

Секция «Связи с общественностью в государственных и общественных структурах»

Чемпионат мира по футболу ФИФА 2018 как имиджевый проект Российской Федерации

Сычева Анастасия Сергеевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра философии языка и коммуникации, Москва, Россия

E-mail: sy4iova.n100@gmail.com

Чемпионат мира по футболу ФИФА - одно из самых значимых событий в мире спорта. Каждые четыре года внимание мировой общественности сосредоточивается на событиях, разворачивающихся на мундиале. Матчи транслируются на главных телеканалах, а результаты противостояний становятся обязательной частью ежедневной повестки. Так, за финалом Чемпионата мира по футболу 2018 года следили 1,12 миллиарда человек по всему миру[1]. Тем временем страна или группа стран, принимающих турнир, становится центром притяжения для каждого неравнодушного к главному футбольному празднику.

Проведение событий такого масштаба - огромная ответственность, ведь от того, насколько успешно принимающая сторона справится с организацией соревнования, зависит впечатление зрителей от чемпионата в целом. Именно поэтому Международная федерация футбола очень тщательно относится к выбору страны, которой предоставляется право стать хозяйкой мундиала. Кроме того, организация чемпионата мира по футболу требует аккумуляирования колоссального количества материальных, человеческих, финансовых и энергетических ресурсов. Страна, принимающая чемпионат мира, обязана подготовить в срок всю необходимую инфраструктуру - от стадионов и отелей до вокзалов и аэропортов. Работа по подготовке и проведению турнира, несомненно, должна обеспечиваться высококвалифицированными управленческими кадрами, способными грамотно выстроить весь процесс подготовки мероприятия. Стоимость организации такого события исчисляется сотнями миллионов долларов. Более того, все это сопровождается серьезными рисками и неопределенностью.

Тем не менее, несмотря на все сложности, государства ведут упорную борьбу за право провести чемпионат мира по футболу у себя. Страны презентуют красочные заявки, стараясь убедить членов Исполнительного комитета ФИФА отдать голос именно за их кандидатуру. А предвыборная борьба порой сопровождается громкими заявлениями претендентов на мундиаль, стремящихся дискредитировать конкурентов и завоевать симпатии тех, кому предстоит принимать решение.

Такая напряженная борьба за право стать страной-хозяйкой чемпионата мира по футболу обусловлена многочисленными выгодами, которые принесет стране организация турнира. Возможности, которые открываются перед государствами, принимающими состязание, оцениваются как значительно превышающие сопутствующие риски. Иначе бы организация главного футбольного соревнования не была бы столь желанной целью для многих стран мира. География турнира с течением времени становится все шире: в 2010 году чемпионат впервые принимала африканская страна (ЮАР), в 2022 году состязание в первый раз примет государство Ближнего Востока (Катар). И можно заметить, что к настоящему моменту все больше стран считают целесообразным взять на себя большую ответственность - стать организатором главного международного футбольного состязания.

Одной из главных мотиваций, побуждающих государства вступать в борьбу за мундиаль, является использование данного спортивного события в качестве инструмента, грамотное использование которого может значительно повлиять на имидж страны. Как уже

говорилось, к стране-хозяйке чемпионата мира по футболу приковано внимание всего мира. А потому демонстрация мировой общественности своего потенциала в организации мероприятий подобного масштаба, несомненно, поспособствует позитивному влиянию на имидж государства.

В 2010 году право на проведение Чемпионата мира по футболу ФИФА 2018 выиграла Россия. Данная победа дала возможность российской стороне показать всему миру свои сильные стороны как организатора международных событий. Однако этими возможностями необходимо было правильно воспользоваться. Успешное проведение событий такого уровня, несомненно, положительно отражается на образе принимающего государства. В этом смысле Чемпионат мира по футболу ФИФА 2018, безусловно, стал имиджевым проектом Российской Федерации, призванным качественно изменить восприятие страны общественностью в лучшую сторону. Президент России В.В. Путин отметил, что благодаря данному турниру страна смогла побороть многие негативные стереотипы[2].

Важно заметить, что подготовка и реализация имиджевого проекта государственного уровня предполагает разработку особых стратегий и технологий формирования желаемого образа. В этой работе проводится исследование такого рода инструментов, использованных при организации Чемпионата мира по футболу ФИФА 2018, анализируется их эффективность, определяется степень влияния на имидж Российской Федерации. Изучение данного опыта актуально и ценно, так как на основании полученных выводов может быть выработана особая методология подготовки имиджевых проектов. Полученные результаты, применимость которых, скорее всего, не ограничится сферой спорта, возможно будет использовать и при решении других государственных задач.

Источники и литература

- 1) Более половины жителей планеты смотрели матчи чемпионата мира—2018 в России // URL: <https://www.championat.com/football/news-3629763-bolee-poloviny-zhit-elej-planety-smotreli-matchi-chempionata-mira-2018-v-rossii.html>
- 2) Путин рассказал о рухнувших благодаря ЧМ-2018 стереотипах о России // URL: <http://www.rbc.ru/politics/06/07/2018/5b3f31e19a79473ed56f3fb6>