

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
КРАСНОЯРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ им. В.П. АСТАФЬЕВА
(КГПУ им. В.П. Астафьева)

Исторический факультет
кафедра политологии и права

Белов Дмитрий Юрьевич
ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

МЕЖДУНАРОДНЫЕ СПОРТИВНЫЕ МЕГА-СОБЫТИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ МЯГКОЙ СИЛЫ В ПОЛИТИКЕ НА ПРИМЕРЕ ЧЕМПИОНАТА МИРА ПО ФУТБОЛУ 2018 И КУБКА КОНФЕДЕРАЦИЙ 2017 ПО ФУТБОЛУ

41.03.04 «Политология», бакалавр политологии
Профиль «Российская политика»

ДОПУСКАЮ К ЗАЩИТЕ
Зав. кафедрой,
к.и.н, доцент
Константинова М.В.
_____ подпись
« 4 » 06 2018г.

Руководитель:
к. полит.н., доцент
Воробьев А.П.
_____ подпись
Дата защиты 14.06.18
Обучающийся: Белов Д.Ю.
11.06.18 _____
Оценка хорошо

Красноярск 2018

Оглавление	
Введение.....	3
Глава I. Теоретико-методологические основы изучения «мягкой силы» и имиджа государства.....	5
1.1 Теоретический анализ концепции «мягкая сила»	5
1.2 Слагаемые международного имиджа государства.....	12
Глава II. Использование спортивных событий как инструмента «мягкой силы» в России	29
2.1 Применение инструментов «мягкой силы» в политике России.....	29
2.2 Влияние организации и проведения спортивных мега-событий на формирование имиджа России (на примере кубка конфедераций 2017 и чемпионата мира по футболу 2018)	33
Заключение	51
Список используемых источников.....	53

Введение

В современном мире спорт является важной частью позитивного имиджа государства и является основным ресурсом политики мягкой силы государства. В настоящее время спорт приобрел черты важного культурного феномена, обеспечивающего коммуникации как внутри государства, так и на международной арене. Спортивные мероприятия объединяют людей не только в рамках одного государства, но и по всему миру. С развитием спорта возросло его вовлечение в различные сферы жизни людей, включая экономику и политику. При этом, спорт стал не просто предметом политики, а ее инструментом. Более того, спорт стал неким подобием государственного бренда, который оказывает огромное влияние на формирование имиджа страны. Проведение крупных международных мероприятий и фестивалей, достижения спортсменов на крупных международных соревнованиях создают государству привлекательный образ, демонстрируют уровень его развития.

Мягкая сила считается атрибутом, присущим в первую очередь ведущим мировым державам. Сила государства во внешней политике, заключается в возможности добиваться от других желаемых результатов, не применяя военную мощь или любое другое силовое вмешательство. Именно поэтому в XXI веке все большее распространение получают не силовые методы влияния, а духовная и материальная культура, творческая мощь нации, привлекательность социального строя и модели развития страны, спортивные успехи державы.

Объект исследования: международные спортивные мега-события, как инструмент мягкой силы в политике России в 2010-х гг.

Предмет исследования: организация и проведение Кубка Конфедераций 2017 и Чемпионата мира по футболу 2018 как компонента мягкой силы в политике Российской Федерации.

Цель исследования: определить роль крупных международных спортивных мега-событий как компонента мягкой силы в политике России и выявить их значимость для конструирования позитивного имиджа государства.

Достижение поставленной цели требует решения следующих исследовательских задач:

1. проанализировать теоретико-методологические основы изучения мягкой силы в политике государств;
2. определить слагаемые международного имиджа государства;
3. рассмотреть особенности применения «мягкой силы» в политике России;
4. определить роль крупных международных спортивных мега-событий в формировании позитивного имиджа России (на примере «Чемпионата мира по футболу 2018» и «Кубка конфедераций 2017»).

Глава I. Теоретико-методологические основы изучения «мягкой силы» и имиджа государства

1.1 Теоретический анализ концепции «мягкая сила»

Категория «силы» одна из важнейших категорий в теории и практике международных отношений. Начиная с самых ранних политических исследований, она занимала центральное место в размышлениях философов и политиков.

Классическим определением такой категории, как «сила», в политологии является определение, данное Робертом Далем, согласно которому «сила является способностью одного субъекта заставить действовать другого субъекта так, как в любом другом случае он бы не действовал».

Долгое время понятие «силы» субъекта международных отношений сводилось исключительно к его военным ресурсам. Одним из наиболее ярких выразителей такого подхода в XX веке является американский военный теоретик Клаус Норр. Он пишет: «Сила во внешнем мире может рассматриваться как обладание способностями, которые позволяют субъекту выступать с достоверными угрозами. Но она может трактоваться и как фактическая реализация воздействия на поведение стороны, которой угрожают».

Для того, чтобы перейти к рассмотрению концепции «мягкой силы», а также спортивных мега-событий, как одного из инструментов этой силы, необходимо рассмотреть основные положения теории неолиберализма. Именно в рамках этой теории стало возможным исследование спорта, не как примера, с помощью которого можно улучшить межгосударственные отношения, а как института, который развивается и принимает активное участие в политике.

Зарождение теории неолиберализма международных отношений начинается в 60-х годах, когда концепция реализма была встречена волной критики, касающейся того, что она не учитывает негосударственных акторов международных отношений. К этим акторам стали причислять транснациональные корпорации, международные организации и другие группы интересов, которые из-за увеличивающейся взаимозависимости также обрели значительное влияние на

мировой арене. Но также в рамках теории неолиберализма стали учитывать внутригосударственных акторов. Так, к примеру, Ричард Снайдер заявил, что государство действует в своей внешней политике, исходя из двух факторов: во-первых, субъективных оценок индивидов, которые принимают решения, а во-вторых, внутригосударственной атмосферы, в которой эти индивиды действуют, включая внутреннюю политику, общественное мнение и негосударственных акторов.

В свою очередь, Р. Киохейн и Дж. Най утверждали, что частные и государственные организации выходят за рамки своих национальных государств, создавая коалиции с иностранными коллегами и партнерами. Эту группу акторов стали называть транснациональными. Считается, что транснациональные акторы могут действовать, не считаясь с позициями национальных лидеров, которые представляют формальную власть, принимающую решения в международных отношениях. В одной из своих основных работ Р. Киохейн выделяет три основные характеристики взаимозависимости. Во-первых, общества соединены посредством трех взаимодействий: внутригосударственного, межправительственного и межгосударственного. Во-вторых, в мировой политике отсутствует иерархия проблем, а, следовательно, нельзя считать, что военная безопасность, как это утверждают реалисты, стоит превыше всего. Наконец, в мире уменьшается значение военной силы, поскольку это очень затратная сфера, а также она теряет актуальность в виду растущей взаимозависимости [1].

В виду этой усложняющейся взаимозависимости возникает новый политический процесс, который отличается от традиционного. С точки зрения модели взаимозависимости существует необходимость создания новых международных институтов и организаций, которые бы управляли взаимодействием в проблемных сферах. Например, в сфере спорта стали появляться такие институты как Всемирное антидопинговое агентство (WADA). Следовательно, увеличивающиеся взаимосвязи между транснациональными и межправительственными органами размывают границы между национальной и международной

политикой, а также создают такой политический процесс, который сложно предугадывать при доминировании национальных государств.

Основными положениями теории неолиберализма можно назвать следующие:

1. Признание участия негосударственных акторов в международных отношениях;

2. Вопросы, не касающиеся военной сферы и сферы безопасности, такие как прирост населения, загрязнение окружающей среды, исчерпание природных ресурсов, взаимозависимость, являются приоритетными;

3. Взаимозависимость в сфере торговли, инвестиций, туризма, спорта, обмена студентами продолжает увеличиваться;

4. Война больше не является основным методом разрешения конфликтов.

В современной мировой политике заметно возрастает роль гибких факторов, усиливается влияние «мягких» инструментов воздействия на систему международных отношений.

Сформулированный известным американским политологом Дж. Наем в 1990 г. и развитый им в работе «Гибкая власть. Как добиться успеха в мировой политике» [2] постулат о значимости и эффективности «мягкой силы» во внешней политике государств, становится все более актуальным, что, в частности, доказывают последствия основанной на военной силе политики нынешней американской администрации.

Джозефу Наю принадлежит понятие «мягкая сила» («soft power»), разрабатывавшееся с 1980-х годов и ставшее одной из основополагающих теорий в мировой политике, экономике и дипломатии.

Най разделяет мощь государства на две крупных составляющих:

- «жесткую силу» («hard power»);
- «мягкую силу» («soft power»).

Под «жесткой силой» Дж. Най имеет в виду совокупную политическую, экономическую и финансовую мощь, а «мягкая сила» характеризуется тремя

основными компонентами: культурой, политической идеологией и внешней политикой [3].

«Мягкая сила» — это понуждение других хотеть результатов, которые необходимо получить, однако это не то же самое, что воздействие или влияние. «Мягкая сила» — это не только убеждение, уговаривание или способность подвигнуть сделать что-либо при помощи аргументов (хотя все это, безусловно, является важными элементами этой силы), но и способность привлекать, а привлечение часто ведет к взаимопониманию. Оперируя поведенческими понятиями, «мягкая сила» — это привлекательная сила.

«Жесткая сила» (или «жесткое могущество») — это способность к принуждению, обусловленная военной и экономической мощью страны. «Мягкая сила» возникает, когда страна привлекает своей культурой, политическими идеалами и программами. «Жесткая сила» не теряет ключевого значения в мире, где государства стремятся оградить свою независимость, а вне государственных групп, такие, как террористические организации, готовы прибегать к насилию. Но «мягкая сила» обретает все большее значение для сужения круга новых сторонников терроризма, а также для решения вопросов, требующих многостороннего сотрудничества.

Ресурсами *soft power* в мировой политике выступает все то, что «вдохновляет и привлекает» к источнику соответствующего воздействия, позволяя тому, кто его контролирует, добиваться желаемого результата.

Конституирующей основой и *hard power*, и *soft power* субъекта международных отношений выступает способность достичь поставленной цели путем воздействия на поведение других субъектов. Разница между ними заключается в инструментах: проецирование *hard power* происходит через принуждение и навязывание своей воли (посредством экономического ресурса или угрозы силой), тогда как эффективное действие *soft power* формируется через механизмы согласования внешнеполитических акций и вовлечение в сотрудничество более широкого характера, как правило, на базе единых ценностей, такому сотрудничеству благоприятствующих.

Важнейшей характеристикой «мягкой силы» является ее относительно более заметная независимость от непосредственно государства и правительства страны, такой мощью обладающей. «Жесткая сила» гораздо сильнее привязана к государственной политике. Поэтому власти относительно сложнее манипулировать первой и гораздо проще — второй. Как следствие, эффект от действия «мягкой силы» — в отличие, к примеру, от экономических санкций или военной акции — оказывается более аморфным и им его труднее точно планировать.

Внешняя политика государства может лишь усиливать или ослаблять действенность *soft power* — например, война в Ираке нанесла, по мнению Дж. Ная, удар по привлекательности всего американского в большей части мира. Аналогично интервенции СССР в Венгрии (1956) и Чехословакии (1968) негативно повлияли на восприятие СССР народами стран даже «социалистического лагеря».

Hard power — власть военная, экономическая. Здесь преобладает материальный фактор, будь то наступление железной армады, или экономические санкции против конкурента (корпорации или иной непослушной страны). К такого рода санкциям следует отнести эмбарго на экспорт товаров из определенной страны или импорт в указанную страну, запрет на финансовые операции с определенной страной или компанией, представляющей данную страну. Следует отметить, что экономические санкции могут приниматься в различных форматах, либо в одностороннем порядке, либо в рамках соответствующего решения Совета безопасности ООН. Однако в обоих случаях можно говорить о том, что данный ресурс является «жестким». Система санкций не ограничивается исключительно торговой сферой. Санкции могут применяться и в дипломатической сфере. Например, могут устанавливаться специальные списки, запрещающие въезд на территорию данного государства определенным лицам. В качестве одного из последних примеров использования такого инструмента «жесткой силы» можно назвать Акт Магнитского, принятый в США в декабре 2012 года.

