

## ВЛИЯНИЕ ЧЕМПИОНАТА МИРА ПО ФУТБОЛУ И СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ НА ОБЩЕСТВО

Е.В. Попова, канд. ист. наук

Рязанский государственный университет имени С.А. Есенина  
(Россия, г. Рязань)

DOI: 10.24411/2500-1000-2019-11511

**Аннотация.** В данной статье рассматриваются аспекты значимости проведения масштабных спортивных мероприятий в России и их освещение средствами социальной рекламы. Автор приводит определение термину «социальная реклама», рассказывает о видах социальной рекламы, которые применялись в ходе проведения чемпионата мира по футболу-2018 в России, а также приводит конкретные результаты влияния данного спортивного мероприятия и социальной рекламы на общество – увеличение желающих детей и подростков заниматься футболом.

**Ключевые слова:** социальная реклама, ролик, чемпионат мира, футбол, общество.

Реклама прочно вошла в нашу жизнь. Она является одним из элементов массовой культуры. Один вид рекламы представляет продукт в наилучшем свете, другой – привлекает внимание общества к социальным проблемам. В последнем случае речь идет о социальной рекламе.

Социальная реклама – это вид коммуникации, который несет в себе информацию в сжатой форме и художественном исполнении. Она ориентирована на привлечение внимания к общественно-значимым проблемам и нравственному воспитанию общества [1]. Целью социальной рекламы является продвижение социальных идей, гуманизация и изменение поведенческой модели общества. Она обращена к каждому человеку, воздействуя на его сознание. Возможности данной рекламы велики и результат благотворный, поэтому такую рекламу используют для вовлечения общества в социальные процессы. Рассмотрим конкретные случаи использования социальной рекламы в ходе проведения чемпионата мира (ЧМ) по футболу в России в 2018 году, и как она помогает донести всю суть и социально-культурный посыл в массы.

Футбольный спорт является очень популярным во всем мире. Футбол как игра может принять самую разнообразную форму, как с точки зрения событийности, так и с точки зрения интенсивности аффектов, переживаемых на трибуне [2].

Футбольный матч может быть разным по эмоциональной окраске. Проведение каждой футбольной игры является целым социальным событием, которое вносит свой вклад в спортивную историю в целом и влияет на каждого участника присутствующего на данном спортивном мероприятии.

Чемпионат мира по футболу 2018 года в Российской Федерации являлся крупнейшим спортивным событием в мире. В нем принимали участие 32 команды [3]. Впервые по результатам голосования отборочного турнира Россия стала страной-хозяйкой ЧМ по футболу. В августе 2018 года Правительство РФ утвердило концепцию дальнейшего использования построенных к ЧМ стадионов и сопутствующих объектов, нацеленную как на повышение доступности массовых занятий футболом, так и на развитие профессионального спорта [4].

В последнее время Россия увеличивает инвестиции в спорт. До проведения чемпионата мира по футболу Россия организовывала такие масштабные мероприятия, как Олимпийские игры, Чемпионат мира по плаванию, Универсиада.

По словам президента нашей страны В.В. Путина, благодаря ЧМ-2018 у миллионов людей изменилось мнение о России [5]. На чемпионате мира по футболу была создана праздничная атмосфера, иностранных гостей приветливо встречали

волонтеры. Как показал опрос, ЧМ-2018 оставил неизгладимое положительное впечатление у болельщиков. Вернувшись, домой туристы привезли с собой положительное мнение о нашей стране, развеяв миф о не дружелюбности россиян.

Во время подготовки к ЧМ-2018 Органы Здравоохранения Российской Федерации разработали серию социальных рекламных обращений.

Социальная реклама была представлена тремя видеороликами в поддержку здорового образа жизни: «Если ты куришь – ты вне игры! Пусть зашкаливают эмоции, а не давление. Люби футбол. Будь активным».

В первом ролике говорится о вреде табака. Употребление табака – одна из наиболее вредных привычек. По оценкам Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ), в настоящее время на употребление табака приходится 16% всех случаев смерти среди взрослых людей в возрасте старше 30 лет в Европейском регионе ВОЗ, при этом многие из этих смертей наступают преждевременно [6].

