

УДК 32

Коршунов С.С.<sup>1</sup>

**ВЛИЯНИЕ СПОРТИВНЫХ СОБЫТИЙ НА ИМИДЖ РОССИИ  
НА МЕЖДУНАРОДНОЙ АРЕНЕ**

*Фонд содействия развитию спортивных студенческих организаций*

Korshunov S.S.

**INFLUENCE SPORTING EVENTS ON RUSSIAN IMAGE ON THE  
INTERNATIONAL SCENE**

*Foundation for Promotion of sports student organizations*

**Реферат:** *Современная Россия - один из ведущих мировых политических акторов, поэтому актуальны проблемы формирования, развития и реализации ее позитивного имиджа, репутационного капитала в глобальном мире. Сегодня востребован поиск новых подходов в формировании имиджа, репутации, репутационного капитала российского государства, без которых нельзя достигнуть наиболее важных стратегических и тактических целей. Важной задачей становится реализация последовательно применяемых технологических процедур, приемов и способов деятельности, государственных и бизнес – структур, прессы, радио, телевидения, Интернета, позволяющих сделать эту деятельность более эффективной. Имидж государства играет важнейшую роль в сфере международных отношений: от того, является ли он позитивным или негативным, зависит успешность проведения внешней политики страны, развитие торгово-экономических отношений с другими государствами. Внешнеполитический имидж государства - это*

---

<sup>1</sup> Коршунов Станислав Сергеевич – магистр политологии, Фонд содействия развитию спортивных студенческих организаций, Председатель Фонда.

*образ деятельности институтов власти какого-либо государства, преломляющийся через политическую культуру других государств и целенаправленно или стихийно формирующийся институтами власти и средствами массовой информации. Внешнеполитический имидж всегда должен учитываться при принятии важных внешнеполитических решений, так как его игнорирование может привести к потере политического капитала.*

*В XXI веке Россия только приступает к крупномасштабному имиджированию себя как современного успешно и динамично развивающегося государства. Конструируемый образ государства, как правило, просчитывается, планируется, его проявление в сознании политического актора должно быть не случайностью, а прогнозируемым результатом многоуровневого воздействия. Актуальность темы обусловлена тем, что спортивные достижения являются имиджевыми факторами для державы. Они своеобразно сублимируют степень мощи и успешности всего государства. Государство всегда в той или иной мере имеет свои идеологические, внутри- и внешнеполитические интересы в области спорта. Россия стремится к улучшению своего имиджа не только в контексте спортивных побед.*

*В статье анализируется специфический инструментарий формирования имиджа России, такой как спортивные события. В настоящее время государства конкурируют на международной арене не только в экономике, но и спортивных достижениях. Анализ мировых средств массовой информации показывает, что современный образ. Она дискредитирован Россия пытается упрочить свой имидж за счет череды крупных спортивных мероприятий. Опросы о важнейших брендах страны регулярно подтверждают, что именно достижения российских спортсменов укрепляет позиции страны в мире.*

*Современная Россия, ставшая наследницей спортивных достижений СССР, имеет все шансы модернизировать спортивную составляющую имиджа России до максимального мирового уровня.*

**Ключевые слова:** *Россия, спортивное событие, бренд, имидж, Сочи, олимпиада, СМИ.*

**Abstract:** *Modern Russia is one of the world's leading political actors, therefore, the problems of formation, development and realization of its positive image, reputational capital in the global world are actual. Today, the search for new approaches in shaping the image, reputation, reputational capital of the Russian state, without which it is impossible to achieve the most important strategic and tactical goals, is in demand. An important task is the implementation of consistently applied technological procedures, methods and methods of activity of state and business structures, the press, radio, television, the Internet, which make this activity more effective. The state image plays an important role in the sphere of international relations: on whether it is positive or negative, the success of the country's foreign policy, the development of trade and economic relations with other states depends. The foreign policy image of the state is a mode of activity of the institutions of power of a state that is refracted through the political culture of other states and is purposefully or spontaneously formed by institutions of power and the media. Foreign policy image should always be taken into account when making important foreign policy decisions, since its ignoring can lead to the loss of political capital.*

*In the 21st century, Russia is only embarking on a large-scale imitation of itself as a modern, successfully and dynamically developing state. The designed image of the state, as a rule, is calculated, it is planned that its manifestation in the mind of a political actor should not be an accident, but a predictable result of a multi-level impact. The relevance of the topic is due to the fact that sporting achievements are imaging factors for the state. They uniquely sublimate the degree of power and success of the entire state. The state always has its own ideological, intra- and foreign policy interests in the field of sports to some extent. Russia seeks to improve its image not only in the context of sports victories.*

