

<https://www.belta.by/regions/view/borisov-i-kitajskij-gorod-ninbo-ustanovili-druzhestvennye-svjazi-326980-2018/> (дата обращения: 08.12.2018).

21. Китай // Экспорт.by [Электронный ресурс]. 2018. URL: <https://export.by/china> (дата обращения: 08.12.2018).

22. Особенности организации идеологической и воспитательной работы в учреждениях высшего образования в 2018/2019 учебном году. РИВШ, 2018, – 14 с.

23. Гомельский и Нанкинский университеты начнут совместную подготовку кандидатов наук // БЕЛТА [Электронный ресурс]. 2018. URL: <https://belta.by/regions/view/gomelskij-i-nankinskij-universitety-nachnut-sovmestnuju-podgotovku-kandidatov-nauk-328395-2018/> (дата обращения: 08.12.2018).

24. Барановичский госуниверситет будет сотрудничать с Наньчанским технологическим институтом // БЕЛТА [Электронный ресурс]. 2018. URL: <https://www.belta.by/regions/view/baranovichskij-gosuniversitet-budet-sotrudnichat-s-nanchanskim-tehnologicheskim-institutom-320995-2018/> (дата обращения: 08.12.2018).

25. Гришкевич А. Центр изучения Беларуси открылся в Аньхойском университете в Китае // БЕЛТА [Электронный ресурс]. 2018. URL: <https://www.belta.by/society/view/tsentr-izuchenija-belarusi-otkrylja-v-anhojskom-universitete-v-kitae-318426-2018/> (дата обращения: 08.12.2018).

26. Центр изучения Китая планирует открыть в Брестском госуниверситете // БЕЛТА [Электронный режим]. 2018. URL: <https://www.belta.by/regions/view/tsentr-izuchenija-kitaja-planirujut-otkryt-v-brestskom-gosuniversitete-314837-2018/> (дата обращения: 08.12.2018).

27. Гришкевич, А. Белорусские и шанхайские вузы договорились расширять взаимодействие // БЕЛТА [Электронный ресурс]. 2018. URL: <https://www.belta.by/society/view/beloruskie-i-shanhajskie-vuzy-dogovorilis-rasshirjat-vzaimodejstvie-324436-2018/> (дата обращения: 08.12.2018).

28. «Беларусь сегодня» и информагентство «Синьхуа» будут сотрудничать // БЕЛТА [Электронный ресурс]. 2018. URL: <https://www.belta.by/society/view/belarus-segodnja-i-informagentstvo-sinhua-budut-sotrudnichat-317352-2018/> (дата обращения: 08.12.2018).

Владимир ЗДАНОВИЧ

*Белорусский государственный университет,
Минск, Беларусь*

СПОРТИВНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА В СИСТЕМЕ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА СТРАНЫ

В данной работе исследуется роль спортивной журналистики в системе формирования имиджа страны. Автор проецирует эту проблему на многие государства, приводя в пример Республику Беларусь, акцентируя внимание на спортив-

ной составляющей ее имиджа. Она, по мнению исследователя, видится как одно из приоритетных стратегических государственных направлений. В работе четко расшифровывается способность спорта выполнять миротворческую функцию в социальных отношениях разных стран, а также миротворческую функцию в разрезе того, что «спорт – посол мира». В этой связи отмечается важность профессиональной трансформации событий, происходящих на спортивных объектах, через призму спортивной журналистики.

Ключевые слова: спорт; спортивная журналистика; информация; имидж государства; Олимпийские игры; приоритетное направление; национальный престиж; средства массовой информации.

The work explores the role of sports journalism in the system of country image formation. The author projects this problem on many states, setting a good example of the Republic of Belarus, focusing on the sports component of its image. According to the researcher, it is viewed as one of the prioritized strategic directions of the state. The work clearly describes the ability of sport to perform a peacekeeping function in the social relations of different countries, as well as the peacekeeping function in the context of the fact that "sport is the ambassador of peace". In this regard the study notes the importance of professional rendering the events taking place at sports facilities through the prism of sports journalism.

Key words: sports; sports journalism; information; image of the state; the Olympic Games; prioritized direction; the national prestige; the mass media.

