

Роль болельщиков в продвижении футбольного турнира «ФОНБЕТ Кубок России» в условиях изменения моделей посещения матчей

Научный руководитель – Прокудина Елена Константиновна

Трунова Светлана Сергеевна

Студент (бакалавр)

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

E-mail: lana.trunova.94@mail.ru

В условиях трансформации современной спортивной индустрии футбольные турниры всё в большей степени рассматриваются не только как спортивные соревнования, но и как значимые массовые события, функционирующие в пространстве рекламы и связей с общественностью. Продвижение таких мероприятий напрямую зависит от степени вовлечённости аудитории, прежде всего – футбольных болельщиков, которые формируют эмоциональный фон турнира, участвуют в распространении информации и влияют на его общественное восприятие [3].

Особое место в структуре футбольной аудитории занимают болельщики как устойчивые сообщества с выраженной идентичностью, системой символов и характерными поведенческими практиками. Болельщицкая активность проявляется как в офлайн-пространстве стадиона, так и в медиасреде, где фанаты становятся важными носителями пользовательского контента и неформальными агентами продвижения футбольных турниров. В этом контексте изучение болельщиков представляет интерес не только с точки зрения социальной психологии, но и в рамках рекламных и PR-коммуникаций [1].

Актуальность настоящего исследования обусловлена снижением посещаемости футбольных матчей в России, которое в общественном сознании во многом связывается с введением системы идентификации болельщиков («Фан Айди»). Несмотря на то, что действие «Фан Айди» не распространяется на матчи турнира «Фонбет Кубок России», его внедрение оказало влияние на общее отношение болельщиков к посещению футбольных мероприятий, что повлекло за собой изменение форм вовлечённости аудитории. В условиях сокращения очного присутствия зрителей возрастает роль болельщиков как коммуникационного ресурса, способного поддерживать интерес к турниру за счёт альтернативных форм активности [5, 6].

Проблема исследования заключается в противоречии между необходимостью активного участия болельщиков в продвижении футбольных турниров и снижением посещаемости матчей, обусловленным институциональными изменениями в сфере организации футбольных мероприятий. Это противоречие актуализирует поиск эффективных коммуникационных решений, направленных на сохранение и развитие болельщицкой вовлечённости.

Целью данной работы является анализ роли болельщиков в продвижении футбольного турнира «ФОНБЕТ Кубок России» в условиях изменения моделей посещения футбольных матчей.

Для достижения поставленной цели в работе предполагается решение следующих задач:

- 1) Рассмотреть футбольное фанатское движение как феномен массовой культуры.
- 2) Проанализировать социально-психологические и поведенческие особенности футбольных болельщиков.
- 3) Изучить специфику продвижения футбольных турниров как массовых событий.

4) Проанализировать влияние системы «Фан Айди» на вовлечённость футбольных болельщиков.

5) Рассмотреть коммуникационные особенности турнира «ФОНБЕТ Кубок России».

6) Проанализировать роль болельщиков в продвижении Кубка России на основе эмпирических данных.

Объектом исследования является футбольный турнир как объект рекламных коммуникаций, а предметом – роль болельщиков в процессе продвижения футбольного турнира «ФОНБЕТ Кубок России». В работе используются методы теоретического анализа научной литературы, анализа вторичных данных, анализа публикуемых материалов (контент-анализ), а также эмпирические методы, включающие интервью со специалистом в сфере спортивных коммуникаций и анализ статистических показателей.

Источники и литература

- 1) Горюнов А. Г. Субкультура футбольных фанатов: социологический анализ: дис. ... канд. социол. наук. — СПб., 2015. — 180 с.
- 2) Григорьева И. В. Молодёжные движения и неформальные группы: учебное пособие. — М.: Изд-во МГУ, 2012. — 240 с.
- 3) Журавлёв А. Л., Соснин В. А. Психология массового поведения: истоки и современные тенденции исследования // Психологический журнал. — 2014. — Т. 35, № 2. — С. 3–15.
- 4) Молчанова Е. В. Психологические особенности футбольных болельщиков: фанаты и хулиганы // Вестник психологии и педагогики. — 2018. — № 2. — С. 45–52.
- 5) Кубок России — количество зрителей [Электронный ресурс] // Трансфермаркт — 2025. — URL: https://www.transfermarkt.world/kubok-rossii/besuchertzahlen/pokalwettbewerb/RUP/plus/0/galerie/0?saison_id=2024 (дата обращения: 02.03.2026)
- 6) «Стадион не тюрьма!» Фанаты «Спартака» выступили с заявлениям о бойкоте матчей РПЛ [Электронный ресурс] // Футбол 24. Ру — 2022 — URL: <https://football24.ru/allnews/russia/rpl-premier-league/126775-stadion-ne-tyurma-fanaty-spartak-vystupili-s-zayavleniem-o-bojkote-matchej-rpl.html> (дата обращения: 02.03.2026)