
ФИЛОСОФИЯ И КУЛЬТУРА СОЦИУМА: ПОДХОДЫ, КОНЦЕПЦИИ, МНЕНИЯ

УДК 327:796.06

ББК 66.4+75.4

DOI 10.22394/1682-2358-2018-4-103-111

V.I. Filonov, *Doctor of Sciences (History), Head of the History and International Relations Department, Central Russian Institute of Management, Branch of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration*

A.V. Yudina, *postgraduate student of the Political Science and State Policy Department, Central Russian Institute of Management, Branch of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration*

SPORT AS AN IMPORTANT COMPONENT OF POLITICAL IMAGE OF THE STATE

The problem of interdependent influence of politics and sport is considered. The evolution of the role and significance of sport in the life of society as a powerful tool of political influence and a factor consolidating the nation is analyzed. Examples of the influence of the Olympic Games on the formation of the image of the participating countries are given and the impact of the public authorities, certain politicians and international organizations on sport is analyzed.

Key words and word-combinations: state policy, political actors, mass media, public opinion, political image, sport, Olympism.

В.И. Филонов, *доктор исторических наук, заведующий кафедрой истории и международных отношений Среднерусского института управления — филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (email: filonovvi@mail.ru)*

А.В. Юдина, *аспирант кафедры политологии и государственной политики Среднерусского института управления — филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (email: avn_yudina@mail.ru)*

СПОРТ КАК ВАЖНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ПОЛИТИЧЕСКОГО ИМИДЖА ГОСУДАРСТВА

Аннотация. Рассматривается проблема взаимоотношенного влияния политики и спорта. Анализируется эволюция роли и значения спорта в жизни общества как мощного инструмента политического воздействия и фактора, консолидирующего нацию. Приводятся примеры влияния Олимпийских игр на формирование имиджа стран-участниц, выявляется воздействие на спорт государственных органов, отдельных политиков и международных организаций.

Ключевые слова и словосочетания: государственная политика, средства массовой информации, общественное мнение, политический имидж, спорт, олимпизм.

В настоящее время актуальность проблемы влияния спорта на политику пере-

оценить достаточно сложно, а известный во всем мире олимпийский лозунг «Спорт вне политики», провозглашенный П. де Кубертенем, инициатором организации современных Олимпийских игр, следует признать устаревшим. Исходя из этого, важно принимать во внимание явное наличие политического фактора в сфере большого спорта [1, с. 106].

Информатизация общества в значительной мере изменила природу политической власти, активно перемещаемой в виртуальное пространство, основными элементами которого стали образы, имиджи и символы. Средства массовой информации являются одним из ведущих общественно-политических институтов, что оказывает существенное влияние на современные политические процессы. Учитывая тот факт, что средства массовой информации сами по себе нейтральны, итоги и результаты применения работы данного института в интересах политических акторов во многом зависят от воспроизводящих целей [2, с. 182].

Имидж государства — важнейший политический инструмент, применяя который, субъекты государственной власти стараются оказать целевое воздействие на общественное мнение. Следовательно, можно утверждать, что природа имиджа дуалистична: с одной стороны, имидж выступает в качестве средства налаживания диалога с социумом, а с другой — формы воздействия на общество и управления его настроениями. Имидж государства является комплексным представлением о нем, основанным на стереотипах и объективных характеристиках во взаимосвязи с историческим развитием, сформированным при помощи мифологизации и информационно-коммуникативных технологий.

Государственная политика по сути является значимым инструментом создания и продвижения имиджа, так как любые управленческие решения выступают в качестве составляющей государственного имиджа, демонстрируя при этом сложившуюся политическую ситуацию в стране: овладение государством современными технологиями информирования населения необходимо для формирования требуемого имиджа проводимой политики и для повышения конкурентоспособности среди партнеров, использующих аналогичные инструменты.