*The article analyzes the specific tools of formation of Russia's image, such as sporting events. Currently, the state compete in the international arena not only in economy, but also sports achievements. Analysis of the world's media shows that the modern way. It discredited Russia is trying to strengthen its image by a string of major sporting events. Polls of the most important brands of the country regularly confirm that it is the achievements of Russians athletes strengthens the country's position in the world.*

*Modern Russia, which became the successor to the sport achievements of the USSR, has every chance to modernize the sports component of Russia's image to the maximum world level.*

**Keywords:** *Russia, sporting event, brand, image, Sochi, Olympics, media.*

Постиндустриальное общество активно призывает государства включаться в конкурентную борьбу как неотъемлемую область рыночных отношений. Западноевропейский истеблишмент, убедив человечество в «святости» рынка и прогрессивности его последователей, предлагает последним контролировать его стремление доминировать во всех сферах жизни. Особенно ярко в глобализирующемся мире проявляется соперничество в области распространения информации, объектом которого является образ или имидж государства, его

институтов, политических элит и отдельных деятелей. Государствам предложены совершенно новые модели конкуренции, играющую все большую роль, как на мировой арене, так и в экономике и в социально-политической ситуации внутри страны [1; 11; 16].

Российская Федерация как участник процесса глобализации стремится к укреплению международных позиций в долгосрочной перспективе. Возможность трансляции собственных ценностей России обеспечивают группы таких факторов как природный ресурсный потенциал, национальное и

культурное наследие, постоянные геополитические факторы, исторически свершившиеся события, социально-психологические настроения в российском обществе, формы общественно-политической интеграции, принципы деятельности общественно-политических объединений. Заключительный фактор из перечисленных включает в себя спортивное сотрудничество в рамках отдельно взятых государств и всего мира в целом. На стыке XX и XXI вв. именно спорт превратился в один из важнейших инструментов международного диалога. Поэтому такие спортивные события как Олимпийские Игры или Чемпионат мира по футболу являются уникальным способом конструктивного взаимодействия для всех стран мира.

Россия, являясь одновременно мировой державой, принимает непосредственное участие в решении крупнейших вопросов современного мироустройства. По этой причине успешность как внешне-политической, так и внутренней

деятельности государства уже сейчас требует от отечественной науки современных масштабных имиджевых стратегий по формированию позитивного представления о государстве. Один из мощных инструментов в таком процессе – это организация и проведение крупнейших спортивных событий на высоком профессиональном уровне. Опыт проведения подобных проектов требует тщательного изучения и дальнейшего распространения организаторских достижений в других проектах.

В 2014 году в России состоялось событие мирового масштаба – Олимпийские Игры в Сочи. Для России как страны-хозяйки Игр – это были вторые Олимпийские Игры (первые прошли в Москве в 1980 году) и первые Зимние Игры в истории. Российские Игры получили высокие оценки по всем составляющим организации Игр, а спортсмены и болельщики в десятках стран мира рассказывали со страниц СМИ и экранов мониторов про современную, гостеприимную, кра-

сивую страну и новый мировой бренд – «Сочи-2014».

В политологической теории существует понятийная линейка: имидж/образ – известность – репутация-престиж-авторитет. На практике репутация может рассматриваться как один из элементов её имиджа, но, не смотря на родственность понятий, нужно исключить их возможную синонимичность. Научно-политологическое сообщество не всегда ставит знак равенства между «образом» и «имиджем», хотя в результате своих исследований приходит к выводу о том, что лингвистическое разведение образа и имиджа вряд ли будет способствовать созданию методологической базы для понимания такого феномена.

Российское государство не всегда одинаково воспринималось на международной арене. Наверное, любой повод текущей повестки дня найдет свое пересечение с историей России, наполненной как славными, так и негативными страницами. Анализируя современное

состояние имиджа России, следует подчеркнуть значительный её политический вес в мире, не смотря на неоднозначность отношения к ней в мире.

Краткосрочный анализ мировых средств массовой информации позволяет понять, что современный образ России дискредитирован. Во-первых, внимание к России несоизмеримо с её внешнеполитическим влиянием, а во-вторых, однобокость в отражении действительности зачастую переходит границы разумного в разделении точек зрения в сторону источников дискредитирующей информации. В результате этой ситуации Россия имеет образ государства в разы негативнее, чем он есть на самом деле. Следовательно, логичной становится постановка задачи государству по корректировке текущего состояния имиджа страны как минимум до его реального состояния. Это означает решительную борьбу с дезинформацией, недопущение демонизации государства и государственных институтов, сопро-

тивление переписыванию истории и т.д.