«Мягкая сила» как форма власти подвижна, легко приспосабливается к обстоятельствам. И именно в этой гибкости, изменчивости ее сила. Гибкая власть, в понимании Дж. Ная, это способность получить то, что вы хотите получить, через привлечение, а не через подавление или некие «проплаты». Эта власть основана на привлекательности культуры.

«Мягкая сила» — это способность добиваться желаемого на основе добровольного участия союзников, а не с помощью принуждения или подачек. Най развивает эту мысль и очень рационально замечает: «Каждый хорошо знаком с жесткой властью. Мы знаем, что военная или экономическая сила может заставить других изменить свою позицию. Жесткая сила может основываться на побуждении (пряник) или угрозах (кнут). Однако иногда вы можете добиться желаемых результатов и без осязаемых угроз или выплат».

Использование «мягкой силы» было одним из главных средств гегемонии США в мире после Второй Мировой войны и важным фактором ее победы в Холодной войне. Такие американские ценности, как демократия, права человека, равенство возможностей, распространяясь за «железным занавесом», служили прекрасным подспорьем для американской внешней политики.

Конструктивным применением «мягкой силы» является и консолидированная позиция, занятая коалицией Германии, Китая, России и Франции по поводу войны в Ираке, что позволило этим странам не допустить принятия Советом Безопасности ООН резолюции, легитимирующей войну против Ирака.

Еще одним значимым примером является успешная политика, проводимая Великобританией после Второй Мировой войны с опорой на ее колониальное наследие - превращение английского языка в язык глобального общения («Global English»). Сегодня очевидно, насколько мощным рычагом воздействия на экономическое и культурное развитие всего региона оказался этот шаг [4].

«Мягкая сила» основывается на таких ресурсах как культурно-ценностная привлекательность, привлекательность национально-государственной экономической модели развития, привлекательность политической модели. Культурно-ценностная привлекательность как ресурс «мягкой силы» базируется, в со-

временных условиях, на распространении массовой культуры. Инструментами продвижения культурно-ценностной привлекательности являются создание торговых сетей фастфуд с национальной кухней на территории других государств, распространение в мире своего популярного кино, продвижение на зарубежные рынки определенных национальных товаров. «Мягкая сила» может проявляться через инструментарий продвижения популярной музыки, популярного дизайна. Важным инструментом использования ресурса культурно-ценностной привлекательности являются PR- и рекламные технологии, применяемые в международной сфере. Особое значение имеет создание и продвижение торговых и иных национальных брендов. Для наиболее эффективного продвижения брендов задействуются возможности международного теле- и радиовещания. Инструментом продвижения культурно-ценностной привлекательности также могут быть крупные спортивные мероприятия, организуемые государством, например, Олимпийские игры, Чемпионаты мира по футболу, Универсиада и другие.

«Умная сила» — форма политической власти способная сочетать в себе мягкую и жесткую силу для формирования выигрышной стратегии. Включает в себя применение убеждение, дипломатию, влияние экономически эффективными способами, примените военной мощи государства и всех форм дипломатии.

«Умная сила» не является ни мягкой, ни жесткой, а скорее умелое сочетание и того, и другого из этого следует что разработка комплексной стратегии, ресурсной базы и инструментария для достижения поставленной цели, опирается как на жесткую, так и на мягкую силу. Д. С. Най считал, что «умная сила» это подход который подчеркивает необходимость сильной военной составляющей, но вкладывает значительные средства в альянсы, партнерства и институты всех уровней, чтобы расширить международное влияние и установить легитимность действий. Д. С. Най отмечает, что основная задача «умной силы» попытка выполнить обеспечение мирового блага, эта задача занимает центральное положение в его теории.

1.2 Слагаемые международного имиджа государства

Определив теоретические основания концепта «мягкой силы», необходимо более подробно рассмотреть термин «мега-событие». Стоит отметить, что в научной среде нет единого определения данному термину. Одна группа ученых концентрирует свое внимание только к сфере спорта [5], другая – относит к «мега-событиям» также политические саммиты и различные фестивали [6]. Также разное понимание «мега-события» исходит из показателей, на которые опираются исследователи. К примеру, Олимпийские игры и Чемпионат мира по регби у разных специалистов получают разную классификацию или категорию. Поэтому для того, чтобы определить какое мероприятие является «мега-событием» необходимо составить ряд показателей.

Одним из наиболее удачных подходов к пониманию термина «мега-событие» предложил Мартин Мюллер [7]. По его мнению, чтобы отличить «мега-событие» от регионального или обычного мероприятия, необходимо ввести четыре критерия: привлекательность для посетителей, доступность, стоимость и влияние (эффект).

Поскольку изучением мега-событий в первую очередь занялись ученые из сферы туризма и социологии досуга, то акцент в их работах делался на количестве зрителей, затраты в ходе этих событий, а, в итоге, их влияние на экономику города, в котором проходит мега-событие. Однако, по словам М. Мюллера, точно измерить количество зрителей сложно. В этом случае наиболее достоверным является количество проданных билетов. Поэтому оценивая мега-события по первому критерию, привлекательности для посетителей, М. Мюллер приводит данные, что международная выставка «Экспо-2010» в Шанхае по этому критерию превзошла Летние Олимпийские игры в Лондоне и Зимние Олимпийские игры в Ванкувере [8].

Второй критерий — доступность мега-события, за последние десятилетия претерпевает существенные изменения, так как в настоящее время многие зри-

тели осуществляют просмотр через интернет или по телевизору. Это означает, что в сфере прав на трансляцию того или иного мероприятия происходит борьба между средствами массовой информации. Также увеличилось количество персонала из средств массовой информации, задействованного в ходе мероприятий. Например, на Олимпийских играх в Лондоне на каждого атлета приходилось два представителя средств массовой информации [9]. Несмотря на то, что Международный олимпийский комитет и Международная федерация футбола публикуют отчеты о просмотрах своих мероприятий по всему миру, цифры могут сильно отличаться из-за разных методов подсчета и даже желания организаций преувеличить результаты и данные. Поэтому для данного критерия важны суммы на право трансляций. Согласно этому критерию, Летние Олимпийские игры в Лондоне и Чемпионат мира в Южно-Африканской Республике занимают самые высокие позиции [10].

Что касается стоимости мега-событий, третьего критерия по М. Мюллеру, то это огромные суммы, потраченные на инфраструктуру, а также технические нужды. Как правило, итоговая сумма на проведения мега-события получается значительно больше планируемой. Согласно подсчетам, среднее превышение суммы на проведение Олимпийских игр составляет сто семьдесят девять процентов [11]. По данным М. Мюллера, самые большие затраты приходятся на международную выставку «Экспо-2010» и Чемпионат Европы по футболу 2012 года, а Олимпийские игры сильно уступают им. Однако это не отрицает, что для этих мега-событий также требуются огромные капиталовложения.

Последним критерием в подходе М. Мюллера является влияние мега-события на город-организатор, регион, а также на всю инфраструктуру. Построение объектов долговременной эксплуатации важно для развития городов, а также поощряется различными спортивными организациями. К примеру, после Универсиады в Казани удалось обновить сеть дорог и аэропорт, а также построить железнодорожное полотно между аэропортом и самим городом [12]. Поэтому данный показатель высчитывается согласно данным по инвестированию капитала. Первое место также принадлежит международной выставке

«Экспо-2010», а Чемпионат Европы по футболу 2012 года значительно превышает Зимние и Летние Олимпийские игры.

Таким образом, изучив четыре показателя, М. Мюллер делает вывод, что «мега-событие» — это мероприятие с установленными временными рамками, которое привлекает большое количество зрителей, освещается средствами массовой информации, имеет большую стоимость, а также сильно влияет на его место проведения и население» [13].

Сегодня в условиях растущей информатизации общества и расширяющегося влияния глобализации, правомерно говорить о дихотомическом развитии системы международных отношений. С одной стороны, набирает обороты процесс принятия субъектами мировой политики общих ценностных принципов и норм, а с другой - между этими субъектами происходит борьба за культурную идентичность и отстаивание специфических ценностей. В значительной мере эта борьба проявляется в рамках наднациональных институтов, однако государства активнее опираются и на вне институциональной возможности: оказывают давление друг на друга, используя СМИ, неправительственные организации, сетевые структуры, транснациональные движения, Интернет, СМС и прочие «гаджеты» XXI века.

Именно усиливающееся влияние культуры на общемировые социально-экономические процессы, на характер межгосударственных отношений, превратило ее в действенный инструмент внешней политики. Бывший министр иностранных дел Франции отмечал, что американцы влиятельны потому, что могут вдохновлять мечты и желания благодаря искусству создания глобальных имиджей через фильмы и телевидение, и, по этим же причинам, студенты со всего мира стремятся получить образование в США [14].

В сравнении с традиционными средствами влияния, опирающимися на военные и экономические ресурсы государства, - «жесткой силой» (hard power), «мягкая сила» (soft power) представляет собой «искусство формировать предпочтения» [15] и опирается на культуру, политические ценности и реализуемый внешнеполитический курс. Термин «мягкая сила» был введен Дж.Найем для

обозначения способности нации привлекать и убеждать. Имидж государства, являясь составляющей «мягкой силы», отвечает именно за привлекательность.

Однако механизм формирования имиджа раскрывается не только в теории «мягкой силы» Дж.Ная, но и в концепции символического капитала французского философа и социолога Пьера Бурдьё. В современном информационном пространстве сталкиваются теперь не только модели общественного устройства, но и мировоззрения, картины мира целых народов, а имидж государства становится главным объектом информационной агрессии. Именно поэтому символический капитал культуры, представляющий собой коллективную память, культурные символы, образы, духовную сферу социума и обладающий реальной властью над умами, приобретает все большее значение.

Символический капитал основывается на вере людей, считающих этот капитал ценным для себя, в силу чего обладает символической властью над ними. Символическую власть П.Бурдьё определяет как «власть конструировать реальность, устанавливая гносеологический порядок: непосредственное мироощущение» [16]. При условии признания символической власти, она позволяет получить то, что обычно достигается физической или экономической силой. Символический капитал — капитал чести и престижа, может конвертироваться в экономический капитал и быть институционализирован в различных формах, в т.ч. — в виде имиджа государства [17].

В условиях глобализации страны становятся все больше похожими друг на друга, что объективно влечет растущий спрос на национальную идентичность. Страны, не уделяющие должного внимания имиджу, переживают не лучшие времена. В информационном обществе значение имиджа резко возрастает, поскольку имидж — продукт обработки больших массивов информации. Имидж в переводе с английского — репутация, изображение, представление, мысленный образ. В имидже страны причудливо сочетаются целенаправленно формируемые мифы и установки со стихийно возникающими представлениями, основанными, в том числе, на личном опыте.

Галумов полагает, что имидж выступает в качестве базы, которая определяет, какую репутацию приобретает страна в сознании мировой общественности в результате акций ее субъектов. Галумов определяет имидж страны как «комплекс объективных, взаимосвязанных между собой характеристик государственной системы, сформировавшихся в процессе эволюционного развития государственности, как сложной подсистемы мирового устройства, эффективность взаимодействия звеньев которой определяет тенденции социально-экономических и иных процессов в стране» [18].

В рамках имиджелогии имидж определяют как формируемое посредством целенаправленных профессиональных усилий с целью повышения успешности определенной деятельности клиента (человека или организации) или достижения субъективного психологического эффекта символическое представление о клиенте у составляющей аудиторию имиджа социальной группы [19].

В качестве рабочего определения имиджа государства, остановимся на следующей дефиниции: имидж государства — это комплексное стереотипизированное представление о нем, основанное, с одной стороны, на объективных характеристиках государства с учетом исторических особенностей его развития, с другой стороны, сформированное с помощью мифологизации и информационно-коммуникативных технологий, опосредованных опытом народа [20].

Имидж страны — понятие многосоставное. Так, например, следует различать имидж внешний и имидж внутренний. Внутренний имидж страны — представления граждан о себе и своем месте в мире, тогда как внешний имидж ориентирован на представления о стране, сложившиеся за пределами национального культурного поля и определяет ее репутацию. Внутренний имидж строится на самооценке, но дополняется проекцией внутреннего восприятия за пределы национально-государственной общности (что «мы» хотим и считаем нужным рассказать о себе «другим») [21]. Стоит отметить, что конструируемый имидж должен быть целостным, однако иерархию характеристик следуют менять в зависимости от группы целевой аудитории. Имиджевое сообщение

должно быть адресным, причем акценты будут изменяться не только по географическому вектору — США, постсоветское пространство, ЕС, но будут различными для зарубежных партнеров, иностранных СМИ, потребителей товаров, инвесторов и т.д.

