САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»

*На правах рукописи*

**ГАЙДАШ Никита Александрович**

**Олимпиада и паралимпиада в Рио-де-Жанейро:**

**дискурс отечественных и зарубежных СМИ.**

**Профиль магистратуры – «Спортивная журналистика»**

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

Научный руководитель –

доктор филологических наук,

профессор С.Н. Ильченко

Вх. №\_\_\_\_\_\_от\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Секретарь \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Санкт-Петербург

2018

Оглавление

[Введение. 3](#_Toc514856659)

[Глава I. Спортивный дискурс в информационной картине мира 7](#_Toc514856660)

[1.1. Спортивный дискурс: теория и практика. Олимпийский дискурс и его проблемно-тематическое своеобрази………………………………………….8](#_Toc514856661)

[1.2. Основные этапы развития олимпийского движения. Олимпиады, получившие наибольший резонанс в СМИ. Спорт и политика…………….12](#_Toc514856662)

[1.3. Основные этапы становления и развития олимпийского движения в России…………………………………………………………………………..19](#_Toc514856663)

[Выводы по главе 1……………………………………………………………..23](#_Toc514856664)

[Глава II. Спорт и политика. Состояние и отражение общеполитических процессов в материалах журналистов СМИ…………………………………...26](#_Toc514856665)

[2.1. Признаки политического противостояния в спорте в советский период ….27](#_Toc514856666)

[2.2. Признаки политического противостояния в сопрте постсоветский период 41](#_Toc514856667)

[Выводы по главе 2. 47](#_Toc514856668)

[Глава III. Информационные прецеденты медийного дискурса олимпиады и паралимпиады в Рио-де-Жанейро……………………………………………....49](#_Toc514856669)

[3.1. Особенности организации и своеобразие проведения олимпиады и паралимпиады 2016 года: медийный аспект………………………………...50](#_Toc514856670)

[3.2.Проблемный медийный дискурс Олимпиады и паралимпиады 2016 года в отражении зарубежных СМИ…………………………………………………70](#_Toc514856671)

[3.3. Проблемный медийный дискурс Олимпиады и паралимпиады 2016 года в отражении отечественных СМИ……………………………………………...74](#_Toc514856672)

[Выводы по главе 3……………………………………………………………..77](#_Toc514856673)

[Заключение 79](#_Toc514856674)

[Библиография. 84](#_Toc514856675)

[Приложения. 94](#_Toc514856676)

# Введение.

**Актуальность исследования**. Олимпийские игры – это крупнейшее международное соревнование, которое объединяет тысячи спортсменов и тренеров, а так же миллионы мотивированных зрителей по всему миру. Благодаря своей исключительной зрелищности и беспрецедентной массовости, Олимпиада - важнейшая составляющая мировой глобализации, а процессы с ней связанные и их последствия стали одной из самых острых и обсуждаемых мировыми СМИ темой и проблемой. Кроме того, такие крупные спортивные события имеют и идейно-воспитательную направленность, громкие успехи спортсменов способствуют повышению патриотизма. Важнейшей составляющей дискурса Олимпийских игр в Рио-де-Жанейро, созданного СМИ по все миру, стал инцидент, связанный с отстранением российских спортсменов из-за допинга.

На фоне допингового скандала представляется актуальным проследить исключительность информационного дискурса Олимпиады-2016. В связи с этим, тема Олимпиады-2016 в Рио-де-Жанейро является актуальной для нашей страны, так как в рамках этого спортивного события Россия оказалась центре допингового скандала мирового масштаба. Это событие стало бесспорным прецедентом в истории Олимпийского движения и спорта в целом. Поэтому важно обобщить и систематизировать имеющуюся информацию об играх в Рио, и рассмотреть это событие с политической, социальной и спортивной стороны. Изучение и анализ спортивного дискурса, сопровождавшего события бразильской Олимпиады, позволяет точнее и глубже понять взаимодействие журналистики с политикой и идеологией, журналиста с обществом и властью, журналистов с любителями конкретных видов спорта и спортсменами непосредственно.

**Объектом исследования** данной работы является медийная «картина мира», созданная мировыми и отечественными СМИ накануне и во время проведения Олимпиады.

**Предмет исследования –** спортивный дискурс, возникший в средствах массовой информации относительно событий Олимпиады-2016. К нему относятся материалы отечественных и зарубежных СМИ, связанные с Олимпиадой-2016, как спортивной, так и общественно-политической тематики.

Выбор хронологических рамок определяется тем, что именно в этот период происходит финальный этап подготовки к Играм, их проведение. А также включен период в несколько месяцев после мероприятия, для изучения материалов, содержащих оценку событий Олимпиады.

**Цель** данного исследования – выявить специфику медийного образа Олимпиады в Рио и определить роль в нем России и событий, связанных с нашей сборной.

**Авторская гипотеза** состоит в том, что при создании материалов на тему Олимпиады-2016 и допингового скандала, различные СМИ интерпретировали одну и ту же информацию по-разному. Самое важное, что в этом есть зависимость: чаще всего от страны, в которой работает СМИ.

**Задачи**, которые были поставлены в исследовании, происходили из сформулированной выше цели:

* Обобщение тематических материалов российских и зарубежных СМИ, посвященных Олимпиаде-2016 для реконструкции медийной картины событий Олимпиады и соответствующих комментариев, журналистских оценок;
* Выявление идеологического «вектора» различных по смыслу экспертных и журналистских оценок уровня проведения Олимпиады в Рио-де-Жанейро;
* Оценка и классификация социокультурных и общественно-политических факторов медиакоммуникации в период Игр;
* Определение типологических и специфических характеристик материалов, посвященных Олимпиаде-2016, а также политических, экономических и социальных аспектов этих публикаций.
* Выделить признаки политического противостояния в истории и сравнить с медийным дискурсом Олимпиады-2016.

Положения, выносимые на защиту:

* Различные СМИ при создании материалов на тему Олимпиады-2016 и допингового скандала, интерпретировали одну и ту же информацию по-разному. Тем самым, они сформировали прецедентность данного дискурса.
* В различии интерпретаций различных СМИ есть закономерность, связанная со страной, где работает это СМИ.

В дипломном сочинении используются общенаучные **методы** качественного анализа и наблюдения, метод классификации и систематизации выборочного материала с целью выявления социокультурной и социально политической специфики. Также применяются описательный, типологический, жанрово-тематический и социокультурный анализ публикаций СМИ.

Изучением олимпийского движения в разные годы занимались многие исследователи, такие как: О.С. Васильева, А.Г. Егоров, В.С. Родиченко и др. Именно о дискурсе Олимпиады 2016 года крупных научных работ практически нет. В то же время нельзя не упомянуть о целом ряде работ, вышедших в последнее время и анализирующих отдельные аспекты темы. Среди таковых хотелось бы отметить использованные нами по ходу всего исследования работы Карп И., Винер-Усмановой И.А. и др.

**Теоретическую базу** при создании выпускной квалификационной работы составили также научные исследования и учебные пособия по истории и теории Олимпийского движения и спортивной журналистики в целом: Алексеева К. А., Ильченко С. Н., Теодораки Э., Штейнбах В. Л.

**Эмпирической базой исследования** послужили материалы журналистов различных СМИ, как отечественных, так и зарубежных. Таких как: газеты «Спорт-Экспресс», «[Lausitzer Rundschau](http://www.lr-online.de/nachrichten/Tagesthemen-Beleidigt-und-empoert-Russland-stuerzt-in-der-Medaillenbilanz-ab;art307853,5566189)», «G[ulf Times](http://www.gulf-times.com/story/509057/Insulted-disgusted-Russia-the-big-losers-at-Rio)», «New York Times», радиостанции «[Deutschlandfunk](http://www.deutschlandfunk.de/olympia-bilanz-wagenburg-mentalitaet-in-russland.1346.de.html?dram:article_id=363703" \t "_blank)», сайта «Вести.RU», ИА «РИА-Новости» и др. Всего было исследовано 152 материала из 11 источников: 6 отечественных и 5 зарубежных.

**Структура работы**: выпускная квалификационная работа, исходя из поставленных цели и задач, строится на принципах хронологии и следования от общих вопросов к частным, а также состоит из введения, трех глав, заключения и списка использованной литературы.

В первой главе рассматриваются особенности спортивного дискурса, и того как он формируется в СМИ, на примере материалов, включающих в себя дискурс всего олимпийского движения

Во второй главе определяются факторы влияния спорта и политики друг на друга. Также в ней проанализированы состояние и отражение общеполитических процессов в материалах журналистов СМИ.

Третья глава представляет собой исследование по теме работы. В ней рассматриваются информационные прецеденты медийного дискурса Олимпиады и Паралимпиады 2016 года. Каждая глава сопровождается выводами.

# [Глава I. Спортивный дискурс в информационной картине мира](#_Toc453840106)

Сфера спортивной коммуникации по большей части действительно «сращена» со сферой масс-медиа и детерминирована ею. В связи с этим неизбежно встаёт вопрос о соотношении понятий медиадискурс и спортивный дискурс. Под медиадискурсом может в принципе пониматься любой вид дискурса, реализуемый в сфере массовой коммуникации – в частности, в СМИ[[1]](#footnote-1). Иначе говоря, медиадискурс может мыслиться как «своеобразное дискурсивное пространство, кластер различных типов взаимосвязанных, переплетающихся дискурсов. Так, можно говорить о спортивном, автомобильном, медицинском, политическом, религиозном, педагогическом и прочих медиадискурсах, подразумевая, что реализация указанных типов дискурсов предполагает относительно устойчивый набор социальных практик по производству, трансляции и интерпретации массовой информации».[[2]](#footnote-2)

Спорт как феномен современной культуры представляет собой общественно значимое и эстетически влиятельное явление, затрагивающее интересы миллиардов людей на планете и формирующее социокультурные представления различных слоев населения и целых поколений.[[3]](#footnote-3) Особую значимость спорт приобрел в последние десятилетия, превратившись в медийный продукт, неотъемлемый элемент медийного пространства.

Очевидно, что большой спорт существует сегодня именно как совокупность медийных событий. СМИ оказываются тем волшебным зеркалом, которое отражает происходящее и предлагает это отражение нам[[4]](#footnote-4). Это позволяет утверждать, что именно медийность лежит в основе спортивного дискурса, определяя как формальную, так и содержательную составляющие последнего. Именно СМИ являются тем институтом, в рамках которого сформировался спортивный дискурс. Они определяют его идеологическую составляющую, способны навязать массовой аудитории определенные смыслы.

## [Спортивный дискурс: теория и практика. Олимпийский дискурс и его проблемно-тематическое своеобразие](#_Toc453840107)

В современной науке понятие дискурса считается многозначным, то есть, у него нет исчерпывающего определения, подходящего под все сферы его использования. Понятие дискурса существовало еще в философии начала ХХ века, где его трактовали как нечто формальное и рассудочное, в частности по отношению к мышлению. В области лингвистического знания этот термин впервые был применен Зеллигом Хариссом в 1952 году в заглавии своей статьи о лингвистике.

Собственно лингвистические употребления термина «дискурс» в целом сводятся к попытке уточнения и развития традиционных понятий речи, текста и диалога.[[5]](#footnote-5) С одной стороны, дискурс мыслится как речь, вписанная в коммуникативную ситуацию, то есть имеющая конкретный социальный подтекст, в отличие от речевой деятельности индивида. Кроме того, дискурс характеризуется как динамическое понятие, особенности которого могут со временем изменяться и обретать новые формы.

При определении какой и чей исследуется дискурс, принимается во внимание то, каким образом и по каким закономерностям этот социально значимый элемент проявляется в коммуникации различных форм общественных связей.

