, событиях, явлениях и процессах независимо от формы их представления» [13]. Качество информации исследователи определяют как «совокупность свойств, отражающих степень пригодности конкретной информации об объектах и явлениях и их взаимосвязях для достижения целей, стоящих перед пользователем. Важнейшими взаимосвязанными характеристиками качества информации выступают ее полезность (ценность), достоверность и доступность» [8, с. 5]. Данная операционализация понятий послужит для разработки инструментария нашего исследования.

Особую роль в распространении информации сегодня играет Интернет. Его повсеместное распространение изменило и систему массовых коммуникаций: каждый человек, как участник интернет-коммуникации, может получать доступ к разноречивой и субъективно предъявленной информации. Как отмечают исследователи, «традиционные СМИ не могут обеспечить осуществление такой коммуникации, так как, помимо прочих преимуществ, Интернет позволяет вести диалог один на один» [11, с. 181].

В этих условиях наиболее заметным и значимым актором становится молодежь как социальная группа, самостоятельно формирующая систему массовой коммуникации, выбирая для себя платформы, отвечающие ее интересам. Это, несомненно, приводит к тому, что новые медиа и социальные сети становятся более значимыми «поставщиками» информации, нежели официальные СМИ [11, с. 199].

Для молодежи как особой социально-демографической группы, переживающей становление личности, формирование мировоззрения, необходимо более основательно подходить к выбору источников информации, поскольку в современных СМИ действуют особые технологии воздействия на массовое сознание: «В постмодернистском обществе символы и художественные приемы имеют большее влияние, чем факты и правда в силу изменчивой природы последних, и индивиды вынуждены использовать предоставляемые СМИ образы для формирования собственной системы взглядов» [11, с. 181].

В. В. Савчук пишет, что «СМИ не в состоянии трансформировать саму реальность, но им по силам изменить представление о ней» [10, с. 103]. Важно учитывать этот фактор, изучая отношение молодежи и СМИ. Студенческая молодежь переживает формирование системы взглядов и ценностей, представлений об окружающей действительности. В связи с этим нужно говорить о необходимости формирования четких критериев подбора СМИ.

Н. Б. Кириллова отмечает, что СМИ должны быть объективными, отражать различные точки зрения на общественные проблемы, предоставлять заинтересованным лицам и организациям возможность ответа на критику» [7, с. 293]. СМИ не должны выступать в качестве провокатора беспорядков в обществе, насилия, для чего и нужны общественный контроль и правовое регулирование их деятельности.

Показательны результаты социологических исследований, направленных на выявление степени доверия молодежи Урала современным СМИ. В монографии 2018 года

приводятся следующие выводы: для студенчества основными источниками получения информации об общественно-политических проектах, мероприятиях являются социальные сети (58 %) и информационные сайты СМИ (61 %) [11, с. 152]. В монографии 2020 года говорится о «доверии как фундаментальной проблеме российского высшего образования» и приводятся следующие статистические данные о доверии студентов вузов СМИ: «скорее да» – 18,6 %, «скорее нет» – 81,4 % [6, с. 166]. В 2021 году Ю. Р. Вишневский приводит следующие результаты: «По мнению каждого седьмого (14 %), молодым людям мешает планировать будущее и преобладающая в СМИ и общественном мнении «негативная, трагическая» окраска возможных сценариев будущего» [4, с. 208]. Исследователь отмечает, что «при преобладающем недоверии к СМИ наименьшее оно в отношении Интернета. Информации Интернета не доверяет лишь один из каждых трех респондентов, тогда как радио – два из каждых пяти, а печатным СМИ и телевидению – почти каждый второй» [3, с. 27].

К некоторому обобщению приходят Д. В. Петросянц и И. В. Юшков: «Современная молодежь по большей части ориентирована на Интернет-источники получения информации... Вот здесь и кроется определенная информационная ловушка, проверкой достоверности информации занимаются далеко не всегда и не все пользователи Интернета» [9, с. 74].

С целью выявления уровня референтности СМИ для студенческой молодежи нами в декабре 2021 г. нами был проведен анкетный опрос, участие в котором приняли 40 студентов бакалавриата и магистратуры Департамента философии УГИ УрФУ в возрасте от 18 до 35 лет. Предметом исследования является мнение студентов о достоверности СМИ, предпочтения студентов в выборе СМИ как достоверного источника информации в различных сферах.

Установлено, что студенческая молодежь больше склонна доверять информации в Интернете, а в качестве одного из основополагающих критериев при выборе СМИ является его полезность. Результаты опроса показали, что студенты, владеющие иностранными языками склонны доверять «иностранным источникам больше, чем российским», и «иностранным и российским» в равной степени. Чаще всего студенты проверяют информацию для учебы, однако почти так же часто респонденты проверяют информацию, если хотят получить информацию об актуальных событиях.

Наиболее часто используемыми источниками информации являются Интернет (95 % респондентов используют ежедневно), телевидение (соответственно, 22,5 % и 20 % опрошенных пользуются ежедневно и несколько раз в неделю). Большая часть респондентов (57,5 %) использует СМИ для учебы и 55 % для получения информации об актуальных событиях, меньше всего (7,5 %) используют для саморазвития.

Превалирующими факторами, определяющими выбор СМИ для студенческой молодежи, являются достоверность информации (65 %), актуальность информации (62,5 %), оперативность предоставляемой информации (50 %). Меньше всего влияют на решение о выборе СМИ бесплатность доступа (17,5 %), источник финансирования (12,5 %) и территория вещания (10 %).