В 2012 году на одном из совещаний послов и постпредов Российской Федерации в Москве президент Владимир Путин констатировал: «Образ России за рубежом искажен и не отражает реальную ситуацию в стране, российским дипломатам надо активнее осваивать новые технологии в международных отношениях» [10]. Там же глава страны подчеркивал: «Пока надо признать, образ России за рубежом формируется не нами, поэтому он искажен часто и не отражает реальную ситуацию ни в нашей стране, ни ее вклад в мировую цивилизацию, науку и культуру. Да и позиция нашей страны в международных делах освещается как-то однобоко: те, кто стреляет, ракетные удары постоянно наносит - они молодцы, а те, кто предупреждает о необходимости сдержанного диалога, те вроде как в чем-то виноваты... А виноваты мы с вами в том, что мы плохо объясняем свою позицию».

2014 год и воссоединение России с Крымом, вместе с ними последующие события на юго-востоке Украины и вступление России в борьбу с международным терроризмом на Ближнем Востоке в 2015 году в значительной степени изменили тональность мирового сообщества в отношении российского государства.

В летний период обострения вооруженного конфликта на юго-восточной Украине в 2015 году крупнейшее российское информационное агентство «РИА Новости» опубликовало результаты исследования, посвященного анализу контента зарубежных СМИ на предмет образа России в мире [5]. В этот период из сотен публикаций в СМИ не оказалось ни одного позитивного или умеренно позитивного материала по отношению к России. 100% публикаций, затрагивающих Россию в контексте политического и военного кризиса на Украине 2013 - 2015 гг. оказывались негативными. Аналогичный показатель враждебности по отношению к на-



шей стране был связан в этот период в сообщениях о приеме Россией Чемпионата мира по футболу в 2018 году. Данный факт позволяет говорить о том, что профессиональный спорт уже давно стал частью геополитического противостояния ведущих держав.

Спорт как отдельная сфера деятельности выполняет многообразные социокультурные функции и участвует в формировании как имиджа государства за рубежом, так и внутри страны. Универсальным звучит определение П. Степового: «спорт – это особая форма культуры: часть физической культуры; средство и метод общего воспитания и воспитания физического; он выполняет систему социальных функций; это деятельность, и прежде всего соревновательная, подготовка к ней, достигаемые спортивные результаты, имеющие социальное значение; это деятельность, реализующаяся в определенных организационных формах – в спортивных организациях, клубах,

национальных, региональных и международных объединениях» [5].

Сложно придумать в мире движение, которое бы претендовало на ту массовость, которой обладает спорт. К основным общественным задачам спорта относятся: активное занятие спортом, подъем имиджа государства, заполнение свободного времени человека, укрепление здоровья, физическое развитие молодежи в процессе учебы, выявление возможностей границ человеческого организма, реклама товаров и услуг. Одним из главных девизов участия спорта в государственном устройстве можно назвать фразу: «Спорт – здоровье нации».

Многочисленные опросы о важнейших брендах страны регулярно подтверждают, что именно достижения российских спортсменов ставятся как россиянами, так и иностранцами в одном ряду с победой в Великой Отечественной войне и освоением космоса. Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) в своем



исследовании подтвердил, что российский спорт и спортсмены, являются вторым по популярности поводом для гордости за страну [6]. Так считают 77% респондентов против 18%. Большой патриотизм у россиян вызывает только русская история, а чуть меньший – культура и искусство (75% против 19 соответственно). Причем, молодежь в большей степени, чем остальные респонденты, склонна гордиться спортивными достижениями (85%), армией и военной мощью (68%).

Спортивные достижения государства и их демонстрация как важная составляющая имиджа на международной арене требуют отдельного изучения. Если рассматривать брендинг государства как самостоятельную область знаний, то спортивный брендинг или спорт-брендинг является его отраслью.

В настоящее время мы можем наблюдать акцентированные усилия государства в развитии спорта для повышения привлекательности в мире собственного образа с его

помощью. Даже европейские СМИ, по обыкновению критически воспринимающие все, что происходит в России, отмечали перед Играми в Сочи, что Россия хочет вернуть себе статус спортивной державы с помощью престижных и масштабных мероприятий. «После универсиады, состоявшейся летом в Казани, в августе 2013 года в Москве состоится чемпионат мира по легкой атлетике, затем зимние Олимпийские игры и «Формула-1» в Сочи, а в 2018 году как вершина всех устремлений, - Чемпионат мира по футболу» [15].