Актуальность формирования комплексной концепции стратегического позиционирования России подтверждается рефлексией профессионального сообщества, политиков и общественных деятелей [3, с. 154]. Постиндустриальная эпоха активно интегрирует государства в конкурентную борьбу — неотъемлемую часть рыночных отношений. Западный истеблишмент убедил человечество в первичности рынка и прогрессивности его участников. Наиболее яркой в условиях глобализации является конкуренция в сфере трансляции информации, в частности, формирование образа и имиджа государства, его институтов, политических элит и частных акторов, а государствам, в свою очередь, предложены абсолютно новые модели соперничества, приобретающего все большее значение на мировой арене, в экономике и социально-политических внутренних условиях [4, с. 292].

В современной политической науке заслуживает внимания существующая понятийная (семантическая) линия «имидж — известность — репутация»

(авторитет, престиж)». Понятие «репутация» не является синонимом «имиджа», но считается его составной частью. Кроме того, ученые-политологи и политтехнологи не всегда уравнивают понятия «образ» и «имидж».

У массового и профессионального спорта функции и роли в политической жизни страны, в том числе касающиеся создания ее имиджа, различаются [5, с. 293]. Так, для Российской Федерации массовый спорт является фактором, объединяющим нацию и влияющим на формирование национальной идентичности [6, с. 120], профессиональный же спорт превращается в инструмент так называемой «мягкой силы». В практике международного Олимпийского движения существует множество примеров, когда спорт использовался как средство формирования положительного имиджа стран на международной арене и нормализации отношений конфликтующих государств.

Политизация спорта ярко проявилась еще в прошлом веке, во времена Советского Союза, позиционировавшего себя как сильную спортивную державу. В массовое сознание граждан внедрялась идея о том, что спорт по своей сущности «больше, чем спорт», он — продолжение политической борьбы с государствами, противостоящими СССР, вследствие чего одной из консолидирующих патриотических идей становилось безусловное мировое первенство советских спортсменов [6, с. 155].

Привычная для международной политической системы «жесткая власть», опирающаяся на военную силу, экономические санкции и угрозы, постепенно уступает место так называемой «мягкой власти» культуры и информации. Современная концепция диалога «от страны к стране» дополняет старую модель «от правительства к правительству».

В начале XXI в. внимание к инструментарию «мягкой власти» в мировой политике и международных отношениях стремительно растет, что обусловлено интересом глав государств к деятельности, направленной на использование культуры, образования и спорта в процессе решения государствами задач внешней политики [7, с. 92]. Например, в последние годы укрепляется концепция «спорт для всех», направленная на вовлечение в спортивно-оздоровительные мероприятия широких масс населения [8, с. 94].

С одной стороны, имидж государства должен работать на перспективу, открывая новые горизонты для каждого гражданина, формируя эмоциональный заряд и вдохновляя. С другой стороны, имидж по своей сути является посланием миру и олицетворяет коммуникационную модель в современном информационном пространстве, где страна ведет диалог с другими государствами и народами. Поэтому имидж современной России должен быть привлекательным, вызывать уважение и способствовать конструктивному диалогу.

В одной из предвыборных статей В.В. Путин отметил, что «Россия на себе ощущает необъективность, предвзятость и агрессивность задезованного против нее критиканства, которое порой переходит все мыслимые границы» [9]. По его мнению, «образ России за рубежом формируется не нами, поэтому он часто искажен и не отражает ни реальную ситуацию в нашей стране, ни ее вклад в мировую цивилизацию, в науку, культуру, да и позиция нашей страны в международных делах сейчас освещается как-то однобоко. А виноваты мы в том, что плохо объясняем свою позицию» [10].

Соответственно, современным стратегическим приоритетом является разработка эффективной государственной политики, направленной на реализацию имиджевой стратегии развития Российской Федерации и формирование национального брендинга, способствующего продвижению положительного имиджа России в каналах коммуникаций. Любое государство на международной спортивной арене демонстрирует не достижения населения, занятых массовым спортом, а результаты отдельных спортсменов, представляющих свою страну. Поэтому исключительная роль в формировании спортивного имиджа любого государства отводится профессиональному спорту и высоким достижениям, которые открыты для большинства исследователей, изучающих взаимосвязь политики и спорта.

