

**Формирование образа российского спорта на примерах материалов
зарубежных СМИ в период с 2014 по 2016 гг.**

Научный руководитель – Алексеев Константин Александрович

Чернышёва Евгения Дмитриевна

Студент (бакалавр)

Санкт-Петербургский государственный университет, Институт "Высшая школа
журналистики и массовых коммуникаций Санкт-Петербург, Россия

E-mail: jane5628@mail.ru

События, которые сегодня разворачиваются на наших глазах, говорят о том, что спорт, как средство оздоровления и духовного обогащения нации, совершенно теряет своё значение, а достижения атлетов важны только лишь потому, что они способствуют установлению превосходства государств друг над другом. Ежедневно мы наблюдаем, как многочисленные спортивные образования из организаций, направленных на воспитание сильного и здорового человека, превращаются в марионетки в руках властей, служащие средством достижения их политических целей. Одним из ярких примеров является Национальный Олимпийский комитет России, который обвиняется в создании целой допинговой программы для повышения результативности выступления спортсменов.

Идея же о том, что сила страны заключается в здоровой нации и молодежи, отсутствии маргинальных слоёв населения и уменьшении преступности, звучит несколько утопично. Гораздо более обоснованным можно считать высказывание Джона Кеннеди: «Престиж нации - это полёт на Луну и золотые олимпийские медали». Действительно, значение Олимпийских игр трудно сравнить с какими бы то ни было спортивными соревнованиями и другими крупными международными событиями. Игры получают чрезвычайно широкое освещение в СМИ: информация о них транслируется задолго до начала мероприятий, некоторое время после, и во время - непрерывно на протяжении двух недель практически по всем доступным каналам от телевидения до социальных сетей. Поэтому актуальность исследования связана с огромным вниманием, прикованным к Олимпиаде, и, в частности, к допинговым скандалам, в которые сейчас вовлечены спортсмены российской сборной.

В работе рассмотрены труды В. И. Столярова, А. А. Люевича, Н. П. Бродской, К. А. Курасовой, посвященные взаимосвязи политики и спорта и роли СМИ в формировании имиджа страны, а также описаны ключевые исторические вехи развития Олимпийского движения и основополагающие принципы олимпизма. В качестве эмпирической базы выступили опубликованные во время Олимпийских игр в Сочи и в Рио-де-Жанейро материалы зарубежных СМИ: The Guardian, The Washington Post, The New York Times, Deutsche Welle и др. Именно эти медиа-гиганты, по нашему мнению, оказывают значительное влияние на формирование образа отечественного спорта на международной арене.

Изучив качественные характеристики текстов, мы пришли к выводу о том, что благодаря стилистически окрашенным лексико-семантическим единицам в них преобладает негативная или крайне негативная оценка, практически отсутствует объективность, а также содержится много критики и обвинений в адрес России. Это, во-первых, доказывает тот факт, что спорт не может быть отделён от политических событий, причём, влияние политики на спорт имеет большую силу, чем влияние спорта на политику. Во-вторых, такой подход мировых СМИ к освещению событий с участием России создаёт стране отнюдь не позитивный имидж, последствием чего является ещё большее накаливание политической обстановки.

Обратившись к результатам количественного анализа, мы можем заключить, что Россия и российский спорт гораздо чаще фигурировали в материалах зарубежных СМИ во время сочинской Олимпиады. В то время, когда проходила Олимпиада в Рио-де-Жанейро, крупнейшие мировые медиа упоминали страну намного реже или не упоминали вообще, если не происходило связанных с ней громких событий. Таким образом, подтверждается гипотеза о том, что Олимпийские игры - это уникальная возможность для любого государства повысить свою «узнаваемость» и создать себе некий образ, правда, далеко не всегда желаемый.