

Секция «Глобальная дипломатия и международные отношения»

Мягкая сила спорта: современное состояние

Марков Александр Сергеевич

E-mail: alexmarkov19@gmail.com

Марков Александр Сергеевич Мягкая сила спорта: современное состояние Аспирант факультета глобальных процессов, МГУ имени М.В. Ломоносова

В конце 20 века оформилось новое политическое направление – политика мягкой силы. Авторство самого термина принадлежит американскому политику и политологу Джозефу Наю. Под ней понимают способность государства влиять на действия других посредством не грубой силы и принуждения, а убеждения и привлекательности, к числу которых все больше относится спорт высших достижений и спортивные достижения представителей определенной страны. Спор высоких достижений – это особый недвусмысленный язык, который понятен без исключения всем странам: «победа спортсмена – сильная страна»; «поражение – слабая или недостаточно сильная страна». Однако, в современном мире это действует не всегда объективно из-за вмешательства врагов спорта – допинга, взяток и подкупа. По своей сути спорт – это деятельность, направленная на укрепление здоровья и общего развития человека, культивирующая здоровый образ жизни и потому имеющая существенное значение для экономики, обороноспособности и национальной безопасности страны. Победы в спортивных состязаниях прославляют государство и общество и легитимируют проводимый политической элитой курс развития страны. Однако, все это возможно при условии, что у «мягкой силы» есть своя аудитория, поскольку, если успехи страны в бизнесе, спорте, правах человека, защите окружающей не донесены до окружающих, то они не будут способствовать укреплению «мягкой силы». А в условиях продолжающейся глобализации это в общих чертах значит, что нужно иметь как можно больше связей с внешним миром. Странам, которые «подключены» к миру, не только легче посылать импульсы «мягкой силы» – они сами более открыты для них. «Неподключенные» государства, например, страны Центральной Азии или Центральной Африки, вероятно, не могут проецировать свою «мягкую силу» вовне, но и влияние других игроков на них не столь высоко, как на «подключенные» страны. Массовый характер и тесная связь спорта со всеми современными каналами массовых коммуникаций определяют значительное место спорта в системе манипуляции массовым сознанием граждан. Кроме того, спортивные организации используются политической элитой для оказания политического воздействия на общество, а также для решения других задач политического характера. Важно правильно расставлять акценты между массовым спортом и спортом высших достижений. Четко видно, что благодаря своему глобальному охвату искусство и спорт поистине интернациональны, поэтому «мягкая сила» во многом с ними связана. В июле 2016 года Лондонское PR-агентство Portland поместило Россию на 27-ое место в списке самых влиятельных стран мира по критерию так называемой мягкой силы, то есть не деньгами и оружием, а культурой и гражданскими ценностями. Это было своего рода неожиданностью, т.к. после Крыма, Донбасса и Сирии обвинить Россию в злоупотреблении мягкой силой может только очень наивный человек. Сообщение о новом месте России в рейтинге по "мягкой силе" совпало с новостью о том, что президент Путин приказал проверить армейские арсеналы и вообще провести большую армейскую проверку, которая продолжалась восемь дней и оказывается, что эти понятия тесно взаимосвязаны, как и все в мире. Было замечено, что люди из высших социальных слоев предпочитают индивидуальные виды спорта с малым физическим контактом или его полным отсутствием, таких как, гольф, лыжи, теннис, парусный спорт. Именно в этой категории наблюдается расцвет