В современной политической науке выделяют несколько обобщенных характеристик международного имиджа государства, среди которых:

1) простота и схематичность, которые достигаются путем отсека ненужных с точки зрения его создателей граней и признаков, в то же время выпячивания тех характеристик, которые способны или, во всяком случае, призваны оттенить специфичность и уникальность;

2) насыщенность информацией, несущей большую эмоциональную нагрузку посредством ограниченного набора символов;

3) динамичность, предполагающая способность быстро и оперативно перестраивать и подавать в соответствии с предназначением имиджа постоянно изменяющиеся внутренние и внешние реалии;

4) закамуфлированная идеализация, предусматривающая подачу с помощью определенного комплекса качеств, выдаваемых в выгодном обрамлении, но не противоречащим установкам и меняющимся ожиданиям целевой аудитории;

5) информационно-технологическая составляющая имиджа формы, — средства и пути его распространения, где ключевую роль играют PR-технологии;

6) адресная составляющая имиджа - учет социокультурных, политико-культурных и иных характеристик и особенностей страны или региона, на которые предположительно адресованы соответствующие имиджи [22].

Расширяя перечень компонентов, предложенных Э.А. Галумовым [23] и дополняя классификацию Н.Н.Извекова[24], Т.Э.Гринберг выделяет следующие элементы имиджа государства:

1) Условно-статичные (их можно отнести к объективным), включающие:
- природный ресурсный потенциал;

- национальное и культурное наследие;
- геополитические параметры (ЭГП, площадь территории, выход к морям и т. д.);

- исторические события, повлиявшие на развитие государственности;
- базовая форма государственного устройства и структура управления.

2) Условно-динамичные (их можно отнести к субъективным):

- социально-психологические настроения в обществе;
- характер и принципы деятельности общественно-политических объединений;

- морально-нравственные аспекты развития общества;

- устойчивость экономики (показатели динамики ВВП, уровень доходов на душу населения, объем инвестиций и др.);

- правовое пространство и соответствие правовых норм международным требованиям;

- функции, полномочия и механизмы государственного регулирования различных сфер деятельности в государстве (эффективность властной конструкции).

Нации богаты в символическом плане: у каждой есть своя уникальная система символов. В этом смысле неотъемлемой частью имиджа являются национально-государственные символы и идеалы: эмблемы, гербы, флаги. Важно, чтобы эти и другие компоненты национальной идентичности были приняты во внимание при разработке имиджевой стратегии, которая должна быть не просто рекламной кампанией, а отражать сущность нации.

Продвижение позитивного имиджа страны далеко не новое явление, однако в последние годы условия для создания «мягкой силы» резко изменились [25]. Мы живем в глобальном обществе, осознавшем силу и могущество информации. Важно подчеркнуть, что в таких условиях имидж государства не может быть оставлен без внимания: чтобы пользоваться успехом в виртуальном мире символов и имиджей, необходима целенаправленная реализация долгосрочной имиджевой стратегии. Имиджевая стратегия государства – это расчи-

танная на длительный исторический период (25-30 лет) долгосрочная программа системного воздействия на мировое общественное мнение через все каналы массовых коммуникаций и публичной дипломатии с целью формирования устойчивого положительного внутри — и внешнеполитического имиджа страны.

Реализация долговременной имиджевой стратегии — довольно новое явление, однако в условиях растущей глобальной конкуренции, как во внутренней, так и во внешней среде, страны все чаще осуществляют планомерную работу над имиджем, чтобы:

- 1) привлечь туристов;
- 2) стимулировать инвестиции и резко увеличить экспорт;
- 3) привлечь таланты: креативность — мотор наукоемких экономик;
- 4) повысить стабильность национальной валюты;
- 5) восстановить международное доверие и повысить интерес инвесторов;
- 6) избежать понижения международного рейтинга;
- 7) усилить влияние на международной арене;
- 8) активизировать международное партнерство и поддерживать процесс

национально-государственного строительства.

Политика по привлечению внимания («politics of attraction»).

Согласно Дж. Гриксу, спортивные мега-события используются государствами для того, чтобы демонстрировать другим странам и их гражданам, что стран-организатор разделяет общие ценности спорта. Страна-организатор показывает, что общие нормы ценности в спорте являются основными, а приобщение к ним является ключом к привлечению других стран и их граждан на свою сторону. Проводя спортивные «мега-события», страны-организаторы имеют возможность стать защитниками универсальных ценностей спорта. Тем самым, демонстрируя приверженность к «честной игре» (fair play), страна получает одобрение со стороны публики [26].

Таким образом, успех страны на спортивной арене (вне зависимости от того, победа ли это национальной команды, спортсменов страны за рубежом

или проведение спортивного мега-события) является такой площадкой, на которой возможно использование политики, направленной на привлечение к себе внимания («politics of attraction») посредством «мягкой силы».

Поскольку универсальные нормы и ценности лежат в основе международных спортивных мега-событиях, государства-организаторы не только демонстрируют свою приверженность к этим ценностям, но и создают благоприятное впечатление среди зрителей других государств к своей собственной культуре. Также привлекательность спорта используется и для решения дипломатических вопросов. Стоит отметить, что это совсем не новая тактика в международных отношениях

Политика, направленная на привлечение внимания к стране, проводящей спортивное мега-событие, не является новым инструментом, однако активно использовалась ранее и используется в настоящее время. Разделяя универсальные ценности спорта, страна-организатор получает возможность положительно влиять на гражданское общество других государств и заслуживать доверие у них. Данная политика может повлиять как на внутреннее развитие (увеличение инвестиций, потока туристов), так и на улучшение позиций на международной арене.

Улучшение имиджа государства («nation-branding»).

Государства, чьи внутривластные и социальные ценности не способны положительно влиять на отношение к себе со стороны общества других стран, используют инструменты «мягкой силы», чтобы выполнить эту задачу. Как правило, негативное восприятие имиджа страны связано с историческими событиями или нарушением прав человека. Такие страны пытаются убедить других в том, что негативные стереотипы не соответствуют действительности. Этот процесс получил у исследователей название «nationbranding» [27], что может быть переведено как улучшение имиджа государства. Такой перевод термина может вызвать некоторые разногласия, поэтому необходимо более подробно рассмотреть этот процесс применительно к спортивным мега-событиям. Имидж государства является важным фактором для международных отноше-

ний. Улучшение имиджа государства с помощью спортивных мега-событий означает, что страна-организатор имеет возможность демонстрировать позитивные аспекты своей культуры и истории, влияя на мнение гражданского общества других государств. В таком понимании данный термин тесно взаимосвязан с публичной дипломатией. Однако публичная дипломатия использует традиционные дипломатические средства и служит средством отстаивания своих внешнеполитических интересов, в то время как имидж государства использует механизмы и терминологию маркетинга с целью проектирования позитивного имиджа государства у иностранных зрителей [28].

Спортивные мега-события помогают улучшать имидж государства, так как они усиливают чувство гордости за страну среди граждан в связи с победами их национальных команд, а также служат средством культурного обмена между странами, участвующими в соревнованиях. Это огромная площадка для межкультурной коммуникации, где болельщики могут обмениваться знаниями, обучаться иностранным языкам и даже искусству. В процессе глобализации и информационной революции страны пользуются схожими механизмами (участие в международной организации или в спортивном соревновании), но демонстрируют на них и свои различия [29].

Имидж государства и его улучшение посредством спортивных мега-событий также тесно взаимосвязаны с авторитетом страны. Ученые, занимающиеся международными отношениями, рассматривают авторитет, как обязательный ресурс для международного актора [30]. Проведение спортивного мега-события или наличие успешных спортсменов внутри страны доказывает авторитет страны и служит позитивным сигналом для других стран [31]. Такая стратегия часто свидетельствует о том, что развивающаяся экономика страны должна рассматриваться развитыми государствами как потенциально равная и конкурентоспособная. Таким образом, использование спортивных мега-событий актуально для улучшения имиджа на международной арене. Удачное выступление и проведение соревнований не только укрепляет чувства гордости за страну, но и демонстрирует ее потенциал. Позитивное восприятие государ-

ства гражданами других стран является одной из важнейших задач проведения спортивных мега-событий, поскольку позволяет изменить отношение к стране или разрушить негативные стереотипы о ней.

Фактор хорошего самочувствия («feelgood factor»).

Существует много различных определений термина «фактор хорошего самочувствия». В первую очередь, данный термин используется в бизнесе и экономике. Однако в отношении спортивных мега-событий данный термин может трактоваться только с трех точек зрения. Во-первых, это экономическая составляющая, заключающаяся в том, что граждане страны-организатора спортивного мега-события посещают эти мероприятия невзирая на большую стоимость билетов. Например, Дж. Каветсос анализирует влияние спортивных мега-событий на счастье у граждан страны-организатора и приходит к выводу, Чемпионаты мира по футболу производят существенный позитивный эффект на состояние граждан.

Тем самым, спорт влияет на граждан страны и мобилизует их уверенность в своих финансовых возможностях. Во-вторых, проведение спортивных мега-событий влияет на социокультурные движения. Спортивные фанаты и болельщики – это неотъемлемая часть любого спортивного соревнования высокого уровня. Преданность своей команде становится фактором национального сплочения. Например, после Чемпионата мира 2006 года в Германии некоторые исследователи отметили чувство гордости немцев за страну, назвав ее «новой эрой гордости за свою страну».

В-третьих, политическое значение спортивного мега-события, которое заключается в том, как политической элите удастся улучшить имидж и позицию государства на международной арене посредством проведения этих событий. Спорт – это средство создания политического дискурса вокруг национальной идентичности того или иного государства. Таким образом, успешное проведение спортивного мега-события – это признак того, что государство способно брать на себя серьезные обязательства в разных сферах. В этом заключается третья точка зрения по поводу «фактора хорошего самочувствия» государства.

Таким образом, «фактор хорошего самочувствия» означает как влияние спорта на гражданское общество внутри страны, так и на граждан других государств. Успешное проведение спортивного мега-события не только усиливает патриотические чувства, но и демонстрирует то, что страна-организатор способна выполнять и реализовывать серьезные задачи. По мнению Дж. Грикса, единственным недостатком данного фактора является сложность измерения, например гордости граждан за свое государство. Однако это не отрицает того факта, что страна, подающая заявку на проведение спортивного мега-события, может ставить перед собой цель извлечь выгоду и показать как своим гражданам, так и всему мировому сообществу, что она является самодостаточной и успешной.

Демонстрация сильных сторон государства («swaggering»).

Согласно Р. Арту, исследовавшему эффективное использование военной силы, существует четыре цели ее применения: для защиты, для устрашения, для принуждения и для демонстрации своей мощи. Последняя цель имеет две задачи: усилить чувство гордости за страну среди граждан, а также удовлетворить личные амбиции политических лидеров этой страны. Однако К. Фриман предлагает свое понимание термина «демонстрации сильных сторон государства» («swaggering»). По его мнению, не обязательно ограничиваться военной сферой. В сфере спорта можно сравнить военную мощь с сильной командой на спортивном соревновании, а возможность покупки лучшего оружия – с покупкой и построением современной инфраструктуры для спортивных мероприятий.

К. Фриман выделяет две категории демонстрации сильных сторон государства в спорте. Первая категория относится к успешности выступления спортсменов на международных спортивных мега-событиях, что позволяет повысить репутацию страны в международных отношениях. Показатели выступлений в спорте могут быть использованы как основа для сравнения с другими государствами, так и для усиления чувства гордости за страну среди граждан. Вторая категория применяется к престижу, полученному государством от про-

ведения спортивных мега-событий. Организация и проведение подобных мероприятий, с одной стороны, может служить удовлетворением личных амбиций правящего режима, а с другой — улучшению имиджа страны среди иностранных граждан. Одной из причин, по которой «демонстрация сильных сторон» в спорте является эффективной, является внимание средств массовой информации. Более того, это внимание может быть направлено не только на само мега-событие, но и на город и страну организатора. Средства массовой информации создают целую массу разных репортажей, касающихся географии, истории и культуры страны-организатора. Задача страны состоит в том, чтобы ее воспринимали как современное и привлекательное место со своими особенностями, но в то же время соответствующую всем современным требованиям. Проведение спортивного мега-события дает возможность продемонстрировать развивающееся и модернизирующееся государство.

