



DOI: 10.22363/2313-1438-2019-21-2-381-388

Научная статья

МЕЖДУНАРОДНЫЕ СПОРТИВНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ КАК ПОЛИТИЧЕСКИЙ ИНФОРМАЦИОННЫЙ ПОВОД

А.В. Борхсениус

Российский университет дружбы народов
Ул. Миклухо-Маклая, 6, Москва, Россия, 117198

Аннотация. В данной статье рассматривается возрастающая роль международных спортивных мероприятий как информационных поводов, которые активно используются в рамках текущей политической повестки. На примерах раскрывается использование тенденциозной и фейковой информации для формирования негативного образа Российской Федерации в глазах мировой общественности. Обозначаются некоторые тенденции в освещении международных спортивных событий, а также возможности для улучшения имиджа страны с помощью их проведения и эффективной подачи контента.

Ключевые слова: информационный повод, международные спортивные мероприятия, мягкая сила, политический имидж, страновой брендинг

Все более очевидной становится заинтересованность политических сил различных стран в организации, проведении и участии в международных спортивных мероприятиях. Прежде всего, следует отметить социальные, экономические и дипломатические выгоды от крупных спортивных событий. Спорт всегда использовался для решения социальных проблем, таких как алкоголизм и наркомания, подростковая преступность, половая и расовая дискриминация и прочее. Для экономики страны проведение международных соревнований и участие в них открывает возможности для создания новых рабочих мест, привлечения инвестиций, развития городов и спортивных объектов. Растет финансовая отдача от туризма. Спорт — повод для установления взаимодействия между странами, основание развития культурного диалога. Помимо названных преимуществ в последние десятилетия особенно заметна заинтересованность различных политических акторов в спортивных мероприятиях в силу их информационного потенциала.

Крупные спортивные события и достижения в спорте тех или иных стран являются, с одной стороны, элементом «мягкой силы», а с другой — «мишенью» для информационных атак на имидж государства. В любом случае подобные мероприятия не проходят незамеченными, к ним прикованы взгляды миллионов людей со всех уголков планеты. Политикам остается лишь эффективно использовать данный информационный повод в своих целях.

© Борхсениус А.В., 2018.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Взаимодействие между странами, в основе которого лежит спорт, активно включается в стратегию политики «мягкой силы» (soft power). Данная форма политической власти представляет собой способность государства влиять на союзников и оппонентов с помощью таких инструментов, как язык, культура, образование и прочее. Создание привлекательного образа и удержание авторитета на мировой арене помогает без применения жестких методов оказывать влияние напрямую или косвенно на региональную и мировую политику, деловые связи.

При составлении рейтингов «мягкой силы» государств спортивные достижения страны включают, как правило, в раздел «Культура» [5]. Но в последнее время все чаще подчеркивается особая роль спорта. Например, составители рейтинга The Soft Power 30 в исследовании за 2018 год особо подчеркивают роль спорта в реализации политики «мягкой силы» [12]. По их мнению, спорт — это важнейшая сила в объединении людей по всему миру. Спортивные мероприятия переносят конфронтацию с политической арены в спортивные залы, где эта конфронтация становится соперничеством. Спорт может использоваться для позитивных изменений в отношениях между государствами и их гражданами. Также признается особая *глобальная* роль футбола. Данный вид спорта популярен в большинстве стран мира и всегда привлекает внимание болельщиков, бизнесменов, чиновников, что может быть использовано в целях улучшения имиджа страны на мировой арене.

Отдельно отметим символическую роль спорта. Со времен Древней Греции и Рима спорт, как и искусство, считался одним из благороднейших видов человеческой деятельности. Честные соревнования подчеркивали достоинства как победившей стороны, так и проигравшей. Спортсмены всегда были образцами гармоничного развития тела и духа. Необходимо подчеркнуть роль международных соревнований в привитии и поддержании гуманных ценностей, в способствовании миротворчеству. Простота и четкость правил соревнований помогают сравнительно легко преодолевать языковые и культурные барьеры. «Язык» спорта интернационален [4. С. 5]. Все эти достоинства соревнований и спорта любая страна может использовать в качестве улучшения собственного имиджа и привлечения внимания и контактов со стороны других государств. Например, хоккей для Канады или футбол для Бразилии являются неотъемлемой частью странового бренда, с которым их ассоциируют во всем мире. Таким образом, спортивные достижения и достойное проведение спортивных мероприятий являются одним из инструментов для создания имиджа страны.