Спортивный имидж государства – явление исторически обусловленное, которое не может существовать, будучи выделенным из исторического контекста. И в этом плане современная Беларусь, которая унаследовала значительную часть советской спортивной славы, при формировании своего позитивного имиджа имеет изначально более выгодные позиции, чем многие другие страны мира, делающие ставку на спорт. С этой точки зрения, оптимизация именно спортивной составляющей имиджа Беларуси видится одним из приоритетных стратегических направлений. «Спорту в нашей стране уделяется огромное внимание, – отмечал на апрельском Совещании по развитию зимних видов спорта Президент Беларуси А. Лукашенко. – Вопросы его развития находятся на постоянном контроле. Это не только здоровье нации, но и огромный пласт нашей идеологической работы, а значит – один из приоритетов государственной политики. Благодаря победам белорусских атлетов формируется имидж государства, воспитывается патриотизм» [1].

Спортивный имидж страны и, в частности, образ прогрессивной державы, как высшая форма его проявления, не могут определяться победой или поражением на отдельно взятом турнире или даже успехами,

достигнутыми на протяжении года или двух лет. Для его формирования необходимы длительные отрезки времени, вмещающие в себя несколько циклов крупнейших международных состязаний (Олимпийские игры, чемпионаты мира или Европы). Нужны стабильные достижения, высокие результаты, победы на наиболее важных турнирах. В этой связи следует отметить важность профессиональной трансформации событий, происходящих на спортивных объектах, через призму спортивной журналистики. По утверждению М.В. Шишигина, автора учебного пособия «Спорт. Информация», спортивная журналистика имеет свою специфическую аудиторию, называемую любителями спорта. Эту аудиторию можно разделить, как минимум, на три части: специалисты, то есть люди, непосредственно занятые в спортивной индустрии (спортсмены, тренеры, спортивные чиновники, журналисты, работники спортивных объектов и др.), пассивные и активные болельщики [2].

В имидже государства, отмечает К. Гаджиев, причудливо сочетаются стихийные и целенаправленно формируемые линии, вырастающие из спонтанно возникающих и искусственно сконструированных мифов, символов, слухов и стереотипов, которые активно тиражируют каналы массовых коммуникаций [3]. Важно подчеркнуть, что в современном информационном обществе, осознавшем силу и могущество информации, имидж государства не может быть отдан на откуп стихийному общественному мнению: он создается и тиражируется целенаправленными усилиями самого государства с использованием всего комплекса технических средств и каналов информационно-идеологического обеспечения, в том числе благодаря и спортивным достижениям.

В своей работе «Спортивная пресса как тип» П. Воронков выделяет пять функций спортивной журналистики: эскейпизм (стремление личности уйти от действительности в мир иллюзий, фантазий), функция эмоциональной мены, информационная, аналитическая и воспитательная [4]. О важности спортивной журналистики для поддержания положительного государственного имиджа было заявлено еще на I Олимпийских играх современности в Греции в 1896 году. Организаторами Олимпиады было создано бюро для прессы, где имелась возможность получить все необходимые сведения относительно Игр. Это способствовало тому, что в газетах и журналах различных европейских государств появилось много публикаций, посвященных Олимпийским играм.

К примеру, подробный отчет о прошедших состязаниях можно было узнать в Афинах из материалов столичных газет, выходивших на греческом, а также на французском и английском языках. Но мировая спортивная пресса мало места на своих страницах уделяла возродившемуся

олимпийскому движению, несмотря на то, что в конце XIX века спортивная пресса в Америке и в Европе была представлена многочисленными специализированными изданиями и была наиболее читаемой. Спорт предполагает стремление спортсменов к постоянному превышению полученных результатов и сравнению их с достижениями других лиц – независимо от того, в какой стране или регионе они проживают. Поэтому спорт, как никакая другая культурная деятельность, нуждается в контактах и связях, в том числе международных. А они, как отмечает В. Столбов, играют важную миротворческую роль в международных отношениях [5].

Исследователь американской печати И. Гурвич отмечал, что американский ученый Д. Вилкоккс в 1897 году провел анализ содержания за неделю 147 влиятельных газет, выходящих в 21 городе. «Так как газеты для исследования были взяты во время испано-американской войны, то совершенно естественно, военные сообщения занимали первое место – 17,9 % – отмечал он в своем выступлении. – Четыре пятых газет отводится новостям дня, а на торгово-промышленные известия, политику и иностранные известия отводится вместе – 31,6 %, а на спорт, преступления и скандалы, сплетни, сюда же относятся иллюстрации и другой вздор, не поддающийся классификации, – 49,4 %. То есть половина газет» [6]. Из исследования И.Д. Вилкоккса видно, что американцы предпочитали спортивные новости другой информации.