«Демонстрация сильных сторон» на спортивном мега-событии является важным компонентом для современных государств, поскольку это не только делает возможным показать остальному миру культуру, историю и традиции государства-организатора, но и создает среди граждан чувство гордости за страну и националистические настроения, способные показать поддержку и легитимность власти.

Подводя итог, необходимо отметить, что исследования взаимосвязи спорта и международных отношений активно начались лишь в 2000-х годах. С точки зрения одной из теорий, неолиберализма, спорт является важной составляющей всей структуры международных отношений, так как спортивные организации постепенно расширяют свое влияние в политической сфере, а спортивные мега-события и спортивная дипломатия являются одними из инструментов в области как внутренней, так и внешней политики национальных государств. Согласно Дж. Наю, с помощью «мягкой силы» государства могут располагать к себе других игроков на мировой арене. Интерес мирового сообщества к мега-событиям, которые освещаются средствами массовой информации, создают возможности для государств. К возможностям, направленным на внешнюю

среду и аудиторию следует отнести: использование политики, направленной на привлечение внимания к стране («politics of attraction»), улучшение имиджа государства («nationbranding»), усиления «фактора хорошего самочувствия» страны («feelgood factor») и демонстрацию сильных сторон государства («swaggering»). Эти возможности тесно взаимосвязаны, так как они влияют не только на внутривнутриполитическую обстановку, но и на внешнеполитический имидж страны. Стоит отметить, что «мягкая сила» и возможности спортивных мега-событий актуальны для развитых стран, в которых была разработана данная концепция, а также эти страны успешно используют данный инструмент. Концепция «мягкой силы» предполагает наличие у стран положительных характеристик, которые возможно трансформировать при проведении спортивного мега-события во влияние, которое проявляется во многих сферах, в том числе и в политике. Однако за последнее десятилетие спорт обретает особую популярность среди развивающихся стран, стремящихся улучшить свой имидж или заявить о себе как о полномочном участнике международных отношений. Более того, возможности использования спортивных мега-событий в качестве инструмента «мягкой силы» в развитых странах изучаются многими специалистами, подтверждающими их успешность, а исследование развивающихся стран позволит определить универсальность данного инструмента, а также ограничения, которые возникают в странах с другой политической и социально-экономической спецификой. Поэтому особый интерес вызывает исследование конкретных примеров спортивных мега-событий в странах БРИКС, как одних из представителей развивающихся стран, которые стали массово проводить мероприятия данного уровня.

Примечания;

[1] Keohane R. Power and Interdependence. New York: HarperCollins, 1989. P. 10.

[2] Nye J. (Jr.) *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. NY: Public Affairs, 2004.

[3] Nye J. (Jr.) *Soft Power* // *Foreign Policy*, No. 80, Twentieth Anniversary (Autumn, 1990).

[4] Электронный портал «Деловые новости» [Электронный ресурс]: Режим доступа <http://delonovosti.ru/analitika/3567-rol-myagkoy-sily-rossii-v-formirovanii-blagopriyatnogo-biznes-klimata.html>

[5] Horne, J., Manzenreiter, W. An introduction to the sociology of sports mega- events // *The Sociological Review*. 2006. №54. P. 1–24

[6] Rose A. K., Spiegel M. M. The Olympic effect // *The Economic Journal*. 2011. №121. P. 652–677.

[7] Müller M. What makes an event a mega-event? Definitions and sizes // *Leisure Studies*. 2015. №34. P. 16

[8] Müller M. What makes an event a mega-event? Definitions and sizes // *Leisure Studies*. 2015. №34. P. 5.

[9] Chappelet J. L. Managing the size of the Olympic Games // *Sport in Society*. 2014. №17. P. 581–592.

[10] Müller M. What makes an event a mega-event? Definitions and sizes // *Leisure Studies*. 2015. №34. P. 5.

[11] *Olympic Proportions: Cost and Cost Overrun at the Olympics 1960-2012* // Saïd Business School working papers URL: [http://eureka.sbs.ox.ac.uk/4943/1/SSRN-id2382612_\(2\).pdf](http://eureka.sbs.ox.ac.uk/4943/1/SSRN-id2382612_(2).pdf) (accessed 15.11.2015).

[12] Makarychev A., Yatsyk A. Brands, cities and (post-)politics: A comparative analysis of urban strategies for the Universiade 2013 and the Football World Cup 2018 in Russia // *European Urban and Regional Studies*. 2014. №22. P. 143-160.

[13] Op. cit.: Müller M. What makes an event a mega-event? Definitions and sizes // *Leisure Studies*. 2015. №34. P.12.

[14] Nye, Jr., Joseph S. Public Diplomacy and Soft Power // *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*. 2008. № 616. P. 95.

[15] Nye, Jr., Joseph S. Soft power: the means to success in world politics. New York: PublicAffairs, 2004. P. 5.

[16] Бурдые П. Социология социального пространства. М.: Институт экспериментальной социологии, 2008. С. 89.

[17] Василенко И.А. Имидж России: концепция национального брендинга // Проблемный анализ и государственно-управленческое проектирование. 2012. № 4. С. 67.

[18] Галумов Э.А. Имидж против имиджа. М.: Известия, 2005. С. 371.

[19] Перельгина Е.Б. Психология имиджа. М.: Аспект-Пресс, 2002. С 21

[20] Суворова И.С. Государственная политика как инструмент формирования имиджа страны // Государственное управление. Электронный вестник. 2013. № 40. С. 154.

[21] Семененко И.С. Образы и имиджи в дискурсе национальной идентичности // Полис. Политические исследования. 2008. № 5. С. 10.

[22] Гаджиев К.С. Имидж государства в контексте идеологий. М.: Андалус, 2007. С 40

[23] Галумов Э.А., Кашлев Ю.Б. Информация и PR в международных отношениях. М.: Известия, 2003. С. 200.

[24] Извеков Н.Н. Факторы, формирующие образ страны в окружающем мире // Обозреватель. 2010. № 1. С. 55.

[25] Василенко И.А. Имиджевая стратегия России в контексте мирового опыта. М.: Международные отношения, 2013. С. 10.

[26] Grix J., Lee D. Soft Power, Sports Mega-Events and Emerging States: The Lure of the Politics of Attraction // Global Society. 2013. №27. P. 527-528.

[27] The Rise of the Brand State // foreignaffairs.com: Foreign Affairs. [Electronic resource]. Electronic article. URL: <https://www.foreignaffairs.com/articles/2001-09-01/rise-brand-state> (accessed 15.01.2016).

[28] The New Public Diplomacy / Ed. by Melissen J. 1 ed. Basingstoke: Palgrave Macmillan UK, 2005. P. 20-21.

[29] Nye J. S. Public Diplomacy and Soft Power // The Annals of the American Academy of Political and Social Science. 2008. №616. P. 99

[30] Kim Y. Does prestige matter in international politics? // Journal of International and Area Studies. 2004. №11. P. 40.

[31] The Rise of the Brand State // foreignaffairs.com: Foreign Affairs. [Electronic resource]. Electronic article. URL: <https://www.foreignaffairs.com/articles/2001-09-01/rise-brand-state> (accessed 15.01.2016).

Глава II. Использование спортивных событий как инструмента «мягкой силы» в политике России

2.1 Применение инструментов «мягкой силы» в политике России

В XXI веке концепция «мягкой силы» и возможность её применения приобретает для России особо важное значение в силу следующих причин. Во-первых, страна сегодня не является экономическим полюсом, про её военный потенциал на Западе говорят «уходящая мощь России». Поэтому материальный и политический ресурс её влияния недостаточно велик не только для того, чтобы оказывать влияние на глобальные экономические процессы, но и чтобы создать собственную эффективную региональную систему.

Во-вторых, внешняя политика России нередко оппонирует западным странам по ряду проблем и позиций (например, различные подходы к ситуации в Сирии, Иране и др.) и часто имеет антизападную направленность. А согласно теории Дж. Ная, внешняя политика страны есть важная составляющая её «мягкой силы». Поэтому для многих стран Азии и Африки, которые являются (или считают себя) партнерами США, это вызывает отрицательное отношение и придает имиджу России негативную окраску.

В-третьих, многие европейские страны и страны Центральной Азии заявляют, что они устали от энергетического шантажа, в котором обвиняют Россию. Действительно, ресурсы политики энергетического давления с вступлением в строй альтернативных путей транспортировки нефти и газа (проект Nabucco и др.) для России вскоре будет исчерпан.

Политика «мягкой силы» дает возможность России активизировать те ресурсы своего внешнего влияния, которые могут оказаться более действенными в современном глобальном мире.

Термин «мягкая сила» был введен в российскую внешнюю политику в 2008-2009 гг. С.Лавровым и Д.Медведевым[1]. С тех пор о «мягкой силе» регулярно говорили представители высшей государственной власти страны. 2012-2013 годы можно считать пиком популярности «мягкой силы» в официальных

заявлениях российского руководства. В этот период российские политики в своих выступлениях высоко оценивают значение инструментов «мягкой силы» для укрепления внешнеполитического влияния России.

В 2013 году концепция «мягкой силы» обрела юридический статус: она была включена в Концепцию внешней политики Российской Федерации [2]. В этом документе нашло отражение противоречивое восприятие данного внешнеполитического инструмента российским руководством. Концепция определяла «мягкую силу» как неотъемлемую составляющую современной международной политики и вводило официальное определение данного термина: «комплексный инструментарий решения внешнеполитических задач с опорой на возможности гражданского общества, информационно-коммуникационные, гуманитарные и другие альтернативные классической дипломатии методы и технологии». В.Путин, Д.Медведев, С.Лавров, Д.Рогозин говорят о том, что необходимо взять на вооружение политику «мягкой силы», продвигать свои интересы путем убеждения и привлечения симпатий к России, основываясь на ее достижениях, не только в материальной, но и в духовной культуре, и в интеллектуальной сфере. Они в один голос указывают на то, что Россия должна активно работать над своим образом за рубежом, не допуская его сознательных искажений недобросовестными субъектами [3].

Для трансляции российской «мягкой силы» и культурного влияния на международное сообщество и политическую элиту, помимо официальных путей воздействия, существуют и другие каналы сотрудничества, среди которых заметную роль играет спорт, туризм, образование, выступающие в качестве проводников «мягкой силы».

Россотрудничество — Федеральное агентство по делам Содружества Независимых Государств, соотечественников, проживающих за рубежом, и по международному гуманитарному сотрудничеству — было создано в сентябре 2008 года в соответствии с Указом Президента Российской Федерации от 6 сентября 2008 года № 1315.

Указом Президента Российской Федерации от 19.12.2017 №604 «О руководителе Федерального агентства по делам Содружества Независимых Государств, соотечественников, проживающих за рубежом, и по международному гуманитарному сотрудничеству» руководителем Агентства назначена Митрофанова Элеонора Валентиновна.

Россотрудничество подведомственно Министерству иностранных дел Российской Федерации. В своей деятельности руководствуется Конституцией Российской Федерации, федеральными конституционными законами, федеральными законами, нормативными правовыми актами Президента и Правительства Российской Федерации, международными договорами, нормативными правовыми актами МИД России.

Деятельность Россотрудничества и его загранучреждений направлена на реализацию государственной политики международного гуманитарного сотрудничества, содействие распространению за рубежом объективного представления о современной России.

В настоящее время Россотрудничество представлено в 81 стране мира 98 представительствами: 74 российских центра науки и культуры в 62 странах, 24 представителя Агентства в составе посольств в 22 странах.

Приоритетным направлением деятельности Россотрудничества являются государства-участники Содружества Независимых Государств, где в каждой стране есть российские центры науки и культуры. Разработан перспективный план открытия новых РЦНК и представительств до 2020 года.

Агентство активно взаимодействует с международными и региональными организациями, созданными Российской Федерацией совместно со странами Содружества, разрабатывает и реализует совместно с другими ведомствами программы помощи странам Содружества, осуществляет разработку федеральных целевых программ.