Независимый советник по вопросам политики и основатель исследований Anholt State Brands Index («Индекс государственных брендов») С. Анхольт пришел к выводу, что в 2012 году Россия была на 41 месте из 50 стран по средней благожелательности восприятия респондентами разных стран [7]. Примечательно, что наиболее высокое место у России было в рейтинге спортивных достижений – 6 место. В то время как междуна-

родная безопасность и сохранение мира на планете, защита окружающей среды и ожидание респондентов от гипотетического визита в Россию оценивалась на уровне 43-й позиции. Данный факт подтверждает высочайший спортивный потенциал России, при помощи которого государство приобретает положительный образ в глазах миллионов разных людей по всему миру.

С момента выступления первых русских олимпийцев на Играх 1900 года наши спортсмены постепенно приобретали особый статус представителей своей страны. Первым полноценным соревнованием для России стала Олимпиада 1912 года, когда на Игры в Стокгольм на пароходе отправились сразу 169 человек. Игры в Швеции россияне завершили на предпоследнем месте, и их выступление позже назвали «спортивной Цусимой» [2]. Можно сделать предположение, что именно с этого момента спорт стал превращаться в мощный политический

инструмент, которым является и сегодня.

Советский период задал отечественному массовому спорту высокую планку, которую сегодня российским государственным спортивным функционерам только предстоит взять. Можно утверждать, что лозунг в СССР «От значка ГТО – к олимпийской медали» подчинял все спортивное хозяйство к стремлению доминирования на международной арене.

Главной составляющей спортивного имиджа государства являются его спортсмены. Россия – родина многих чемпионов с мировым именем. Каждый из них в своё время олицетворял не только определенную спортивную дисциплину или весь спорт нашей страны, но и все государство. Спортивные комментаторы и журналисты настойчиво используют национальность и гражданство спортсмена, представляющего наивысший интерес для его соотечественников.

Нужно понимать, что за спортивной карьерой и личной

жизнью знаменитых спортсменов следят во всем мире вне зависимости от принадлежности к определенному гражданству. Помимо традиционных источников информации в интернете или в СМИ популярными стали личные страницы российских спортивных звезд в социальных сетях. Сотни тысяч болельщиков подписываются на аккаунты любимых спортсменов в Facebook, Twitter, «ВКонтакте» и пр. Например, один из лучших хоккеистов мира Александр Овечкин призывал на своей странице в социальной сети остановить войну на Донбассе. Чемпион мира по смешанному боевому единоборству – ММА Федор Емельяненко стал олицетворением образа православного воина и русского мужчины во всем мире.

Зимние Олимпийские игры в Сочи стали самым крупномасштабным российским спортивным проектом в 2014 году. Это событие ставило страну-хозяйку в центр внимания мировой общественности не только на время проведения ме-

роприятия, но и задолго до него и много позже. В частности, так же произошло с Советским Союзом, который продемонстрировал свой положительный образ во время Олимпиады в Москве в 1980 году.

Самым масштабным регулярным спортивным российским проектом стало создание Континентальной хоккейной лиги (КХЛ). Именно В. Фетисов первым увидел еще в 2005 году положительные моменты в огромной географии России и связывающем положении между Западом и Востоком. Если из иностранных представителей в первых хоккейных турнирах были только команды Казахстана, Беларуси и Латвии, то уже в 2013 году кроме перечисленных присоединились клубы из Словакии, Украины, Хорватии, Финляндии. В следующих сезонах совместно с остальными планируют участие клубы из Китая, Южной Кореи, Швеции и пр.

Одной из главных проблем современного российского спорта является отсутствие в России про-

фессиональных клубов в популярных видах спорта, приносящих прибыль своим владельцам, как и самих авторитетных собственников. Эти факты подтверждают утверждение о серьезных проблемах в спортивном хозяйстве страны и не позволяют всецело использовать спортивные достижения в положительном формировании восприятия государства. Финансирование клубов из государственных бюджетов и силами госкорпораций по определению не может быть эффективным. При этом необходимо отделять развитый массовый любительский спорт, который однозначно формирует положительный имидж, от спорта высших достижений, который часто замешан в различных околоспортивных интригах.

Революционное решение данной проблемы предлагает Вячеслав Фетисов, для которого как для сенатора является серьезной проблема нерациональных и неравномерных финансовых вложений российских регионов в собственные клубы. Российский спорт расслоил-

ся на богатых и бедных. Фетисов предложил программу преобразований профессионального хоккея, которая уже обсуждалась в Совете Федерации. На одном из круглых столов сенаторы анализировали «почему госмонополии тратят деньги на какие-то определенные клубы» [8]. Крупным государственным компаниям было предложено разделять ответственность за все, что происходит, от Владивостока до Калининграда. Такая постановка вопроса позволит избавить спорт от негативных спекуляций на тему неразумных денежных вливаний в спортивные структуры, что выведет профессиональный спорт России на новый уровень и окажет дополнительное положительное влияние образу страны.

