

Интеграция рекламы в пространство Формулы 1

Научный руководитель – Сегал Александр Петрович

Родина Ксения Вадимовна

Студент (бакалавр)

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

E-mail: rodinaksenia2005@gmail.com

В современном мире спорт давно перестал быть исключительно соревновательной деятельностью, он превратился в мощную медиaplatformу для продвижения брендов. Формула 1 занимает особое место в этой экосистеме. Чемпионат мира по кольцевым гонкам привлекает сотни миллионов зрителей по всему миру, а рекламное пространство серии становится объектом борьбы крупнейших транснациональных корпораций. Согласно данным Спорт-Экспресс, в сезоне 2025 года суммарная посещаемость Гран-при достигла отметки 6,7 миллиона зрителей [1]. Количество подписчиков в социальных сетях же по сравнению с предыдущим годом выросло на 17,1 миллионов человек достигнув отметки в 114,5 миллионов [4]. Столь масштабный охват определяет исключительную привлекательность Формулы 1 как рекламного канала и обуславливает многообразие форм интеграции коммерческих сообщений в пространство чемпионата.

Реклама в Формуле 1 реализуется на нескольких уровнях. Первый и наиболее очевидный это визуальное размещение логотипов на болидах, комбинезонах пилотов и оборудовании команд. Этот формат, известный как livery sponsorship, обеспечивает постоянное присутствие бренда в кадре на протяжении всей гонки. «По словам основателя и гендиректора The Race Media Эндрю Ван де Бурга, размещение логотипа бренда на переднем крыле болида «Формулы-1» обойдется как минимум в \$5 млн в год, а титульное спонсорство от \$30 млн до \$100 млн в год», — пишет Forbes [2]. Вторым уровнем является титульное спонсорство команд и отдельных этапов чемпионата, при котором название компании включается в официальное наименование коллектива или Гран-при (например, «Abu Dhabi HSBC Championship»). Третий уровень это интеграция брендов в цифровое пространство трансляций, а именно виртуальные логотипы, накладываемые на изображение трассы, и спонсируемые графические элементы телекартинки. Наконец, четвёртый уровень образуют нативные интеграции в официальных социальных сетях и стриминговом контенте, объём которого резко возрос после выхода сериала Drive to Survive на платформе Netflix.

Важной тенденцией последних лет является расширение аудитории Формулы 1 за счёт молодёжного сегмента и женской аудитории, что кардинально изменило структуру рекламодателей. Если прежде чемпионат ассоциировался преимущественно с нефтегазовыми компаниями, производителями алкоголя и финансовыми институтами, то сегодня в число крупнейших спонсоров входят технологические бренды, стриминговые сервисы и компании из сферы электронной коммерции [3]. Примечательно, что по мере ужесточения регулирования табачной и алкогольной рекламы в Формула 1 демонстрирует способность адаптироваться, привлекая новые категории рекламодателей и сохраняя коммерческую привлекательность.

Целью настоящей работы является комплексный анализ форм и инструментов рекламной интеграции в пространство Формулы 1 для выявления наиболее эффективных стратегий продвижения брендов посредством спортивного маркетинга в условиях трансформации медиапотребления.

Источники и литература

- 1) Сетевое издание «Спорт-Экспресс Интернет» [Электронный ресурс] // Формула-1 в 2025 году зафиксировала рекордную аудиторию. URL: <https://www.sport-express.net/autosport/formula1/news/formula-1-v-2025-godu-zafiksirovala-rekordnuyu-auditoriyu-2384866/> (дата обращения: 01.02.2026)
- 2) Сетевое издание « forbes.ru » [Электронный ресурс] // Быстрые деньги: как продюсер «Формулы-1» оклеил Брэда Питта рекламой на \$40 млн. URL: <https://www.forbes.ru/sport/540800-bystrye-den-gi-kak-produser-formuly-1-okleil-breda-pitta-reklamoj-na-40-mln> (дата обращения: 02.02.2026)
- 3) Bühler A., Nufer G. Relationship Marketing in Sports. Oxford: Elsevier, 2010. P. 312.
- 4) Formula 1 [Электронный ресурс] // Formula 1's record-breaking 2025 season in numbers. URL: https://www.formula1.com/en/latest/article/formula-1s-record-breaking-2025-season-in-numbers.irq7aR8PcyAw7ysO72vJn?_x_tr_hist=true (дата обращения: 02.02.2026)