В своей деятельности Россотрудничество опирается и на тесное взаимодействие с субъектами Российской Федерации, отношения со многими из кото-

рых строятся на соглашениях о сотрудничестве и конкретных программах реализации совместных мероприятий в той или иной области.

Россотрудничество занимается системой поддержки русского языка за рубежом. Стратегическим инструментом реализации политики в области русского языка стала Федеральная целевая программа «Русский язык» на 2016-2020 годы. Тысячи людей обучаются сегодня на курсах русского языка при представительствах Россотрудничества во многих странах мира. Там проводятся экзаменационные тесты, по результатам которых можно получить государственный сертификат, подтверждающий уровень владения русским языком. Заботясь о распространении русского языка, Агентство создает условия для его практического применения, а также получения образования на русском языке.

Ведется активная работа по продвижению российских образовательных услуг и расширению сотрудничества между образовательными учреждениями стран партнеров. Представительства Россотрудничества способствуют набору иностранных студентов в российские вузы уделяется большое внимание и работе с выпускниками российских (советских) вузов, которых по всему миру насчитывается более 500 тысяч.

Важным направлением деятельности Агентства является работа с соотечественниками за рубежом. Совместно с МИД России, другими министерствами и ведомствами, администрациями регионов России, Россотрудничество принимает непосредственное участие в реализации планов Правительственной комиссии по работе с соотечественниками за рубежом, информационном обеспечении Государственной программы содействия добровольному переселению соотечественников в Российскую Федерацию.

Одним из главных направлений деятельности Россотрудничества является содействие международному развитию (СМР), которое осуществляется согласно Концепции государственной политики Российской Федерации в сфере содействия международному развитию (утверждена Указом Президента Российской Федерации 20 апреля 2014 № 259). Российское СМР направлено на поддержание устойчивого социально-экономического развития государств, ре-

шение глобальных и региональных проблем, содействуя стабильности и безопасности в системе международных отношений.

В своей деятельности Россотрудничество уделяет особое внимание работе с молодежью. Россотрудничество является государственным заказчиком-координатором Программы краткосрочных ознакомительных поездок в Российскую Федерацию молодых представителей политических, общественных, научных и деловых кругов иностранных государств «Новое поколение», утвержденной Указом Президента Российской Федерации от 19 октября 2011 года № 1394. Основным содержанием Программы является знакомство молодежи разных стран с общественно-политической, социально-экономической, научно-образовательной и культурной жизнью в Российской Федерации.

2.2 Влияние организации и проведения спортивных мега-событий на формирование имиджа России (на примере Кубка конфедераций 2017 и Чемпионата мира по футболу 2018)

Рассмотрев основную теоретическую и терминологическую базу для данного исследования, необходимо определить какие возможности получают страны, проводящие спортивные мега-события. В настоящее время многие исследования посвящены анализу наследия спортивных мега-событий. В одной из статей С. Корнелиссен, Ю. Боб и К. Сварт определяют семь видов наследия: экономическое, политическое, социальное, спортивное, инфраструктурное, для окружающей среды и для имиджа страны. Каждый вид включает в себя конкретные составляющие, например подъем или упадок патриотизма и гордости за страну в социальной сфере, а также привлечение инвестиций и рост трудоустройства граждан в экономической сфере. Стоит отметить, что целью данного параграфа и всего исследования не является определение всех возможностей, так как они касаются многих сфер и областей. Для данного исследования прежде всего важны те возможности, которые направлены на внешнюю среду. В

приведенной выше классификации присутствует наследие для имиджа страны, которое охватывает эти возможности. Однако важно отметить, что эти возможности взаимосвязаны и их целью одновременно становятся как внутривнутриполитические, так и внешнеполитические задачи.

Исходя из анализа литературы, можно выделить четыре возможности спортивных мега-событий, направленных на внешнюю среду при использовании их в качестве инструмента «мягкой силы»: использование политики, направленной на привлечение внимания к стране («politics of attraction»), улучшение имиджа государства («nationbranding»), «фактора хорошего самочувствия» страны на мировой арене («feelgood factor») и демонстрацию сильных сторон государства («swaggering») [4].

В России, как и во всем мире, футбол — самый популярный вид спорта. Уже сто лет, как эта игра, которая в 1910-х годах с подачи приезжих английских инженеров быстро распространилась по всем губерниям и уездам, стала не просто развлечением, а частью национальной культуры России.

Футбол — это больше, чем спорт. Для принимающих стран Чемпионат мира превратился в витрину их достижений, которую пристально рассматривает весь мир. Чемпионат мира — стимул к обновлению: строительство стадионов, развитие футбола, туризма, транспорта, гостиничного хозяйства, телекоммуникационных технологий, запуск социальных программ [5].

Эти события объединяют россиян, позволяя им болеть за свою страну и гордиться не только ее достижениями на спортивной арене, но и качеством организации мероприятий, доступностью и открытостью российских и мировых спортивных звезд.

Чемпионат мира по футболу FIFA 2018 проводится не в одном-двух городах, а охватит 11 городов России. Футбол в преддверии мирового первенства станет мощной объединяющей идеей для всей страны. В праздниках, которые пройдут во всех городах-организаторах, примут участие известные спортсмены, политики, артисты. Всех их объединяет одно: они тоже футбольные болельщики.

Международные состязание, такие как Кубок Конфедераций и Чемпионат мира по футболу FIFA помогут улучшить международный образ России. Эти турниры помогут показать, что России может на равных с ведущими странами проводить современные, технологичные мероприятия, развеяв тем самым миф про «неразвитую северную державу». Кубок Конфедераций (FIFA Confederations Cup) — соревнование по футболу среди национальных сборных, проводимое под эгидой ФИФА в стране-организаторе Чемпионата мира за год до самого чемпионата, проводимый с 17 июня по 2 июля 2017 года, уже послужил этой цели и рассматривается как репетиция к Чемпионату мира.

Турнир прошёл на 4 стадионах в четырёх городах: Москва, Сочи, Казань, Санкт-Петербург. Перед началом турнира многие иностранные СМИ высказывали опасения по поводу организации турнира в России, что вызвало у многих болельщиков опасения, связанные с желанием посетить турнир. Но сейчас смело можно говорить о том, что эти опасения не оправдались и Российская Федерация безупречно справилась организацией и проведением Кубка Конфедераций - репетиций Чемпионата мира по футболу 2018.

По ходу турнира мнение зарубежных СМИ начало меняться. Немецкое издание *Der Spiegel* привело высказывания главы ФИФА Джанни Инфантино, который не скупился на комплименты в адрес организаторов. По его словам, Кубок Конфедераций стал «прекрасным контрольным испытанием перед Чемпионатом мира». На этом турнире Россия «широко улыбнулась», показав миру «своё настоящее лицо». В заключении Инфантино добавил, что «если проблематичный турнир выглядит так, то хочется, чтобы все турниры были проблематичными» [6].

Под занавес Кубка Конфедераций корреспондент британской газеты *The Guardian* Шон Уокер подвёл итоги турнира для России в своём материале. «Для страны, где «добро пожаловать» годами состояло из молчаливых, недружелюбных пограничников и очереди алчных таксистов, это значительные перемены к лучшему», — утверждает журналист. «Русских в мире считают либо агрессив-

ными, либо депрессивными. Думаю, Чемпионат мира по футболу покажет всем, что это ерунда» [7].

При этом Уокер отметил, что турнир коснулся только четырёх городов, а через год чемпионат мира пройдёт в 11 городах, но в качестве контраргумента приведено мнение мексиканского студента Франсиско Гарсии, живущего во Франции, который побывал на матчах Кубка Конфедераций. «Я боялся ехать в Россию, но здесь потрясающе! Завтра же начинаю копить на Чемпионат мира», — заявил Гарсия.

Под впечатлением от турнира остался и автор австралийского издания Gold Coast. «Смысл Кубка Конфедераций заключается в подготовке к настоящей работе — приёму Чемпионата мира по футболу. И Россия прошла это испытание на ура. Организация была безупречной, всех болельщиков приняли радушно, а стадионы для турниров отвечают мировым стандартам», — написано в материале [8].

А ведь столь лестные отзывы меняющее отношение к нашей стране касаются только не особо популярного турнира, но блестящее проведение такого мероприятия вселяет надежду. Ведь если Россия под пристальным взглядом всего мира так же дружелюбно организовано безупречно проведет Чемпионат мира, то это может положить начало на трансформацию имиджа государства с агрессивной ледяной военной державы на дружелюбную.

Кажется, что такое узконаправленное событие как Чемпионат мира по футболу охватывает только небольшую группу любителей футбола, однако это абсолютно не так, так как весь мир в той или иной степени приобщается к данному празднику спорта, хотя бы посредством просмотра телетрансляций и потреблением «специфической» рекламы от спонсоров Чемпионата.

Туризм

Россия – страна, где можно делать туристические открытия. Исторические, природные, архитектурные, культурные достопримечательности и развивающаяся инфраструктура с каждым годом привлекают все больше путешественников. Признанный шедевр мировой архитектуры и культуры – Санкт-

Петербург – в 2015 году занял 17-е место в мировом рейтинге лучших туристических направлений Traveller Choice. Казань – на восьмом месте в мире среди развивающихся направлений. В десятку лучших российских туристических мест входят семь городов-организаторов Чемпионата мира: Санкт-Петербург, Москва, Казань, Екатеринбург, Калининград, Сочи и Нижний Новгород.

Во всех без исключения программах подготовки центральной фигурой выступает именно болельщик. На время Чемпионата мира запланирована отмена визового режима для обладателей билетов на матчи. Для болельщиков планируется бесплатный проезд до стадионов, а также удобная система навигации, фан-зоны, где можно будет смотреть трансляции всех матчей бесплатно на большом экране. Такие площадки появятся во многих городах – от западных границ России до Сибири и Дальнего Востока.

С момента оглашения имени страны-хозяйки Чемпионата мира по футболу 2018 года, отношение иностранцев к России довольно сильно изменилось в лучшую сторону. Об этом говорит количество иностранных туристов, посетивших и планирующих посетить нашу страну. По данным Росстата в 2009 году нашу страну в качестве туристов посетили 9192 тысячи иностранных граждан, в 2010г — 12231 тысяча, в 2013г — 17682тысячи, в 2016г – 24571 тысяча, в год проведения Кубка конфедераций 2017 на начало сентября нашу страну посетили 18972 тысяч иностранных туристов

По словам вице-преьера России, президента Российского футбольного союза Виталия Мутко, проведение в России матчей Кубка Конфедераций с 17 июня по 2 июля привело к росту турпотока на уровне 17% в сравнении с аналогичным периодом прошлого года. Возможностью безвизового въезда для болельщиков воспользовались более 27 тысяч иностранцев. Большинство из них приехали из Чили и Мексики [9].

Фактическое лидерство латиноамериканских туристов среди потока болельщиков, тем не менее, расходится с данными по лидерам интереса к мероприятию в билетных поисковиках – здесь лидировали европейцы. Так, согласно статистике momondo, спрос к путешествиям в Россию среди иностранных тури-

стов на период игр Кубка Конфедераций вырос на 34% по сравнению с прошлым годом.

Как сообщила «Вестнику АТОР» российский представитель этого международного мета поисковика Ирина Рябовол, более всего матчами Кубка Конфедераций в нашей стране интересовались жители Германии и Швеции: среди них количество поисков билетов повысилось на 76% и 43% соответственно, и эти страны возглавили топ-10 стран, из которых больше всего туристов собиралось в Россию. На третьем месте оказалась Дания несмотря на то, что продемонстрировала отрицательную динамику. Следом расположились Украина (+36%), Италия (+64%), Казахстан (+7%), Белоруссия (+74%), Испания (+40%), Норвегия (+36%), США (+54%).

Вице-президент РФС Сергей Анохин отметил, что у иностранных болельщиков отмечается повышенный интерес к России в преддверии ЧМ-2018. Ранее в ФИФА сообщили, что получили 3,5 миллиона заявок на билеты на матчи предстоящего мундиала. «Такое количество заявок говорит о большом интересе иностранцев к нашей стране. За время подготовки чемпионата мира в России существенно улучшилась инфраструктура, был успешно проведен Кубок конфедераций, за что мы получили большое количество благодарностей от болельщиков из разных стран. Люди не боятся ехать в Россию, и те, кому суждено попасть на чемпионат мира 2018 года, смогут посмотреть не только Москву и Санкт-Петербург, а и другие города России, которые также очень красивы и в которых есть, чем полюбоваться».