В настоящее время все внимание мира приковано к российскому спорту по неприятному поводу. Десятки российских спортсменов обвиняются в употреблении допинга, а сборную России в полном составе исключили из списка участников Олимпийских Игр в

Рио-де-Жанейро в 2016 году. Пока о результатах расследования говорить рано, но очевидно одно, имидж России серьезно пострадал, а вместе с ним и образ российского спорта и русского спортсмена.

За несколько лет до проведения Олимпийских Игр 2014 года многие исследователи сходились во мнении о положительных сторонах проекта «Сочи-2014». В частности, И. Веденин предполагал, что город, где пройдут Игры, станет частью олимпийской летописи, гостям Сочи можно будет рассказать о русской культуре, произойдет преобразование столицы игр, которая станет популярной среди туристов [4]. Российский финансовый аналитик Разуваев А. справедливо назвал подготовку к Олимпийским Играм «мощным мотором развития экономики юга России», когда предприятия получили заказы, а люди работу.

Важно, что действительная реализация задач Олимпиады началась задолго до начала игр. В частности, эстафета Олимпийского ог-

ня, который был пронесен через 83 субъекта Российской Федерации, побывав на Северном полюсе, на дне озера Байкал, на вершине Эльбруса. Один олимпийский факел побывал в космосе на Международной космической станции — этим факелом зажжена чаша огня на церемонии открытия. Все это давало мировым СМИ повод для информационного внимания к России.

Стратегия Игр получила название «Русский бриллиант», которая объединяет в себе 9 главных ценностей бренда «Сочи 2014». Заявленные оргкомитетом ценности можно интерпретировать следующим образом:

1. Совершенство. Задача организаторов превзойти все предшествующие Олимпийские Игры по своему уровню.

2. Эффективность.

3. Интеграция. Успех Играм гарантировала интеграция всех жителей страны. Интеграция бизнеса, политики, деятелей культуры и искусства, населения. О последнем

свидетельствует явный перебор в количестве желающих стать волонтером на Играх.

4. Гостеприимство. От этого зависят отзывы туристов и их желание возвращаться в нашу страну.

5. Единство народа.

6. Уникальность культуры и климата России.

7. Уважение к многообразию форм бытия народов.

8. Наследие.

9. Гармония.

Важнейшим показателем, отразившим спортивный потенциал России, стала общекомандная победа российской сборной. «Домашние стены» помогли отечественным спортсменам выиграть Олимпиаду в общекомандном зачёте — как по золотым медалям (13), так и по общему числу наград (33). Были побиты рекорды лучших выступлений сборных России и СССР — как по медальному достоинству, так и по общему числу медалей. После завершения Олимпийских игр в Сочи прошли Зимние Паралимпийские игры, которые Россия также выиг-

рала, установив абсолютный рекорд зимних паралимпиад — 80 выигранных наград (30 золотых).

Особенно ценным для имиджа в России стали личностные оценки знаменитых спортсменов. Одним из величайших спортсменов современности является норвежский биатлонист Уле Эйнар Бьорндален. Норвежская газета *Verdens Gang*, цитировала его оценку Олимпиады и российского президента в частности. Бьорндален заявил, что с точки зрения спорта России очень повезло иметь такого президента как Владимир Путин. Также, по словам звезды, для Олимпиады в Сочи Путин проделал отличную работу, заявив, что Олимпийские игры в России были одними из лучших, а для спортсменов просто не возможно было создать более комфортных условий [17].

Интересно, что за время Олимпиады в Сочи известный биатлонист Мартен Фуркад выложил в своем Инстаграме 15 фотографий, которые в общей сложности собра-

ли 74 тысячи «лайков» и почти три тысячи комментариев. Такой факт подтверждает, что спортивные мероприятия скрывают в себе колоссальный ресурс воздействия на имидж территорий. И те регионы, кто в полной мере научатся им пользоваться, будут удивлены результатом [17].

Вместе с масштабным Олимпийским строительством город Сочи к 2014 году стал самым конкурентоспособным туристическим центром России, где есть все, что может пожелать среднестатистический отдыхающий. По самым последним подсчетам курорт закрыл календарный отрезок 2014 года с показателем в более чем 5 миллионов гостей, хотя изначально ожидалось встретить только 4 миллиона человек [13].

Горнолыжные трассы Красной поляны, по оценкам профессионалов, превосходят свои французские аналоги, а возрождающаяся лечебная мацестинская курортология дает Большому Сочи еще одно значительное преимущество пе-

ред другими курортами мира. В Сочи в настоящее время представлены отели таких международных операторов, как Hyatt, Accor, Swissotel, Radisson, Interstate, Marriott и др. Все перечисленные факты положительно отразились на региональном бизнес-сообществе и местном населении. В рейтинге городов России, наиболее благоприятных для ведения бизнеса, опубликованном в Forbes в 2012 году, Сочи занял первое место.