«Одинаковое место по числу подписчиков с рабочей печатью занимают издания, посвященные спорту и всякого рода играм, – подчеркивает И. Гурвич. – Таких изданий в Америке наберется около сотни, в том числе ежедневных, и число подписчиков превышает полмиллиона. Нужно принять во внимание, что спорт занимает видное место в общей ежедневной печати. Очевидно, что спорт играет более важную роль в умственной жизни американских читателей, нежели рабочий вопрос» [6].

Факты истории спорта свидетельствуют о его важной роли в укреплении мира и дружбы между народами, т.е. о его миротворческой функции. По мнению некоторых российских исследователей, неоднократно спорт выступал как «посол мира», помогающий перебросить мост взаимопонимания, сотрудничества и доброй воли, установить или поддерживать культурные и политические связи, дружественные отношения между различными странами и народами в условиях общей конфронтации [7]. О роли Соединенных Штатов Америки в определении важности спорта, а, значит, и спортивной журналистики рассуждает К.А. Алексеев в своей работе «Спортивная составляющая имиджа страны» [8]. «Понимание того, что спорт самым активным образом участвует в создании

образа государства, проявилось уже в начале XX века, когда Соединенные Штаты Америки первыми начали вести подсчет общекомандного медального зачета на Олимпиадах и принялись использовать спорт для саморекламы», – делится своими мыслями автор.

Он же отмечает, что каждой стране присуща своя система организации спортивного движения, которая в значительной степени зависит от исторических традиций, сложившейся иерархии культурных ценностей, типа государственного устройства, политических, социальных, экономических, демографических условий, материального благосостояния, развития науки, техники и общественной культуры, религиозного своеобразия и многих других факторов. По мнению исследователя спорта П. Виноградова, «физическая культура и спорт органически связаны с функциональными основами общественного устройства и развития общества. Во многом они могут выступать в качестве градусника, т. е. показывать уровень его развития, а также здорово оно или нет» [9].

Поэтому уровень спортивных достижений спортсменов какой-либо страны часто рассматривается как красноречивый показатель прочности той общественной формации, которую они представляют, и более того – жизнеспособности нации в целом. Причем, это применимо практически для любой общественно-политической системы, господствующей идеологии и культурно-мировоззренческой парадигмы. По словам новозеландского ученого Р. Томсона, спорт может служить универсальным показателем, поскольку он «является единственным аспектом современной жизни, который прочно вошел в обиход как в промышленно развитых, так и в развивающихся странах. Он охватывает образование, политику, экономику, искусство, средства массовой информации и даже международные дипломатические отношения» [10].

Способность спорта выполнять миротворческую функцию в социальных отношениях, подчеркивает В. Столяров. Это, прежде всего, означает, что спортивные соревнования и контакты могут содействовать и действительно содействуют формированию таких общих убеждений, взглядов и образцов поведения, которые вызывают чувство взаимного уважения, симпатии, снимают отчужденность, способствуют взаимодействию, укреплению социальных связей, преодолению межкультурных барьеров [11].

Понимание того, что спорт самым активным образом участвует в создании образа государства, проявилось уже в начале XX века, когда Соединенные Штаты Америки первыми начали вести подсчет общекомандного медального зачета на Олимпиадах и принялись использовать спорт для саморекламы. Следом к этому пришли и другие страны. В российской дореволюционной прессе указывалось, что «каждая команда

– это воплощение государства, сконцентрированная народная мощь и сила, яркая живая характеристика всей нации», международные соревнования назывались «спортивной битвой народов», а неудачное выступление русской делегации на Олимпиаде 1912 года определялось как «спортивная Цусима» [12].

По словам М. Презуменщикова, автора книги «Большой спорт и большая политика», «в разное время и в разных странах под спортивные достижения пытались подвести идеологическую базу, поставить успех или неудачи на спортивных аренах в зависимость от правительственной политической ориентации» [13]. Наиболее последовательными усилиями, направленными на продвижение имиджа страны через спортивные достижения, в разные годы отличались Германия, СССР и США.