Исследования общения в спортивной среде, ценностей и концептов, целей и стратегий спорта как социального явления позволяют выделить спортивный дискурс как вид институционального дискурса[[6]](#footnote-6). Институциональный дискурс представляет собой общение в заданных рамках статусно-ролевых отношений. Здесь в центре внимания оказываются личности, вступающие в коммуникацию в определенных ситуациях и при определенных условиях. Об этом упоминают в своих работах Б.А Зильберт, А.Б Зильберт[[7]](#footnote-7). Некоторые исследователи утверждают, что институциональные дискурсы могут перемежаться или объединяться друг с другом. В силу «открытости» спортивного дискурса для него это особенно характерно. А.Б. Зильберт указывает на сращение спортивного и масс-медийного дискурса, поскольку каналы массовой коммуникации являются основными каналами распространения спортивного дискурса. Исследователь отмечает, что в спортивном дискурсе всегда присутствует представитель масс-медийного дискурса, в этой роли выступает обязательно один из журналистов какого-либо СМИ. Он является посредником между тем или иным видом спорта, в рамках которого ведет свой репортаж, и аудиторией. Коммуникация носит односторонний характер, выраженная обратная связь отсутствует, бывает лишь опосредованной[[8]](#footnote-8). Такая коммуникация называется ретиальной. Кроме того, на телевидении преобладает структурный способ представления информации, называемый фенестративным, когда одновременно передаются картинка, звучащий вербальный текст и, в некоторых случаях, музыка[[9]](#footnote-9).

В связи со сращиванием спортивного и масс-медийного дискурсов, К.В. Снятков выделяет следующие виды спортивного дискурса: телевизионный, газетно-журнальный, а так же его радио- и интернет разновидности. В частности, в нашей работе мы будем анализировать по большей части материалы газетно-журнального и интеренет-дискурса[[10]](#footnote-10). По мнению К.В. Сняткова, все эти формы имеют некоторые общие черты, к которым можно отнести следующие характеристики:

* **Ментальная основа**, под которой понимается совокупность когнитивных структур различных уровней, в которых зафиксированы знания о явлениях внешнего мира и особенностях речевой репрезентации этих знаний.
* **Неизолированность** – по мнению исследователя, спортивный дискурс является неизолированным, поскольку он контактирует с другими дискурсными разновидностями в общем дискурсном пространстве. Именно из-за данной характеристики происходит пересечение спортивного дискурса с медийным.
* **Пресуппозиция**, которая как считает К.В. Снятков, может быть общей и специальной.

**Общая пресуппозиция** – это совокупность «стандартных» (для членов данного языкового коллектива) знаний о мире. Тот минимум сведений, который должен обладать любой взрослый человек, чтобы адекватно воспринимать реальность. Этот вид пресуппозиции формируется в процессе социализации.

**Специальная пресуппозиция** – это знания, для получения которых необходимы особые когнитивные усилия. Опора на специальную пресуппозицию предполагает повышение уровня релевантности вербального взаимодействия коммуникантов. Такие знания необходимы для гармоничного существования индивида в особой, нетривиальной коммуникативной ситуации.

К.В. Снятков выделяет несколько специальных пресуппозиций в спортивном дискурсе:

* **«Действующие лица»** - некоторые дополнительные, неосновные знания об участниках соревнований.
* **«История»** – представления о результатах предшествующих состязаний, возникновении и развитии того или иного вида спорта и т.д.
* Спортивные орудия, устройство площадки и другие аспекты **«внешней» организации состязания** также представляют собой специальную разновидность фоновых знаний.

По мнению К.В. Сняткова, значимость пресуппозиции как основы спортивного дискурса обнаруживается в использовании спортивной терминологии. Каждый вид спорта характеризуется специфичными орудиями, предметами, явлениями, нуждающимися в номинации. Виды спорта характеризуется специальной лексикой. Фактически, особенность каждого вида специальной пресуппозиции заключается в его особой терминологии.

Следует еще раз подчеркнуть, что спортивный дискурс не является изолированным, а значит, он может контактировать не только с масс-медийным, но и с другими видами дискурсов в общем дискурсивном пространстве.

Так, спортивный дискурс сближается с политическим и военным дискурсами. С политическим дискурсом спортивный дискурс объединяет момент состязательности. Основу политического дискурса составляет непрекращающееся состязание между «партией власти» и оппозицией, в котором противники время от времени нападают друг на друга, держат оборону, отражают удары и переходят в наступление. Принципы военного дискурса сходны с элементами военного дискурса сами по себе. С уверенностью можно сказать, что в нашем сознании существует единое когнитивное пространство, объединяющее многие черты спортивного, политического и военного дискурсов. Общее когнитивное поле этих трех дискурсов включает различные элементы, такие как наличие противника, борьба соперников, этика поединка, правовые нормы, стратегия и тактика борьбы, победа, поражение, триумф победителя.

Олимпийский дискурс также является институциональным, как например военный, и тоже входит в общее понятие спортивного дискурса.[[11]](#footnote-11) По мнению А.Г. Егорова, для олимпийских интенций характерно соединение спорта с культурой и образованием, формирование образа жизни, основывающегося на радости от усилия, на воспитательной ценности хорошего примера и на уважении к всеобщим этическим принципам. Отсюда вытекает точно такое же пересечение и смешение олимпийского дискурса с другими, как и в случае с дискурсом спортивным. Кроме того, олимпийское движение культивирует императивную цель, на которую направлена вся его деятельность - способствовать построению лучшего мира путем воспитания молодежи средствами спорта без какой-либо дискриминации, в атмосфере взаимопонимания, дружбы, солидарности и честной игры. Здесь мы видим, что олимпизм становится важной частью процесса мировой глобализации, средством прививания общечеловеческих ценностей и морали новым поколениям. Все это характеризует олимпийское движение как чрезвычайно важный и актуальный предмет исследования[[12]](#footnote-12).

## [Основные этапы развития олимпийского движения. Олимпиады, получившие наибольший резонанс в СМИ. Спорт и политика](#_Toc453840108)

Историю становления современного олимпийского движения принято делить на два этапа: первый связан с играми древних греков и их олимпийскими идеалами, а второй этап – это время когда Пьер Де Кубертен решил возродить Олимпийские игры, создав целую систему олимпийских ценностей, которую позже изложил в олимпийской хартии[[13]](#footnote-13). Именно Де Кубертен и положил начало современному олимпийскому дискурсу.

Идея олимпизма барона Пьера де Кубертена подразумевала: развитие международного спортивного движения, основанного на гуманизме, с преодолением сословных, национальных, расовых и международных противоречий; формирование внутренней эстетической и этической сущности спорта; развитие дружеских спортивных контактов между народами; неангажированность спортсменов-любителей; союз международного спортивного движения и прогрессивных сил человечества. Примером идеала олимпизма является «Ода спорту», поэтическое творение, написанное Пьером де Кубертеном[[14]](#footnote-14).

Эти свои идеи Де Кубертен озвучил на конгрессе, проведённом 16-23 июня 1894 года в Сорбонне. В последний день конгресса было принято решение о том, что первые Олимпийские игры современности должны состояться в 1896 году в Афинах, в стране-родоначальнице Игр – Греции. Чтобы организовать проведение Игр, был основан Международный Олимпийский комитет (МОК). Первым президентом Комитета стал грек Деметриус Викелас, который был президентом до окончания I Олимпийских игр 1896 года. Генеральным секретарём стал барон Пьер де Кубертен[[15]](#footnote-15).

При рассмотрении истории олимпийского движения нельзя не упомянуть несколько игр, которые повлияли на дальнейшее развитие всего движение и вызывали реформирование международного олимпийского комитета:

* **Игры II Олимпиады (Париж, 1900г.).** В процессе подготовки Игр возникли трудности из-за нехватки средств. В связи с этим организационный комитет решил совместить Игры с Всемирной выставкой, проводившейся в Париже в 1900 году. Однако предприниматели не выполнили своих обязательств. Всего участвовало по последним данным 1300 спортсменов из 21 страны. Были введены виды спорта и дисциплины, которые в дальнейшем стали весьма популярными: академическая гребля, футбол, конный и парусный спорт, метание молота. Несомненной примечательностью Игр II Олимпиады является то, что они положили начало участию женщин.
* **Игры III Олимпиады (Сент-Луис, 1904 г.).** Первоначально для проведения игр был избран город Чикаго, но позднее, по просьбе президента США, МОК согласился на город Сент-Луис, в котором проводилась Всемирная выставка 1904 года. Но такое решение вновь превращало Игры в придаток мероприятия бизнесменов. Кроме того, организаторы, ско­рее всего из престижных соображений, не приняли во внимание са­мую большую сложность для спортсменов других стран - стоимость проезда в Америку.[[16]](#footnote-16) В результате многие спортсмены Великобрита­нии, Германии, Венгрии и других стран, где спорт получил значи­тельное развитие, не смогли участвовать в Играх. Число участников и представленных ими стран сократилось почти в два раза в сравне­нии с предыдущими Играми и составило 625 из 12 стран. Наиболь­шее число спортсменов (533) выставили США. В результате Игры, фактически, превратились в американские. Игры в Сент-Луисе прошли на более низком уровне, чем в Париже. Посещаемость соревнований, даже наиболее крупных, была низкой. И снова попытка совместить Всемирную выставку и Олим­пийские игры потерпела неудачу.
* **Игры XXII Олимпиады Москва, СССР, 1980.** Еще в 1970 г. Москва выдвигала свою кандидатуру на проведение Игр-76. Но только на сессии МОК в Вене в октябре 1974 г. столица СССР получила право называться столицей Олимпиады-80. Игры обещали стать крупнейшими в истории, но за полгода до их открытия США и ряд других стран в знак протеста против войны в Афганистане приняли решение о бойкоте Московской Олимпиады. Поэтому спортсмены нескольких десятков стран не попали на эти соревнования. Это был один из первых случаев такого обширного бойкота Олимпийских игр. Участие в Играх не приняли спортсмены из 65 государств, включая США, Канаду, Турцию, Южную Корею, Японию, ФРГ, а спортсмены этих стран традиционно сильны в летних олимпийских видах спорта[[17]](#footnote-17). Но, тем не менее, соревнования прошли с успехом. О высочайшем накале борьбы свидетельствует и широкая география победителей: золотые медали завоевали атлеты 25 стран, а призерами стали представители 36 стран-участниц.
* **Игры XIX Олимпиады Солт-Лейк-Сити, США, 2002.** После выбора Солт-Лейк-Сити столицей игр разразился скандал, связанный с получением некоторыми членами МОК неподобающих подарков и других преференций. В 1999 году эти и ряд других членов МОК были исключены из МОК.

Игры были омрачены многочисленными скандалами, большинство из которых было связано с употреблением спортсменами допинга. Некоторые участники игр были лишены завоёванных олимпийских медалей (в том числе и золотых) за употребление запрещённых препаратов. В фигурном катании произошло событие, не имевшее прецедента за всю историю Зимних Олимпийских игр – канадская пара Сале/Пелетье получила вторые золотые олимпийские медали. В итоге, золотыми медалям наградили как россиян Антона Сихарулидзе и Елену Бережную, занявших первое место, так и канадцы. Игры 2002 года до сих пор считаются самыми скандальными и неоднозначными за всю историю.

Сегодня олимпийское движение – это уникальное международное событие, объединяющее людей из более чем двухсот стран. Оно объединяет специалистов различных профессий из многих отраслей и сфер деятельности. Высшим руководящим органом олимпийского движения является Международный олимпийский комитет, который, в свою очередь, регламентируется единым кодексом принципов и правил – Олимпийской хартией. Генеральной философской идеей выступает принцип объединения всех народов под флагом олимпийского движения, без какой-либо дискриминации. Основные принципы гласят о том, что олимпийское движение должно способствовать построению мира, воспитанию молодежи в духе олимпизма, который объединяет спорт с культурой и образованием, создавая и популяризируя здоровый духовный и физический образ жизни. Современные Олимпийские игры – спортивный праздник, организуемый Международным олимпийским комитетом, является воплощением идей олимпизма[[18]](#footnote-18). На них приезжают многочисленные делегации стран, входящих в международную "олимпийскую семью": непосредственные участники соревнований (тренеры, спортсмены, медицинские работники, ученые), официальные лица и др. Следует отметить, что на Олимпийские игры приезжает большое количество болельщиков, а телевизионная аудитория исчисляется миллионами людей по всему миру. Сегодня Олимпийские игры не просто спортивное соревнование высшего ранга, объединяющее единомышленников олимпизма, но и "самый раскрученный в мире бренд", что говорит об его коммерческой составляющей, без которой невозможно было проведение настолько масштабных соревнований. Современные Олимпийские игры являются отдельной высоко прибыльной сферой бизнеса. Но так было не всегда.