Во втором ролике говорится о чрезмерном потреблении соли. Прослеживается тесная связь между чрезмерным потреблением соли и развитием сердечно-сосудистых заболеваний. Употребляя в пищу меньше соли и соблюдая рекомендуемую предельную норму потребления – 5 грамм в день, вы можете защитить свое здоровье и значительно сократить риск развития инфекционных заболеваний [7].

В третьем говорится о малой физической активности. Физическая активность – необходимая часть здорового образа жизни, а ее отсутствие может привести к серьезным последствиям. Принимая необходимые меры и соблюдая рекомендуемый минимальный уровень физической активности – 150 минут умеренной и/или 75 минут интенсивной физической активности в неделю, вы можете защитить свое здоровье, повысить уровень благополучия и значительно сократить риск развития различных заболеваний, связанных с гиподинамией [8]. Эти видеоролики демонстрировались во время чемпионата мира довольно часто.

Несомненно, для физического развития россиян, для полноценного развития детей в футбольном спорте это огромный вклад. ЧМ – это массовый социальный проект, в котором соединены и спорт, и политика, и экономика, и реклама. Перед ЧМ стояла важная цель – поднять авторитет страны и пропаганда спорта и здорового образа жизни. Отсюда и берет свои корни социальная реклама, созданная для ЧМ. Социальная реклама во время чемпионата распространялась во всех городах участников. Например, в Волгограде для социальной рекламы снялись известные спортсмены, родившиеся в этом городе – Елена Исинбаева, тренер Московского футбольного клуба ЦСКА Леонид Слуцкий. Кроме того, на плакатах был снят и один из старейших болельщиков – ветеран Великой Отечественной Войны, защитник Сталинграда, известный городской общественный деятель – 95-летний Владимир Туров [9].

Социальная реклама и ЧМ по футболу 2018 оказали определенное влияние на общество. Обратимся к спортивным футбольным школам, как отразился чемпионат в работе тренеров и воспитанников. К примеру, рассмотрим отзыв директора Калининградского спортивного резерва. По словам директора ДЮСШ олимпийского резерва № 5 Юрия Белецкого, желающих заниматься футболом стало значительно больше, если раньше формировали группы с 6 до 18 лет по 15 человек, то сейчас – по 18-20 [10].

Далее рассмотрим отзыв из Казани, где было задействовано семь казанских спортивных объектов, отданных футбольным ДЮСШ. По словам директора стадиона «Трудовые резервы» Руслана Минабутдинова, в Казани после чемпионата мира – футбольный бум. Телефон не умолкает, все родители хотят видеть своих сыновей чемпионами [11].

Возвращаясь к теме социальной рекламы задействованной во время чемпионата, нельзя не отметить такой тип социальной рекламы, который был ориентирован на детей дошкольного возраста. Самые маленькие болельщики страны смогли присоединиться к футболу и пропаганде здорового образа жизни через мультфильмы,

такие как «Маша и Медведь», «Три кота», где была отражена футбольная тема.

Данная социальная программа воздействует на самых маленьких зрителей, формируя основы важности спорта в дружелюбной атмосфере художественного восприятия с помощью мульт-героев.

Пропаганда футбольного спорта принесла свои плоды среди ребят дошкольников и младшего школьного возраста. Как отмечают представители футбольных школ столицы: количество детей, поступающих в футбольные школы Москвы, выросло после чемпионата мира по футболу, который прошел в России летом 2018 года, среди записывающихся в секции особенно много детей 4-8 лет.

В детской футбольной академии Александра Минаева также отмечен большой рост числа желающих записаться детей, там за первые три недели набора записалось в два раза больше людей, чем в предыдущем году [12].

Сотрудники футбольных школ связывают такой ажиотаж с недавно прошедшим в России чемпионатом мира по футболу и с грамотно продуманной социальной рекламой, правильно преподнесшей чемпионат и Россию в целом. Таким образом, статистика вновь прибывших детей в спорт растет.

Подводя итоги, нужно отметить, что на примере чемпионата мира по футболу 2018 года мы увидели, насколько большую социальную роль играет социальная реклама, что она является инструментом пропаганды здорового образа жизни. Благодаря своему многогранному художественному исполнению социальная реклама воздействует на человека и на его подсознание, тем самым формируя правильные ориентиры образа жизни в социуме. Она работает на благо, как общества в целом, так и на отдельно взятых людей.