Среди видов СМИ студенты в большей степени доверяют Интернету – 32,5 % опрошенных, и в меньшей степени доверяют телевидению – 10 % опрошенных. Также мы выяснили, что важными факторами при выборе СМИ среди студентов является полезность СМИ (то есть соответствие данных запросам пользователя) – 67,5 % и рейтинг СМИ – 30 %. Результаты исследования позволяют сделать вывод о том, что равный процент респондентов «доверяет иностранным СМИ больше, чем российским» и «доверяют в равной степени российским и иностранным». При этом наблюдается тенденция, что студенты склонны доверять скорее иностранным СМИ – 27 %.

При этом большинство респондентов указывают, что всегда проверяют информацию для учебы (40 %), иногда и всегда для работы – 30 % и 27,5 %, соответственно, всегда и иногда – 32,5 % и 32,5 %, соответственно, для получения информации об актуальных

новостных событиях, в меньшей степени для саморазвития – 25 % и для досуга – 17,5 %. Наиболее важными функциями СМИ для респондентов являются информационная (82,5 %), образовательная (37,5 %), коммуникативная (37,5 %) и развлекательная (32,5 %).

В качестве основных недостатков современных СМИ студенческая молодежь называет наличие пропаганды (52,5 %), недостоверность информации (40 %), а также непрофессионализм журналистов и редакторов (32,5 %). В оценке объективности СМИ 75 % опрошенных студентов говорят о частичной объективности СМИ. Также респонденты отмечают, что СМИ навязывают свою точку зрения (62,5 %). Достоверность информации, предоставляемой в СМИ, является «очень важной» для 57,5 % опрошенных и «скорее важной» для 37,5 %.

На данный момент сложно спрогнозировать, как будет изменяться коммуникационная модель «СМИ – студенческая молодежь». На основе исследований студенческой молодежи Свердловской области и проведенного нами опроса можно говорить о наибольшей ориентированности респондентов на Интернет-пространство, наличие у студентов критического отношения к информации, предоставляемой в СМИ (несмотря на перегруженность информационного пространства и большой объем ежедневно получаемой информации).

Библиографический список

1. Бурдые П. О телевидении и журналистике / Под ред. Н. А. Шматко. Москва: Фонд научных исследований «Прагматика культуры», Институт экспериментальной социологии, 2002. 160 с.
2. Вартанова Е. Л. Медиасистема как актуальный концепт теории СМИ // Актуальные проблемы медиаисследований: материалы IX Междунар. науч. конф. НАММИ. М.: Фак. журн. МГУ, 2019. С. 11-12.
3. Вишневский Ю. Р., Нархов Д. Ю. Информационная безопасность в оценках молодежи Свердловской области // Инновационный потенциал молодежи: информационная, социальная и экономическая безопасность: материалы Международная молодежная научно-исследовательская конференция (Екатеринбург, 4-5 декабря 2017 г.). Екатеринбург: УрФУ, 2017. С. 21-30.
4. Вишневский Ю. Р. Студенты Урала о будущем: опасения и надежды, образ будущего, участие в созидании будущего // Стратегии развития социальных общностей, институтов и территорий: материалы VII Международной научно-практической конференции. Екатеринбург, 19-20 апреля 2021 г.: в 2-х т. Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2021. Т. 1. С. 206-212.
5. Гавра Д. П., Науменко К. А. Концепт «медиасистема» в современной теории массовых коммуникаций // Медиаскоп. 2020. Вып. 1. DOI: 10.30547/mediascope.1.2020.5.
6. Зборовский Г. Е., Амбарова П. А., Каташинских В. С., Шаброва Н. В., Шуклина Е. А. Доверие как фундаментальная проблема российского высшего образования. Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2020. 382 с.
7. Кириллова Н. Б. Медиалогия. Москва: Академический проект, 2015. 424 с.
8. Модели обеспечения достоверности и доступности информации в информационно-телекоммуникационных системах / М. Ю. Монахов.: Изд-во ВлГУ, 2015. 208 с.
9. Петросянц Д. В., Юшков И. В. Анализ каналов и способов получения информации российской студенческой молодежью // РППЭ. 2017. № 8 (82).
10. Савчук В. В. Конверсия искусства. Санкт-Петербург: Петрополис, 2001. 288 с.
11. Тренды молодежной политики в зеркале социальных наук и технологий: монография / А. В. Пономарев Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2018. 260 с.

12. Учащаяся молодежь: от образовательной неуспешности к образовательной успешности / Под ред. Г. Е. Зборовского. Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2021. 328 с.

13. Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27.07.2006 № 149-ФЗ. Режим доступа: <https://base.garant.ru/12148555/> (дата обращения: 21.03.2022).

S. Pyastolov, Yu. Tepomes

MEDIA AS A SOURCE OF RELIABLE INFORMATION AMONG YOUTH STUDENTS

Abstract

The article examines the attitude of the psychosocial group "studentship" to the information provided by the media, and also determines the level of trust in the press on the part of this youth audience. In the course of the study, the most referential sources of information are identified, as well as the requirements for the reliability and quality of information presented by representatives of the youth audience. In the conducted research, by means of a survey, reliability criteria are established that determine the trust of the media on the part of the psycho-age group "studentship".

Keywords: media, student youth, sources of information, reliable information, quality of information, types of media, reliability criteria.