

Секция «Публичная дипломатия и стратегические коммуникации в современном мире»

## **Информационно - коммуникационные аспекты политизации спорта**

**Научный руководитель – Наумов Александр Олегович**

*Основин Ян Алексеевич*

*Студент (магистр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет государственного управления, Кафедра стратегического планирования и экономической политики, Москва, Россия

*E-mail: [mynameyan@yandex.ru](mailto:mynameyan@yandex.ru)*

Международное спортивное движение и весь мировой спорт в настоящее время являются объектами интенсивного политического вмешательства. Сотрясающие крупнейшие международные организации скандалы наглядно демонстрируют наступившую фазу трансформации классических принципов олимпизма под новый формат. Будучи вписанным в более общий контекст социальных тенденций и культурных трансформаций XX в., спорт неизбежно и неуклонно приобретал знаки принадлежности к эпохе, среди которых нельзя не назвать такие, как все более четкая институционализация, все более жесткая профессионализация, все более откровенная коммерциализация и все более экспансивная «шоуизация».[1] В связи с тем, что в прошедшие два десятилетия зависимость человечества от информации значительно возросло, т.к. развитие IT-технологий увеличило не только проникновение, но и значительно усилило манипулятивное воздействие. В одной фазе с этими процессами произошло закрепление спорта в информационной повестке дня и его становление как неотъемлемой части мировой экономики и культуры. В сезоне 2016/2017 общая стоимость 20 клубов Английской Премьер лиги превысила 11,5 миллиардов долларов, что больше чем стоимости 16 компаний из рейтинга S&P 500. [2]

В этой связи обострением борьбы за приватизацию спорта в качестве общего спортивного рынка управляемого телевизионными и спонсорскими компаниями приводит к пертурбациям позиционирования спорта как гуманитарного актива. В исторической ретроспективе в периоды нестабильности системы международных отношений отчетливо прослеживается тенденция диффузии политики и спорта.

Однако, если ранее спорт использовался как инструмент идеологизации (XI летние Олимпийские игры в Берлине 1936 года, спортивные противостояния СССР-США в годы холодной войны), то на данном этапе развития на первый план выходит регионализация спорта (европейский, североамериканский). [3] В таких условиях девальвируется ценность глобальных спортивных институтов, а их мотивация становится подвержена коммерческой выгоде. Помимо этого размывается и самостоятельность данных организаций, так на решение по отстранению России от Олимпийских игр в Пхенчхане принималось при активной позиции официальных спонсоров МОК, половину из которых составляют американские компании. [4] Определяющим в данных условиях является коммуникационный аспект конструирования медиасреды как резонатор общественного мнения. Освещение допинговых, коррупционных скандалов, формирование негативного имиджа, дискредитирующие акции, бойкоты в последнее десятилетие неизменно сопутствуют крупным международным стартам, а интенсивность и своевременность их подачи свидетельствуют о координации процессов управления пиар-кампаниями. Свою нишу такое влияние часто занимает и в арсенале «мягкосилового» воздействия отражаясь в культуре и искусстве. По результатам контент-анализа крупнейшего рейтингового портала IDBM выявлено, что тематика спорта в доле телевизионных продуктов прошедшего десятилетия увеличилась по сравнению с 60-ми годами более чем в три раза.

Проведенное исследование показало, что трансформация мирового спорта в сторону коммерциализации девальвировала статус таких международных институтов как МОК и ФИФА, ВАДА превратив их в зависимых агентов, субъектность которых определяется посредством политического и экономического влияния извне.

#### **Источники и литература**

- 1) Быховская Ирина Марковна Спорт: социокультурная экспансия в современном мире // Вестник ВятГУ. 2014. №11. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sport-sotsiokulturnaya-ekspansiya-v-sovremennom-mire> (дата обращения: 23.02.2018)
- 2) Sporting Intelligence <http://www.sportingintelligence.com>
- 3) Бурдые П. Программа для социологии спорта // Начала. М., 1994.
- 4) USA Today <http://www.usatoday.com>