#### Библиографический список

1. Голуб О.Ю. Социальная реклама. – М.: Дашков и К, 2017. – 180 с.
2. *Социология* футбола. – [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://iq.hse.ru/news/220240851.html>. (Дата обращения 10.12.2018).
3. *Проект* Постановления Правительства Российской Федерации "Об утверждении Концепции наследия чемпионата мира по футболу" (подготовлен Минспортом России 10.04.2018).
4. *Чемпионат мира по футболу 2018*. – [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/> (Дата обращения 10.11.2018).
5. *Путин: благодаря ЧМ-2018 у миллионов людей изменилось мнение о России*. – [Электронный ресурс]. Режим доступа: [URL:https://www.championat.com/football/news-3490525-putin-blagodarja-chm-2018-u-millionov-ljudej-izmenilos-mnenie-o-rossii.html](https://www.championat.com/football/news-3490525-putin-blagodarja-chm-2018-u-millionov-ljudej-izmenilos-mnenie-o-rossii.html) (Дата обращения 11.12.2018).
6. *Чемпионат мира по футболу 2018 г.: пропаганда более здорового и активного образа жизни, направленная на футбольных болельщиков*. – [Электронный ресурс]. Режим доступа: [URL: http://www.euro.who.int](http://www.euro.who.int) (Дата обращения 11.10.2018).
7. *Чемпионат мира по футболу 2018 г.: пропаганда более здорового и активного образа жизни, направленная на футбольных болельщиков*. – [Электронный ресурс]. Режим доступа: [URL: http://www.euro.who.int](http://www.euro.who.int) (Дата обращения 14.12.2018).
8. *Чемпионат мира по футболу 2018 г.: пропаганда более здорового и активного образа жизни, направленная на футбольных болельщиков*. – [Электронный ресурс]. Режим доступа: [URL: http://www.euro.who.int](http://www.euro.who.int) (Дата обращения 14.12.2018).
9. *Елена Исинбаева в рекламной кампании*. – [Электронный ресурс]. Режим доступа: [URL: http://www.wday.ru/stil-zhizny/novosty/elena-isinbaeva-snyalas-v-reklamnoy-kampanii-chm-2018-v-volgograde/](http://www.wday.ru/stil-zhizny/novosty/elena-isinbaeva-snyalas-v-reklamnoy-kampanii-chm-2018-v-volgograde/) (Дата обращения 9.10.2018).
10. *#befriend: благотворительный фонд «Ника» предложил гостям ЧМ- 2018 взять из приюта бездомное животное*. – [Электронный ресурс]. Режим доступа: [URL: https://360tv.ru/news/tekst/befriend/](https://360tv.ru/news/tekst/befriend/) (Дата обращения 9.10.2018).

11. *Как страна на новые ворота. Что принёс России ЧМ-2018?* – [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL:[http://www.aif.ru/sport/football/kak\\_strana\\_na\\_novye\\_vorota\\_kakoy\\_urozhay\\_prinyos\\_chm-2018](http://www.aif.ru/sport/football/kak_strana_na_novye_vorota_kakoy_urozhay_prinyos_chm-2018) (Дата обращения 9.11.2018).

12. *Бум популярности* произошёл со столичными футбольными школами после ЧМ- 2018? – [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL:<https://riamo.ru/article/313881/bum-populyarnosti-proizoshel-so-stolichnymi-futbolnymi-shkolami-posle-chm-2018.xl> (Дата обращения 9.11.2018).

## IMPACT OF THE FOOTBALL WORLD CUP AND SOCIAL ADVERTISING ON SOCIETY

**E.V. Popova**, *Candidate of Historical Sciences*  
**Ryazan State University named after S.A. Yesenina**  
**(Russia, Ryazan)**

***Abstract.** The article discusses the aspects of the importance of large-scale sports events in Russia and their coverage by social advertising. The author gives the definition of the term "social advertising", talks about the types of social advertising that were used during the 2018 FIFA world Cup in Russia, and also gives specific results of the impact of this sports event and social advertising on society – an increase in wishing children and adolescents to play football.*

***Keywords:** social advertising, video, world Cup, football, society.*