Майкл Пейн – ведущий спортивный маркетолог в мире, говорит, что еще 25 лет назад олимпийское движение было на грани банкротства и, следовательно, полного краха. В те годы была разработана глобальная программа олимпийского спонсорства, которая принесла МОК многомиллионную прибыль. Сегодня огромное число компаний вкладывают свои средства в олимпийское движение, развивая его и извлекая собственную выгоду. И эта выгода не всегда является прямой, становясь официальными спонсорами и партнерами, они становятся популярными у огромного количества людей по всему миру.[[19]](#footnote-19) Олимпийские игры являются не только средством для получения материальной выгоды и отраслью бизнеса, но еще и отличным политическим инструментом. По мнению М. Левелина политика всегда была частью Олимпийских Игр: «на первых Играх в Афинах участники были разделены по национальному признаку, а спортсмены и болельщики рассматривали участников соревнований, прежде всего, как представителей отдельных стран». А на Играх III Олимпиады организаторы попытались провести «антропологические дни» - соревнования для участников разных рас в разные дни. Расизм положил начало проникновению в олимпийское движение политического противостояния. Зачастую Олимпийские игры выступали "инструментом политической пропаганды и государственной идеологии". Ярким примером выступает Олимпиада в Берлине 1936 года, с помощью которого Гитлер хотел показать миру превосходство нацистской Германии. Однако результаты Олимпиады продемонстрировали абсурдность теории арийского превосходства. А, в годы холодной войны Олимпийские игры превратились в арену политического противостояния коммунистического Востока и капиталистического Запада: один за другим объявлялись бойкоты стран двух политических лагерей по отношении друг к другу. Кроме того, в Мюнхене в 1972 г. олимпийское движение испытало самое отрицательное проявление политического и религиозного противостояния – терроризма. Определенные политические цели преследуют страны при проведении Олимпийских игр. Возможность проведения Олимпийских игр дает возможность повышения международного авторитета на мировой политической арене. Так, Игры XIII и XIV Олимпиад в Японии и Республике Корея значительно повысили статус этих стран и способствовали становлению их экономически развитыми странами. А предстоящая Олимпиада в Пекине послужит хорошей политической кампанией, которая позволит быстро развивающемуся китайскому бизнесу выйти на мировой рынок, а также привлечь иностранных инвесторов. На внутригосударственном уровне Олимпийские игры и спорт, вообще, используются деятелями политики в качестве эффективного инструмента для достижения собственной цели: во время предвыборных кампаний, для повышения собственного имиджа и др.

При разговоре о неблагоприятных конфигурациях применения Олимпийских игр в современном обществе, конечно, нельзя выпускать из виду исторические аспекты их возникновения и идеологии, которая была им присуща. На сегодняшний день многочисленные исследователи Олимпийского движения важнейшей считают проблему переосмысления «неосуществимой» олимпийской философии. Но нам все-таки очевидно, что индивидуальные, небольшие перемены, диктуемые изменениями современного мира, неминуемы, однако главные эталоны должны быть неприкосновенны. Олимпийское движение, равно как творение Кубертена равно как миротворца, несет масштабное значение в осуществлении концепции глобального взаимодействия людей со всего мира, дружелюбия, спортивного духа и здоровья равно как физиологического, так и духовного.

## [Основные этапы становления и развития олимпийского движения в России.](#_Toc453840109)

Как отмечает исследователь В.В.Столбов, в заметке «Русско-Советская Олимпийская Одиссея», к понятию Олимпийских игр в России многократно обращались известные эксперты, литераторы и общественные функционеры, такие как: Ломоносов, Баратынский, Тиханович и др. Во второй половине ХIХ в. многочисленные художники и деятели искусства отображали проблему Олимпийских игр в собственных произведениях .

Известные ученые в собственных трудах также устремлялись к проблеме Олимпийских игр. Таким образом, известный профессор начала ХХ столетия, создатель российской уникальной концепции физиологического обучения П.Ф.Лесгафт большое количество интереса уделял древнейшим Олимпийским играм и их культуре. В труде «Исторический очерк» он подмечал их существенную роль в процессе эстетического и высоконравственного обучения молодого поколения.

Развитие научно-теоритических аспектов, сопряженных с Олимпиадами, поспособствовало формированию необходимого базиса для вхождения России в Международное Олимпийское движение. Кроме теоритических вопросов в России с половины ХIХ столетия начинается стремительное развитие таких видов спорта как, большое теннис, парусный, конькобежный, велосипедный спорт, а также большое количество видов программы легкой атлетики.

В стране начинают появляться первые чемпионы мира, такие как Н. Струнников – многократный чемпион мира и Европы по конькобежному спорту, названный иностранными экспертами «славянским чудом», П. Заковорот – чемпион мира по фехтованию, многократными фаворитами различных международных состязаний по велосипедному спорту стали Сергей Уточкин и Алексей Бутыжкин и многие другие.

Видные общественные деятели и государство в целом приняли активное участие в Олимпийском движении.

Цель педагогической работы в рамках олимпийского движения — развитие у ребенка и молодого поколения никак не любых связанных с спортом и физическим здоровьем познаний, заинтересованностей, умений и способностей, а только тех, что направляют его на большие свершения в спорте, на соответствующую физическую подготовку, а совместно с этим дают возможность дать грамотную оценку и использовать в полной мере гуманистический потенциал спорта и физического воспитания, а кроме того исключить их антигуманного применения. Все остальные знания, интересы, умения и навыки могут не только не входить в предмет педагогической деятельности в рамках олимпийского движения (например, те из них, которые связаны с коммерческой составляющей спортивной деятельности), но даже быть прямо противоположными ей (к примеру, навыки, умения, связанные с агрессивностью в спорте, использованием допинга и т.д.).

В образовательном плане эта педагогическая деятельность предполагает формирование и совершенствование следующих знаний:

1) об олимпийских играх и олимпийском движении, их истории, целях, задачах, об основных идеалах и ценностях олимпизма (в том числе о правилах «Фэйр плэй», идеале олимпийского атлета, развитого как духовно, так и физически и др.);

2) о спорте, его разновидностях, о средствах и методах спортивной деятельности и подготовки, обеспечивающих высокие результаты в спорте;

3) о гуманистическом, социально-культурном потенциале спорта, о его роли в здоровом образе жизни человека, о его месте в системе средств, обеспечивающих физическую культуру личности, а также о заключенных в нем возможностях для позитивного воздействия на нравственную, эстетическую, коммуникативную, экологическую культуру человека, на его интеллектуальные, творческие и другие способности, о путях реализации этих возможностей;

4) о концепции и основных идеях гуманизма в целом, его идеалах и ценностях, касающихся отношений между людьми и человеческой личности.

В трактовке (и фактическом осуществлении) просветительских вопросов преподавательской работы в рамках олимпийского перемещения существуют две крайности. Первая из них состоит в весьма широком толковании этих задач, когда к ним относят практически все задачи, так или иначе связанные с областью спорта, со спортивной тренировкой, с формированием физической культуры, физическим воспитанием, сохранением и укреплением здоровья человека и т.д. При такой трактовке олимпийское образование утрачивает какую-либо специфику, совпадает с задачами физического воспитания, спортивной тренировки и т.д.

Другая крайность состоит в слишком узком истолковании упомянутых задач, в сведении их лишь к задаче формирования знаний об олимпийских играх и олимпийском движении.

Официальной организацией, представляющей интересы нашей страны в МОК, является национальный олимпийский комитет России. Впервые он был создан в 1911 году. Что касается Российского олимпийского комитета (РОК), он был основан в марте 1911 года и сразу активную работу по подготовке к Играм V Олимпиады в Стокгольме и по организации деятельности различных спортивных комитетов. Председателем РОК стал один из наиболее авторитетных деятелей в российском спортивном движении Вячеслав Срезневский - основатель руководитель Санкт-Петербургского общества любителей бега на коньках.[[20]](#footnote-20)

Участие России в Играх 1912 года взял под свой личный контроль император Николай II. Несмотря на то, что российская делегация была одной из самых представительных в Стокгольме - 170 спортсменов и 50 официальных лиц, вернулась домой лишь с двумя серебряными и двумя бронзовыми медалями.

После октябрьской революции 1917 года Россия, а позже и СССР не участвовали в олимпиадах, и национального олимпийского комитета в нашей стране не существовало еще более 30 лет. Только после того как в 1950 году Оргкомитет Олимпийских игр в Хельсинки прислал в Москву официальное приглашение участвовать в предстоящих Играх, появилась необходимость его создания. 23 апреля 1951 года в Москве состоялось учредительное собрание, на котором был основан Олимпийский комитет СССР.

СССР участвовал в летних Играх начиная с Олимпиады-1952 в Хельсинки, в зимних – с Олимпиады-1956 в Кортина-д'Ампеццо. К своим первым Олимпийским играм советские спортсмены с помощью и при поддержке Национального олимпийского комитета – пришли вполне подготовленными и настроенными на победу. Советские спортсмены заняли второе место в неофициальном командном зачете, завоевав 71 медаль: 22 золотых, 30 серебряных, 19 бронзовых. Первое место завоевали США, получив 76 медалей, а третье место заняла Венгрия с 42 медалями. Представители сборной Советского Союза участвовали во всех видах олимпийской программы, кроме хоккея на траве. Игры в Хельсинки стали рекордными по количеству участников (4925 спортсменов из 69 стран)[[21]](#footnote-21).

В начале 90-х гг. XX в. СССР распался на 15 суверенных стран. На зимних Олимпийских играх 1992 г. в качестве преемника СССР выступала объединенная команда СНГ, а после принятия решения о разведении по срокам проведения зимних и летних Олимпийских игр, на Белой Олимпиаде и последующих Играх спортсмены бывших союзных республик СССР выступили уже отдельными командами. Олимпийцы России достойно приняли эстафету от сборной СССР и по-прежнему входят в число лучших.

Деятельность Олимпийского комитета России в наши дни, в том числе его взаимодействие с общероссийскими спортивными федерациями, и региональными организациями построена на основе Устава Олимпийского комитета России. Высший его орган - Олимпийское собрание. Только оно, может принимать наиболее важные решения. Например, об изменениях в Уставе, выборах руководства, о выдвижении российских городов кандидатами на проведение Олимпийских игр. В период между Олимпийскими собраниями деятельностью ОКР руководит его Исполнительный комитет и его бюро. Вся деятельность российской олимпийкой системы регламентирована Законом об общественных объединениях, Законом о физической культуре и спорте.[[22]](#footnote-22)

## Выводы по главе 1.

Спорт, как и любая другая составляющая жизни общества, несет в себе некий культурологический код, позволяющий не только воспринимать определенные структуры знаний, но и осмыслять происходящее в этой сфере на уровне культурных символов и знаков. Содержание спортивных публикаций, как и других, связанных с обществом, позволяет судить о месте спорта в системе социокультурных практик общества. Подобные последствия развития журналистики более подробно осветила Е.Л Вартанова.[[23]](#footnote-23) Именно эти факторы и определяют ответственность журналистов и значение их материалов в контексте восприятия всей спортивной тематики общественностью.

Облик спорта, создаваемый в массовом сознании средствами массовой информации , способен быть использован для коррекции ценностной системы общества, для создания определенных идеологических установок и позитивных программ. Впрочем, свойственно это и всем другим сферам жизни общества, которые освещаются СМИ. И, действительно, в последнее время все больше экспертов сходятся во мнении, что большинство контента в спортивной тематике направленно на поднятие социальной активности населения в этой сфере, повышение престижа занятий физической культурой, для повышения общего уровня здоровья нации. Нельзя сказать, что эффект от такой деятельности СМИ негативный, но факт остается фактом. Спортивная журналистика из идеологического инструмента, из подразделения партийной советской печати начинает превращаться в средство рекламы и продвижения спорта в обществе как товара и коммерческой услуги, позиционирования на рынке спортивных фирм, организаций, персоналий.

Исследование взаимосвязи и взаимовлияния сферы спорта с другими социальными институтами и социокультурными процессами позволяет говорить о чрезвычайной социокультурной важности спорта и его значимой роли в жизнедеятельности социума. Спорт в наше время выполняет важнейшую воспитательную функцию по отношению к молодому поколению, кроме того, часто выполняет функцию социализации человека в обществе. В первую очередь это относится к спортсменам паралимпийцам.