Представители российской власти на протяжении последнего десятилетия используют спорт для улучшения имиджа государства и налаживания диалога с внешним миром. Учитывая напряженную политическую повестку вокруг нашей страны, спортивные мероприятия могут помочь переключить внимание мировых СМИ на более позитивные темы. Возрастание роли спорта, как информационного повода, политолог Маринэ Восканян связывает с необходимостью «мягкого влияния» в эпоху информационной войны, когда все то, что «идет по официальным российским каналам информации на Западе, сразу же объявляют российской пропагандой» [3]. России необходимо расширять использование неполитических

инструментов для «создания позитивного образа в мире и противодействия той агрессивной антироссийской риторике, которая наполняет сегодня мировое информационное пространство» [3].

Развитие спорта и участие в международных спортивных мероприятиях включены в Основные направления политики РФ в сфере международного культурно-гуманитарного сотрудничества. Спортивные связи рассматриваются как неотъемлемая часть стратегии действий нашей страны на международной арене, «ибо они способны внести существенный вклад в укрепление межкультурного диалога, содействовать росту международного престижа России» [7]. Таким образом, на высшем государственном уровне признается роль спорта в формировании образа нашей страны и развитии потенциала «мягкой силы». В связи с этим так важно было достойно провести зимнюю Олимпиаду—2014 в Сочи и Чемпионат Мира по футболу в 2018 году.

Возможность предоставить повод иностранным спортсменам и болельщикам приехать в Россию и своими глазами увидеть страну особенно важна на фоне антироссийской риторики, санкций и распространения дезинформации. Прошедшие мероприятия дали свои положительные результаты. Например, по данным Ростуризма, в период проведения ЧМ по футболу в 2018 году общее количество туристов и болельщиков, посетивших в период проведения матчей города — организаторы футбольного первенства, составило порядка 6,8 млн человек, среди которых более 3,4 млн — иностранцы [8]. За время чемпионата мира по футболу Москву посетило 3 млн туристов [2]. Для российского руководства данный чемпионат стал поводом не только насладиться игрой национальной сборной и других команд, но и организовать серию контактов с иностранными лидерами, посетившими РФ по этому случаю.

Для иностранных граждан Россию «изнутри» открыла и Олимпиада—2014 в Сочи. Спортсмены, журналисты и болельщики смогли увидеть своими глазами обновленный город и новые спортивные объекты. Также Международный Олимпийский Комитет объявил об установлении рекорда по социальным медиа всех предыдущих игр — и зимних, и летних. Общее число новых подписчиков МОК на соответствующих страницах в Facebook в первую неделю соревнований в Сочи составило 2,2 млн человек. Более 2 млрд болельщиков наблюдали за Олимпиадой через мобильные приложения и социальные сети [11]. Олимпиада в Сочи была названа «Instagram-Олимпиадой» в связи с тем, что данная социальная сеть была заполнена беспрецедентным количеством фото с хэштегами Олимпиады.

С одной стороны, это хороший показатель и достижение, с другой — именно через социальные сети был нанесен удар по престижу Олимпиады—2014. Красоту телевизионной картинке заглушали негативные отзывы и дезинформация в социальных сетях.

Вообще вся Олимпиада в Сочи сопровождалась информационным шумом, многочисленной дезинформацией и некорректными сравнениями. Например, *The International Herald Tribune* провела историческую аналогию зимних Игр в Сочи с берлинской Олимпиадой 1936 года [1]. Медийное пространство заполнили многочисленные информационные сообщения о подготовке к Олимпийским

играм в Сочи, в которых говорилось о каких-либо нарушениях при возведении спортивных сооружений и воровстве средств.

