

Автор:

Глазатов Артем Валерьевич – аспирант кафедры «Политология, история и социальные технологии» МГУПС (МИИТ)

127994, г. Москва, ул. Образцова, д. 9, стр. 9, ауд. 8405.

Тел. раб.: (495) 684-21-28, e-mail: avf2010@yandex.ru

Глазатов А.В.

Имиджформирующее значение спорта в условиях современных информационно-политических кампаний

Не без сожаления приходится констатировать, что спортивные события и мероприятия последних лет, организуемые и происходящие на международном уровне, привлекают к себе внимание не только поклонников спорта высоких достижений, болельщиков национальных сборных команд, широкой зрительской аудитории. К чемпионатам по различным видам спорта, первенствам и турнирам континентального и глобального уровня все чаще проявляют интерес различные политические силы и структуры, включая государства и их союзы. И если раньше большой спорт лишь иногда попадал в поле зрения лиц, принимающих политические решения, то сегодня есть все основания считать, что он стал одним из важнейших ресурсов политики, прежде всего той ее части, которая связана с коммуникативными практиками, включая информационные кампании, с формированием и продвижением имиджа соответствующего политического субъекта внутри страны и на международной арене.

Непрекращающаяся череда так называемых «допинговых скандалов» в отношении российских спортсменов, постоянно раскручиваемая в средствах массовой информации зарубежных, прежде всего западноевропейских и североамериканских государств, свидетельствует о наличии определенного политического заказа на подобного рода публикации, комментарии, репортажи и т.п. контент, в свою очередь, являющегося одним из элементов глубоко эшелонированной геополитической стратегии альянса англосаксонских стран и их союзников по формированию негативного имиджа России на международной арене с целью ее сдерживания и последующего разрушения. Причем негативного во всем, во всех сферах жизни общества и государства, включая спорт. Именно таким образом оппоненты пытаются очернить выдающиеся достижения нашей страны, ее успехи во внутренней

политике (например, в условиях продолжающегося почти десятилетие глобального финансово-экономического кризиса его последствия для отечественной социальной сферы оказались не столь катастрофичными, как это произошло во многих зарубежных государствах), а также ее последовательный и взвешенный внешнеполитический курс (в частности, эффективное участие в борьбе с международной террористической группировкой «ИГИЛ», в том числе на территории Сирии).

Общеизвестно, что русофобия уходит корнями в историю позднего Средневековья и Нового времени, когда на востоке европейского континента начало формироваться и крепнуть централизованное Московское, а затем и Российское государство. До наших дней дошло немало письменных источников, являющихся яркими свидетельствами того, как не только ошибочно, но и просто неадекватно воспринимали Русь и Россию приезжие из других, прежде всего европейских государств. Уже тогда наша страна становилась предметом одновременно огульной критики, злых насмешек, необъяснимого страха, нескрываемой зависти и т.д. со стороны многих иностранцев, начиная отдельными монаршими особами и заканчивая рядовыми обывателями. Чего бы ни делала Россия – царская или советская, какой бы вклад в общее дело поддержания мира и прогрессивного развития человечества она бы ни вносила – все это в конечном итоге вызывало на Западе лишь одно желание: отгородиться от нее, изолировать ее, загнать подальше и т.д.

Сегодняшние русофобы по-прежнему боятся и ненавидят Россию. Однако, информационно-политические кампании стали значительно более масштабными по своему охвату и циничными по своей сути, что, в общем-то неудивительно: такова логика современного этапа развития международных отношений, в которой возобладал эгоизм узкокорыстных интересов отдельных государств и их элит, а также – причем даже в большей степени – транснационального капитала. И если последнему стал интересен спорт, в том числе спорт высоких достижений, что, конечно же, является неоспоримым фактом (взять, например, ту прямую и косвенную прибыль, которую приносит участие производителей мировых брендов в спонсорской поддержке спортивных мероприятий различного уровня, команд и отдельных спортсменов), то нет ничего удивительного в том, что и вокруг этой сферы разворачиваются информационно-политические кампании, имеющие свои специфические проявления (в данном случае – допинговые скандалы).

Уместно вспомнить, что еще задолго до исторического воссоединения Крыма с Россией весной 2014 г. – события, ставшего поводом для введения антироссийских санкций и начала небывалой за всю новейшую историю антироссийской истерии на Западе, наша страна не раз становилась объектом нападков со стороны зарубежных СМИ, в том числе ее спортивная жизнь. Наиболее ярко это проявилось во время подготовки и проведения Олимпиады в Сочи, когда за рубежом сначала публиковались небылицы про нашу неготовность к этому важнейшему спортивному мероприятию международного уровня, затем начали распространяться фальшивки про плохую организацию соревнований, а под занавес Олимпийских игр, когда преимущество российских спортсменов было неоспоримым, стали все громче звучать голоса о нарушениях в регламенте их подготовки, включая употребление запрещенных препаратов и т.д.

В этом смысле то, что приходится наблюдать в последние месяцы, в частности, активность отдельных спортсменов – как действующих, так и бывших, ныне занимающих удобные кресла в различных международных спортивных структурах – в медиасфере, можно считать закономерным продолжением общей антироссийской истерии. Другое дело, что из информационного пространства (в общем-то изначально виртуального по своей сути) данная истерика проникает в реальную спортивную жизнь – на стадионы, иные объекты и места проведения соревнований. И произошедшая череда скандалов на недавнем Чемпионате мира по биатлону в австрийском Хохфильцене (в частности, когда украинская сборная, стоя на пьедестале, не стала слушать гимн РФ, или откровенно неспортивное поведение одного из французских спортсменов во время соревнований и после них) – лишь подтверждение данной тенденции. По-видимому, впереди нас ждет целая серия скандалов и т.п. происшествий и провокаций, не имеющих отношения к спорту, а лишь использующих его в политических целях, как информационный повод.

Тем самым, учитывая столь непростые современные реалии, России необходимо сосредоточиться не только на подготовке спортсменов и объектов спортивной инфраструктуры, не только достойно встретить и провести предстоящие спортивные мероприятия мирового уровня (прежде всего Чемпионат мира по футболу 2018 г., XXIX Всемирную зимнюю универсиаду 2019 г. и т.д.), но и обеспечить надлежащее информационно-политическое сопровождение – как отдельных спортсменов и национальных

сборных команд, так и всей сферы отечественного спорта. И здесь предстоит использовать весь арсенал политико-коммуникативных инструментов и технологий, всю имеющуюся у государства информационно-политическую инфраструктуру, ибо от этого зависит успех в формировании и продвижении позитивного имиджа России внутри страны и на международной арене. Это особенно важно сейчас, когда есть все объективные основания и практические возможности переломить сложившееся в западных СМИ негативное восприятие нашей страны в целом и российского спорта в частности.