Наряду с политикой и экономикой, спорт является частью того информационного потока, который человек получает ежедневно. Спорт, как единственная в своем роде и специфике сфера деятельности, обладает высоким социально-культурным статусом, имеет огромный гуманистический потенциал и способен выполнять многообразные социокультурные функции, в том числе – участвовать в формировании образа государства, как для внутренней, так и для внешней аудитории. Во времена Холодной войны спортивные победы на международных соревнованиях использовались в качестве действенного идеологического оружия в противостоянии двух общественно-политических систем, и для утверждения авторитета СССР в остальном мире советские спортсмены сделали не меньше, чем советские ученые, осваивавшие космос.

Н. Бродская писала о роли спорта в создании образа СССР как великой сверхдержавы: «Существовало несколько так называемых “брендов”, призванных поднять престиж и привлекательность Советского Союза в глазах мирового сообщества, – отмечает она. – К подобным брендам можно, безусловно, было отнести космос, балет, спорт. Советский Союз не без успеха использовал свои достижения в спорте для формирования привлекательного образа страны. Успех на спортивных аренах стал восприниматься в качестве неотъемлемого национального символа СССР. Победы на международных соревнованиях способствовали не только формированию положительного имиджа Советского Союза в мире, но и косвенным образом способствовали укреплению режима внутри СССР, воспринимались как редкая возможность непосредственного сопоставления социалистического и капиталистического образов жизни, и сравнение это очень часто оказывалось не в пользу последнего» [14].

Не менее трепетное отношение к успехам в спорте, как к составляющей национального имиджа, было характерно и для США, где развита

целая массовая культура проведения спортивных мероприятий и где утверждается, что спорт аккумулирует основные ценности американского общества: дух инициативы, предприимчивости и равенства, создаваемого общим подчинением правилам. Более того, как пишет профессор Российской государственной академии физического воспитания и культуры Л. Лубышева, «в 60-е годы, после выхода в свет книги Р. Бойла «Спорт – зеркало американской жизни», спорт, став национальным увлечением, был объявлен моделью самого американского общества. Начиная с 70–80-х годов прошлого столетия спорт в США является «второй религией», в которую верят большинство американцев» [15]. Для иллюстрации отношения американского общества к спорту достаточно привести высказывания двух президентов США. Р. Кеннеди прямо отметил: «часть национального престижа завоевывается на олимпийских играх» [15]. Ему же приписывают фразу: «Престиж нации – это полет на Луну и золотые олимпийские медали». Не менее содержательно высказался Дж. Форд: «При нынешнем состоянии системы массовых коммуникаций спортивный триумф является не менее эффективным способом поднять дух нации, чем, скажем, победа на поле сражения» [15].

В конце 1980-х годов был установлен «абсолютный мировой рекорд» использования спорта в политических целях – правительством Южной Кореи для выхода из многолетней политической изоляции при помощи проведения Олимпийских игр в Сеуле. С недавнего времени еще одна страна, претендующая на роль мировой сверхдержавы, начала уделять огромное внимание позиционированию на международной арене при помощи достижений своих спортсменов. Китай, как отмечают многие спортивные обозреватели, превратил минувшие Олимпийские игры в Пекине в демонстрацию триумфа своей системы спортивной подготовки и общественно-политической системы в целом.

Тем не менее, на практике эта достаточно обособленная и привлекательная позиция оказывается во многом идеальной и недостижимой. Немецкий исследователь Г. Люшен предлагал обратить внимание на то, «что на страницах спортивных разделов такого недолговечного элемента человеческой культуры, как газета, отражаются спортивные события лишь достаточно высокого уровня» [16]. Российский исследователь Е. Петушкова отмечала, что именно большому спорту «присущи заложенные в самой его основе возможности для агитации и пропаганды. Этому положению как нельзя лучше отвечают представители спорта высших достижений, «звезды спорта», которые зачастую широко известны не только в своей стране, но и за ее пределами, которые благодаря интересу к ним со стороны средств массовой информации всегда «на виду» и

поэтому могут оказывать влияние на формирование общественного мнения» [17].