Максимальное влияние Олимпиада оказала на спортивное сообщество, как региона, так и страны в целом. Ведущие спортсмены страны получили материальную поддержку спортсменов со стороны спонсоров, государства и т.д. Весь российский спорт оказался в центре внимания мировых СМИ, что стало дополнительным стимулом популяризации спорта среди детей, молодежи и взрослых. В продвижении олимпийских ценностей и бренда «Сочи-2014» принимали участие знаменитые российские спортсмены: Александр



Овечкин, Татьяна Навка, Евгений Плющенко, Светлана Журова.

Спортивные события уровня Олимпиады и чемпионат мира по футболу способствуют не только подъему имиджа государства, но и всегда несут в себе определенные риски. Одним из вопросов критиков Олимпиады заключался в следующем: «Что делать со спортивными объектами после Игр?». Сочи предрекали «мертвые курортные сезоны», СМИ публиковали фотографии заброшенных объектов Олимпийских Игр в других странах. В итоге жизнь в Сочи не остановилась, а регион продолжает утверждаться как новый деловой, спортивный и туристический центр России. Уже на следующий сезон после Зимних Игр в олимпийской столице прошло более 100 мероприятий различного масштаба: чемпионат мира по шахматам, знаменитые гоночные соревнования «Формулы-1», парусная регата, первый международный туристический форум, различные спортивные соревнования международного

уровня, массовые фестивали и шоу. В 2018 году здесь пройдут матчи чемпионата мира по футболу. Работы по подготовке главного стадиона уже начаты, а это означает наличие новых рабочих мест и очередной повод туристам со всего мира посетить Сочи уже летом.

Можно предположить, что события на Украине значительно сковали эффект от проведенной Россией Олимпиады. Если учитывать мнения некоторых экономистов, которые уверены, что экономический эффект от проведения масштабных международных спортивных мероприятий является в лучшем случае кратковременным, то становится очевидным, что частично потенциал домашней Олимпиады был не реализован [3]. Социологические опросы, проведенные уже в декабре 2014 года, показали, что важнейшим событием 2014 года большинство считают присоединение Крыма.

Проведение Олимпиады чаще всего обсуждалось в социальных сетях на предмет финансовых и ор-

ганизационных вопросов, поведения политиков и спортсменов. Подавляющее большинство участников таких дискуссий молодые люди от 18 до 35 лет, то есть те, кто сейчас находится в студенческом возрасте, а в скором времени будет представлять основную, наиболее активную часть гражданского общества. Результаты эмпирического исследования, проведенного методом анкетного опроса и фокус-групп среди российских студентов подтвердили низкий уровень культуры причастности молодого поколения к жизни государства [12].

Актуальность информации об Играх в Сочи переплеталась с темами, которые, казалось бы, напрямую не связаны с Олимпиадой: коррупция, отсутствие демократии и свободы слова, нечестные выборы и т.д. и т.п.

На первый план в 2014 году вышла информационная реакция оппонентов, ставящая своей целью принизить значение Олимпиады и очевидность позитивных результатов для государства. Излюбленной

позицией либеральной общественности (после прошедших Олимпийских Игр в Китае и России) является тезис о «нежеланных олимпийских играх». Западные издания сообщали читателям о «печальном будущем Олимпийских Игр» и о том, что «демократические» страны не стремятся принимать их из-за «несогласия налогоплательщиков», поэтому они и достаются «авторитарным» странам [14]. В «демократических странах» налогоплательщики, якобы, резко критикуют подобные «авантюры» – налоги тратятся на убыточное мероприятие, оставляющее город с долгами, резкими комментариями в прессе и лишаящее поддержки избирателей.

Американские и немецкие СМИ приводили пример канадского Монреаля, который 30 лет расплачивался с долгами Игр 1976 года, и разумеется, использовали свой традиционный козырь: Игры в Сочи – это всего лишь инструмент «легитимизации режима» [14].

Каждый аргумент таких СМИ можно с легкостью оспорить. На-

пример, Олимпиада в Сочи, действительно, стала самой дорогой в истории. Однако почему никого не интересует, что доходы в Сочи превысили расходы? Если Монреаль тридцать лет рассчитывался с долгами, то Сочи уже в апреле 2014 года отчитался, что прибыль составила 800 миллионов рублей, обеспечив операционную прибыль от проведения Игр около пяти миллиардов рублей [9]. Также важнейшим аргументом является тот факт, что из 43 из 50 млрд. долларов США вложенных в Сочи, остались в одном из самых современных го-

родов мира в виде автомобильных и железных дорог, мостов, тоннелей, водопровода и электрификации [9].

