

## Личность известного спортсмена как ресурс "мягкой силы" страны

Научный руководитель – Леонова Ольга Георгиевна

*Марков Александр Сергеевич*

*Аспирант*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет глобальных процессов, Направление геополитики и дипломатии, Москва, Россия

*E-mail: alexmarkov19@gmail.com*

Ни для кого не секрет, что в эпоху глобализации авторитет государства зависит от множества факторов, среди которых традиционно выделяют военную мощь и силу, от которых, несомненно, во многом зависит положение страны на международной арене, но не менее важными являются и: природные и человеческие ресурсы, размер территории, уровень и темпы экономического, культурного и научного развития. По сути, все усилия по поддержанию и усилению авторитета государства опираются на симбиоз внутренней и внешней политики. И, говоря о международном имидже страны, все больше и больше говорят о влиянии на него таких сфер, как спорт, наука, культура. Благодаря глобальному распространению интернета и средств массового вещания, эти сферы стали иметь колоссальное значение, так как достижения в области спорта, науки или искусства вызывали гордость народа, симпатии со стороны мировой общественности, повышая имидж государства на международной арене. Такой способ влияния и повышения международного авторитета страны является одним из инструментов «мягкой силы». В данной работе мы будем рассматривать влияние спорта, а точнее-спорта высших достижений на глобальный имидж государства на примере известного спортсмена.

Возможности спорта очень широки: он рассматривается как важная составляющая культуры, как способ улучшения отношений между странами. Как явление, относящееся к одним из самых древних форм межкультурного общения, и как явление международное, спорт можно описать как важную составляющую публичной дипломатии. Из человеческой истории мы не раз видели, как страны использовали спорт, в качестве инструмента политического воздействия и, более того, мы это видим как раз сейчас, когда наша Олимпийская сборная подвергается активному непрерывному прессингу со стороны международного сообщества уже в течение двух лет (с 2016 года-ОИ в Рио-Де-Жанейро до ОИ-2018 в Пхенчхане). Нашей стране в общем, а Олимпийской сборной - в частности, вменяется множество противоправных поступков, что, впрочем, никак не подкрепляется фактами, а WADA (Всемирное антидопинговое агентство) апеллирует только мутными казными делами. Почему же такая ситуация имеет место быть и как не допустить такого рода провокации впредь?

Давайте разберемся, какие политические задачи могут решать страны и политические деятели, принимая крупнейшие спортивные мероприятия, широко освещаемые мировыми СМИ. К числу таких задач относят:

- наглядная демонстрация правильного и успешного вектора развития внешней и внутренней политики своему населению;
- повышение имиджа и привлекательности государства на международной арене;
- продвижение собственных политических ценностей на международной арене;
- развитие инфраструктуры;

- подготовка огромного количества кадров в различных областях (от инженеров, обслуживающих объекты, до управленцев топ-уровня);
- Массовость и тесная связь спорта со всеми существующими на данном этапе каналами массовых коммуникаций фактически предопределило место спорта в системе манипуляции общественным мнением[1]. Технологии использования спорта для воздействия на массовое сознание позволяют преподнести в позитивном или негативном свете определённое государство, его внутреннюю и внешнюю политику, господствующую в стране социально-политическую систему, её ценности и происходящие в стране социальные, экономические, политические и другие процессы.

В эпоху глобализации известные спортсмены, наравне с политиками и медийными личностями- это персоны, имеющие колоссальное влияние в мире: помимо широкой узнаваемости они имеют возможность реализовывать международные программы ООН(к примеру, Послами доброй воли ЮНИСЕФ являются известные спортсмены, среди которых: Роджер Федерер (теннис), Лионель Месси (футбол); способствовать улучшению имиджа страны на международной арене, создавать образ поведения и нормы морали, к которым будут стремиться люди, активные поклонники данного вида спорта, продвигать на рынок товары и услуги, являясь лицом рекламных кампаний. К примеру, Р. Федерер создал в 2003 году благотворительный фонд Roger Federer Foundation, который помог получить начальное и среднее образование уже 1 млн. детей в Африке. Такая роль мецената невероятно необходима как имиджевой составляющей самого спортсмена, так и имиджу страны. А теперь давайте проследим, на какую аудиторию может воздействовать спортсмен на примере Федерера. В числе его спонсорских контрактов числятся такие мегабренды, как: Rolex, Nike(имеет свою линию одежды), Mercedes-Benz, Moet&Chandon, Lindt, Jura, Credit Suisse и многие другие. А к числу его активных болельщиков из лица известных персон относят Била Гейтса, премьер-министр Великобритании Дэвид Кэмерон, актер Шон Коннери, футболист Дэвид Бэкхем и многие другие. Отличный послужной список, и, колоссальный охват аудитории, особенно в эпоху «цифровой плотности». В современном мире, страна использует победы и узнаваемость своего спортсмена в качестве ресурса «мягкой силы». А успешность и финансовая состоятельность спортсмена- как раз та вещь, которая делает атлета брендом своей страны[2]. В 21 веке выдающиеся спортсмены очень часто являются национальными брендами, а их имена и достижения начинают ассоциировать непосредственно с их страной. Обычному человеку рисуется такая картина: спортивные звезды дают людям надежду и наводят на мысли о безграничных возможностях человека, приковывают пристальные взгляды к себе и своей стране, создавая очень привлекательный образ жизни в государстве, навязывая определенные понятия моды и манер поведения. Но в реальности все это- невероятно сбалансированная и продуманная глобальная маркетинговая стратегия, позволяющая при помощи технологий влияния на массовое сознание и кросс -культурных коммуникаций улучшать имидж страны и формировать еще один ресурс «мягкой силы» страны.

### Источники и литература

- 1) Курасова К.А. Спорт как инструмент политической борьбы в международных отношениях. // Международный студенческий научный вестник. – 2016. – № 2.
- 2) Леонова О.Г., Марков А.С. Формирование бренда страны на основе личности известного спортсмена: технологии и компоненты // Экономика и управление: проблемы, решения, 1 том 3(73), январь 2018