Каждое государство выставляет на международную спортивную арену не достижения широких масс, вовлеченных в занятия общедоступным спортом, а, прежде всего, результаты единиц, представляющих собой всю страну. Лучшие спортсмены и команды, делегируемые на международные соревнования, – лишь вершина айсберга. Айсбергом как раз является вся система спортивных отношений в стране, базирующаяся на развитости физической культуры населения и вовлеченности его в занятия общедоступным массовым спортом. Но основа скрыта от глаз наблюдателей, и на виду у общественного мнения, у средств массовой информации оказываются именно единицы высококлассных спортсменов и их результаты. Поэтому главная (а в некоторых ситуациях – и исключительная) роль в создании спортивного имиджа страны принадлежит именно спорту высоких достижений, который преимущественно попадает в поле зрения большинства исследователей, занимающихся изучением взаимоотношений спорта и политики, а также спортивных журналистов.

Спектр мнений по поводу взаимоотношений спорта и политики, как заметил В. Столяров, «колеблется между двумя противоположными полюсами: либо считают, что спорт не должен иметь ничего общего с политикой («Спорт – вне политики»), либо полагают, что спорт по своей сути всегда политичен» [7]. Сторонники первого подхода, ориентирующиеся на взгляды и разработки знаменитого основоположника современного олимпизма П. де Кубертэна, утверждают, что спорт самодостаточен, имеет цель и смысл только в самом себе, и находится полностью вне сферы политики. Другую, противоположную точку зрения отстаивал, например, известный английский социолог спорта П. Макинтош, который писал, что по самой своей природе спорт обречен на связь с политикой больше, чем любой иной род человеческой деятельности [18].

Преодолеть данные противоречия во взглядах на роль спорта, по мнению В. Столярова, можно, если учесть разный характер и разные задачи двух главных разновидностей спорта – общедоступного и элитного. Когда речь идет об основополагающих, имманентных свойствах спорта и его соответствующих внутренних функциях (таких, как традиционно выделяемые функции: символическая, цивилизационная, оздоровительная, развлечения, социализации, функция общения), то ясно, что они присущи обоим разновидностям спорта как культурного феномена. В. Столяров подчеркивает: «Правила спортивных соревнований, особенности техники и тактики тех или иных видов спорта, закономер-

ности тренировочного процесса, методика выполнения физических упражнений не являются политическими. Не относятся к сфере политики также исходные цели и задачи спортивной деятельности, ее культурное предназначение» [7]. Как метко заметил немецкий исследователь К. Кроков, «не существует «немецкого», «капиталистического» или «социалистического» прыжка в длину, а есть просто спортивный прыжок» [19]. Точно так же и гол в футбольные ворота, и технический элемент в гимнастике сами по себе не являются политическими, и доказательством превосходства одного государства над другим служить не могут.

Но вот результаты этих спортивных действий, выражающиеся в занятии определенного места, уже могут использоваться политикой. Спортивные результаты существуют объективно и конкретно, они легко поддаются измерению, определяя, кто выше, быстрее, сильнее. Соревновательность – неотъемлемое качество человека – похожа на конкуренцию в политике, но сама по себе не имеет политического значения. Как отмечал А. Кёх, «занятия спортом сами по себе абсолютно аполитичны. Но в силу обстоятельств распространение организованного спорта с неизбежностью становится процессом политическим» [8]. Политическое, идеологическое значение привносится извне, по принципу сходства, используя конкретность и наглядность спортивных результатов. А. Исаев констатирует: «В идеологии определяется и обосновывается политическая заинтересованность государства в спорте, разрабатываются пути и средства их обеспечения, одним из которых является идеологическое воздействие на население. Уже простая информация о спорте носит идеологический характер, служащий средством управления спортом и спортивным движением, спортивной пропаганды, агитации, рекламы и т. д.» [20]. Далее Исаев приводит любопытное суждение австрийского ученого Э. Озера, который главную причину того, что спорт легко поддается идеологизации, усматривает в том, что «до сих пор остается открытым вопрос о смысле и цели спорта. Девиз олимпизма «Быстрее, выше, сильнее!» определяется как «религия спортсменов», ибо он не указывает, почему и для чего это нужно. Любое дополнение к нему создает опасность идеологизации, поскольку оно так или иначе несет в себе мировоззренческую, религиозную или политическую идеологию» [20]. В результате большой спорт приобретает ряд дополнительных внешних функций, которые уже не присущи массовому спорту и которые позволяют быть ему составной частью имиджа страны.