Выдающаяся советская спортсменка Е.В. Петушкова писала, что именно большому спорту «присущи заложенные в самой его основе возможности для агитации и пропаганды. Этому положению как нельзя лучше отвечают представители спорта высших достижений, “звезды спорта”, которые зачастую широко известны не только в своей стране, но и за ее пределами, которые благодаря интересу к ним со стороны средств массовой информации всегда “на виду” и поэтому могут оказывать влияние на формирование общественного мнения» [11, с. 170].

Еще в начале XX в. возникло понимание того, что спорт в значительной степени формирует имидж государства. Например, в США первыми в мире начали формировать общекомандный медальный рейтинг на олимпиадах и активно использовать спорт для саморекламы. Позже к этому пришла и Российская империя. В дореволюционной прессе отмечалось, что в каждой команде сконцентрирована народная мощь и сила, причем каждая команда характеризует всю страну и является воплощением государства [12, с. 2]. В то время соревнования международного уровня называли «спортивной битвой народов», а провал русской команды на Олимпиаде 1912 г. был охарактеризован как «спортивная Цусима».

В различные эпохи и в различных государствах идеологическая база часто подводилась под спортивные достижения, а успехи или неудачи на спортивных соревнованиях соотносились с политической ориентацией правительства [13, с. 3]. Например, в Третьем рейхе спорт был подчинен министерству пропаганды и просвещения и использовался для воспитания местной молодежи на основе национализма, а также формирования миролюбивого международного имиджа государства. Иллюстрируя отношения американского общества к спорту, можно привести высказывание Президента США Дж. Кеннеди, отмечавшего, что для национального престижа представляют важность всего два аспекта — успешные полеты в космос и завоеванные золотые олимпийские медали. Во времена холодной войны положительные результаты на международной спортивной арене являлись действенным идеологическим оружием в рамках противостояния двух крупных общественно-политических систем. Для укрепления международного авторитета СССР советские спортсмены внесли не меньший вклад, чем ученые, участвовавшие в освоении космоса.

При создании образа Советского Союза как великой сверхдержавы использовались несколько брендов для повышения его престижа — космос, балет, спорт. Победы на спортивных соревнованиях стали восприниматься как естественный национальный символ. Успехи в сфере спорта содействовали созданию позитивного имиджа СССР на международной арене и косвенно укреплению внутригосударственного режима, а также рассматривались как исключительная возможность прямого сравнения социалистического и капиталистического образов жизни, причем пропорция часто оказывалась не в пользу последнего. Каждой победе в спортивной сфере сопутствует демонстрация государственной символики. Спорт больших достижений дает возможность демонстрации государственного флага, представленного спортсменом-победителем, вне милитаризованного контекста [14, с. 57].

Само по себе участие в значимых спортивных мероприятиях — это по сути форма заявления о себе. В качестве примера можно привести неудачные попытки принять участие в Олимпиаде 1912 г. со стороны самопровозглашенного государства Косово.

Примечательно, что политические деятели могут привлечь к себе внимание даже не участием в международных соревнованиях, а любительским спортом или активным образом жизни. Например, Альберт II, князь Монако, известен как глава государства, первым в мире покоривший Северный полюс и обеспечивший этим и себе, и стране место в новостных выпусках. Посол СССР в Норвегии Н.М. Луньков с супругой в выходные дни совершали лыжные прогулки. Их сфотографировал корреспондент местной газеты, и уже на следующий день первые страницы содержали их совместное фото с комментарием, что посол России не только говорит по-норвежски, но и активно занимается лыжным спортом [15, с. 133]. Впоследствии, будучи послом в Италии, он нередко посещал футбольные матчи в Риме, поскольку «причастность к футболу всегда вызывает симпатии в Италии» [15, с. 133].