Еще одним поводом для информационной дискредитации Игр стала проблема безопасности. Опасность терактов и угрозы со стороны исламистов массово тиражировались, но ни одно СМИ не писало о том, какие меры принимаются федеральными и местными властями. «Это самая опасная Олимпиада, которую я наблюдаю с тех пор, как стал взрослым», — цитирует бывшего заместителя директора ЦРУ Майка Моррелла *The Washington Times*. «Олимпиада в Сочи вообще не стоит тех рисков, которые ее сопровождают, — утверждает *The Los Angeles Times*. — На какой риск вы готовы пойти, чтобы узнать, выиграл ли финский лыжник свою четвертую олимпийскую медаль?» [1].

И наконец, особо остро стояла проблема нарушений прав человека в России. Скандал разгорелся вокруг внесения изменений в Федеральный закон «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» и отдельные законодательные акты РФ в целях защиты детей от информации, пропагандирующей отрицание традиционных семейных ценностей [10]. Сразу упомянем, что западные и некоторые российские СМИ дали некорректное сокращение данных законодательных изменений, сократив название до «Закона о запрете пропаганды гомосексуализма». Именно такая краткая формулировка употреблялась журналистами, политиками, правозащитниками, которые заявляли о том, что данный закон жестко ограничивает права ЛГБТ-сообщества в России. На волне критики властей многочисленные правозащитные организации, отдельные политики, бизнесмены и звезды шоу-бизнеса призывали бойкотировать Олимпиаду—2014.

Что касается дискредитационной кампании в социальных сетях, то она велась в основном при помощи хэштегов. В феврале 2014 года массовым становится хэштег #sochiproblems — примерно 6,5 тыс. фотографий и коллажей [6. С. 113]. Отдельной темой, которая впоследствии также использовалась перед ЧМ по Футболу—2018, стала шумиха вокруг уничтожения бездомных собак, которая якобы проводилась местными властями специально к соревнованиям. Хэштег #sochidogs при этом содержит крайне мало оригинальных фотографий. Более половины снимков представляли собой копии плаката австралийской кампании в защиту сочинских собак, на котором изображен пес с надписью «биологический мусор».

Международный Олимпийский Комитет признает, что на данный момент распространение информации об Играх через социальные сети не поддается регулированию со стороны профильных органов. Ведь алгоритм работы со «старыми» медиа, такими как радио, телевидение и пресса, давно отлажен. Для освещения спортивных событий необходимо получить аккредитацию в МОК и действовать строго в соответствии с требованиями этой организации. Социальные сети едва ли получится с легкостью отнести к какой-либо из существующих категорий олимпийских партнеров — это не СМИ и не спонсоры. При этом представителям МОК все же желательно их контролировать, чтобы освещение Игр имело необходимую окраску [6. С. 18]. Уже сегодня МОК составляют «Рекомендации по ведению социальных сетей и блогов», но в будущем, мы предполагаем, будут сделаны попытки взять распространение информации социальных медиа под более жесткий и официальный контроль.

Еще одна информационная кампания по дискредитации российского спорта и российского руководства, привязанная к крупным международным соревнованиям, была связана с Олимпийскими играми в Рио. Целью было понизить мировой престиж России как страны со славной историей спортивных достижений, а также не допустить российских спортсменов к соревнованиям. Привлекая помимо информационной составляющей институциональную (международные спортивные организации, комиссии, расследование), удалось раздуть допинговый скандал.