Интерес иностранных туристов к России увеличился на 64% в связи с ЧМ-2018. Рост поисковых запросов на перелёт в города РФ зафиксировал туристический поисковик KAYAK.ru.

14 сентября был анонсирован старт продаж билетов на матчи ЧМ-2018, и уже за этот день спрос иностранных туристов на билеты в Россию резко увеличился по сравнению с 7 сентября.

Особый интерес проявили страны южноамериканского континента: Колумбия, Мексика, Аргентина и Бразилия — их болельщики возлагают большие

надежды на победу своих сборных. Далее следуют Испания, США, Германия, Франция и Великобритания.

Больше всего футбольные фанаты хотят попасть в Москву и Санкт-Петербург, где пройдёт наибольшее количество матчей. Также активно рассматривают Сочи, Казань, Самару, Ростов-на-Дону и Нижний Новгород.

Эксперты проанализировали информацию о том, сколько человек искало авиабилеты в Россию для путешествий на время ЧМ-2018. Рассматривался промежуток с 14 сентября, когда началась продажа билетов на матчи чемпионата, по 19-е число того же месяца.

На втором месте по количеству соответствующих онлайн-запросов находятся мексиканцы. Замыкают тройку граждане Аргентины. Четвертая позиция досталась Бразилии, пятая — Испании. В топ в порядке убывания также попали США, Германия, Франция и Великобритания.

Помимо этого, специалисты выяснили, что 14 сентября запросов на перелёты в Россию на период ЧМ стало на 64 процента больше, нежели неделей ранее. В тройку самых популярных среди иностранцев городов, принимающих матчи чемпионата, вошли Москва, Санкт-Петербург и Сочи.

Ранее сообщалось, что турпоток в российскую столицу может вырасти до 20 миллионов человек в 2018 году благодаря проведению этого спортивного турнира.

Развитие инфраструктуры и влияние на экономику России

Чемпионат мира — это богатое наследие для страны. Соревнования такого уровня служат стране-хозяйке не месяц и не сезон, а годы и десятилетия. Материальное наследие — это современные стадионы, на которых потом будут играть и городские клубы, и команды международного уровня, а также дороги, аэропорты, гостиницы.

В нематериальном плане Чемпионат мира — это катализатор роста интереса и к футболу, и к спорту в целом, лучшая реклама здорового образа жизни. А еще это турнир, который движет вперед тренерскую мысль, выступает в качестве площадки для обмена мнениями между специалистами. Это прекрасная

стартовая площадка для тех, кто планирует посвятить себя работе в области спортивного менеджмента или волонтерского движения. Это тест самых продвинутых систем управления. В конце концов, Чемпионат мира — это шанс показать миру гостеприимство, щедрость и надежность того, кому выпали счастье и ответственность стать его хозяином.

Проведение и подготовка к чемпионату мира по футболу 2018 года в России обеспечат государству около 1% ВВП за 2013-2018 годы, это 867 миллиардов рублей, сообщает РИА Новости [10]. Эксперты оценивали экономическое, социальное и экологическое влияние в период подготовки к ЧМ-2018. 85 процентов от общего вклада в ВВП составили инвестиции в инфраструктуру и операционные расходы, 15 процентов из них было потрачено на туризм. 50 процентов от расходов было вложено в транспорт, который будет использоваться после чемпионата мира.

Кроме того, согласно отчету влияние ЧМ-2018 на ВВП каждый год может составлять от 150 до 210 миллиардов рублей в ближайшие пять лет.

Чемпионата мира 2018 по футболу дал огромный толчок развитию инфраструктуры городов-участников. Открыты и реконструированы новый терминал аэропорта в Вологде, открыт новый терминал в аэропорту «Шереметьево», реконструирован вокзал в Нижнем Новгороде, открыт терминал в аэропорту Хабаровска, построены десятки новых отелей, стадионов и тренировочных баз в десятках городов России. В Москве открыты пять новых станций метро и это лишь не многое из того что было сделано в преддверии турнира.

Мероприятия по подготовке и проведению ЧМ-2018 позволили создать до 220 тыс. новых рабочих мест, преимущественно в строительной и туристической отраслях.

Города России, в которых пройдут матчи чемпионата мира по футболу в 2018 году, планируют в полной мере использовать предстоящий турнир для собственного развития; власти регионов рассчитывают, что наследие турнира позволит повысить вовлеченность молодых людей в занятия футболом, развить

волонтерское движение и легкую атлетику, повысить доходы, решить транспортные проблемы и даже создать наукограды.

Главное мировое футбольное событие принесет регионам не только «спортивные дивиденды», но и вполне осязаемое социально-экономическое развитие. В Саранске часть площадей главного стадиона «Мордовия-Арена» планируется отдать под коммерческую недвижимость: кафе, рестораны, центры красоты и другие объекты частного бизнеса. По задумке властей региона, в перспективе это должно привести к увеличению доходов, и, соответственно, к снижению стоимости содержания спортивного объекта.

Самарские власти намерены проводить на стадионе концерты, выставки, а на одной из трибун должен разместиться музей-центр самарского клуба «Крылья Советов», два уровня другой трибуны отдадут под фитнес-центр, школу танцев и детский развлекательный центр.

Кроме того, лесной массив, примыкающий к стадиону с востока, после окончания мирового первенства превратится в парковую зону площадью 87 га. Предполагается построить пешеходные маршруты, оборудованные навигационной системой, велодорожки, английский парк, появятся газоны с авто поливом, будет организовано наружное освещение и архитектурная подсветка.

Схожая ситуация и Волгограде, где вокруг стадиона "Волгоград-Арена" формируется зона активного отдыха. В Центральном парке культуры и отдыха ведется масштабная реконструкция. Концепция парка предусматривает создание политехнической экспозиции «Нобелевский городок», зоны этнокультурного мира, аквапарка, рассчитанного на тысячу посетителей, аттракционов, многочисленных зон для игр и занятий спортом [11].

Внимание туристов, которое привлечет чемпионат мира, будет подкреплено наследием в виде развития транспортной инфраструктуры в городах России. В Ростове-на-Дону к наследию турнира относится аэропорт «Платов»; предполагается, что он будет не только обслуживать базовый пассажиропоток Ростовской области и Южного федерального округа, но и обеспечит стыковки рейсов между Азией и странами СНГ с Европой. «В перспективе он возьмет на

себя часть трафика московских аэропортов. Жители как Ростовской области, так и соседних федеральных округов смогут летать во многие города и страны, минуя Москву», - поясняют в министерстве по физической культуре и спорту Ростовской области.

Также масштабная реконструкция в преддверии чемпионата мира была начата в 2014 году в международном аэропорту Волгограда. «Планируется, что после завершения второго, заключительного этапа реконструкции пропускная способность аэропорта достигнет требуемых Международной федерацией футбола 1450 человек в час», — сказали в пресс-службе администрации региона. Также в мае 2018 года планируется запустить авиа экспресс (железнодорожное сообщение) из центра Волгограда до аэропорта.

Отношение граждан России к чемпионату мира по футболу 2018.

Чемпионат мира по футболу FIFA 2018 в России, судя по опросам респондентов по всему миру, является самым популярным спортивным событием на планете. Исследования провела глобальная компания-измеритель Nielsen, опросив примерно 2500 россиян в возрасте от 11 до 69 лет и 1200 жителей 23 других стран в той же возрастной группе.

Согласно статистике, уровень осведомленности о Чемпионате мира по футболу в России и мире остается предельно высоким. Среди россиян 95 % респондентов знают о проведении этого турнира, а в среднем по миру о Чемпионате мира слышали 88 %.

Также 77 % опрошенных в России считают, что страна будет хорошей хозяйкой для ЧМ-2018, такого же мнения придерживаются 54 % респондентов в мире. 72 % опрошенных россиян полагают, что репутация нашей страны за рубежом по итогам турнира будет улучшена.

За четыре года значительно выросло число граждан России, положительно оценивающих факт проведения в РФ чемпионата мира по футболу. Об этом свидетельствуют результаты опроса, проведенного фондом «Общественное мнение» (ФОМ).

Исходя из полученных данных, аналитики ФОМ выяснили, что в настоящее время 74% жителей страны относятся к мундиалю — 2018 положительно, в то время как в июле 2014 года проведение чемпионата поддерживали лишь 58% опрошенных.

Также отмечается, что число тех, кто относится к данному событию негативно, за прошедшие четыре года не уменьшилось. Не желают видеть мундиаль у себя в стране те же самые 10% опрошенных. Ещё 15% не определились с отношением к спортивному событию [12].

Отношение иностранных граждан к кубку конфедераций и чемпионату мира 2018.

К удивлению иностранных журналистов, Кубок конфедераций не превращается в фестиваль насилия, каким его вместе с грядущим Чемпионатом мира 2018 года представляли некоторые издания и телеканалы, снимавшие по данному поводу документальные фильмы устрашающего содержания.

Ни одного акта агрессии в отношении никого из гостей турнира пока не отмечено. Наоборот, в криминальные хроники попали сами иностранные фанаты: колумбиец и двое чилийцев изувечили в Москве такси, водитель которого не смог понять их речь.

Английская газета «Guardian» следит за приехавшими на турнир поклонниками сборной Австралии. По словам болельщиков, посетивших игру своей команды в Сочи против сборной Германии, местные жители отнеслись к ним с повышенным гостеприимством и дружелюбием.

Одно отмечают: трудно было попасть на стадион «Фишт» — чуть ли не каждый встречный стремился сфотографироваться с гостями с Зеленого континента.

Издание оценило прекрасную работу организационного комитета по обеспечению удобства посещения иностранными болельщиками нашей страны. Отмечается прежде всего отмена виз в Россию для всех обладателей Fan ID — документа, бесплатно выдаваемого при покупке билета на матчи турнира.

Журналисты Guardian отметили и реконструкцию аэропортов и других транспортных объектов принимающих кубок городов, где установлены понятные англоязычные схемы проезда, а также слаженную работу команды волонтеров.

Больше всех побеспокоиться о проявлениях расизма (после нагнетания страстей иностранной прессой) должны были бы 250 болельщиков из Камеруна, которые бесстрашно приехали в Россию в сопровождении восьми журналистов. К ним на играх сборной присоединились представители диаспоры этой африканской страны, в основном студенты, обучающиеся в российских ВУЗах.

«Ни с какими проявлениями расизма здесь я пока не сталкивался. Люди кругом добрые и открытые, единственной проблемой является языковой барьер», — приводит слова камерунского журналиста Леопольда Чачуанга портал ESPN.

По информации этого же источника, когда группа камерунских фанатов заблудилась в Москве, имея с собой только карту на русском языке, рядом с ними остановилась машина с русской парой. Москвичи предложили гостям свою помощь, заказали им такси до нужного места и даже оплатили его.

Хвалят обстановку на турнире и чилийцы, которые неожиданно приехали в Россию в составе нескольких тысяч человек, и перед игрой своей команды с Камеруном на стадионе «Спартак» оккупировали многие питейные заведения в центре Москвы.

«Пока все хорошо. Никакого расизма я не встречал. Здесь все очень здорово, и мы чувствуем гостеприимство», — приводит слова одного из посетивших Москву чилийских болельщиков Sky Sports.

Новозеландские журналисты, в свою очередь, отмечают повышенный уровень безопасности во время спортивных мероприятий и необходимость при этом регулярно проходить проверки, в том числе личных вещей.

Они, тем не менее, относятся к этому с пониманием в условиях террористической угрозы и замечают, что все проверки проводятся со знанием дела и

предельно корректно. Русские стремятся показать себя гостеприимными хозяевами, и это им пока удается, сообщает Stuff.co.nz

Интересно, что ряд иностранных болельщиков, приехавших в Россию на Кубок конфедераций, уже заявляют о том, что бронируют туры на ЧМ-2018. Они активно делятся от посещения столицы своими впечатлениями и говорят, что хотят посетить и другие российские города, пишет сайт НТВ.Ru.

Например, турист из Польши Пита Стжелка приехал в Россию болеть исключительно за красивый футбол, а открыл для себя еще и русскую кухню, которая пришлась ему по вкусу.