Ни один спортсмен не выступает сам за себя, он представляет государство, которое его подготовило к соревнованиям, выделяло средства на тренировки, экипировку, транспортировку к месту соревнований. И хотя, как указывают А. Ингхэм и Дж. Лоу [21], реальность спортивных

состязаний отличается тем, что заключена в определенные пространственно-временные рамки, ограничивается правилами, и за пределами этих рамок и правил не существует (и, следовательно, взгляд на международные соревнования как на определенный символ, модель, ритуальное сражение между нациями, является логическим упрощением), победа спортсмена неизбежно становится победой делегировавшей его страны, служит удовлетворению национальной гордости и демонстрации национального превосходства.

Каждой из спортивных побед сопутствует демонстрация символов государства, которое представляет победивший спортсмен. Как отмечает Н. Бродская, «флаг и гимн государства становятся обязательным атрибутом такой победы. Демонстрация флага – таким образом – это не обязательно дальние походы военно-морских эскадр или присутствие за рубежами страны наших воинских контингентов либо миротворцев. Спорт больших достижений предоставляет возможности для демонстрации флага, как правило, в гораздо более благоприятном медийном контексте» [14]. Таким образом, спорт выступает в качестве «вербовщика» (выражение исследователя из ГДР К. Крокова [19], то есть спортсмены своими победами привлекают внимание, рекламируют не только спорт, но и все, что причастно к этой победе.

Поскольку в спортивных соревнованиях участвуют страны, имеющие разную социальную и политическую структуру, а СМИ информируют миллиарды людей на всем земном шаре о ходе важнейших международных спортивных состязаний, то эти соревнования прекрасно подходят для проведения государствами собственной национальной, идеологической и иной пропаганды. По словам Х. Майера, «спорт – в частности, международный соревновательный спорт приобрел значение, выходящее за рамки его внутренней проблематики» [22]. Став выражением той социально-культурной и политической системы, в условиях которой он развивался, спорт в дополнение к своему внутреннему содержанию наполнился также привнесенным значением и вместе со своими общими, присущими по его природе, функциями стал выполнять и другие – в том числе имеющие отношение к формированию имиджа стран. Так, К. Кроков приписывает спорту экономическую и политическую функции как внешние. Первая, по его мнению, обусловлена возросшим экономическим интересом и превращением спорта в массовый феномен, а вторая – превращением спорта в один из символов государства [19]. К.Л. Стивенсон из США среди прочих функций спорта выделял, в том числе, интегративную и политическую функции. Относительно первой он отмечал: «Функция интеграции представляет спорт как средство возможного достижения гармоничного объединения людей

с коллективом и их идентичность с ним» [23]. Причем в аспекте внегруппового (межгруппового) сознания, по словам Стивенсона, «коллектив идентифицируется как «мы», как группа внутри себя, а другой коллектив – как «другие», «враги» вне группы» [23].

Таким образом, интегративная функция спорта через спортивную журналистику играет принципиальную роль при создании образа государства на стадии разграничения «мы» и «они», понимания национальной идентичности и самобытности. В основе данной функции лежит психологический механизм, имеющий истоки в самой природе спорта. К. Кроков, также выделявший функцию социальной интеграции, указывал, что наиболее ярко она проявляется в сфере зрелищного спорта, когда большие группы населения, а иногда и целые нации отождествляют себя и соперничают с одной из соревнующихся сторон [19].

Что касается политической функции спорта, выделенной К.Л. Стивенсоном, то, по его словам, «она состоит в применении спорта в качестве политического инструмента. С одной стороны, можно сказать, что политическое использование спорта – это расширение его интеграционных функций, причем задача спорта состоит в создании национального чувства идентификации и национального престижа. С другой стороны, спорт может рассматриваться как политическое средство для признания или непризнания других наций» [23]. Под вторым аспектом применения политической функции спорта, Стивенсон понимает, в частности, бойкоты и отказы от участия в соревнованиях как инструмент давления на политику других стран. Со своей стороны, В. Столяров считает, что «он (спорт-авт.) учит с достоинством вступать в конфликты, которые, однако, как бы они ни были остры, остаются в пределах правил игры, процедурная основа которой служит гарантией мира». Тем самым «спорт может служить инструментом воспитания миролюбия», демонстрируя возможность и приемлемость решения конфликтов без применения силы [24].