В целом национальный спортивный имидж страны — это явление, существующее в контексте исторической ретроспективы. Россия унаследовала славу советского спорта, и в настоящее время имеет более выгодные позиции, чем другие государства, сделавшие ставку на спорт при формировании своего положительного имиджа.

Особое уважение вызывают достижения российских параолимпийских чемпионов, которые не имеют равных себе в мире. Их достижения являются стимулом для дальнейшего развития спорта в стране.

XXVII Всемирная летняя Универсиада 2013 г. в Казани стала первым мультиспортивным мероприятием в истории современной России, миссия которого заключалась не только в продолжении спортивных традиций, содействии социокультурному развитию региона и популяризации спорта, но и в формировании положительного имиджа России за рубежом [16]. В феврале 2014 г. в Сочи прошли XXII Олимпийские и XI Параолимпийские зимние игры — грандиозные события мирового масштаба.

Положительный имидж России в процессе проведения Олимпиады создавали не только инновации, уникальность и техническая составляющая спор-

тивной инфраструктуры олимпийских объектов, но и персонал, волонтеры, задействованные в проведении мероприятия. Они стали «лицом» России. От них зависело, как иностранные гости, туристы, спортсмены, официальные лица оценят гостеприимство страны и какое впечатление о ней будет транслироваться за рубежом.

Спортивные комментаторы, использующие в своей работе, кроме фамилий и имен спортсменов, указания на их национальную принадлежность, также создают определенный имидж стране, от которой выступает спортсмен. Еще один важный аспект оценки престижа страны — объективность и достоверность судейства, вокруг которого возникает множество международных скандалов.

Многие исследователи отмечают высокий представительский статус международных соревнований, в частности Олимпийских игр, аудитория которых насчитывает миллиарды зрителей, потенциальных покупателей для бизнеса и электората для политиков. Олимпиада особенно значима для большого международного спорта. П. де Кубертен многократно отмечал их значение, называя их не соревнованиями, а фестивалем молодежи. Однако в современных условиях причина оригинального статуса Олимпийских игр заключается несколько в ином: принцип подсчета очков и результирующее место в общекомандном зачете до сих пор являются неофициальными, поскольку противоречат главным принципам олимпизма, хотя во всем мире такая система является результирующей для каждого государства-участника. Олимпиада отражает широкое многообразие форм человеческих отношений и оказывает воздействие на сознание и поведение людей [17, с. 12]. Олимпийские игры сегодня, кроме спортивного состязания, представляют собой площадку для демонстрации престижа государства, его политического режима и идеологической системы [18, с. 121].

Выбор страны, где проводится очередная Олимпиада, к концу XX в. стал определяться преимущественно политическими мотивами, а сами Игры превратились в чрезвычайно выгодное мероприятие как со стороны экономической выгоды, так и с точки зрения политики. Следовательно, роль Олимпийских игр в формировании позитивного имиджа страны безусловна [14, с. 65]. Государства заинтересованы в их проведении на территории страны с целью пропаганды своих духовных и культурных ценностей, мировоззрения, устоев. Приобретение права на организацию соревнований такого уровня — большая победа, свидетельствующая о высоком уровне развития спорта в стране, стабильности и привлекательности ее политической системы, экономики, инфраструктуры, пригодной для проведения такого рода мероприятий.

Итоги исследований информационного освещения олимпиад в СМИ позволяют сделать вывод, что Олимпийское движение оказывает влияние на изменение стереотипов, сложившихся в мировом общественном мнении о стране, где проводятся игры, а также во взаимоотношениях между странами-участниками [17, с. 18].

