

*Маврина Анастасия Максимовна*

студентка

*Шаяхметов Арсен Маратович*

старший преподаватель

ФГБОУ ВО «Уфимский университет науки и технологий»

г. Уфа, Республика Башкортостан

## **АНАЛИЗ И ПРАКТИКА ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНФЛЮЕНСЕРОВ НА ПРИМЕРЕ ПРОЕКТА «МЕДИАЛИГА»**

*Аннотация:* в статье анализируется развитие «МедиаLиги» как успешного медиафутбольного проекта в России с 2020–2021 годов, возникшего из турниров «Амкал», «2DROTS» и МКС. Рассматриваются кейсы команд с акцентом на роль инфлюенсеров, сторителлинг и платформоориентированный контент. Подчёркивается монетизация через мерч, спонсорство и вовлечённость аудитории (миллионы просмотров, поколение Z и миллениалы).

*Ключевые слова:* МедиаLiga, медиафутбол, инфлюенсеры, сторителлинг, социальные сети, вовлечённость аудитории, спортивный контент, монетизация спорта.

Перспектива развития медиафутбола стала очевидна к 2021 году. Во время пандемии интернет заполонили множество спортивных онлайн проектов. Команды «Амкал» [14] и «2Drots» [21] показали повышенный интерес у публики и определили высокую конкурентоспособность спортивных проектов в социальных сетях.

На основании статистики стремительного продвижения иностранных медиаспортивных проектов в интернете летом 2020 бизнесмен Лев Соленов создал клуб «На Спорте» и привлек в команду Олега Майами и T-killah, которые находились в топах инфоповодов, для активного продвижения команды. Этот клуб в последствии стал одним из трех лидеров «МедиаLиги» которые и принесли успех проекту [24].

Сам проект «МедиАЛига» появился на основе турнира «Московский клуб селебрити» [2] (МКС), который создал Герман Эль Классико в 2020 году. Всего в МКС участвовало 12 команд, среди которых были такие, как: «Матч ТВ», «Comedy Club Production», а также команда «2Drots».

Затем проект был перезапущен в 2021 году, а в начале 2022 уже была создана Медийная футбольная лига и проект «МедиАЛига».

Проект вобрал в себя все лучшее от предыдущих турниров и имел большой успех за счет того, что в лигу вступили наиболее популярные команды, имеющие в своем составе блогеров и инфлюенсеров, которые постоянно создавали вокруг себя медиаповоды, не опасаясь скандалов, тем самым ежемесячно увеличивая охваты в социальных сетях.

Сейчас Медийная футбольная лига – это соревнование между самыми популярными медийными командами, в которых игроки или владельцы – видные деятели шоу-бизнеса, а также легендарные российские футболисты [1].

Формат МФЛ схож с проведением классических футбольных турниров: сначала команды играют между собой в формате регулярного чемпионата, по ходу которого набирают очки, которые помогают им попасть в плей-офф.

Главным отличием проекта является подача контента во время турнира и подготовки к нему.

Разберем подробнее примеры кейсов успешного использования «инфлюенсерского» подхода при реализации проектов в «МедиАЛиге», которые мы уже успели затронуть в главах выше.

Кейс 1. ФК «Амкал» – это одна из самых успешных команд в МФЛ, созданная Германом Попковым (Германом Эль Классико) [6].

Каналы Германа в социальных сетях насчитывают около 5 млн. подписчиков. Его личный бренд и многомиллионная аудитория на YouTube создали прочное ядро фанатов команды [13].

Сейчас видео, публикуемые на различных платформах команды набирают от 500 тыс., до 1 млн. просмотров. Их страница во Вконтакте [12] – 335 тыс., а

2 <https://phsreda.com>

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

---

Instagram (принадлежит компании Meta, признанной экстремистской и запрещенной на территории РФ) [11] – около 400 тыс. подписчиков.

Основной упор команда делает на влогах, закулисье тренировок, интервью с участниками команды.

Главной фишкой проекта является близость игроков команды и аудитории. Благодаря регулярным видео о жизни команды во время турнира и вне его у проекта «Амкал» сформировалась прочная связь с болельщиками.

Кейс 2. ФК «2DROTS» – еще один проект Медиа лиги. Сначала это проект был фан-разработкой людей, которые были увлечены игрой «FIFA». Позже к проекту присоединились известные инфлюенсеры, включая Рахима Абрамова [9] (более 14 млн подписчиков в TikTok) и других медийных лиц.

В отличие от проекта «Амкал», участники которого основной упор делают на влогах, публикуемых на YouTube; команда «2DROTS» делает упор на TikTok [20], так как большинство инфлюенсером команды – тиктокеры.

К сильным сторонам проекта можно отнести следующие показатели:

- лидерство в лиге среди показателей охвата по коротким форматам (12 млн. лайков);
- большое количество аудитории среди поколения Z;
- активное развитие линейки мерча и продакшена;
- использование инфлюенсеров не только в качестве игроков, но и тренеров, менеджеров, комментаторов и ведущих спортивных мероприятий.

Кейс 3. ФК «10» – еще один проект Медийной футбольной лиги, отличием которого является «комедийное» составляющее. Команда сумела объединить спортивные и медийные ресурсы (в частности, в лице популярных комиков: Азамата Мусагалиева, Дениса Дорохова, Ивана Абрамова, Игоря Джабраилова и др.)

Сама команда позиционирует себя как бренд, сочетающей в себе футбол, юмор и уличную культуру.

Так как «основными» инфлюенсерами команды являются комики, то аудитория у этой команды в основном состоит из миллениалов. На основе этого команда в большинстве своем продвигается в Instagram (принадлежит компании Meta,

признанной экстремистской и запрещенной на территории РФ) [15] (13 тыс.), Telegram [16] (30 тыс.), ВКонтакте [17] (37 тыс.), YouTube [18] (5 тыс.) и за счет коллaborаций с друзьями из шоу-бизнеса (часто участников команды ФК «10» можно встретить в качестве гостей на проекте «Площадка») [8].

