

Секция «Политизация неполитических сфер в современном мире: тренды и технологии»

**Футбол как политический инструмент: сравнительный анализ технологий  
Саудовской Аравии и Катара**

**Научный руководитель – Телин Кирилл Олегович**

*Гобозов Владислав Феликсович*

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет  
политологии, Москва, Россия

*E-mail: vgob27@yandex.ru*

Саудовская Аравия и Катар, несмотря на напряженные взаимоотношения, имеют экономические и политические сходства и представляют удобный пример для сравнительного анализа, особенно в контексте данной темы: начиная с 2010-х годов они стали проявлять большую активность в футбольном мире, что раньше не было характерным для этих стран. Исследователи видят в этом использование футбола как инструмента в политических целях, объясняя его с помощью концептов «мягкой силы», «sport diplomacy», «sportswashing» и «nation branding» [8, p.11-12], [7, p.30].

В настоящий момент Саудовская Аравия и Катар стремятся снизить зависимость от нефти и газа и развивать несырьевые отрасли экономики, в том числе за счет привлечения иностранных инвесторов и туристов. Эта задача требует создания положительного имиджа страны за рубежом, для чего обе страны используют разные средства, в том числе футбол.

Можно сказать, что в обоих кейсах футболу как политическому инструменту придается большое значение. И в Саудовской Аравии, и в Катаре футбольные проекты включены в основные государственные стратегии и финансируются фондами, напрямую подчиненными руководству стран.

В Саудовской Аравии инвестиции в футбол входят в масштабный план преобразования страны «Vision 2030», реализуемый под руководством наследного принца Мохаммеда бен Салмана. Он же возглавляет Суверенный фонд Саудовской Аравии, через который осуществляется финансирование многих спортивных проектов, в частности, некоторых клубов саудовской лиги и английского ФК «Ньюкасл Юнайтед» [7, p.38]. В случае Катара аналогичную роль (например, владение ФК «Пари Сен-Жермен») играет подчиненное государству Катарское инвестиционное управление и его подразделение «Qatar Sports Investment» [4, с.164], а основные спортивные события – как Чемпионат мира по футболу в 2022 году – входят в стратегический национальный план развития «Qatar National Vision 2030» [6, p.9].

Исследователи предлагают три технологии использования футбола в качестве мягкой силы: крупные мероприятия, национальный чемпионат и инвестирование в зарубежный футбол [5, p.24-25].

1. Проведение крупных мероприятий, таких как Чемпионаты мира или Олимпийские игры, позволяет привлекать туристов и улучшать имидж страны. Сам факт заявки на их проведение может демонстрировать образ преуспевающей и амбициозной страны [4, с.163-164].

К таким событиям в Саудовской Аравии можно отнести клубный чемпионат мира 2023, Суперкубок Италии (2018-2023), Суперкубок Испании (2020-2029), Кубок Азии 2027 и, конечно, Чемпионат мира по футболу 2034 года [5, p. 28].

Главное достижение Катара в этой области – проведение Чемпионата мира по футболу в 2022 году. Помимо него были клубный чемпионат мира 2023 и Кубок Азии 2019. Как

видно, этот инструмент активно используется обеими странами.

2. Развитие национального футбольного чемпионата может усиливать положительное восприятие страны иностранцами. В частности, популярные футболисты мирового уровня способны привлекать внимание своих фанатов к лиге и государству, в которых они выступают [5, p.24].

В 2023 году в чемпионат Саудовской Аравии по футболу неожиданно перешло много знаменитых футболистов из европейских клубов, в том числе Криштиану Роналду, Неймар, Карим Бензема и другие. Суммарные затраты саудовских клубов на трансферы в сезоне 2023-24 составили 956,88 млн евро и выросли более чем в 20 раз по сравнению с 43,796 млн евро в предыдущем сезоне [7, p.45]. Такой рост расходов стал возможен благодаря переходу клубов во владение государственных структур (таких как «Агамсо»), а четыре команды («Аль-Хиляль», «Аль-Наср», «Аль-Ахли» и «Аль-Иттихад») стали принадлежать напрямую Суверенному фонду Саудовской Аравии, выделявшему им сотни миллионов долларов [7, p.46]. В марте 2025 года суммарная рыночная стоимость футболистов саудовской лиги составляет 1,02 млрд евро [3].

У Катара нет таких громких трансферов и дорогих игроков, а суммарная рыночная стоимость футболистов равна 349,10 млн евро [1], что, к примеру, в 2,5 раза меньше аналогичного показателя чемпионата России [2]. То есть этот инструмент целенаправленно используется Саудовской Аравией и почти не применяется катарским государством.

3. Инвестирование в зарубежный футбол, в том числе с государственными организациями в роли спонсоров. Это средство активно используется обеими странами.