В декабре 2017 г. Исполнительный комитет МОК запретил россиянам выступать на Олимпийских играх 2018 г. в южнокорейском Пхенчхане под национальным флагом, но 169 спортсменов, получивших допуск, приняли

участие в событии под олимпийским флагом и в форме с надписью «Olympic athlete from Russia» (Олимпийский атлет из России) [18]. В финале Олимпиады-2018 российская команда в овертайме одержала победу в хоккейном матче с командой Германии со счетом 4 : 3. После этого газета «New York Post» опубликовала эту новость под заголовком: «Команда без страны завоевала золотые медали в хоккее». По причине стремительно раздуваемого допингового скандала вокруг российских спортсменов было запрещено публично демонстрировать национальную государственную символику, а также исполнять гимн. Еще до начала хоккейного матча со сборной Германии капитан российской команды И.В. Ковальчук пообещал, что в случае достойного выступления игроки непременно исполнят национальный гимн, невзирая на запрет. Впервые в истории сборная команда «олимпийских атлетов из России» по хоккею завоевала золото Олимпиады, и на церемонии награждения игроки спели российский гимн вместе с болельщиками.

Таким образом, можно выделить основные инструменты, формирующие имидж государства с помощью спорта:

1. Приоритет видов спорта. Страна делает ставку на развитие узкого набора видов спорта в зависимости от климата, национальных традиций, ориентации на международные стандарты или на новые рынки, физиологических predispositions населения. При использовании этого инструмента осторожно относятся к агрессивным видам спорта, так как они не всегда приносят позитивный эффект из-за специфики критериев установления победителей.

2. Спортивные клубы и команды. Наличие клубов по определенному виду спорта, а также национальных лиг может оказывать непосредственное влияние на формирование имиджа государства в целом.

3. Базы и центры подготовки спортсменов. Они главным образом создают имидж региона, на территории которого располагаются, на имидж государства, влияют в меньшей степени, чем другие инструменты.

4. Спортсмены. И как личности, и как бренды они также выступают носителями государственного имиджа. В Российской Федерации этот инструмент чаще всего применяется для внутреннего продвижения политических идей среди населения. В частности, спортсмены активно приглашаются в органы законодательной власти различных уровней.

5. Повышение роли и авторитета в международной среде. Речь идет о наличии представителей страны в интернациональных спортивных организациях, удельном весе национальных спортивных организаций в международном сообществе, поведении в конфликтных ситуациях; членстве российских спортсменов в зарубежных спортивных клубах.

6. Спортивные соревнования. Они не только дают возможность для демонстрации государственных спортивных достижений, но и являются показателями финансово-экономического и политического благосостояния, особенно в случае с организацией крупных международных турниров. Место проведения спортивных соревнований становится «лицом» страны. Данный инструмент предполагает оценку не конкретных спортсменов, а прежде всего организации мероприятия, места его проведения, наличия комфортной инфраструктуры, социальной обстановки, позиции государства и т.д.

Формирование положительного имиджа Российской Федерации является ключевой задачей и важным условием реализации государственных политических стратегий, а также служит повышению конкурентоспособности страны.

Имидж российского спорта представляет собой сформировавшийся устойчивый образ спортивной деятельности государства, включающий ее основные территориальные, национальные, государственные и культурные характеристики. Его создание является результатом ежедневной кропотливой и спланированной работы спортсменов, менеджеров, маркетологов, PR-специалистов. Современный спорт в сочетании с успешной политикой, дипломатией и бизнесом оказывает значительное влияние на формирование государственного имиджа.

Политический компонент в структуре спортивного движения и внимание к нему со стороны политических сил делают спорт одним из главных явлений современности, что актуализирует проблему исследования причин дуалистического характера взаимоотношений спорта и международной политики в глобализирующемся мире, определяющихся противопоставлением следующих категорий:

- сложившейся потребности в разработке теоретических основ взаимодействия политики и спорта и недостаточной проработки аспектов данной проблематики в научных исследованиях;
- необходимости учета различных причин и фактов двойственного влияния спорта и политики друг на друга в международных отношениях и доминирующего в науке одностороннего подхода к анализу их взаимодействия;
- увеличившегося воздействия спорта на международную политику и заинтересованности государств в сохранении диалога как консолидирующей ценности в условиях глобализации.