Спортивные победы становятся и средством национальной идентификации, и средством формирования патриотизма и чувства гордости за страну, что ежегодно и стимулируется правительством в виде поддержки спортивных организаций, приданием некоторым видам спорта неофициального статуса национального. Кроме того, средства массовой информации, влияющие на формирование общественного мнения, играют одну из ведущих ролей в определении ними статуса спорта и физической культуры в обществе. Исследование данной тематики в СМИ приводит к выводу о том, что нельзя не учитывать стратегии и тактики формирования спортивного «этоса», целой системы ценностей и представлений в средствах массовой информации.

Именно благодаря своей чрезвычайной актуализации в современном обществе, и синтеза спортивного дискурса со многими другими сферами деятельности человека (военный дискурс, политический дискурс, исторический дискурс и т.д.), он и является важнейшим аспектом жизни современного общества, играя ведущую роль в процессах глобализации, вопросах международных отношений и культурно-ценностного воспитания поколений.

# Глава II. Спорт и политика. Состояние и отражение общеполитических процессов в материалах журналистов СМИ.

Как и во многих других странах, в России спортивные события глубоко вписаны в нарративы, созидающие идентичность любого государства. Выходя за рамки развлекательной функции, спорт выполняет ряд других, более унифицированных, функций: например, мобилизация патриотизма в обществе и обеспечение поступлени в государственную казну дополнительных финансовых ресурсов. Данное увеличение никак не связанных непосредственно со спортом смыслов делает спортивные дискурсы значимыми элементами создания стиля и имиджа, выстраивания идентичности, практики общественно-общественно-политического обособления либо, напротив, вовлечения.

В минувшие десятилетия всё больше проводится спортивных состязаний международного масштаба (Олимпиады, Чемпионаты мира, материковые чемпионаты и т.д.) и все они непременно попадают во всемирную общественно-политическую повестку. Интернациональные инциденты, трудные геополитические взаимоотношения, напряжённые взаимоотношения между отдельными государствами зачастую оказывают большое влияние в процесс и сущность спортивных мероприятий. Медийное освещение околоспортивных событий, как правило, касается не только лишь репутации спортсменов и тренеров, но и государства, которое они представляют. Таким образом, санкционный режим, введённый международным сообществом против Российской федерации, коснулся и спортивной сферы.

Серия антидопинговых скандалов, связанных с отечественными спортсменами, обширно и стремительно обсуждается в мировых СМИ, является частью медийного образа страны и именно поэтому сопровождается ответными реакциями со стороны отечественных СМИ. Из этого следует, что государство считается значимым компонентом спортивной медийной повестки. И если репрезентации государства в спортивном медиадискурсе носят в той или иной степени ангажированный и мотивированный характер, то, по всей видимости, существуют различия в медийных образах государства в зависимости от типа СМИ и источников его финансирования.

## 2.1. Признаки политического противостояния в спорте в советский период

В 1947 г. глава Всесоюзного комитета по физической культуре и спорту Николай Романов направил служебное письмо на имя члена Политбюро ЦК ВКП(б) Андрея Жданова, в котором сообщалось, что в 1948 г. будут проведены Олимпийские игры: зимние – в Сен-Морице, летние – в Лондоне. В письме говорилось: «На Олимпиадах ведется неофициальный счет медалей и очков по странам. Учитывая последнее обстоятельство, представляется целесообразным наиболее полное представительство советских спортсменов во всех видах программы Олимпийских игр 1948 г.».

Рассмотрение предложения Романова участвовать в международных соревнованиях , было проведено крайне оперативно, тем более что подготовку спортсменов следовало начинать незамедлительно. Уже 18 июня 1947 г. шведская газета «Свенска Дагбладет» опубликовала сенсационную новость: «Русские могут участвовать в Олимпийских играх 1948 г.!». Как говорилось в заметке, Исполнительный совет Международного олимпийского комитета получил информацию о вступлении СССР в четыре международные спортивные федерации. Кроме того, на тот момент Советский Союз уже вел переговоры с намерением стать членом и других организаций, в частности, федераций пловцов, боксеров, стрелков и легкоатлетической федерации.

Но, несмотря на все попытки руководства движения физкультурников включить Советский Союз в список стран-участников, советские спортсмены так и не приняли участие в Олимпиаде 1948 г. Но на одном из этапов подготовки к Олимпийским играм партийный аппарат приостановил реализацию всех планов Н. Романова. Причины этого до сих пор доподленно неизвестны, и являются предметов обширных споров среди раличных исследователей. Согласно одной из версий, главная причина была в том, что Сталин лично настоял на том, чтобы участие в Олимпиаде было отложено – до тех пор, пока безоговорочную победу Советского Союза не смогут гарантировать.

Фактически именно в это момент и произошло самое главное событие в истории советской политики по отношению к спорту: изоляционная стратегия сменилась воинственной, а спортивные соревнования стали ареной для международной борьбы. После приостновки осуществления инициативы Романова государством было окончательно определено основное направление деятельности правительства в отношении спорта и физической культуры. Но и на протяжении лет в политике СССР по отношению, безусловно, были периоды серьезных изменений. Всего в политике СССР к спорту выделяется четыре ключевых периода.

В 1917–1920-е годы рождаются сциентистские теории спорта. Проводятся съезды работников физической культуры и спорта и врачей. Пьедестал завоевывает концепция физкультуры, «содействующая задачам коммунистического воспитания и подготовки масс к труду и обороне», если следовать букве Большой советской энциклопедии. Немаловажное учатие в становлении этой концепции принял Николай Александрович Семашко (1874–1949), народный комиссар здравоохранения РСФСР, известный советский партийный деятель и один из главных основоположников системы здравоохранения в СССР. С 1923 г. он являлся первым председателем Высшего совета по делам физической культуры и спорта.

1930–1940-е годы характеризуются объединением труда и досуга в физкультуру. Тем самым именно физкультура занимает ключевое значение в жизни простого советского гражданина и в его сознании, а не спорт. А спорт внедряется в массы через соревновательные и театрализованные элементы физкультуры, самыми популярными примерами которых, являются футбольные турниры и парады физкультурников.

В послевоенные годы политика Советского Союза кардинально меняется. 1950-1960-е годы были связаны с стремлением правительства к укреплению позиций страны на мировой арене, спортивные победы воспринимались как средство утверждения коммунистической идеологии. И это убеждение с помощью методов социальной пропаганды распространялось среди всех слоев общества. Упор делался на развитие спорта высоких достижений в противовес раннему культивированию идеалов физкультуры. Именно в этот период советскими спортсменами были установлены мировые рекорды, и достижение каждой новой цели воспринималось как очередная сокрушительная победа в рамках «холодной войны»[[24]](#footnote-24). Фактически именно в этот период были заложены основы для современной системы спорта.

1970–1980-е годы, последние два десятилетия Советского Союза, стали одними из самых успешных в истории советского спортивного движения. Спорт в это время развивался через разветвленную систему «взращивания» спортсменов и представления их на соревнованиях. Высокие идеалы выступать за коммунизм и за СССР заменяются голым стремлением устанавливать рекорды, из профессионализации спорта следует его коммерческая напрвленность, что вполне закономерно приводит к массовой эмиграции спортсменов в другие страны. Эту эмигрантскую волну по аналогии с отъездом интеллигенции называли «утечкой мускулов», по аналоги с термином, обозначающим волну эмиграции среди ученых и интеллегенции.

Обозначенные четыре периода Советского Союза показывают, как изменялась политика по отношению к спорту. В связи с этим, ключевым является понятие, с которым безрарывно связано в эти четыре периода - понятие рекорда. Именно это понятие не только стало основополагающим в советской идеологии спорта, но и кардинально изменило представление о спортивном соревновании и оказалось определяющим для спорта XX в.

Рекорд переворачивает представление о спортивном соревновании как о состязании ради победы, он олицетворяет собой предельную точность, рациональность, объективность, бесспорность. Установление рекорда становится возможным из-за масштабного распространения технического оснащения, и специального оборудования, позволяющего фиксировать спортивные достижения.

Принципиально отличает рекорд от победы его темпоральность: позволяющий сопоставлять результаты спортсменов во времени, рекорд становится главным инструментом отбора спортивной системы. Благодоря только ему можно проводить работу по отбору и подготовке спортсменов. С XIX в. Становится важным не просто приплыть к финишу первым, а приплыть быстрее, чем кто-либо когда-либо приплывал. Кроме того, соревнования с рекордами фактически не требуют реального присутствия соперника, облегачая процедуру. Само же установление рекорда позволяет зафиксировать человека в истории.

«Доступной формой бессмертия» называет рекорд американский исследователь Аллен Гуттман, на чью книгу «От ритуала к рекорду» хотелось бы обратить внимание. В ней он описывает ключевые характеристики современного спорта, уделяя внимание обозначению спортивной игры как таковой. На русский язык переведена третья глава этого труда, которая вполне способна функционировать в качестве полноценного исследования, хотя и не слишком детализированного.

На данный момент существует ряд небольших исследований, в основном статей, посвященных понятию рекорда. Большинство авторов, не рассматривая главные составлющие системы современного спорта высоких достижений, ориентируются на исторический обзор, возникновение спорта как такового.

На рубеже XIX и XX вв. значимость рекорда понимает уже большинство стран, в том числе и Россия. Проводятся международные спортивные соревнования, некоторые рекорды устанавливают и спортсмены Российской империи. Когда французскому барону Пьеру де Кубертену приходит мысль возродить олимпийское движение, практически тут же к его работе подключаются представители России.

Большевики, пришедшие к власти в 1917 г., отрицали заслуги дореволюционной государственной политики и нивелировали ценность спортивных достижений. Стремясь перестроить страну согласно коммунистическим идеалам, они применили другую, прямо противоположную, стратегию по отношению к спорту – изоляционистскую. И пока продолжается почти тридцатилетняя изоляция, зарубежным спортсменам ничего не остается, как соревноваться с установленными при царе российскими рекордами. Например, мировой рекорд Николая Струнникова, установленный в 1911 г. в беге на 5000 м – 8 мин 37,3 с, – никто не мог побить целых 17 лет.

После Октябрьской революции перед руководством страны возникли вопросы: каким образом оценивать достижения спортивных организаций предыдущих лет и как осуществлять спортивную подготовку граждан? В 1917-1920-е годы были проведены различные конференции и съезды, на которых формируется концепция физической культуры.

Основной характеристикой физической культуры для этого времени является массовость проводимых мероприятий. Физическая культура тогда становилась неотъемлемой частью жизни практически каждого советского гражданина. Мероприятия по физической культуре проводились и в школах, и на заводах, и по местам жительства. Ключевой задачей физкультуры считается подготовка советских граждан к войне и повышение трудового потенциала – все это нацелено на повышение обороноспособности страны. Объектом для критики, и противоположностью физической культуры становится стремление к установлению рекорда. Появляются такие специфические неодобрительные термины, как «рекордсменство» и «рекордизм». К тому же это понятие противоречила одному из основных заветов коммунизма – коллективному устройству советского общества.

Уничижительная критика рекордсменства и рекордизма позволила новому советскому государству абстрагироваться от дореволюционного царского прошлого и определить новыпуть к достижению более совершенного коммунистического общества, сопоставимый с крылатой фразой «в здоровом теле здоровый дух». «В буржуазных государствах физкультура отождествляется со спортом, а под спортом разумеют обыкновенно рекордсменство», – пишет идеолог советского физкультурного движения Н. Семашко.

Олимпийские игры, отождествлявшиеся мировым сообществом с вершинами спорта, также были раскритикованы и представлены в качестве буржуазной, губительной для советского гражданина практики. Государство не было в том момент заинтересовано в выступлениях своих спортсменов на международной арене. Кроме того, правительство СССР вообще не было заинтересовано даже в банальном выезде своих граждан за границу. Заместитель председателя Комитета по делам физкультуры и спорта при СНК СССР Б.А. Кальпус, например, считал Игры в Амстердаме в 1928 г. «праздником национализма и шовинизма и враждебных пролетариату сил капиталистического общества».

Для повышения военной и трудовой мощи большевиками были созданы различные системы норм и стандартов. Так, в 1918 г. был создан Всевобуч (всеобщее военное обучение), предполагавший систему нормативов обязательной военной подготовки граждан, что позволило создать обширный мобилизационный резерв для Красной Армии.

1930–1940-е годы характеризуются широким распространением театрализованных практик. Это было связано со стремлением руководства страны к максимальному распространению физической культуры.