международных брендов, широкий охват международной аудитории, высокие достижения, спонсорские контракты на миллиарды, высокие ставки, самая обеспеченная аудитория. Реклама и ПР отражают данный настрой, поэтому здесь имеют место быть многомиллионные контракты с высокорейтинговыми брендами у профессионалов. Например, гольфист Тйагер Вудс имеет очень престижные контракты с Accenture в 20, *Gillette* – 15 млн, Quaker Oats Company – 10, *ElectronicArts*, – 8 млн в год, а производитель престижных швейцарских часов Tag Heuer платит ему ежегодно 5 млн. Прекрасными рекламными контрактами может похвастаться швейцарский теннисист Роджер Федерер. В числе его спонсоров: швейцарская часовая фирма Rolex, и производитель эксклюзивного шоколада Lindt, марка французского шампанского Moet Chandon. Средний класс имеет тенденцию выбирать командные виды спорта: баскетбол, волейбол, гандбол, и данный сегмент также нацелен на высокие результаты, массовое увлечение игрой и игровыми навыками. В данном сегменте популярна реклама брендовой одежды Nike, Adidas, в то время как менее обеспеченные классы с большей вероятностью предпочтут виды спорта с большим физическим контактом, такие как бокс, борьба. Виды спорта высших социальных классов можно охарактеризовать эксклюзивностью, как в отношении затрат, так и в отношении их общей организации. У каждой страны свой подход к спорту высших достижений: у России это – спортивные мега-проекты, которые позволяют стране максимально мобилизоваться на улучшение инфраструктуры, на демонстрацию своей культуры и жизни. Россия всегда была сильна в реализации крупных проектов, таких как проведение Олимпиад, Чемпионатов мира, которые стимулируют на новые рекорды. Важнейшим после Зимней Олимпиады в Сочи 2014 мега-проектом является проведение чемпионата мира по футболу 2018. Что же мы получаем в результате таких трудоемких и очень затратных мероприятий в области спорта? Повышение спортивного имиджа, улучшение мировых показателей, создание мощной инфраструктуры, повышение туристических потоков, демонстрация организационных умений и навыков. Все вышеприведенное можно проиллюстрировать результатами Зимней Олимпиады: Сочи 2014. За счет Олимпиады, этого разового мегапроекта была создана мощная инфраструктура в Южном Федеральном округе. Огромные деньги были вложены в инфраструктуру. С нуля построены стадионы, спортивные площадки, гостиницы, аэропорты, электростанции, ЛЭП, автомобильные и железные дороги. К тому же Россия показала, как она может организовывать международные мероприятия. Количество жителей России, которые посетили Сочи в 2014 году было чуть более 4 миллионов, в 2015 – около 5 миллионов летом и миллион зимой. На 2016 прогнозируют увеличение отдыхающих в Сочи на 20. Идет улучшение рейтинговой оценки. Британское пиар-агентство Portland впервые включило Россию в свой список стран, наиболее успешно оказывающих влияние на другие государства при помощи "мягкой силы". Составленный агентством рейтинг наиболее успешных в этом отношении стран насчитывает 30 позиций. Россия вошла в него на 27-м месте. Рейтинг агентства Portland рассчитан на основании семи основных критериев. В их числе шесть объективных критериев (культура и спорт, образование, деловой климат, стандарты госуправления, распространенность цифровых технологий, отношения с другими странами), а также данные социологических опросов. В мире всегда приравнивали страны с самыми быстрыми и сильными спортсменами к самым успешным экономически и самым могущественным политически. А лучшим способом для демонстрации спортивных успехов всегда были Олимпийские игры. Авторы книги «Мягкая сила, спортивные мегасобытия и развивающиеся страны» Джонатан Грипс и Донна Ли пишут, что неважно, насколько авторитарна политическая власть в стране (к примеру, в Китае) и как в ней обстоит дело с равенством доходов (как, например, в Бразилии), — спорт привлекателен для всех. Кроме того, спортивные победы — еще один способ показать свою геополитическую значимость. Олимпийские игры 1936 года в Берлине в значительной ме-

ре оказались международной рекламой гитлеровской Германии и ее политики, но больше всего запомнились четыремя золотыми медалями Джесси Оуэнса. Совершенно очевидно, что спорт высших достижений имеет огромный потенциал как для экономики страны, так и для развития имиджа «мягкой силы» в структуре международных отношений.

Список использованных источников: Гринспан Э. Мягкая сила России растет //LeTemps, 17.02.2017, <http://inosmi.ru/politic/20160617/236886539.html> (дата обращения: 5.05.2017)

Кайнова И. Статистика: в 2014 году в Сочи побывало 13 млн туристов <http://www.tourprom.ru/n>

Grix J. Lee D. Soft Power, Sports Mega-Events and Emerging States: The Lure of the Politics of Attraction

The International Journal of the History of Sport, 02.09.2013, Pp 521-536 NyeJ. Bound to Lead: The Changing Nature of American Power, New York: Basic Books, 1990