В рамках реализации проектов в Медийной футбольной лиги каждый игрок становится «персонажем» с уникальной историей, характером и эмоциями. Это усиливает интерес к турниру и добавляет драматургии. Зрители начинают сопреживаться каждому игроку, как герою своего рода сериала.

Кросс-продвижение между командами, другими спортивными онлайн-проектами и участниками способствует повышению вовлечённости аудитории. Совместные проекты позволяют объединить фан-базы разных инфлюенсеров, что приводит к увеличению числа подписчиков и просмотров.

Согласно ряду открытых данных и аналитики социальных сетей просмотры матчей и сопутствующего контента на YouTube достигают миллионов [22]. Уровень вовлечённости (лайки, комментарии, репосты) в 2–3 раза превышает показатели традиционных спортивных трансляций.

Проект успешно монетизируется через платные трансляции, спонсорство, мерчандайзинг, рекламные интеграции и платные подписки.

Формируется сообщество зрителей, которые не просто наблюдают за событиями, но активно сопреживают и участвуют в них.

Привлечение инфлюенсеров в рамках «МедиАЛиги» не является второстепенным инструментом – это стратегический основополагающий элемент проекта. Эффективная работа с личными брендами участников команд, интересным сторителлингом и вовлечением аудитории во «внутреннюю жизнь» лиги позволяет достигать высоких результатов без необходимости традиционных рекламных затрат (оффлайн реклама).

«МедиАЛига» является новатором на территории Российской Федерации. Лига демонстрирует новый подход к взаимодействию с аудиторией через использование инфлюенсеров, как основного инструмента формирования сообщества вокруг спортивных событий, тем самым не только внося изменение в спортивные

4 <https://phsreda.com>

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

устои, но и параллельно с этим меняя и развивая процессы коммуникации и продвижения в спортивной сфере в целом.

Этот опыт может стать образцом для подражания в различных областях бизнеса и социальной активности.

### ***Список литературы***

1. Официальный сайт Медийной футбольной лиги // Media-football-league.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://media-football-league.ru> (дата обращения: 09.05.2025).
2. Официальный сайт проекта «Московский клуб селебрити» // Celebritycup.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://celebritycup.ru> (дата обращения: 09.05.2025).
3. Официальный сайт проекта «All Star Game КХЛ» // Allstarweek.com [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.allstarweek.com> (дата обращения: 09.05.2025).
4. Официальная страница Антона Шастуна // Instagram.com [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.instagram.com/anton.shastoon/> (дата обращения: 09.05.2025).
5. Официальная страница Дмитрия Позова // Instagram.com [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.instagram.com/pozov/> (дата обращения: 09.05.2025).
6. Официальная страница Германа Эль Классико // Instagram.com [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.instagram.com/german\\_popkov/](https://www.instagram.com/german_popkov/) (дата обращения: 08.05.2025).
7. Официальная страница Камили Харисовой // Instagram.com [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.instagram.com/harisovakamilya/> (дата обращения: 09.05.2025).
8. Официальная страница проекта «Площадка» // YouTube.com [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/@ploschadka> (дата обращения: 08.05.2025).

9. Официальная страница Рахима Абрамова // TikTok.com [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.tiktok.com/@rahimabram> (дата обращения: 09.05.2025).

10. Официальная страница Романа Косицына // Instagram.com [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.instagram.com/roman\\_kositsyn/](https://www.instagram.com/roman_kositsyn/) (дата обращения: 09.05.2025).

11. Официальная страница ФК «Амкал» // Instagram.com [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.instagram.com/amkal\\_official\\_/](https://www.instagram.com/amkal_official_/) (дата обращения: 09.05.2025).

12. Официальная страница ФК «Амкал» // VK.com [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://vk.com/german\\_el\\_classico](https://vk.com/german_el_classico) (дата обращения: 09.05.2025).

13. Официальная страница ФК «Амкал» // YouTube.com [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/@GermanElClassico> (дата обращения: 08.05.2025).

14. Официальная страница ФК «Амкал» на платформе «МедиАЛига» // MFL.life [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mfl.life/teams/3/> (дата обращения: 09.05.2025).

15. Официальная страница ФК «10» // Instagram.com [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.instagram.com/10fc10fc/> (дата обращения: 09.05.2025).

16. Официальная страница ФК «10» // Telegram.org [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://t.me/fc10fc10> (дата обращения: 09.05.2025).

17. Официальная страница ФК «10» // VK.com [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vk.com/vk10vk10> (дата обращения: 09.05.2025).

18. Официальная страница ФК «10» // YouTube.com [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/@fc10channel> (дата обращения: 09.05.2025).

19. Официальная страница ФК «2DROTS» // Instagram.com [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.instagram.com/2.drots/> (дата обращения: 09.05.2025).

20. Официальная страница ФК «2DROTS» // TikTok.com [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.tiktok.com/@2drot.s> (дата обращения: 09.05.2025).
21. Официальная страница ФК «2DROTS» на платформе «МедиАЛига» // MFL.life [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mfl.life/teams/15/> (дата обращения: 09.05.2025).
22. Официальная страница «Winline Esports Media League» // VK.com [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://vk.com/winline\\_eml](https://vk.com/winline_eml) (дата обращения: 09.05.2025).
23. Официальная страница «Winline Media League» // YouTube.com [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/@winline.media.league> (дата обращения: 09.05.2025).
24. Медийные футбольные клубы // Sports.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.sports.ru/mediafootball/blogs/3131201.html> (дата обращения: 09.05.2025).