С 2021 года Суверенный фонд Саудовской Аравии владеет 80% акций английского футбольного клуба «Ньюкасл Юнайтед». Одновременно саудовские государственные компании широко спонсируют разные европейские команды и турниры, получая взамен рекламу и продвижение брендов этих организаций. По состоянию на 2023 год исследователи насчитали более 20 таких контрактов [5, p.33-34], к самым значимым из которых можно отнести рекламу авиакомпании «Riyadh Air» клубом «Атлетико Мадрид», контракты «The Saudi Investment Bank» и ФК «Реал Мадрид», «Saudi Aramco» и ФИФА.

Катарцы начали заниматься таким инвестированием даже раньше. Их главный футбольный актив – французский клуб «Пари Сен-Жермен» – был приобретен государственным фондом Qatar Sports Investment еще в 2011 году. Настолько же долгий опыт спонсорства: авиакомпания «Qatar Airways» с 2010 года сотрудничает с такими знаменитыми клубами как «Барселона», «Бавария», «Интер».

К этой классификации можно добавить еще один пункт: высокие достижения национальных команд на международных соревнованиях. В Катаре подготовке спортсменов и, в частности, футболистов, уделяется особое внимание [4, с.164-165], что дает свои плоды: катарская национальная сборная выиграла Кубок Азии по футболу в 2019 и 2023 годах. У Саудовской Аравии подобных достижений в современную эпоху нет.

Подводя итог, можно сказать, что для достижения схожих политико-экономических целей, Саудовская Аравия и Катар активно используют сферу футбола. Обе страны проводят крупные футбольные мероприятия и инвестируют в европейский футбол. В то же время есть и различающиеся технологии: саудиты развивают национальный чемпионат, а катарцы рассчитывают на спортивные победы национальной команды.

Формат данной работы позволяет рассмотреть лишь один аспект достаточно широкой проблемы. Для более полного ее понимания будет разумно рассмотреть и другие: результаты и эффективность таких технологий, использование иных видов спорта и т.д.

#### Источники и литература

- 1) Лига звёзд Катара // Transfermarkt.world: сайт. URL: <https://www.transfermarkt.world>

- rld/qatar-stars-league/marktwerte/wettbewerb/QSL (02.03.2025).
- 2) Российская Премьер-Лига // Transfermarkt.world: сайт. URL: <https://www.transfermarkt.world/%D0%A0%D0%9F%D0%9B/marktwerte/wettbewerb/RU1> (02.03.2025).
  - 3) Саудовская Про-Лига // Transfermarkt.world: сайт. URL: <https://www.transfermarkt.world/saudi-professional-league/marktwerte/wettbewerb/SA1> (02.03.2025).
  - 4) Симонов К.В., Куликова Т.А. Инвестиции в спортивный успех как инструмент внутренней и внешней политики: к истории спорта Катара в 1988-2022 гг. // Современная научная мысль. 2023. №5. С. 161-168.
  - 5) GEIST O. Football as a mechanism of soft power projection: Case study of Saudi Arabia. URL: [https://is.muni.cz/th/p7zre/FinalVersionSaudisThesis\\_Archive.pdf](https://is.muni.cz/th/p7zre/FinalVersionSaudisThesis_Archive.pdf) (02.03.2025).
  - 6) Luerdi, L. (2022). Qatar's FIFA World Cup 2022: Sustainability and Foreign Policy. URL: <https://doi.org/10.31219/osf.io/rqx47> (02.03.2025).
  - 7) Satish K., Portet X. G., Vela J. S. E. Football and nation branding: A case study of Saudi Arabia's strategy for global football recognition // adComunica. – 2024. – P. 27-52. URL: [https://www.researchgate.net/profile/Jordi-Vela-2/publication/377972761\\_Football\\_and\\_Nation\\_Branding\\_A\\_Case\\_Study\\_of\\_Saudi\\_Arabia's\\_Strategy\\_for\\_Global\\_Football\\_Recognition/links/65c1ef297900745497683790/Football-and-Nation-Branding-A-Case-Study-of-Saudi-Arabias-Strategy-for-Global-Football-Recognition.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Jordi-Vela-2/publication/377972761_Football_and_Nation_Branding_A_Case_Study_of_Saudi_Arabia's_Strategy_for_Global_Football_Recognition/links/65c1ef297900745497683790/Football-and-Nation-Branding-A-Case-Study-of-Saudi-Arabias-Strategy-for-Global-Football-Recognition.pdf) (02.03.2025).
  - 8) Young K. Nation Branding in Saudi Arabia; Sports Diplomacy for Western Attraction. – 2024. URL: <https://openaccess.uoc.edu/bitstream/10609/151738/1/kristinsarahyFMDP2024.pdf> (02.03.2025).