Согласно теории конструктивизма, диалог национальных культур и общая межнациональная культура — наиболее важные факторы, определяющие международные отношения в целом. Данное положение основано на идее восприятия социальной реальности, которая носит субъективный характер и подвержена деформации. В качестве одного из факторов воздействия на сознание индивида все чаще выделяют спортивные мероприятия, являющиеся важным проявлением культурного и экономического потенциала государства, а также его престижа на международном уровне.

Национальные спортивные успехи повышают убежденность граждан в том, что ценности их общества являются истинными, консолидирующими и имиджеформирующими, поэтому спортивная сфера является неотъемлемым элементом системы обеспечения национального престижа Российской Федерации, что в современных условиях представляет особую значимость [19].

Библиографический список

1. Филонов В.И., Юдина А.В. Политический фактор в сфере большого спорта: теоретико-методологические аспекты // Вестник Поволжского института управления. 2018. Т. 18, №1. С. 106–112.
2. Меркулов П.А., Малик Е.Н. Конструктивное сотрудничество СМИ, органов государственной власти и институтов гражданского общества по обеспечению позитивной модели ин-

- теграции молодежи в политическую сферу российского общества // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки СКАГС. 2015. № 4. С. 180–184.
3. *Суворова И.С.* Государственная политика как инструмент формирования имиджа страны // Государственное управление. Электронный вестник. 2013. № 40. С. 150–162.
4. *Кориунов С.С.* Влияние спортивных событий на имидж России на международной арене // *Filo Ariadne*. 2017. № 2(6). С. 297–319.
5. *Щетинов А.О.* Политический потенциал спорта в современной России // Среднерусский вестник общественных наук. 2010. № 3. С. 121–126.
6. *Ливцов В.А., Пожидаев А.С.* Эволюция понятия «патриотизм»: через прошлое к будущему // Свободная мысль. 2016. № 6 (1660). С. 151–162.
7. *Боголюбова Н.М., Николаева Ю.В., Боголюбов М.А.* Гуманитарное сотрудничество в спорте на пространстве СНГ как фактор интеграции // Управленческое консультирование. 2016. № 4 (88). С. 90–97.
8. *Пакулина И.С.* Создание современной системы эффективного управления развитием спорта в регионе // Вестник государственного и муниципального управления. 2013. № 1. С. 93–101.
9. *Путин В.В.* Россия и меняющийся мир. URL: <http://www.mn.ru/politics/20120227/312306749.html>
10. *Путин В.В.* Россия: национальный вопрос. URL: http://www.ng.ru/politics/2012-01-23/1_national.html
11. *Петушкова Е.В.* Новое мышление и новые аспекты роли спорта в борьбе за мир // Спорт и перестройка: сборник научных трудов. М., 1988. С. 169–178.
12. *Соловьев Н.* Спортивная Цусима // К спорту! 1912. № 32.
13. *Презуменищikov М.Ю.* Большой спорт и большая политика. М., 2004.
14. *Бродская Н.П.* Спорт больших достижений как пространство для формирования национального имиджа страны // Национальные интересы и имидж России. М., 2006.
15. *Луньков Н.* Русский дипломат в Европе. М., 1999.
16. Об Универсиаде. URL: http://kazan2013.com/ru/about_universiade
17. *Кузьменко С.Н.* Освещение олимпийского движения в средствах массовой информации: автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 1997.
18. МОК допустил до Игр в Пхенчхане лишь 169 российских атлетов. URL: <http://tass.ru/sport/4904315>
19. *Малеев А.А.* Государственная политика в сфере спорта как инструмент обеспечения культурной безопасности: международная составляющая // Мировая политика. 2017. № 2. С. 1–8.