В 1931 г. состоялся первый физкультурный парад. Он был проведен в честь физкультуры и норм программы «Готов к труду и обороне» (ГТО), введенной в том же году. С этого года масштабные уличные празднества обретают новый характер – растущий масштаб и тщательная режиссура спланированных парадов становились метафорой провозглашаемых идеалов планирования, эффективности и самоотдачи. Марширующие по Красной площади спортсмены свидетельствовали о самоотверженности и подготовке советской молодежи и были призваны привлечь внимание населения к спортивным программам.

Принятая в 1931 г. программа состояла из двух частей: «Готов к труду и обороне» и «Будь готов к труду и обороне СССР». Первая была рассчитана на советских граждан старше 16 лет, вторая – на школьников 1–8-х классов. За наградные значки «ГТО» и «БГТО» боролось все население. Такой знак был даже воспет в стихотворении С.Я. Маршака «Рассказ о неизвестном герое». Смысл его легко считывается: все советские граждане – потенциально герои, и каждый из них готов к подвигу:

Ищут пожарные, ищет милиция,

Ищут фотографы в нашей столице,

Ищут давно, но не могут найти

Парня какого-то лет двадцати.

Среднего роста, плечистый и крепкий,

Ходит он в белой футболке и кепке.

Знак «ГТО» на груди у него.

Больше не знают о нем ничего.

Многие парни плечисты и крепки

Многие носят футболки и кепки.

Много в столице таких же значков.

Каждый к труду-обороне готов.

Массовые театрализованные зрелища 1930-х годов – не новшество для советской публики. На самом деле давно уже парады проводились регулярно: массовые зрелища с участием военной техники организовывались дважды в год – на 1 ноября и 1 Мая. Важно то, какую роль играл в этих зрелищах спорт: традиционно он не был основной темой парада, а составлял только его часть. Так, в 1919 г. большая группа атлетов прошла вместе с военными колоннами по Красной площади, а в 1928 г. – при проведении первой Спартакиады – 30 тысяч спортсменов колоннами после парада направились к только что открытому стадиону «Динамо».

С 1930-х годов становится возможным проведение мероприятий, посвященных только спорту. С 1931 г. физкультурные парады становятся регулярными и все более масштабными. В 1932 г. в параде участвовали 70 тысяч физкультурников (против первоначальных 40 тысяч), а в 1933 г. – 150 тысяч. Именно физкультурный парад породил ставший крылатым лозунг «Спасибо товарищу Сталину за наше счастливое детство» – его пронесли по Красной площади спортсмены парада 1936 г.

Проведение чисто спортивных парадов означало серьезный сдвиг в общественном восприятии физкультуры. И этот сдвиг обозначал новую эпоху для страны в этой сфере, главной особенностью которой была массовость. Вовлечение множества спортсменов в яркое и зрелищное мероприятие способствовало распространению идеи широкого участия в физкультуре.

О большом значении спортивных зрелищ свидетельствует и организация городской жизни. Как отмечает американский исследователь Майк О’Махоуни, метро служило не только средством связи между центром и окраинами, но и маршрутом от центра к пространству культуры и спорта. По станциям метро можно определить важные городские места. Так, первая ветка тянулась от Парка культуры и отдыха им. Горького к Парку культуры и отдыха в Сокольниках, а вторая проходила от площади Свердлова рядом со стадионом «Динамо» к аэропорту.

В это время не утихали и рассуждения о рекордсменстве. Жесткая критика «буржуазной» практики сменилась спорами о мотивировке граждан. С одной стороны, рекордсменство и заодно чемпионство кажутся буржуазной практикой. В преддверии Спартакиады 1928 г. М.С. Кедров в статье «За физкультурную самокритику» предложил «повести широкую пропаганду в том смысле, что спортивные выигрыши или победы никакой заслуги перед республикой не составляют».

В словаре Ушакова, составленном в период с 1928 по 1940 г., как пример употребления слова «рекордизм» заявлено утверждение, определенно носящее неодобрительный оттенок: «вредный профессионализм и рекордизм буржуазного спорта».

С другой стороны, возникают и попытки привлечь рекорд для распространения пролетарской физической культуры. Рекордсменство, преследующее разные цели, заслуживает и различные оценки: «Есть два вида рекордсменства: одно – как средство вовлечения масс в физкультуру, другое – как основная, индивидуальная цель данного спортсмена».

Николай Семашко уже в этот период начал поддерживать соревнования в спорте, хотя все еще и отрицал необходимость рекорда. В 1927 г. он написал: «Наивны были те противники соревнований, которые думали, что можно держать громадные массы физкультурников на “манной кашке” нормальных уроков, гимнастики и т. п. Соревнование – это самое яркое, самое привлекательное в физкультуре, выбросить эту “изюминку” из физкультуры – значит опреснить, сделать невкусной физкультуру для масс».

Со второй половины 1930-х годов понимание физкультуры вновь было изменено. Раньше оно связывалось с наращиванием трудового потенциала, теперь оно все сильнее ассоциируется с военной мощью и обороной советских границ. У военных задач спортивных программ были глубокие исторические корни: уже в XIX в. государства произвели внедрение спортивных программ для поддержания военной мощи. Существует даже тезис, что во Франции идея Пьера де Кубертена об Олимпийских играх была поддержана, поскольку укладывалась в развитие культа здоровья и хорошей физической формы, отражала страх перед вырождением французской нации.

Физкультурно-спортивный дискурс подвергается стремительной милитаризации. Образу спортивной советской молодежи с середины 1930-х годов противостоит капиталистическая логика, представляющая опасность и угрозу. Спортивные персонажи переосмысливаются как защитники Отечества, в это время распространяется метафора вратаря как военнослужащего на границе своей родины:

Эй, вратарь, готовься к бою,

Часовым ты поставлен у ворот!

Ты представь, что за тобою

Полоса пограничная идет!

Эти слова песни, впервые прозвучавшей в кинофильме «Вратарь», стали известны на всю страну как «Спортивный марш». Образ вратаря как символического защитника советского государства встречается и в музыке, живописи и литературе.

В 1930–1940-е годы меняется отношение партии к спорту и к спортивным достижениям. Газета «Правда» от 24 июля 1934 г. писала: «Стремление к мировым рекордам не есть пустое рекордсменство. Мы радуемся каждому успеху советских спортсменов, каждому их рекорду, потому что это – результат борьбы самих трудящихся, свидетельство роста нашей спортивной техники, доказательство правильности нашей советской системы физического воспитания»[[25]](#footnote-25).

Важно отметить, что спор о рекордах продолжался и в контексте коллективных видах спорта, которые тоже тяготели к объективности оценок результата и вполне подвергались подсчету (голы, минуты, очки). В футболе, хоккее, например, также не поощряется гонка за рекордами. Примечательно об этом написал в своей книге «Играет ЦСКА» Василий Сысоев: «В команде давно сдали в архив односторонний подход к оценке хоккеиста, голое рекордсменство. Там ценят не только то, как спортсмен владеет клюшкой, но и его моральные качества, его гражданственность. Естественно, поэтому команда не могла остаться безучастной, когда ей стало известно, что В. Полупанов со своими дружками отдался “увеселительным мероприятиям”, забыл дорогу в институт, заметно сбавил активность на занятиях по марксистско-ленинской подготовке. То, что он неплохой бомбардир, усердно тренируется и старательно играет, – этого было явно недостаточно. От него, как и от остальных игроков, коллектив требовал примерного поведения и вне команды, проявления жадности к знаниям, к повышению общеобразовательного и культурного уровня».

В послевоенные годы советская политика по отношению к спорту в очередной раз была кардинально изменена. Спортсмены начали действовать в рамках идеологии, предложенной Пьером де Кубертеном. Все действия власти по спортивной политике были направлены на то, чтобы представители СССР состязались за право быть лучшими. Для каждого советского спортсмена тогда представлять свою страну за рубежом было высшей наградой и самой заветной мечтой.

С этого периода начилась новая эпоха в истории советского спорта. Власть похоронила утопические надежды, которыми характеризовались физкультурные программы ранних советских лет, и которые необходимы были только в рамках военного или предвоенного положения. По-прежнему провозглашая те же задачи, власти сосредоточились на подготовке талантливых спортсменов-профессионалов.

В 1947 г. физкультурный парад, ежегодно проводимый на Красной площади, был перенесен на стадион «Динамо». В 1951 г. его разбили на отдельные спортивные соревнования, проводимые в различных частях города. С этого момента в спортивных мероприятиях преобладал состязательный, а не театральный аспект. В спортивной политике акцент начал ставиться на точечный, индивидуальный подход к подготовке профессиональных спортсменов, а не на вовлечение в физкультурные мероприятия все больших масс людей.

Советские спортсмены начали побеждать на международных соревнованиях и устанавливать новые рекорды – теперь это стало возможным, поскольку советские спортивные организации стали членами международных федераций. Дебютировав на летних Олимпийских играх 1952 г. в Лондоне, СССР тут же завоевал лидирующие позиции в спортивных состязаниях, но победителем не стал. «Холодная война» между Соединенными Штатами и Советским Союзом в спорте была начата: СССР занял только второе место, уступив США 5 медалей в командном зачете.

После первой неудачи на Олимпиаде все усилия были направлены на достижение победы советских спортсменов. Это принесло плоды: в 1956 и 1960 гг. СССР побеждает на Олимпиадах с грандиозным отрывом – 24 и 32 медали соответственно составляют перевес по отношению к достижениям Соединенных Штатов.

Тенденция к политизации Олимпийских игр и спортивных состязаний наблюдается по всему миру. Вероятно, началась она еще с 1936 г., когда на берлинских Олимпийских играх так явно отдавались почести национал-социализму, звучали фашистские приветствия, каждое отдельное спортивное зрелище использовалось в пропагандистских целях. Классикой агитационного кино стала хроника тех Игр «Олимпия», снятая легендарной Лени Рифеншталь. Считается, что именно с этого момента Олимпийские игры оказались в тесной связке с политикой.

Когда в 1948 г. Международный олимпийский комитет не допустил к участию в Олимпиаде Германию и Японию как инициаторов Второй мировой войны, был создан прецедент политического влияния спортивного движения. Когда в 1980 г. США и еще 55 стран отказались участвовать в московской Олимпиаде в знак протеста против советского вторжения в Афганистан, а в ответ на это в 1984 г. Советский Союз отказался от участия в Олимпиаде в Лос-Анджелесе, спорт и международная политика существовали неразрывно. Как отмечают Петр Вайль и Александр Генис, именно в этот период фраза «победила дружба» переходит в разряд юмористических. В конце 1960-х – начале 1970-х годов СССР начинает оказывать значительную финансовую, экономическую и политическую поддержку Кубе. Кроме политического и экономического содействия, Советский Союз принимает также участие в спортивной подготовке кубинцев. В 1969–1972 гг. более 50 советских тренеров помогают тренировать кубинских атлетов для Олимпийских и панамериканских Игр, что незамедлительно приводит к последующим успехам кубинцев на обоих турнирах. Достижения спортсменов были призваны наглядно продемонстрировать другим латиноамериканским государствам преимущества социалистической системы.

Некоторые рекорды советских спортсменов остаются непревзойденными до сих пор: в тяжелой атлетике, в стрельбе из малокалиберного пистолета, в женских прыжках в длину, в эстафетах 4 ? 400 м, в мужских прыжках с шестом, в толкании ядра и метании молота.

Одну из ключевых ролей в установлении этих рекордов сыграл допинг – прием стимулирующих веществ, позволяющих добиться улучшения спортивных результатов. Он был запрещен Медицинской комиссией МОК только в 1993 г.

Достижение этих рекордов свидетельствует о грандиозных изменениях в подготовке спортсменов. Фактически в 1970–1980-е годы возникает феномен коммерческого спорта. Другими словами, спортсмены, тренеры, врачи становятся частью колоссального механизма, приобретая свою рыночную стоимость. Это уже не просто физкультурники, это единицы квалифицированного состава, ставящие перед собой производственные задачи. И весьма логично, что на это же время попадает так называемая «утечка мускулов» – во времена перестройки лучшие советские спортсмены стали уезжать из СССР.

Сейчас спорт, особенно спорт профессиональный, – удел весьма ограниченного круга лиц. Он связан с большим количеством любопытных биографических историй, так или иначе показывающих травматичность и трудность этого пути.