Информационным вбросом здесь послужил документальный фильм Хайо Зеппельта «Секретное дело о допинге: как Россия делает победителей» (вышел в эфир в 2014 году на немецком телеканале ARD). Фильм смешал в себе ряд фактов с дезинформацией: в подтверждение смонтированы в смысловой ряд фрагменты бесед, которые якобы вели легкоатлетки, рассказывая об используемых ими медикаментах, дополненные домыслами авторов фильма. Все аудиозаписи сопровождаются закадровым немецким переводом, оригинальный текст плохо различим. Героями расследования журналистов немецкой компании ARD стала супружеская пара спортсменов, которые ранее были дисквалифицированы в России за прием запрещенных препаратов. Фильм запустил информационную волну, которая привела к конкретным решениям: Всемирное антидопинговое агентство (ВАДА) создало специальную комиссию по расследованию, после чего национальную сборную России по легкой атлетике временно отстранили от международных соревнований на неопределенный срок.

Эта информационная волна затем набрала еще большую силу благодаря публикации так называемого «доклада Макларена». В нем канадский юрист Ричард Макларен обвиняет власти России и ФСБ в махинациях с результатами проб на допинг. Он основывался на показаниях бывшего главы московской антидопинговой лаборатории Григория Родченкова. Еще один фильм на подобную тему был показан в декабре 2014 года. Тот же телеканал показал в эфире двухсерийный документальный фильм «Как Россия делает своих победителей», в котором сообщалось о систематическом применении допинга российскими легкоатлетами. В ленте приводилась съемка скрытой камерой, на которой олимпийская чемпионка в беге на 800 метров Мария Савинова якобы признавалась в употреблении допинга. Также любопытно, что фильмы с обвинениями вышли в 2014 году, а скандал и сам доклад были «брошены» в мировое информационное пространство лишь в 2016 году непосредственно перед Играми в Рио-де-Жанейро.

Действительно, современные государства зачастую пытаются использовать спорт в политических и пропагандистских целях, а политические взаимоотношения между странами также часто отражаются на организации и проведении соревнований. Например, возрождение Олимпийских игр задумывалось с целью использования спорта как средства установления межгосударственных спортивных контактов, чтобы укрепить дружбу, мир и взаимопонимание между разными странами. В реальности же Олимпийские игры становятся ареной для политических споров.

Мы видим, что главные темы информационных антироссийских атак — допинг и коррупция. Под сомнение ставятся любые достижения российских

спортсменов за последние 20 лет. Это, в свою очередь, связывается с нечистоплотностью и коррумпированностью высшей государственной власти и профильных спортивных комитетов. В данных информационных кампаниях участвуют не только СМИ, но и политики. В связи с этим множество международных спортивных институтов (WADA, IAAF, CAS, WBC и др.) «переродились в агентов «нового» политического диалога и противостояния» [9. С. 203]. Например, WADA, заявляющая себя как независимая организация, в рамках антироссийских информационных кампаний начинает выступать как рядовой участник, вовлеченный западной стороной.

В качестве основной тенденции на ближайшие 10 лет в сфере освещения международных спортивных событий и их использования в рамках текущей политической повестки мы можем выделить интенсивное использование социальных сетей, приложений и новых форм гражданских «независимых» трансляций. Распространение портативных гаджетов приведет к тому, что контент непосредственных участников спортивных мероприятий (зрители на месте событий, сами спортсмены, спортивные блогеры) будет все более востребован болельщиками и другими потребителями информации. Это совсем не отменяет того, что данный «независимый» контент будет политически окрашен. Скорее, наоборот, внимание будет обращено к тем источникам, которые будут подтверждать изначальную точку зрения потребителя контента. В данном случае информационные мероприятия местные власти и организаторы должны подготовить таким образом, чтобы предоставить максимально полную официальную информацию всем желающим, а также проработать механизмы быстрого реагирования на сообщения негативного характера или фейковую информацию.