Таким образом, спортивные достижения являются имиджевыми факторами для державы. Они своеобразно сублимируют степень мощи и успешности всего государства. Государство всегда в той или иной мере имеет свои идеологические, внутри- и внешнеполитические интересы в области спорта. Россия стремится к улучшению своего имиджа не только в контексте спортивных побед

### *Список литературы*

1. Анохин М.Г., Гришин О.Е. Репутационный капитал России в глобальном мире // Материалы Международного научного конгресса «Глобалистика – 2009: пути выхода из глобального кризиса и модели нового мироустройства», Москва, МГУ имени М.В. Ломоносова, 20-23 мая 2009 г. / Под общей ред. И.И. Абылгазиева, И.В. Ильина. В 2-х тт. Том 1. М.: МАКС Пресс, 2009. С.169-172.
2. Бурт В. Спортивная Цусима // Столетие. 2012. // [http://www.stoletie.ru/territoriya\\_istorii/sportivnaja\\_cusima\\_880.htm](http://www.stoletie.ru/territoriya_istorii/sportivnaja_cusima_880.htm) (дата обращения: 01.05.2016).
3. Дементьев А. Полезны ли Олимпиады и чемпионаты мира по футболу для экономики? // Forbes.ru. 2014. // <http://www.forbes.ru/mneniya->

column/idei/260557-polezny-li-olimpiady-i-chempionaty-mira-po-futbolu-dlya-ekonomiki (дата обращения: 01.05.2016).

4. Закс Л. и др. Современная Россия: путь к миру – путь к себе // Материалы XI Всероссийской научно-практической конференции Гуманитарного университета 10-11 апреля 2008 года. Екатеринбург, 2008. С.209.

5. Инфографика: // РИА Новости. 2015. // <http://ria.ru/infografika/20150604/1067957887.html> (дата обращения: 01.05.2016).

6. История, спорт, наука: чем гордятся россияне? // ВЦИОМ: Пресс-выпуск. 2013. №2357. // <http://wciom.ru/index.php?id=236&uid=114310> (дата обращения: 01.05.2016).

7. Международный имидж. Почему он важен // РИА Новости. 2013. // [http://ria.ru/valdaiclub\\_anniversary\\_comment/20130915/963257442.html](http://ria.ru/valdaiclub_anniversary_comment/20130915/963257442.html) (дата обращения: 01.05.2016).

8. Пономаренко Д. Олигархов КХЛ скоро раскулачат // sports.ru. 2016. // <http://www.spartakworld.ru/hockey/17095-oligarhov-khl-skoro-raskulachat.html> (дата обращения: 01.05.2016).

9. Правительство подсчитало прибыль от Олимпиады в Сочи // Лента.ру. 2014. // <https://lenta.ru/news/2014/04/16/profit/> (дата обращения: 01.05.2017).

10. Путин призывает дипломатов активнее осваивать новые технологии работы // РИА Новости. 2012. // <http://ria.ru/politics/20120709/695256662.html> (дата обращения: 01.05.2017).

11. Рудакова А. Э. Репутационный капитал российского государства – олимпийский вклад // Вестник Университета (Государственный университет управления). 2014. №16. С.275-280.

12. Санина А.Г., Козлова А.А., Триголос О.В. Влияние Олимпийских Игр в Сочи на формирование государственной идентичности молодых росси-

ян: результаты эмпирического исследования // Мониторинг общественного мнения, 2014.

13. Сочи: первый круглогодичный туристический сезон после Олимпиады // РИА Новости. 2015. // <http://ria.ru/tourism/20150206/1046238270.html> (дата обращения: 01.05.2017).

14. Филипп Д. Нежеланные олимпийские игры // ИНОСМИ.РУ. 2015. // <http://inosmi.ru/fareast/20150810/229549141.html> (дата обращения: 01.05.2017).

15. Хунгерман Й. Сочи-2014 поддержат имидж России как страны, управляемой демократичным любителем спорта // InoPressa. 2012. // <http://www.inopressa.ru/article/28dec2012/welt/sochi.html> (дата обращения: 01.05.2017).

16. Donaj L., Grishin O.E. et al. Boundaries Revisted. Cenceptual Turn in Broder Practices / Т. Branka, J. Janczak (Hrsg.). Berlin: Logos Verlag. 2015. 192 s.

17. Verdens Gang: Бьорндален похвалил Путина, но только за спорт // ИноТВ. 2016. // <https://russian.rt.com/inotv/2016-04-09/Verdens-Gang-Borndalen-pohvalil-Putina> (дата обращения: 01.05.2017).