В современности установление новых рекордов – один из самых трудоемких вопросов, поскольку человек уже подошел к границам своих физических возможностей. Многие рекордсмены, превозмогая некоторые физические данные или природную предрасположенность, устанавливли новые нормы и ориентиры в своих видах программ.

## 2.2. Признаки политического противостояния в спорте в постсоветский период

В практике работы по олимпийскому образованию детей и молодежи в настоящее время применяется довольно широкий круг разнообразных форм и методов работы.

Центральное место среди них занимает работа по разъяснению и пропаганде идей олимпизма, олимпийского движения во время учебного процесса в школах, вузах и других учебных заведениях, и в первую очередь в рамках тех учебных дисциплин, которые непосредственно связаны с областью физической культуры и спорта (на уроках физкультуры, занятиях по физическому воспитанию). В последнее время многие ученые и педагоги обращают внимание на необходимость существенного повышения доли такой информационной, разъяснительной работы на уроках по физкультуре, занятиях по физическому воспитанию в школах, вузах и других учебных заведениях. Все более широкое распространение получают и занятия, специально организуемые для этих целей — «олимпийские уроки», «уроки олимпийских знаний», «олимпийские часы» и т.д. В настоящее время во многих странах подготовлены различные методические материалы, включая кино- и видеофильмы, для проведения работы по разъяснению и пропаганде идей олимпизма. Работа по созданию таких программ и материалов начата и в нашей стране.

Современный спорт , где уже установлена хроника рекордов, просчитанные техники и разработанная система выступления на соревнованиях, стал лишь одной из социальных институций, предлагающих рутинную работу для множества видов персонала, с ним связанного.[[26]](#footnote-26)

В конце XX в. профессионализация и коммерциализация спорта привели к возросшей роли личности, и особым образом это отразилось на странах, входивших в Советский Союз. Если в XX в. Можно было наблюдать борьбу и соревнование в коллективных зачетах по идеологическим мотивам, то в XXI в. страны – бывшие участницы Советского Союза вынуждены соревноваться между собой.

Спортивные болельщики хотят наблюдать за прежними героями вне политического контекста, они все также остаются личностями. И в борьбе за внимание публики настолько насыщенное прошлое даже является преимуществом, тем более среди принципов развития спорта теперь вновь побеждает не рекорд, а массовое зрелище[[27]](#footnote-27). Профессиональный спортсмен становится повестователем собственной уникальной «истории» публике, за что его можно им полюбить и запомнить. Рекорд победил физкультуру, но сейчас уже безвозвратно утерял свою значимость. Теперь на первое место по значимости занимает уровень зрелищности того, или иного мероприятия.

Очень много раз в истории спорт и политика имели пересекающиеся интересы в определенных областях и приводили к переговорам или, наоборот, к ссорам между конкурирующими странами.

Война в Югославии привела к тому, что страну в 1992 году отстранили от Чемпионата Европы по футболу. Вместо нее в соревновании приняла участие другая страна, которая даже не проходила квалификацию. Страной этой была Дания, чья сборная в итоге неожиданно выиграла титул чемпиона, победив в финале главного фаворита — Германию.

До Второй мировой войны немцы активно продвигали на внешней арене боксера Макса Шмелинга (Max Schmeling). В 1930-е годы он несколько раз ездил в США, чтобы встретиться с чернокожим американским боксером Джо Луисом (Joe Louis), в связи с чем, его интенсивно использовала берлинская машина пропаганды. Его победа в 1936 году над  Луисом, тогда еще непобежденным, по словам немцев, стала доказательством превосходства арийской расы. В 1938 году Луис взял реванш и одержал победу над немецким звездным спортсменом. Перед матчем с боксером встретился Адольф Гитлер, но когда стало ясно, что Шмелинг проигрывает бой, немецкое радио оборвало трансляцию.[[28]](#footnote-28)

В 1980 году Олимпийские игры проходили в Москве. Но годом ранее Советский Союз вторгся в Афганистан, из-за чего и случился бойкот[[29]](#footnote-29). Длинный ряд стран решил воздержаться от участия в мероприятии в российской столице. Четыре года спустя настала очередь Лос-Анджелеса принимать олимпийскую лигу. И в этот раз в знак протеста против антикоммунистического настроя США туда не приехали Советский Союз и ряд стран восточного блока. Еще один бойкот произошел в Монреале в 1976 году, когда несколько африканских стран отказались приехать на Игры в знак протеста против участия в них Новой Зеландии, чья команда по регби ездила на матч в ЮАР, где в то время царил режим апартеида.

В 1972 году восемь палестинских террористов нанесли удар во время проведения игр в Мюнхене. Они взяли в заложники группу израильских спортсменов, но затем погибли в результате операции немецкой полиции, которая пыталась помешать палестинцам покинуть страну вместе с жертвами. Освободительная операция, однако, прошла неудачно, и те заложники, которых не убили террористы, пострадали во время перестрелки.

В 1969 году футбольное соперничество между Сальвадором и Гондурасом стало прямой причиной того, что политическое напряжение вылилось в короткую, но кровопролитную войну. Перед началом войны сборные двух стран играли друг против друга во время отборочных матчей Чемпионата мира в Мексике. Первый матч выиграл Гондурас. В ответном матче победил Сальвадор. Напряжение, вызванное этими двумя схватками, заискрило, и между двумя странами начались бои. Все это происходило на фоне активной миграции и нерешенного спора насчет границы, и когда вспыхнул обоюдный гнев, ситуация вышла из-под контроля. В результате Сальвадор ввел войска в Гондурас, где за несколько дней боев погибли тысячи человек. Затем вмешалось международное сообщество, заставив правительства двух стран сесть за стол переговоров.[[30]](#footnote-30)

В разгар холодной войны внимание мирового сообщества привлекло одно событие. Американец Бобби Фишер (Bobby Fischer) и русский Борис Спасский сошлись в самой спокойной из всех возможных битв. Они встретились на Чемпионате мира по шахматам, проходившем в 1972 году в Исландии. В мировых шахматах тогда доминировали русские, но Фишер был особенно талантлив. Из-за этого между двумя сверхдержавами в Рейкьявике случилась битва, которая закончилась победой Фишера. Шахматист прожил весьма неспокойную жизнь, а в 2005 году он получил исландское гражданство[[31]](#footnote-31).

Спорт является одним из основных ресурсов «мягкой силы», который используют как зарубежные страны, так и Россия. К данной категории можно отнести всевозможные международные достижения спортсменов, проведение страной авторитетных и статусных спортивных мероприятий, а также повышение уровня развитие профессионального спорта и спортивно-развлекательной индустрии в стране и за ее пределами. Россия, несомненно, входит в число тех стран, которые используют спорт как инструмент политики «мягкой силы» государства[[32]](#footnote-32). Подтверждением этому является усиленное внимание к спорту, особенно в последние годы, когда Россия стала одной из центральных площадок при проведении международных спортивных соревнований. В первую очередь это летняя универсиада в Казани и Чемпионат мира по легкой атлетике в 2013 г., проведение зимних Олимпийских и Паралимпийских игр в 2014 г., а также Чемпионат мира по водным видам спорта в 2015 г. и предстоящий в 2018 г. Чемпионат мира по футболу. Несмотря на наличие серьезных успехов в этой области, необходимо признать, что Россия, обладая значительными ресурсами и серьезным потенциалом, отстает от других стран — Китая и США, активно использующих инструменты «мягкой силы», в частности спорт. Причины отставания кроются, во-первых, в отсутствии четко выработанной комплексной стратегии «мягкой силы», где будут прописаны цели и задачи, а также намечена программа действий.

На сегодняшний день имеющиеся акции — Олимпийские игры в Сочи, Чемпионат мира по легкой атлетике 2013 г. и другие спортивные мероприятия, прошедшие на территории страны, имеют бессистемный характер, являясь единичными акциями.[[33]](#footnote-33) Во-вторых, на эффективности и результативности политики «мягкой силы» сказывается отсутствие единого координирующего центра, контролирующего выполнение поставленных задач и финансовые затраты. В-третьих, серьезное влияние оказывает отсутствие грамотной информационной политики для последовательного улучшения имиджа России за рубежом. Необходимо наладить правдивое освещение внутри- и внешнеполитических успехов страны[[34]](#footnote-34).

Для этого необходимо использовать цифровую дипломатию как средство выстраивания и поддержки регулярных контактов с целевыми аудиториями за рубежом в сети Интернет, используя наиболее популярные информационно-коммуникационные площадки. В-четвертых, важно выстроить постоянное взаимодействие государства с неправительственными организациями (НПО), структурами гражданского общества, бизнеса и СМИ. Слабость российских институтов «мягкой силы» и возрастающее влияние политики в сфере спорта можно проследить на примере постоянных допинговых скандалов вокруг российских атлетов и неэффективности действий российских спортивных чиновников. Особенно остро это проявилось в «мельдониевой войне». Мельдоний был синтезирован еще в 70-е гг. XX в. в СССР. Он до сих пор активно применяется спортсменами из стран Восточной Европы для профилактики сердечно-сосудистых заболеваний. Первоначально «мельдониевый скандал» затронул исключительно российских спортсменов, которые были «пойманы» на использовании препарата. В результате накануне Олимпиады-2016 сборная России фактически лишилась сильнейшего состава.

Существенной реакции со стороны спортивных чиновников ЕС и США не последовало. Однако после того, как ситуация с использованием запрещенных препаратов коснулась западных атлетов, выяснилось, что мельдоний кардинально не влияет на результаты спортсменов, что позволяет всемирному антидопинговому комитету смягчить санкции. Несмотря на позитивные тенденции в перспективах разрешения конфликта, «мельдониевый скандал» серьезно ударил по имиджу России как спортивной державы, негативно повлиял на график тренировок и репутацию российских атлетов, что сказалось на их физической и моральной готовности к борьбе. Сегодня все еще остается открытым вопрос об участии российских спортсменов, попавших под санкции, в Олимпийских играх в Рио-де-Жанейро 2016. «Защищенность» спортсменов от подобных инцидентов, юридическая подкованность чиновников в сфере спорта, их готовность и способность защитить интересы атлетов и честь страны — все это влияет на устойчивость имиджевых позиций России на мировой спортивной арене. Соответственно спорт в сочетании с такими факторами влияния, как успешная политика, дипломатия, бизнес, культура и образование, оказывают в XXI в. серьезное влияние наряду с финансовой мощью государства, формируя позитивный имидж государства на мировой арене[[35]](#footnote-35).

## Выводы по главе 2.

В современности установление новых рекордов – один из самых трудоемких вопросов, поскольку человек уже подошел к границам своих физических возможностей. Так, например, в 1968 г. американец Дик Фосбери установил олимпийский рекорд в прыжках в высоту – 2,24 м. В дальнейшем он больше никогда не мог прыгнуть на 2,24 м, но его техника, названная Фосбери-флоп, используется сегодня подавляющим большинством прыгунов. Фактически этот спортсмен, перелетая через планку спиной вперед, произвел революцию.

Современный спорт – с уже установленной хроникой рекордов, просчитанными техниками и разработанной системой выступления на соревнованиях – стал не более чем одной из социальных институций, предлагающих рутинную работу для множества мужчин и женщин.[[36]](#footnote-36)

В конце XX в. профессионализация и коммерциализация спорта привели к возросшей роли личности, и особым образом это отразилось на странах, входивших в Советский Союз. Если в XX в. мы наблюдаем борьбу и соревнование в коллективных зачетах по идеологическим мотивам, то в XXI в. страны – бывшие участницы Советского Союза вынуждены соревноваться между собой. Сергей Бубка, признанный спортсмен в прыжках с шестом, с 1984 г. устанавливает все новые мировые рекорды. Первый рекорд был установлен под представительством Советского Союза, последний – уже от Украины.

Спортивная публика хочет наблюдать за прежними героями вне политического контекста, они все также остаются личностями. И в борьбе за внимание публики столь насыщенное прошлое даже является преимуществом, тем более что в логике развития спорта теперь вновь побеждает не рекорд, а массовое зрелищ. Профессиональный спортсмен становится профессиональным рассказчиком собственной истории успеха, вместе со своими партнерами он продает «переживания» и становится актером шоу-бизнеса. Рекорд победил физкультуру, чтобы быть погребенным под зрелищностью. Развитие всех сфер жизни общества привела и к развитию спорта, сместив его основные акценты. Этот процесс, безусловно, являлся общемировым, но на примере совесткого союза, эта ситуация просматривается наиболее наглядно. Здесь политика по отношению к спорту менялась столь же оперативно, как и общая ситуация в мире. Государство уже тогда осознавало огромную роль и потенциал спорта для жизни общества.