«Очень похожа на нашу польскую кухню, — говорит поляк. — Я как раз по ней очень соскучился, потому что сейчас живу в Брюсселе, а там у них все другое». Тут же, говорит болельщик, «в какой ресторан ни зайди, везде очень вкусно кормят».

А болельщик из Великобритании по имени Джоэл признается: «Красная площадь — это, наверное, одно из самых красивых мест, какие я только видел».

«Я обязательно еще приеду сюда, даже если не ради футбола», — говорит британский болельщик и поясняет: «Потому что для туристов здесь просто рай».

А еще, признается британец, он очень ждет Чемпионат мира по футболу в России, потому что хочет посмотреть «еще что-нибудь, помимо Москвы».

В целом можно констатировать, что Кубок конфедераций пока опровергает прогнозы того, что Россия неспособна нормально провести крупный футбольный турнир. Есть основания полагать, что и это соревнование, и грядущий через год Чемпионат мира по футболу запомнятся всем как праздник спорта и дружбы, а не как фестиваль насилия, что ранее предрекали нам западные СМИ.

Европейские блогеры и журналисты в рамках пресс-тура РЖД неделю путешествовали по городам — организаторам чемпионата мира по футболу 2018 года. По итогам путешествия по Москве, Нижнему Новгороду, Казани и Екатеринбургу журналисты поделились с ТАСС впечатлениями от городов,

стадионов, транспорта, а также рассказали о том, что ждет болельщиков со всего мира следующим летом.

Франческо Пейтрелла (Италия, gianlucadimarzio.com): Россия — удивительная страна, мне было любопытно в ней побывать, ведь она наполнена историей и культурой. Каждый город, который мы видели, был уникален. Казань понравилась мне больше всего, на втором месте Екатеринбург. Везде есть, что посмотреть. Но кое-что я не предусмотрел — не думал, что будет так холодно.

Думаю, что в Россию приедет много болельщиков, но вполне вероятно, что многие не знают, что это на самом деле за страна, боятся больших расстояний. Наша работа заключается в том, чтобы рассказать людям о России, о том, что она максимально открыта и доступна.

Если говорить о городах, то лучшим, пожалуй, была Казань. Она отличается от остальных своей культурой. Конечно, очень впечатлила Москва. А из стадионов больше всего понравилась «Казань-Арена», особенно отель, который в ней расположен, и пространство, предназначенное для детей.

Набиль Белансе (Франция, Сора90): Мне было очень любопытно посетить Россию и посмотреть, как она готовится к проведению чемпионата мира. Это путешествие получилось достаточно спонтанным и неожиданным, но в итоге я остался в восторге от увиденного! В России я почувствовал настоящую силу воли, благодаря которой можно провести турнир максимально успешно. Конечно, какие-то вещи еще нужно улучшать, к примеру, знание английского языка. Из-за того, что на английском в России говорят лишь немногие, во время чемпионата мира могут возникнуть довольно неудобные и даже забавные ситуации. Впрочем, это мелочь.

Из городов, в которых удалось побывать, мне больше всего понравились Казань и Москва. В столице Татарстана меня удивило, насколько мирно здесь сосуществуют две религии. Город оказался очень колоритным, удобным и для туристов, и для его жителей. Москва — красивейший европейский город, в котором есть все, что нужно для комфортной жизни.

Марко Келлер (Швейцария, Tages-Anzeiger): Думаю, что чемпионат мира в России будет организован очень хорошо. На протяжении поездки вокруг нас всегда было много людей, которые были готовы помочь в любых вопросах. Стадионы, которые мы посетили, оказались замечательными.

Мне кажется, что большие расстояния между городами не станут проблемой во время проведения чемпионата мира. Транспортная сеть в России развита достаточно хорошо и люди смогут выбирать, на каком из видов транспорта им комфортнее передвигаться между городами — на самолетах или на поездах. И я бы отметил Москву и Казань. Стадионы в этих городах великолепны, а люди улыбки и добры.

Мачек Краучук (Польша, Footroll): Я по-настоящему впечатлен тем, что увидел в России. Перед поездкой я плохо представлял, что ждет меня в России, но никак не ожидал, что все настолько хорошо! Мы посетили совершенно разные города. Каждый из них уникален, по-своему приятен.

В России хорошо сочетаются история и современные решения. Инфраструктура и транспорт находятся на прекрасном уровне, люди открыты для туристов. Я уверен в том, что у России не возникнет проблем с проведением матчей чемпионата мира. Атмосфера на стадионах будет доброй. Надеюсь, что и за пределами арен не произойдет никаких проблем.

Из стадионов самое большое впечатление на меня произвели «Лужники». Эта арена сочетает в себе историю и современные технологии.

Мартин Грюнер (Германия, Kicker): Огромная страна с множеством интересных вещей и очень дружелюбными людьми. Здесь разные народы, разные миры, а Москва сильно отличается от остальной России.

Чемпионат мира-2018 — это новый опыт для болельщиков и для граждан РФ. С футбольной точки зрения я надеюсь, что игроки будут не так истощены после длинного сезона, как это было в прошлом году на Евро-2016 во Франции, из-за чего было немного скучно. Для атмосферы будет хорошо, чтобы Россия вышла в четвертьфинал. Но я, честно говоря, сомневаюсь, что это случится.

Матье Годефруа (Бельгия, Het Laaste Nieuws): Россия показалась мне увлекательной страной. Меня особенно удивили Казань и Екатеринбург — я не ожидал, что это настолько красивые города. Если говорить о разочарованиях, то это Нижний Новгород.

Думаю, турнир произойдет без особых проблем. Инфраструктура, стадионы, дороги и железнодорожное сообщение, на мой взгляд, уже сейчас готовы принять чемпионат мира.

Мартино Симчик (Англия, Сора90): Казань — красивый город, везде есть спортивные комплексы. Еда в этом городе просто потрясающая. Люди в Казани отличаются от жителей других городов — это настоящие евразийцы! Здесь есть, где развлечься, много баров.

Екатеринбург — один из самых удивительных городов, которые я видел. На первый взгляд, здесь 70% женщин выглядят как супермодели. Екатеринбург долгое время был закрытым для иностранцев городом, а во время чемпионата мира примет небывалое для себя количество туристов.

Трафик в Москве, как и во всех крупных городах мира, очень плотный, поэтому болельщикам будет важно правильно использовать развитую сеть общественного транспорта. Бесконечные эскалаторы московского метро превратятся в сцену для выступлений болельщиков, и это будет абсолютно невероятно!

Мы часто перемещались на поездах, и, как мне кажется, для максимального комфорта в вагонах не хватает телевизоров, по которым можно было бы смотреть матчи чемпионата мира во время долгой дороги.

Для россиян чемпионат мира — хорошая возможность познакомиться с другими народами всего мира. Сцены, когда болельщики из разных стран празднуют вместе победы, вместе отдыхают, поют, бросают вызов предрассудкам! Именно здесь футбольные фанаты покажут миру, кто и чего на самом деле стоит!

Примечания;

[1]Медведев Д.А. Реализация ресурса «мягкой силы» во внешнеполитической стратегии России//Мягкая сила. Мягкая власть. Междисциплинарный анализ. Коллективная монография / Под ред. Е.Г. Борисовой. - М.: ФЛИНТА, Наука, 2015. С.50.

[2] Концепция внешней политики Российской Федерации от 12.02.2013 [Электронный ресурс]// Официальный сайт МИД РФ. – Режим доступа: http://archive.mid.ru/brp_4.nsf/0/6D84DDEDEDDBF7DA644257B160051BF7F

[3]Медведев Д.А. Реализация ресурса «мягкой силы» во внешнеполитической стратегии России//Мягкая сила. Мягкая власть. Междисциплинарный анализ. Коллективная монография / Под ред. Е.Г. Борисовой. - М.: ФЛИНТА, Наука, 2015. С.50.

[4] Grix J., Lee D. Soft Power, Sports Mega-Events and Emerging States: The Lure of the Politics of Attraction // Global Society. 2013. №27. P. 527-528

[5] Россия 2018-Турнир мечты [Электронный ресурс]: Режим доступа <http://welcome2018.com/worldcup/russia/>

[6] Организация была безупречной»: иностранные СМИ об итогах Кубка конфедераций в России[Электронный ресурс]: Режим доступа <https://russian.rt.com/sport/article/406104-kubok-konfederacii-inostrannye-smi-reaksiya>

[7] «Если проблематичный турнир выглядит так, то хочется, чтобы все турниры были проблематичными» [Электронный ресурс]: Режим доступа <https://russian.rt.com/sport/article/406104-kubok-konfederacii-inostrannye-smi-reaksiya>

[8] «Завтра же начинаю копить на чемпионат мира» [Электронный ресурс]: Режим доступа <https://russian.rt.com/sport/article/406104-kubok-konfederacii-inostrannye-smi-reaksiya>

[9] Репетиция ЧМ 2018 – предварительные итоги и выводы [Электронный ресурс] Режим доступа <https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/39796.html>

[10] Доходные игры. Сколько Россия заработает на чемпионате мира по футболу [Электронный ресурс] Режим доступа <https://ria.ru/economy/20180429/1519653724.html>

[11] Что регионы РФ будут делать с объектами после ЧМ-2018 [Электронный ресурс] Режим доступа <https://sport.rambler.ru/other/38164821-что-regiony-rf-budut-delat-s-obektami-posle-chm-2018/>

[12] Чемпионат мира по футболу – 2018 Фонд общественного мнения
Чего ждут россияне от Чемпионата мира по футболу, который пройдет в нашей стране [Электронный ресурс] Режим доступа <http://fom.ru/Zdorove-i-sport/14001>

Заключение

Поскольку современные международные отношения включают в себя множество сфер, то увеличение акторов и усиление конкуренции на международной арене привели к появлению новых инструментов взаимодействия. Наука о международных отношениях на протяжении долгого времени была сосредоточена на изучении вопросов безопасности и военной силы, и лишь в начале 2000-х годов области начинают появляться первые аналитические работы по исследованию спорта как политического инструмента. Введенная в научный оборот Дж. Наем концепция «мягкой силы» сделала особый акцент на использовании непринудительных механизмов и инструментов в мировой политике, таких как спорт. «Мягкая сила» используется государствами с целью обмена универсальными ценностями (например, ценностями спорта, такие как «честная игра»), с помощью которых они могут продемонстрировать свои положительные стороны.

Примером инструмента «мягкой силы» в сфере спорта может послужить спортивное мега-событие. Во-первых, спортивное мега-событие несет за собой значительные социальные, политические, экономические и другие последствия для страны-организатора. Во-вторых, данное мероприятие характеризуется присутствием средств массовой информации, что позволяет привлекать внимание мирового сообщества. Проведение спортивных мега-событий также является местом для использования публичной дипломатии. Например, церемонии открытия спортивных мега-событий представляют собой уникальную площадку, на которой страна-организатор имеет возможность показать положительные аспекты своей истории и культуры зрителям из других стран.

Интерес мирового сообщества к спортивным мега-событиям, которые освещаются средствами массовой информации, создают особые возможности для государств. К возможностям, направленным на внешнюю среду и внешнюю аудиторию, относятся: использование политики, направленной на привлечение внимания мирового сообщества, улучшение имиджа и репутации государства

на мировой арене, усиление «фактора хорошего самочувствия» страны и демонстрацию ее сильных сторон. Эти возможности тесно взаимосвязаны, так как они способны повлиять не только на внутривнутриполитическую обстановку, но и на внешнеполитический имидж страны.

В 2018 году мировое сообщество ждет от России мероприятия крупного масштаба – проведения Чемпионата мира по футболу.

Получение страной права на проведение престижного международного соревнования, яркие победы атлетов активизируют патриотические чувства граждан, сплачивают нацию, выступая как эффективное средство консолидации масс. Кроме того, проведение престижного спортивного мероприятия формирует имидж государства за рубежом. Олимпийские игры, Чемпионаты мира и Европы давно уже являются не просто состязанием атлетов, а настоящей политической борьбой, поскольку спорт всегда являлся самой мощной формой национального самовыражения. Все это позволяет политической элите использовать спорт в качестве инструмента «мягкой силы» политического воздействия на мировое сообщество.