### *Referenze*

1. Anohin M.G., Grishin O.E. Reputacionnyj kapital Rossii v global'nom mire // Materialy Mezhdunarodnogo nauchnogo kongressa «Globalistika – 2009: puti vyhoda iz global'nogo krizisa i modeli novogo miroustrojstva», Moskva, MGU imeni M.V. Lomonosova, 20-23 maja 2009 g. / Pod obshej red. I.I. Abylgazieva, I.V. Il'ina. V 2-h tt. Tom 1. M.: MAKS Press, 2009. S.169-172.

2. Burt V. Sportivnaja Cusima // Stoletie. 2012. // [http://www.stoletie.ru/territoriya\\_istorii/sportivnaja\\_cusima\\_880.htm](http://www.stoletie.ru/territoriya_istorii/sportivnaja_cusima_880.htm) (дата обращения: 01.05.2016).

3. Dement'ev A. Polezny li Olimpiady i chempionaty mira po futbolu dlja jekonomiki? // Forbes.ru. 2014. // <http://www.forbes.ru/mneniya-column/idei/260557-polezny-li-olimpiady-i-chempionaty-mira-po-futbolu-dlya-ekonomiki> (data obrashhenija: 01.05.2016).
4. Zaks L. i dr. Sovremennaja Rossija: put' k miru – put' k sebe // Materialy XI Vserossijskoj nauchno-prakticheskoj konferencii Gumanitarnogo universiteta 10-11 aprelja 2008 goda. Ekaterinburg, 2008. S.209.
5. Infografika: // RIA Novosti. 2015. // <http://ria.ru/infografika/20150604/1067957887.html> (data obrashhenija: 01.05.2016).
6. Istorija, sport, nauka: chem gordjatsja rossijane? // VCIOM: Press-vypusk. 2013. №2357. // <http://wciom.ru/index.php?id=236&uid=114310> (data obrashhenija: 01.05.2016).
7. Mezhdunarodnyj imidzh. Pochemu on vazhen // RIA Novosti. 2013. // [http://ria.ru/valdaiclub\\_anniversary\\_comment/20130915/963257442.html](http://ria.ru/valdaiclub_anniversary_comment/20130915/963257442.html) (data obrashhenija: 01.05.2016).
8. Ponomarenko D. Oligarhov KHL skoro raskulachat // sports.ru. 2016. // <http://www.spartakworld.ru/hockey/17095-oligarhov-khl-skoro-raskulachat.html> (data obrashhenija: 01.05.2016).
9. Pravitel'stvo podsчитalo pribyl' ot Olimpiady v Sochi // Lenta.ru. 2014. // <https://lenta.ru/news/2014/04/16/profit/> (data obrashhenija: 01.05.2017).
10. Putin prizyvaet diplomatov aktivnee osvaivat' novye tehnologii raboty // RIA Novosti. 2012. // <http://ria.ru/politics/20120709/695256662.html> (data obrashhenija: 01.05.2017).
11. Rudakova A. Je. Reputacionnyj kapital rossijskogo gosudarstva – olimpijskij vklad // Vestnik Universiteta (Gosudarstvennyj universitet upravlenija). 2014. №16. S.275-280.

12. Sanina A.G., Kozlova A.A., Trigolos O.V. Vlijanie Olimpijskih Igr v Sochi na formirovanie gosudarstvennoj identichnosti molodyh rossijan: rezul'taty jempiricheskogo issledovanija // Monitoring obshhestvennogo mnenija, 2014.

13. Sochi: pervyj kruglogodichnyj turisticheskij sezon posle Olimpiady // RIA Novosti. 2015. // <http://ria.ru/tourism/20150206/1046238270.html> (data obrashhenija: 01.05.2017).

14. Filipp D. Nezhelannye olimpijskie igry // INOSMI.RU. 2015. // <http://inosmi.ru/fareast/20150810/229549141.html> (data obrashhenija: 01.05.2017).

15. Hungerman J. Sochi-2014 podderzhat imidzh Rossii kak strany, upravljaemoj demokraticnym ljubitelem sporta // InoPressa. 2012. // <http://www.inopressa.ru/article/28dec2012/welt/sochi.html> (data obrashhenija: 01.05.2017).

16. Donaj L., Grishin O.E. et al. Boundaries Revisted. Cenceptual Turn in Broder Practices / T. Branka, J. Janczak (Hrsg.). Berlin: Logos Verlag. 2015. 192 s.

17. Verdens Gang: B'orndalen pohvalil Putina, no tol'ko za sport // InoTV. 2016. // <https://russian.rt.com/inotv/2016-04-09/Verdens-Gang-Borndalen-pohvalil-Putina> (data obrashhenija: 01.05.2017).