Массовый характер и тесная связь спорта со всеми каналами массовых коммуникаций фактически предопределили роль спорта как важного информационного повода, используемого в политических целях. Освещение спортивных мероприятий может как укрепить статус и престиж государства, так и нанести удар по его имиджу. Таким образом, привлекая спорт в качестве инструмента политического воздействия на общество и создания имиджа, власти и организаторы должны учитывать также и репутационные риски, которые могут сопровождать проведение и участие в соревнованиях.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- [1] Андрусенко Л. Олимпийская информационная война // Novopol.ru. 06.02.2014. Режим доступа: <http://novopol.ru/-olimpiyskaya-informatsionnaya-voyna-text157944.html>. Дата обращения: 01.12.2018.
- [2] Воронов А. Чемпионат мира удвоил число туристов в Москве // Коммерсант. 12.07.2018. Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/3683682>. Дата обращения: 01.12.2018.
- [3] Восканян М. Спорт в эпоху «мягкой силы»: новые возможности // Российская газета. 06.12.2016. Режим доступа: <https://rg.ru/2016/12/06/sport-v-epohu-miagkoj-sily-novyevozmozhnosti.html>. Дата обращения: 01.12.2018.
- [4] Гусакова В.С., Фомин Ю.А. Роль олимпийского спорта в сохранении и укреплении мира на Земле (исторический обзор) // Педагогико-психологические и медико-биологические проблемы физической культуры и спорта. 2011. № 4 (21). С. 1—7.

- [5] Иванов В.Г. «Charts Power» — новый инструмент «мягкой силы» // Вопросы политологии. 2015. № 4 (20). С. 102—109.
- [6] Миа Э., Белоусов Л., Золотарев А. Олимпийское движение и новые медиа. М.: ПЛАНЕТА, 2015. 175 с.
- [7] Основные направления политики Российской Федерации в сфере международного гуманитарного сотрудничества // Официальный сайт Министерства иностранных дел РФ. 18.12.2010. Режим доступа: http://www.mid.ru/foreign_policy/official_documents/-/asset_publisher/CptICkV6BZ29/content/id/224550. Дата обращения: 01.12.2018.
- [8] Ростуризм подвел туристические итоги Чемпионата мира по футболу FIFA 2018 в России // Официальный сайт Федерального агентства по туризму. 03.08.2018. Режим доступа: <https://www.russiatourism.ru/news/15818/>. Дата обращения: 01.12.2018.
- [9] Русакова О. Ф., Корнеева В.А. Спорт как сфера применения «мягкой» и «жесткой» сил политического влияния // Теории и проблемы политических исследований. 2016. Т. 5. № 5А. С. 195—207.
- [10] Федеральный закон от 29 июня 2013 г. № 135-ФЗ г. Москва «О внесении изменений в статью 5 Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» и отдельные законодательные акты РФ в целях защиты детей от информации, пропагандирующей отрицание традиционных семейных ценностей».
- [11] International Olympic Committee. Factsheet Sochi 2014 / Facts & Figures. February 2015. Режим доступа: https://stillmed.olympic.org/Documents/Games_Sochi_2014/Sochi_2014_Facts_and_Figures.pdf. Дата обращения: 01.12.2018.
- [12] The Soft Power 30. A Global Ranking of Soft Power 2018. Режим доступа: <https://softpower30.com/wp-content/uploads/2018/07/The-Soft-Power-30-Report-2018.pdf>. Дата обращения: 01.12.2018.

DOI: 10.22363/2313-1438-2019-21-2-381-388

Research Article

INTERNATIONAL SPORTS EVENTS AS A POLITICAL NEWSBREAK

A.V. Borkhsenius

Peoples' Friendship University of Russia (RUDN University)
Miklukho-Maklaya str., 6, Moscow, Russian Federation, 117198

Abstract. The article examines the on-growing role of international sports events as some newsbreaks which are actively used within the current political agenda. Several examples reveal the use of biased and fake information to form a negative image of Russia in front of the world community. The author indicates several trends of the coverage of international sports events as well as opportunities to improve the country's image through their implementation and the effective delivery of content.

Key words: newsbreak, international sports event, soft power, political image, country branding

REFERENCES

- [1] Andrusenko L. Olympic Information War. *Novopol.ru*. 06.02.2014. Available from: <http://novopol.ru/-olimpiyskaya-informatsionnaya-voyna-text157944.html>. Accessed: 01.12.2018 (In Russ.).
- [2] Voronov A. The World Cup Doubled the Number of Tourists in Moscow. *Kommersant*. 12.07.2018. Available from: <https://www.kommersant.ru/doc/3683682>. Accessed: 01.12.2018 (In Russ.).