# Глава III. Информационные прецеденты медийного дискурса олимпиады и паралимпиады в Рио-де-Жанейро.

СМИ традиционно являются одним из средств реализации политической коммуникации, которые служат связующим звеном между политическими субъектами и обществом как внутренне, так и внешне. Являясь субъектом политического дискурса, СМИ оказывают все большее влияние на формирование общественного мнения по ключевым вопросам, в том числе на международном уровне. Цели и задачи политического дискурса зачастую реализуются посредством информационных кампаний. И отражаются на содержании материалов.[[37]](#footnote-37) Именно данный формат организации информационного взаимодействия, в первую очередь, посредством СМИ, считается сегодня наиболее эффективным для достижения политических целей и реализации масштабных проектов в политической сфере. С этой точки зрения, информационные кампании представляют собой средство позиционирования важных для политических акторов проблем. Это достигается путем присвоения или переприсвоения соответствующим проблемам политического статуса, то есть распространения в СМИ такой трактовки социальных вопросов, усвоение которой приведет к наращиванию легитимности поддержки организаторов кампании[[38]](#footnote-38).

В настоящее время, когда международная обстановка продолжает характеризоваться повышенной нестабильностью, возрастает интерес к проблеме информационных войн не только со стороны мировых политических элит, но и ученого сообщества. Сегодня очевиден процесс ведения западными странами информационной войны, направленной против России. Если изначально это выражалось в оказании политического давления, то теперь это затрагивает и культурную, и социальную и спортивную сферы.

## 3.1. Особенности организации и своеобразие проведения олимпиады и паралимпиады 2016 года: медийный аспект.

Показательной в этом отношении является информационная кампания, связанная с участием России в Летних Олимпийских играх в Рио-де-Жанейро и развернутая рядом западных стран с целью дискредитации России как спортивной державы. Спорт, как одна из составляющих комплексного имиджа государства, имеет высокий социокультурный статус и способность влиять на формирование образа государства, как для внутренней, так и для внешней аудитории. Спортивный имидж государства отражает уровень развития общества, в частности ее культурные ценности, характер и эффективность ведения государственной политики. Одним из ключевых показателей влияния страны в мире является олимпийский спорт. Олимпийские игры стали неотъемлемой частью международных отношений.[[39]](#footnote-39) Страны, демонстрирующие высокие результаты на Олимпийских играх, имеют престиж в мире, что, в свою очередь, способствует развитию международного сотрудничества. Однако победа России на зимних Олимпийских играх в Сочи в 2014 году, напротив усилила неоднозначность политических оценок на фоне уже обострившихся отношений между Россией и Западом.[[40]](#footnote-40)

Проблема исследования заключается в том, что нестабильность политической ситуации в мире диктует необходимость изучения методов воздействия и механизмов защиты в рамках организованных информационных кампаний. [[41]](#footnote-41) Понимание принципов организации и ведения политических кампаний, направленных, в том числе на дискредитацию имиджа государства, помогает выявить используемые оппонентами стратегии и в дальнейшем определить подходящую стратегию поведения при схожих обстоятельствах. Сегодня со стороны ряда западных государств ведется информационная война, направленная на дискредитацию имиджа России. В этой связи России необходимо тщательно изучать особенности, средства и методы ведения информационных войн, включая способы защиты от негативного воздействия.

Решение данной проблемы тем более актуально в связи с отстранением российской сборной от участия в Олимпиаде-2018 в Пхенчхане и наложением санкций на проведение будущих международных спортивных мероприятий в России.

В целом данное исследование направлено на выявление основных методов и средств информационного воздействия, которые использовались российскими, американскими и немецкими СМИ в контексте ситуации, связанной с отстранением российских спортсменов от участия в Олимпиаде-2016 в Рио-де-Жанейро и допинговым скандалом и, как следствие, призвано доказать наличие негативной информационной кампании, направленной на дискредитацию России как спортивной державы.

При проведении научного исследования автор выдвигал гипотезу о том, что ситуация, связанная с отстранением российских спортсменов от участия в Олимпиаде-2016 в Рио-де-Жанейро, является целенаправленной негативной информационной кампанией, направленной на дискредитацию имиджа России как спортивной державы.

Для решения поставленных задач автор использовал следующие методы исследования:

1. вторичный анализ эмпирических данных, полученных центрами изучения общественного мнения;

2. контент-анализ публикаций российских, американских и немецких печатных СМИ;

3. сравнительный анализ полученных данных.

Базу исследования составили публикации американских, немецких и российских печатных изданий. Издания были выбраны в соответствии с такими показателями, как периодичность, охват аудитории, статусность и направление издания. Среди американских газет были выбраны The USA Today, The New York Times и The Washington Post. Среди немецкой печатной прессы для исследования были выбраны Süddeutsche Zeitung, Frankfurter Rundschau и Die Zeit. Российскую прессу представили издания Коммерсантъ, Российская газета и Известия. Все выбранные издания являются лидерами по охвату аудитории и тиражу, ежедневными и соответствуют направлению исследования.

В современном информационном обществе СМИ являются одним из ключевых институтов, играющих важную роль в политических процессах и влияющих на политическую сферу жизни общества. Одной из основных функций СМИ в политической коммуникации - информативная. Она позволяет передавать новые знания о политических процессах, происходящих как внутри страны, так и за рубежом. Немало важной функцией является регулирующая, которая делает СМИ одними из главных участников политических процессов, происходящих в обществе. Они не только влияют на ход политического процесса, но и формируют общественное мнение, что раскрывает третью функцию СМИ – манипулятивную. Информация сегодня играет важную роль. Поэтому эффективное ее использование есть необходимое условие функционирования власти[[42]](#footnote-42). Согласно немецкому социологу А.М. Леонтюк, функция СМИ заключается в порождении и обработке раздражений, с помощью которых возникают описания мира и общественных отношений, на которые ориентируется современное общество. Также исследователь выделяет такую функцию, как управление самонаблюдением общественной системы, которая состоит в том, что СМИ пытаются разделить мир на систему, а именно на общество и внешний мир.

Т.Г. Добросклонская определяет медиадискурс как «совокупность процессов и продуктов речемыслительной деятельности, относящаяся к сфере массовых коммуникаций, во всем своем богатстве и сложности их взаимодействия». Согласно М.Р. Желтухиной и Т.Г. Добросклонской, к понятию «медиадискурс» можно отнести вербальный и невербальный, устный и письменный текст, продуцируемый СМИ. Тексты СМИ отражают действие, взятое в событийном аспекте, которое играет важную роль в социокультурном взаимодействии и формировании механизма сознания коммуникантов[[43]](#footnote-43). Как отмечает Н. Фэрклоу, существует тенденции персонификации медиасообщений и дихотомия образов «мы» и «они». Политическая коммуникация является основной средой функционирования СМИ. Принимая во внимание, что функции политического дискурса и медиадискурса во много схожи, а также и то, что одним из каналов реализации политического дискурса являются СМИ, можно говорить о политическом медиадискурсе.

Согласно Э.А. Навицкайте[[44]](#footnote-44), целью политического медиадискурса является борьба за власть. Это достигается путем воздействия на общественное мнение, что включает в себя производство вербальных текстов, отвечающих социокультурному контексту и использующие специальные языковые средства и коммуникативные приемы. Так же как и медиадискурс, осуществление целей политических акторов в политическом медиадискурсе происходит через внедрение определенных представлений и ассоциаций в общественное сознание. В этом случае тексты СМИ создаются не просто для описания событий, а для убеждения адресата в определенной позиции. Э.А. Навицкайте также отмечает, что политическому медиадискурсу свойственна полемичность, которая реализуется через выбор порядка предоставляемой информации, слов и выражений, а также через навязывание определенных ценностей и оценок и отражение оппозиции «свои/чужие». В.И. Коньков[[45]](#footnote-45) утверждает, что речевая структура политического медиадискурса отражает общую речевую деятельность общества. Также он отмечает, что данный тип дискурса всегда опосредован «координатами социального пространства-времени». То есть, тексты политического медиадискурса должны также отвечать ситуативному контексту[[46]](#footnote-46).

Основной функцией и задачей политического медиадискурса является создание коллективной политической картины мира с помощью медийных конструктов, которые составляют политическую реальность. Такими конструктами являются, прежде всего, события, происходящие, как внутри страны, так и в мире, новости и медиаобразы политических субъектов и институтов. Выбор конкретного события зависит от целей коммуникантов. Придание же событию статуса новости обуславливается несколькими факторами. Во-первых, это актуальность. Необходимо, чтобы данное событие было в фокусе внимания большей части общества. Во-вторых, это эмоциональная составляющая или же вирусность, которая позволяют вызвать определенный общественный отклик. И наконец, это новизна или неожиданность события. Соответствие данным критериям вызвано тем, что современное политическое медиаполе характеризуется высокой конкуренцией агональных медиадискурсов, которые ведут борьбу за общественное внимание. Поэтому сегодня для осуществления целей политических акторов процесс воздействия на общественное мнение подчиняется определенным этапам и стратегиям.

Рассматривая ситуацию, связанную с отстранением российских спортсменов от участия в Олимпиаде-2016 в Рио-де-Жанейро и допинговым скандалом, автор выделил четыре основных этапа, которые позволяют характеризовать данную кампанию как целенаправленную. В период с 3 декабря 2014 года до 1 января 2015 года происходил «вброс» компрометирующих данных – фильм немецкого журналиста «Топ секреты допинга: Как Россия создает своих победителей» на телеканале «Das Erste». Второй этап, который продолжался до выхода первого отчета Всемирного антидопингового агентства, ознаменует этап «раскрутки» информации и сопровождается выходом следующих фильмов в серии «Топ секреты допинга» и созданием независимой комиссии для расследования. Далее начинается фаза активных действий, которая включает в себя публикацию отчетов ВАДА, появление новых компрометирующих сведений и авторитетных интервью. В период с 17 июня 2016 года начинается заключительный этап кампании, сопровождающийся принятием решений об отстранении российской сборной легкой атлетики и тяжелой атлетики от Олимпиады в Рио-де-Жанейро и всей российской сборной от Паралимпиады.

Проанализировав динамику выхода публикаций в российских, американских и немецких печатных изданиях с 3 декабря 2014 до 3 декабря 2016 года, можно заключить, что анализируемые зарубежные издания сохраняли последовательность действий. Это позволяет охарактеризовать данную информационную кампанию, как залповую, то есть демонстрирующую мгновенный вброс информации, и в то же время массированную. Первая активность российских СМИ наблюдается в третий период. Первые два этапа пропускаются.

По тональности было выявлено, что в целом негативное отношение к России формировалось американскими и немецкими СМИ, что соотносилось с общественным мнение – 60 % немцев и 43 % американцев относятся к России негативно. В России также наблюдались негативные публикации, которые по большому счету относились к обвинениям, хотя элемент самокритики присутствовал, но в меньшей степени. Это достигалось путем использования со стороны российских СМИ дистанцирования, самопрезентации и открытого диалога, что позволило сформировать образ чистой и сильной духом России и усилить образ жертвы.

В СМИ Германии и США негативное отношение сопровождалось критикой и сопутствующих приемов. И несколько публикаций носили характер презентации, сформировав образ «амбициозной» России. Но в большей степени превалировал образ нечестной страны и так называемой «Путинской» России.

Таким образом, рассматривая допинговый скандал с участием российских спортсменов, мы выделили этапы, которые помогают идентифицировать данную ситуацию, как целенаправленную информационную кампанию.

Задействование методов и средств манипулятивной и презентационной коммуникационных стратегий для отражения информационных кампаний, направленных на дискредитацию спортивного имиджа страны, может способствовать оказанию поддержки государству со стороны внутренней аудитории.[[47]](#footnote-47)

Использование тактики дистанцирования на начальном этапе и позднее реагирование на ситуацию способствовало преобладанию негативных публикаций за рубежом. Поэтому следование конвенциональной стратегии, а именно прямому и открытому диалогу помогает выстроить позитивное отношение западных СМИ.