Немецкий ученый Г. Воннебергер в числе прочих общественно-политических функций большого спорта предложил рассматривать функцию, которую можно назвать «представительской». По его мнению, спорт, помимо всего прочего – это «форма проявления уровня достижений страны и сфера мирного сосуществования государств с различным общественным строем» [25]. При этом немецкий исследователь делает весьма важную оговорку: «Подчеркивая представительский характер большого спорта, мы имеем в виду длительные отрезки времени и распространенные виды спорта. Разумеется, в каждом спортивном результате имеется что-то от целого, из которого он вырос, но только что-то; каждый результат каждого отдельного спортсмена не дает осно-

ваний судить в целом об обществе, о государственном или общественном строе» [25].

Н. Бродская выделяет особое значение Олимпийских игр, прежде всего, для принимающей страны: «Выбор места проведения Олимпиад к концу XX века стал определяться во многом политическими мотивами. К этому времени проведение игр превратилось в весьма выгодное мероприятие, как с финансовой, так и с политической точки зрения. В этом смысле трудно переоценить роль Олимпийских игр в деле формирования положительного имиджа той или иной страны. США всегда выставляют свой город-кандидат на рассмотрение МОК к каждой предстоящей Олимпиаде» [14]. Государства заинтересованы в принятии на своей территории Олимпийских игр из соображений пропаганды среди самой широкой мировой аудитории (в этом с Олимпийскими играми вряд ли может сравниться любое другое общественное событие в мировом масштабе, причем не только в сфере спорта) своих национальных культурно-мировоззренческих ценностей. Получение права на проведение соревнований такого уровня – это уже победа в конкурсе между претендентами, которая говорит не только об уровне развития спорта в стране, но также служит признанием устойчивости и привлекательности ее политической системы, ее успехов в экономике, наличия развитой инфраструктуры и сферы услуг и много другого. Принятие и проведение на своей территории таких соревнований, имеющих общепланетарный масштаб, вследствие развития СМИ и огромного числа зрителей, предоставляет прекрасные возможности для дальнейшей пропаганды и рекламы своего образа жизни, мышления.

Результаты проведенных исследований по проблеме освещения Олимпийских игр в СМИ позволяют С. Кузьменко утверждать, что олимпийское движение «изменяет стереотипы, которые сложились в мировом общественном мнении о стране-организаторе Олимпийских игр, о взаимоотношениях между странами-участницами Игр» [26]. Исходя из этого, следует согласиться с мнением Г. Каменской, считающей, что для возвращения, к примеру, России в круг проектантов будущего, в рамках общего развернутого стратегического культурно-цивилизационного проекта, с которым Россия могла бы выйти на мировую арену, необходимы также и тактические меры. Также «в число тактических средств входит богатейшая спортивная жизнь и освещение ее в СМИ» [27]. Такой подход в продвижении культурно-цивилизационного проекта, несомненно, применим к любому государству. И важнейшим помощником в его реализации выступает спортивная журналистика, которая, по мнению Д.А. Туленкова, является социально значимой деятельностью по сбору, обработке и распространению

актуальной спортивной информации через каналы массовой коммуникации (пресса, радио, телевидение, интернет) и опирается на аудиторию и специальный предмет рассмотрения, описания, анализа. «Специальным предметом, таким образом, – отмечает автор, – выступает спорт, а также все события социальной жизни вокруг него» [28].