Чемпионат мира по футболу – 2018 можно рассматривать как одну из моделей обновления социального пространства в современных условиях российского общества, так как именно подобные мероприятия обеспечивают концентрацию усилий на масштабных имиджевых проектах и призваны стимулировать не только экономический рост, структурную перестройку многих отраслей деятельности, но также мобилизовать идеологические ресурсы страны-хозяйки.

Список используемых источников

1. Боголюбова Н.М., Николаева Ю.В. Спорт в палитре международных отношений: гуманитарный, дипломатический и культурный аспекты. - Санкт-Петербург: СПбГУ, 2011, С.4-5.
2. Василенко И.А. Имидж России: концепция национального брендинга // Проблемный анализ и государственно-управленческое проектирование. 2012. № 4. С. 67.
3. Гаджиев К.С. Имидж государства в контексте идеологий. М.: Андалус, 2007. С 40
4. Галумов Э.А. Имидж против имиджа. М.: Известия, 2005. С. 371.
5. Григоревич В. Всеобщая история физической культуры и спорта / В. В. Григоревич. М.: Советский спорт, 2008. – 285 с.
6. Извеков Н.Н. Факторы, формирующие образ страны в окружающем мире // Обозреватель. 2010. № 1. С. 55.
7. Мартыненко С.Е. Роль спортивной дипломатии в международных отношениях и внешней политике/ С.Е. Мартыненко – Москва: РУДН, 2015. – 152 с.
8. Медведев Д.А. Реализация ресурса «мягкой силы» во внешнеполитической стратегии России//Мягкая сила. Мягкая власть. Междисциплинарный анализ. Коллективная монография / Под ред. Е.Г. Борисовой. - М.: ФЛИНТА, Наука, 2015. С.50.
9. Пасынкова В. Спорт и политика в Европе / В. Пасынкова. СПб.: Норма, 2014. – 224 с.
10. Перельгина Е.Б. Психология имиджа. М.: Аспект-Пресс, 2002. С 21
11. Семененко И.С. Образы и имиджи в дискурсе национальной идентичности // Полис. Политические исследования. 2008. № 5. С. 10.
12. Столяров В.И. Современный спорт и олимпийское движение в системе международных отношений / В. И. Столяров, С. Ю. Баринов, М. М. Орешкин. М.: Анкил, 2009. – 348 с.

- 13.Суворова И.С. Государственная политика как инструмент формирования имиджа страны // Государственное управление. Электронный вестник. 2013. № 40. С. 154.
- 14.Цыганков П. Политическая социология международных отношений / П. Цыганков. М.: Радикс, 1994. – 208 с.
- 15.Allison, L., Monnington T. Sport, prestige and international relations // The Global Politics of Sport. 2005. – P. 1-25.
- 16.Aron R. Peace and War. A Theory of International Relations / R. Aron. Malabar, Florida.: Robert E. Krieger Publishing Company, 1981. – 820 p.
- 17.Dahl Robert A. The Concept of Power // Behavioral Science, 2:3, July 1957. P.201
- 18.Independent International Fact-Finding Mission on the Conflict in Georgia (September 2009). — Volume II. — Chapter 6: Use of Force. — P. 227—295.
- 19.Freeman K. Sport as swaggering: utilizing sport as soft power // Sport in Society: Cultures, Commerce, Media, Politics. – 2012. – №15. – P. 1260-1274
- 20.Grix J. 'Image' Leveraging and Sports Mega-Events: Germany and the 2006 World Cup // Journal of Sport and Tourism. – 2012. – №17. – P. 289–312.
- 21.Grix J., Lee D. Soft Power, Sports Mega-Events and Emerging States: The Lure of the Politics of Attraction // Global Society. – 2013. – №27. – P. 521-536
- 22.Resolution 1633 (2008): The consequences of the war between Georgia and Russia, par. 4—7
- 23.McLaren Independent Investigation Report. Part 1. [Электронный ресурс]: Режим доступа <https://www.wada-ama.org/en/resources/doping-control-process/mclaren-independent-investigation-report-part-i> – Загл. с экрана.
- 24.Müller M. After Sochi 2014: costs and impacts of Russia's Olympic Games // Eurasian Geography and Economics. – 2014. – №55. – P. 628-655
- 25.Müller M. What makes an event a mega-event? Definitions and sizes // Leisure Studies, 2015. – P. 1-17.
- 26.Knorr K. The Power of Nations. New York, 1975. P.9.

27. Nye J. (Jr.) *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. NY: Public Affairs, 2004.
28. Nye J. (Jr.) *Soft Power* // *Foreign Policy*, No. 80, Twentieth Anniversary (Autumn, 1990).
29. Roche M. *Mega-Events and Modernity: Olympics and Expos in the Growth of Global Culture* / M. Roche. London: Routledge, 2000. – 281 p.
30. Электронный портал «Кавказский узел» Пятидневная война (8-12 августа 2008 года) [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://www.kavkaz-uzel.eu/articles/210899/> – Загл. с экрана.
31. Электронный портал «Деловые новости» [Электронный ресурс]: Режим доступа <http://delonovosti.ru/analitika/3567-rol-myagkoj-sily-rossii-v-formirovanii-blagopriyatnogo-biznes-klimata.html>
32. Концепция внешней политики Российской Федерации от 12.02.2013 [Электронный ресурс]// Официальный сайт МИД РФ. – Режим доступа: http://archive.mid.ru/brp_4.nsf/0/6D84DDEDEDBF7DA644257B160051BF7F
33. «Организация была безупречной»: иностранные СМИ об итогах Кубка конфедераций в России [Электронный ресурс]: Режим доступа <https://russian.rt.com/sport/article/406104-kubok-konfederacii-inostrannye-smi-reakciya>
34. Электронный портал «Чемпионат» [Электронный ресурс]: Режим доступа <https://www.championat.com/football/news-669446-putin-ne-poedu-v-cjurikh-iz-uvazhenija-k-chlenam-ispolkoma-fifa.html> - Загл. с экрана
35. Электронный портал «Чемпионат» [Электронный ресурс]: Режим доступа <https://www.championat.com/football/news-670430-sorokin-chempionat-mira-otkroet-dlja-rossii-novye-perspektivy.html> - Загл. с экрана
36. Электронный портал «Чемпионат» [Электронный ресурс]: Режим доступа <https://www.championat.com/football/news-670336-mutko-poobeshhal-vyuchit-anglijskij.html> Загл. с экрана

- 37.Электронный портал «Чемпионат» [Электронный ресурс]: Режим доступа <https://www.championat.com/football/article-72436-vsjo-o-vyborakh-strany-khozjajki-chm-2018.htm> - Загл. с экрана
- 38.Электронный портал «Чемпионат» [Электронный ресурс]: Режим доступа <https://www.championat.com/football/news-670380-shuvalov-vybiraja-rossiju-fifa-nichem-ne-riskuet.htm> - Загл. с экрана
- 39.Электронный портал «Интерфакс» [Электронный ресурс]: Режим доступа <http://www.interfax.ru/russia/163002> - Загл. с экрана
- 40.Электронный портал «Интерфакс» [Электронный ресурс]: Режим доступа <http://www.interfax.ru/sport/167466> - Загл. с экрана
- 41.Электронный портал «ТАСС» [Электронный ресурс]: Режим доступа <http://tass.ru/sport/2022878> - Загл. с экрана
- 42.Электронный портал «Политика сегодня» [Электронный ресурс]: Режим доступа <https://polit.info/328864-nemeckie-politiki-podnyali-vopros-o-boikotirovanii-chm-2018-po-futbolu-v-rossii> - Загл. с экрана
- 43.Электронный портал «Сегодня» [Электронный ресурс]: Режим доступа <https://www.segodnya.ua/sport/football/byvshiy-trener-sbornoy-gollandii-prizval-boykotirovat-chm-2018-v-rossii-538267.html> - Загл. с экрана
- 44.Электронный портал «Sport.ua» [Электронный ресурс]: Режим доступа <http://football.sport.ua/news/243215> - Загл. с экрана
- 45.Не зависимый информационный портал России и Беларуси «SVOPI.ru» [Электронный ресурс]: Режим доступа <https://svopi.ru/sport/163783> - Загл. с экрана
- 46.Электронный портал hfom.ru [Электронный ресурс]: Режим доступ fom.ru/Zdorove-i-sport/14001 Загл. с экрана
- 47.Электронный портал «Деловые новости» [Электронный ресурс]: Режим доступа <http://delonovosti.ru/analitika/3567-rol-myagkoy-sily-rossii-v-formirovanii-blagopriyatnogo-biznes-klimata.html>

- 48.Репетиция ЧМ 2018 – предварительные итоги и выводы [Электронный ресурс] Режим доступа <https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/39796.html>
- 49.Доходные игры. Сколько Россия заработает на чемпионате мира по футболу [Электронный ресурс] Режим доступа <https://ria.ru/economy/20180429/1519653724.html>
- 50.Россия 2018-Турнир мечты [Электронный ресурс]: Режим доступа <http://welcome2018.com/worldcup/russia/>
- 51.Что регионы РФ будут делать с объектами после ЧМ-2018 [Электронный ресурс] Режим доступа <https://sport.rambler.ru/other/38164821-что-регионы-рф-будут-делат-с-обектами-после-чм-2018/>

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КРАСНОЯРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ им. В.П. АСТАФЬЕВА»
кафедра политологии и права

ОТЗЫВ

научного руководителя выпускной квалификационной работы

Тема работы:

Международные спортивные мега-события как инструмент мягкой силы в политике на примере Чемпионата мира по футболу 2018 и Кубка конфедераций 2017 по футболу.

Автор (студент): Белов Дмитрий Юрьевич

Группа: **44**

Кафедра политологии и права

Направление: 41.03.04. – Политология.

Профиль: Российская политика

Отмеченные достоинства. Выпускная квалификационная работа выполнена на одну из актуальных тем, так как спортивные события в настоящее время являются одним из важнейших инструментов мягкой силы в международной дипломатии.

Автором достаточно полно изучены теоретические основы данной темы, определены слагаемые международного имиджа государства. В работе рассмотрены особенности применения «мягкой силы» в политике России и определена роль крупных международных спортивных мега-событий в формировании позитивного имиджа России (на примере «Чемпионата мира по футболу 2018» и «Кубка конфедераций 2017»).

Во время написания работы студент проявил самостоятельность, исполнительность и добросовестность.

Все вопросы выпускной квалификационной работы раскрыты грамотно и аргументировано, замечаний по оформлению и содержанию работы нет.

Заключение: Представленная работа соответствует всем требованиям, предъявляемым ФГОС по направлению 41.03.04.- Политология, к выпускным квалификационным работам, рекомендуется к защите.

Научный руководитель:



к. полит. н., доцент

Воробьев А.П.

08 июня 2018г.



АНТИПЛАГИАТ
ТВОРИТЕ СОБСТВЕННЫМ УМОМ

Красноярский государственный
педагогический университет им.
В.П.Астафьева

СПРАВКА

о результатах проверки текстового документа
на наличие заимствований

Проверка выполнена в системе
Антиплагиат.ВУЗ

Автор работы	Дмитрий Белов Юрьевич
Факультет, кафедра, номер группы	Исторический факультет кафедра политологии и права
Тип работы	Не указано
Название работы	Белов Дмитрий Юрьевич. Международные спортивные мега-события как инструмент мягкой силы в политике на примере Чемпионата мира по футболу 2018 и кубка Конфедераций 2017 по футболу
Название файла	ukr Belov.docx
Процент заимствования	31,59%
Процент цитирования	2,96%
Процент оригинальности	65,45%
Дата проверки	18:04:54 31 мая 2018г.
Модули поиска	Сводная коллекция ЭБС; Цитирование; Модуль поиска Интернет; Модуль поиска "НГПУ им. В.П. Астафьева"; Модуль поиска перефразирований Интернет; Модуль поиска общеупотребительных выражений; Кольцо вузов
Работу проверил	Воробьев Антон Павлович ФИО проверяющего
Дата подписи	08.06.18 

Чтобы убедиться
в подлинности справки,
используйте QR-код, который
содержит ссылку на отчет.



Ответ на вопрос, является ли обнаруженное заимствование корректным, система оставляет на усмотрение проверяющего. Предоставленная информация не подлежит использованию в коммерческих целях.