- [3] Voskanyan M. Sport in the Era of “Soft Power”: New Opportunities. *Rossiyskaya Gazeta*. 06.12.2016. Available from: <https://rg.ru/2016/12/06/sport-v-epohu-miagkoj-sily-novyevozmozhnosti.html>. Accessed: 01.12.2018 (In Russ.).
- [4] Gusakova V.S., Fomin Yu.A. The Role of Olympic Sport in Preserving and Strengthening Peace on Earth (Historical Review). *Pedagogical-psychological and medical-biological problems of physical culture and sport*. 2011; 4 (21): 1—7 (In Russ.).
- [5] Ivanov V.G. “Charts Power” — the New Tool of “Soft Power”. *Voprosy Politologii*. 2015; 4 (20): 102—109 (In Russ.).
- [6] Mia E., Belousov L., Zolotarev A. *Olympic Movement and New Media*. Moscow: PLANETA; 2015. 175 p. (In Russ.).
- [7] The Main Directions of the Policy of the Russian Federation in the Field of International Humanitarian Cooperation. *Official Website of the Ministry of Foreign Affairs of the Russian Federation*. 18.12.2010. Available from: http://www.mid.ru/foreign_policy/official_documents/-/asset_publisher/CptICkB6BZ29/content/id/224550. Accessed: 01.12.2018 (In Russ.).
- [8] Federal Tourism Agency Summed up the Results of the 2018 FIFA World Cup in Russia. *Official Website of the Federal Agency for Tourism*. 03.08.2018. Available from: <https://www.russiatourism.ru/news/15818/>. Accessed: 01.12.2018 (In Russ.).
- [9] Rusakova O.F., Korneeva V.A. Sport as the Scope of “Soft” and “Hard” Power of Political Influence. *Teorii i problemy politicheskikh issledovanii*. 2016, 5 (5A): 195—207 (In Russ.).
- [10] Federal Law of 29 June 2013 № 135-FZ of Moscow “On Amendments to Article 5 of the Federal law ‘On Protection of Children from Information Harmful to Their Health and Development’ and Certain Legislative Acts of the Russian Federation in Order to Protect Children from Information that Promotes the Denial of Traditional Family Values” (In Russ.).
- [11] *International Olympic Committee. Factsheet Sochi 2014. Facts & Figures*. February 2015. Available from: https://stillmed.olympic.org/Documents/Games_Sochi_2014/Sochi_2014_Facts_and_Figures.pdf. Accessed: 01.12.2018.
- [12] *The Soft Power 30. A Global Ranking of Soft Power 2018*. Available from: <https://softpower30.com/wp-content/uploads/2018/07/The-Soft-Power-30-Report-2018.pdf>. Accessed: 01.12.2018.

Сведения об авторе:

Борхсениус Александра Викторовна — ассистент кафедры государственного и муниципального управления Российского университета дружбы народов (e-mail: alex.borkhsenius@yandex.ru).

Information about the author:

Alexandra V. Borkhsenius — Assistant Professor of the Department of State and Municipal Administration, Peoples’ Friendship University of Russia (RUDN University) (Russian Federation) (e-mail: alex.borkhsenius@yandex.ru).

Статья поступила в редакцию 12.12.2018.

Received 12.12.2018.

Для цитирования:

Борхсениус А.В. Международные спортивные мероприятия как политический информационный повод // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология. 2019. Т. 21. № 2. С. 381—388. DOI: 10.22363/2313-1438-2019-21-2-381-388.

For citation:

Borkhsenius A.V. International Sports Events as a Political Newsbreak. *RUDN Journal of Political Science*. 2019; 21(2): 381—388. DOI: 10.22363/2313-1438-2019-21-2-381-388.