Библиографические ссылки

1. Совещание по вопросам развития зимних видов спорта // Официальный сайт Президента Республики Беларусь [Электронный ресурс]. 2018. URL: /president.gov.by/ru/newssoveschaniievdivov-sporta (дата обращения: 25.04.2018).
2. Шишигин М.В. Спорт. Информация: уч. пос. Москва: Всесоюзный научно-иссл. институт физической культуры, 1984. 128 с.
3. Гаджиев, К.С. Имидж государства как инструмент культурной гегемонии // Мировая экономика и международные отношения. 2007. № 12. С. 14–15.
4. Воронков П. Спортивная пресса как тип: учебное пособие. Москва: Самиздат, 2009. 310 с.
5. Столбов В.В. Эволюция Олимпийских идей от Пьера де Кубертена до Хуана Антония Самаранча // Теория и практика физической культуры. 1994. № 8. С. 8–11.
6. Гурвич И. Американская печать // Периодическая печать на Западе (сборник статей). Воспроизведено в оригинальной авторской орфографии издания 1904 года. Издательство Книга по Требованию, 2012. [Электронный ресурс]. 2012. URL: <https://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=670253> (дата обращения: 25.12.2018).
7. Взаимоотношение спорта и политики с позиций гуманизма : сборник статей / сост. и ред. : В.И. Столяров, Д.А. Сагалаков, Е.В. Стопникова. М.: Центр развития спартанской культуры; Фонд спорта и культуры мира, 2005. Вып. III. 256 с.
8. Алексеев К.А. Спортивная журналистика: учебное пособие. Москва: «Юрайт», 2013. 427 с.
9. Виноградов П.А. Щедрость, граничащая с абсурдом [Электронный ресурс]. 1998. URL: <http://lib.sportedu.ru/press/sfa/1998N2/p18-19.html> (дата доступа: 25.04.2018).
10. Томсон Р. Спорт и идеология в современном обществе // Спорт и образ жизни. Сост. В.И. Столяров, З. Кравчик. М., 1979. С. 153–161.
11. Столяров, В.И., Сагалаков, Д.А. Миротворческая роль спорта и олимпийского движения: идеал и реальность // Гуманистика соревнования : сборник статей. М.: Центр развития спартанской культуры, Фонд спорта и культуры мира, 2005. Вып. III. С. 164–256.
12. Спортивная Цусима // К спорту! 1912. № 32. С. 22.
13. Презуменщиков М.Ю. Большой спорт и большая политика. М., 2004. 71 с.

14. Бродская Н.П. Спорт больших достижений как пространство для формирования национального имиджа страны // Национальные интересы и имидж России. М., 2006. С. 57–67.
15. Лубышева Л.И. Социальная роль спорта в развитии общества и социализации личности // Теория и практика физической культуры. 2001. № 4. С. 11–16.
16. Люшен Г. Взаимозависимость между спортом и культурой // Спорт и образ жизни. Сост. В. И. Столяров, З. Кравчик. М., 1979. С. 38–41.
17. Петушкова Е.В. Новое мышление и новые аспекты роли спорта в борьбе за мир // Спорт и перестройка. М., 1988. С. 174.
18. McIntosh P. Fair play. Ethics in sport and education. Heinemann, London, 1979. С. 15–17.
19. Кроков К.Г. Общественные и политические функции спорта // Взаимоотношения спорта и политики с позиции гуманизма. Вып. III. М., 2005. С. 150–151.
20. Исаев А.А. Спортивная политика России. М., 2002. 94 с.
21. Ингхэм, А., Лоу, Дж. Структура игровой деятельности // Спорт и образ жизни. Сост. В. И. Столяров, З. Кравчик. М., 1979. С. 65–84.
22. Майер Х. Олимпийские игры как модель современного мира // Международное спортивное движение: Экспресс-информация. Вып. 19. М., 1984. С. 18–21.
23. Стивенсон К.Л. Спорт как современный функциональный феномен: функциональный подход // Спорт и образ жизни. Сост. В.И. Столяров, З. Кравчик. М., 1979.С. 60–61.
24. Столяров В.И. Спарта́нские игры – новая гуманистически ориентированная модель спорта в его интеграции с искусством // Альтернативные модели спорта : сборник / сост. и ред. В.В. Кузин, В.И. Столяров, Н.Н. Чесноков; РГАФК. М. : СпАрт, 1998. Вып. IV. С. 54–279.
25. Воннебергер Г. Общественные функции большого спорта // Спорт и образ жизни. Сост. В. И. Столяров, З. Кравчик. М., 1979. С. 149–162.
26. Кузьменко С.Н. Освещение олимпийского движения в средствах массовой информации // Автореф. канд. диссертации на соискание степени. М., 1997. 18 с.
27. Каменская Г.В. Россия – проблемы возвращения в круг проектантов будущего // Национальные интересы и имидж России. М., 2006. С. 16.
28. Туленков Д. Спортивная публицистика и спортивная журналистика: учебное пособие. Москва: Саратовский государственный университет, 2006. 136 с.