

Роль спортивных мероприятий в формировании имиджа государства

Научный руководитель – Кочетков Владимир Викторович

Махова Ксения Борисовна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Кафедра современной социологии, Москва, Россия

E-mail: m-ksyshen-19_98@mail.ru

Проведение в государстве спортивных мероприятий международного уровня безусловно оказывает воздействие на его имидж. Происходит это, в частности, потому, что ещё задолго до наступления спортивного события и некоторое время после него, мировые средства массовой информации прикованы к происходящему в стране. Данное обстоятельство можно использовать как естественно созданную информационную платформу для формирования положительного имиджа государства.

А.В. Глазатов утверждает, что спорт высших достижений можно применять как «весьма ресурсоемкий инструмент для решения задач внутренней и внешней политики современного государства, одним из важнейших направлений которой является политика формирования его позитивного имиджа» [1].

Рассмотрим примеры государств, удачно использовавших естественно созданные условия для формирования положительного имиджа. Южная Корея стала площадкой для проведения летних Олимпийских игр 1988 года и чемпионата мира по футболу 2002 года. Правительство данного государства убеждено, что проведение этих мероприятий позволило продемонстрировать миру культурную специфику страны, создать положительную динамику миграции. Южная Корея смогла стать выгодной страной для иммиграции после сохранения длительной тенденции эмиграции. Государство осознает важность участия в организации масштабных спортивных событий и активно борется за право проводить те или иные мероприятия. Так, в 2018 году в Южной Корее состоялись зимние Олимпийские игры.

На Олимпийских играх в Афинах летом 2004 года китайская сборная заняла вторую позицию в медальном зачете, уступив американцам и впервые обогнав россиян, занявших третье место по количеству олимпийских медалей [5]. Это добавило интереса международной общественности к Китаю. Люди стали ещё больше интересоваться китайской культурой, экономическим развитием и другими сферами деятельности государства. Укрепила имидж КНР победа в медальном зачете на Олимпийских играх в Пекине летом 2008 года [6].

Городские олимпийские объекты вполне могут добавить символическую окраску самому государству. С. Анхольт утверждает, что рейтинг городских брендов свидетельствует о глобальном понимании Олимпийских игр и их тесную связь с городами, на территории которых они проводятся. Примером являются летние Олимпийские игры 2000 года, проведенные в Сиднее. Так, прошедшие Олимпийские игры могут стать символом города и способствовать узнаваемости государства [2].

Стоит отметить, что влияние на имидж государства проведения международных спортивных событий является неоднозначным. Нередко государства в итоге отказываются подавать заявку на проведение спортивного мероприятия международного масштаба после отрицательного голосования граждан: так произошло, например, в Германии [3], Австрии [7] и Швейцарии [4]. Одним из ключевых факторов отказа граждан от столь значимого спортивного мероприятия в их стране являлось тяжелое финансовое бремя.

Поскольку во время проведения Олимпийских игр внимание средств массовой информации приковано к государству особым образом, нередко данным положением пользуются организаторы массовых беспорядков. Так, в период проведения Олимпийских игр в Мюнхене палестинской группировкой «Черный сентябрь» был организован теракт [8]. Более того, как отмечает директор ФСБ Александр Бортников, Национальный антитеррористический комитет способствовал предотвращению 28 террористических актов, которые представляли собой попытки осуществить террористические атаки на олимпийские объекты в Сочи [9].

Как видим, крупнейшие спортивные мероприятия оказывают важное влияние как на имидж государства в целом, так и на отдельные его составляющие. Происходит как развитие экономики за счет привлечения иностранных инвестиций, так и улучшение качества инфраструктуры. В частности, нередко выдающиеся спортсмены оказываются проводниками культуры своей страны за рубежом. Кроме этого, проведение международных спортивных событий способно оказывать двунаправленное воздействие на имидж государства: как в положительную, так и в отрицательную сторону. В данной связи как никогда важным оказывается вопрос осуществления мер безопасности.

Источники и литература

- 1) Глазатов А.В., Спорт высших достижений как инструмент политики формирования позитивного имиджа государства : отечественный опыт и перспективы : автореферат дис. ... кандидата политических наук : 23.00.02 / Глазатов Артем Валерьевич; [Место защиты: Рос. ун-т дружбы народов]. - Москва, 2017. - 27 с.
- 2) Anholt, S. Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions New York: Palgrave Macmillan, 2007. — 135 p.
- 3) В Германии разочарованы негативным исходом референдума о проведении в Мюнхене Игр-2022 [Электронный ресурс] URL: <https://tass.ru/sport/736464> (дата обращения: 10.12.2018)
- 4) В швейцарском Вале проголосовали против проведения у них Олимпиады-2026 [Электронный ресурс] URL: <https://www.rbc.ru/society/10/06/2018/5b1d4de49a7947cad7df0fa1> (дата обращения: 10.12.2018)
- 5) Медальный зачет Афины 2004 [Электронный ресурс] URL: <http://olimp-history.ru/node/356/medals> (дата обращения: 10.12.2018)
- 6) Медальный зачет Пекин 2008 [Электронный ресурс] URL: <http://olimp-history.ru/node/357/medals> (дата обращения: 10.12.2018)
- 7) Одного раза достаточно: жители Калгари высказались против проведения в городе Олимпийских игр 2026 года [Электронный ресурс] URL: <https://russian.rt.com/sport/article/573306-kalgari-olimpiada-referendum> (дата обращения: 10.12.2018)
- 8) Приказ: Стрелять во все, что движется [Электронный ресурс] URL: <https://rg.ru/2012/08/31/munhen-site.html> (дата обращения: 10.12.2018)
- 9) ФСБ предотвратила теракт в Сочи совместно с зарубежными коллегами [Электронный ресурс] URL: <https://rg.ru/2014/04/09/antiterror-anons.html> (дата обращения: 10.12.2018)