Кроме того, в рамках работы было проведен анализ аудитории популярных СМИ как отечественных, так и зарубежных. Именно эти издания чаще всего в своих изданиях обращались к проблемной тематике Олимпиады-2016 как с точки зрения организации мероприятия, так и с точки зрения участия сборной России. *(Приложение 1).*

В материалах различных СМИ в качестве негативных последствий от Олмпиады-2016 выделяли некоторое количество определенных факторов, которые условно можно разделить на семь групп. Деление произведено на основе объединения факторов по принципу того, на какую сферу общества они имеют непосредственное влияние:

* В Бразилии есть множество проектов, где деньги нужнее.

Несмотря на обещания о том, что большая часть будет оплачена бизнесом, все оканчивается тем, что государство оплачивает большую часть счетов таких мероприятий как Олимпиада. Итогом ЧМ по футболу в 2014 году стала оплата государством от 80 до 90% расходов. В стране с гигантской разницей между бедными и богатыми, где половина населения живет в домах без нормальной канализации, есть много других и лучших способов потратить 100 миллиардов крон.

* Олимпиада не гарантирует приток туристов

«Больше туристов» — главный аргумент городов, подающих заявку на проведение Олимпиады. «Посмотрите на Барселону!» — говорят они. Но печальный факт состоит в том, что Олимпийские игры никак не влияют на туризм всех других городов, принимавших Олимпиаду, за исключением Барселоны (и это было в 1992 году…). На последней Олимпиаде в Лондоне в 2012 году туризм фактически уменьшился во время Игр по сравнению с тем же периодом за год до и после нее.

Такие города как Пекин, Лондон и Рио уже указаны на мировой карте туризма. Имидж, естественно, необходимо поддерживать, но весь опыт подсказывает, что Олимпийские игры — чрезвычайно дорогой и неэффективный способ делать это.

* Олимпийские игры — не лучшее решение для развития города

После многочисленных критических выступлений Международный олимпийский комитет (МОК) ввел теперь требования отдавать в виде наследия часть выручки от Игр городам, принимающим Игры. В заявках на проведение Игр это указывается как финансовые средства на развитие города в будущем, и в случае с Рио речь идет о новой линии метро, автобусных линиях, новых спортивных сооружениях и очистке загрязненного залива Гуанабара.

Но инвестиции в метро, автобусные линии и спортивные сооружения поступают исключительно в районы, где живут самые богатые люди Рио. Таким образом Олимпиада увеличение и без того неправильного расходования общественных средств в чрезвычайно несправедливом городе. Не смотря на это, у данной точки зрения существуют и противники среди исследователей.[[48]](#footnote-48)

* Почти все, созданные рабочие места – временные.

Десятки тысяч рабочих годами работали на строительстве спортивных сооружений, жилья для участников, метро и дорог в Рио. Столько же (но в основном волонтеры и неоплачиваемые) будут работать во время самих Игр.

Аргумент «рабочие места» часто используется политиками, строительными организациями и другими сторонниками Олимпийских игр.

Но это временная работа, а деньги могли бы быть использованы лучшим образом, если бы были инвестированы иначе, а не непосредственно в объекты Игр. Далее. На многих местах проведение работ было опасным (десятки рабочих погибли на работе), а некоторые строительные компании заставляли людей работать по рабским контрактам.

* Слишком много переселённых граждан. Социальный вопрос.

77 тысяч граждан Рио, это больше чем население таких норвежских городов как Драммен и Фредрикстад, были вынуждены покинуть свои дома из-за ЧМ по футболу и Летних олимпийских игр.

Часть населения должна переехать, без этого не обойтись. Но многие из 77.000 граждан Рио не получили ни нормальной альтернативы, ни нормального возмещения убытков. А многих заставили уехать с территорий, которые теперь стали пустырями, никаких олимпийских объектов не было возведено в тех местах, где они жили. Так Игры были использованы как предлог для освобождения участков привлекательных районов в пользу частных строительных компаний и за счет самых бедных слоев города.

* Правила МОК подрывают демократию

В течение последующих недель в некоторых районах Рио в связи с Олимпиадой будет введено некое чрезвычайное положение. Право голоса населения будет ограничено в радиусе многих километров вокруг спортивных объектов. Никто не будет иметь право протестовать на улицах, если им придет в голову сделать это. Свобода передвижения традиционных уличных торговцев будет сильно ограничена, в олимпийских районах можно будет продавать только товары спонсоров.

Алкоголь уже давно запрещен на спортивных аренах Бразилии, но во время Олимпиады этот закон отменяется, потому что одним из спонсоров МОК является производитель пива. Применены массовые меры безопасности, но это также означает более милитаризированный и пугающий Рио, особенно для бедного населения города.

* МОК — коррумпированный институт

«The IOC is a not-for-profitt independent international organisation made up of volunteers» (МОК – некоммерческая независимая международная организация добровольцев) записано на сайте МОК. Что касается статуса "некоммерческая", то здесь все в порядке. Организация рассчитывает получить доход в четыре миллиарда долларов от Олимпиады в Рио. Без налогов. Это еще одно специальное условие, которое страны, принимающие Игры, должны выполнять по требованию МОК.

Взятки — скорее правило, а не исключение, когда речь заходит о голосовании при выборе места Игр. Руководители МОК обслуживаются как короли и императоры с соответствующими денежными расходами.

Может быть, раньше было хуже, но французская полиция в настоящее время расследует, совершал ли Токио, где Игры должны проходит в 2020 году, миллионные переводы спортивным руководителям, осужденным за коррупцию.

Олимпиада в Рио — гигантский праздник, но в конечном счете Олимпиада — это задача, в ответе которой стоит минус. Неудачный союз страдающих манией величия политиков, жадных до прибыли строительных компаний и всемогущего МОК приносит городам, принимающим Олимпиаду, больше вреда, чем пользы.

Решением должна быть реформа МОК и Олимпийских игр. МОК должен получать меньше денег, открытость при голосовании должна быть больше и больше внимания должно быть сосредоточено на спорте, а не на обороте денег. Лишь в этом случае будет достигнуто условие, о котором говорится во второй части: «The IOC is committed to building a better world through sport» (МОК привержен созданию лучшего мира с помощью спорта).

Исследователи из бизнес-школы «Саид» в Оксфорде проанализировали затраты на олимпийские игры с 1980 г. и сравнили их с затратами Рио-де-Жанейро.

«Перерасход в миллиард приходится на момент, когда Бразилия едва ли может себе это позволить. Страна переживает самый серьёзный политический и экономический кризис с 30-х годов. Рецессия особенно сильно затронула штат Рио-де-Жанейро, ― заявил профессор Бент Фливбьерг, руководитель исследования. ― Бразилия ― не уникальный случай. Все зимние и летние олимпиады, которые мы изучили, оборачивались превышением расходов. Для города и страны быть хозяином Олимпийских игр ― это затратный и очень рискованный в финансовом плане проект».

До открытия игр остался месяц, а на площадке для пляжного волейбола в Копакабане продолжаются работы, 4 июля 2016 г. Фото: Matthew Stockman/Getty Images

Губернатор Рио-де-Жанейро объявил о финансовом кризисе в прошлом месяце. Был урезан бюджет во многих сферах, даже офицерам полиции задерживают зарплату.

В политическом плане ситуация в Бразилии тоже непростая. В мае была начата процедура импичмента президента Дилмы Русеф. Её пост занял вице-президент Мишел Темер. «Когда Рио подало заявку на Олимпийские игры, бразильская экономика находилась в хорошем состоянии, говорит Фливбьерг. ― Теперь, десятилетие спустя, расходы растут с астрономической скоростью, а фондов для их погашения не хватает».

«Олимпийские игры ― трудное и дорогостоящее предприятие. Нужно стараться избежать таких ситуаций, как с Афинами-2004. Греция ощущает последствия затрат на олимпиаду даже десятилетие спустя», ― говорит Фливбьерг. Средний перерасход составляет 156%. Олимпиада ― самый затратный проект в мире.

«Все Олимпийские игры не укладывались в бюджет, ― поясняет Фливбьерг, ― Затраты на половину олимпиад превысили запланированный бюджет на 100%».[[49]](#footnote-49)

Бразильская олимпиада с предварительным затратами в $4,6 миллиарда грозит превзойти по расходам Лондон-2012 и Сочи-2014, говорится в отчёте.

Когда в 2009-м Рио-де-Жанейро только выиграл право на организацию Олимпийских игр, руководство страны подсчитало, что затраты непосредственно на проведение составят около 3 миллиардов долларов. К тому моменту, как Вандерлей де Лима зажигал факел на стадионе "Маракана", стоимость Игры только по официальной оценке составила 4,6 миллиардов. Реальную цифру эксперты называют на уровне 12 миллиардов. Оргкомитет "Рио-2016" пока держит оборону и рапортует о том, что Олимпиада с Паралимпиадой "вышли в ноль", но ему, кажется, уже мало кто верит.

В целом считать деньги, которые тратятся на Олимпиады – занятие неблагодарное. С одной стороны, подготовка почти ко всем Играм в последние годы проходит в формате национальных проектов, и на головы граждан регулярно вываливается куча цифр, дебетов и кредитов. С другой стороны, Игры, возможно, – самый сложный в плане организации проект нашей цивилизации. По сравнению с ней космические миссии – сущее баловство. Одним источником финансирования подготовка к Играм не ограничивается. Помимо бюджета оргкомитета, есть прямые денежные вливания государства, есть расходы местных властей, есть траты МОК и международных федераций и, наконец, частные инвестиции. Точно учесть все эти суммы невозможно. Поэтому все подсчеты очень приблизительны и зависят от того, во имя каких целей они производятся.

В случае Рио-де-Жанейро вместе с ростом сметы на организацию Игр росло и общественное недовольство. Чрезмерные расходы вызывали в Бразилии акции протеста, и руководству страны и Рио приходилось оправдываться: мол, идет строительство только самых необходимых объектов, все сметы тщательно выверяются. И все это на фоне одно из самых тяжелых за последние десятилетия кризисов. Вообще-то превышение плановых расходов почти для всех мероприятий такого масштаба – дело привычное. Рекордсменами в этом вопросе являются Монреаль-1976 (720 процентов), и Лейк-Плэсид-1984 (324). Но гражданам, от осознания того, что их страна наступает на те же грабли, что и другие организаторы Игр, как правило, не легче.

Поэтому увеличение смет организаторами обычно замалчивается или, по крайней мере, делается как можно менее заметным. Налогоплательщикам не хочется верить, что из их кармана в очередной раз вытащили несколько миллиардов и направили на организацию спортивного праздника, а не на решение социальных вопросов. В Рио, например, полные данные о расходах не опубликованы до сих пор. Это и вызывает наибольшее общественное недовольство.

После каждых Игр Оргкомитет стремится показать, что экономический эффект от Олимпиады в итоге оказался положительным, и она принесла в бюджет больше, чем съела. Независимые эксперты в таком результате сомневаются и убеждены: последние 40-45 лет ни один праздник спорта прибыльным не был, как бы чиновникам ни хотелось показать обратное. Относиться и к тем, и к другим оценкам нужно крайне осторожно.

Чтобы понимать реальный экономический эффект Олимпиады, важно разобраться, что считать доходами, и что относить к расходам. Скажем, каждый Оргкомитет любить бравировать суммами привлеченных частных инвестиций. При этом в их подсчете мнения организаторов и экспертов зачастую расходятся. К примеру, вклад госкорпораций первые относят к частным инвестициям, а оценщики – к государственным.

Значительную часть организационных расходов составляют вложения в городскую инфраструктуру. Причем, только малая их часть напрямую относится к олимпийским объектам. Считается, что транспортные коммуникации, энергетика, экологические проекты, гостиницы и прочие коммунальные улучшения тоже рано или поздно окупятся – за счет оживления экономики и улучшения качества жизни горожан. Гостиницы, рестораны и прочие места досуга привлекут туристов как на время Игр, так и после.

А вот строительство новых стадионов и трасс – это почти всегда деньги на ветер. И это при том, что они составляют львиную долю всех расходов на Игры – в среднем 70-75 процентов всех трат. В значительной степени это связано с тем, что выбор МОК в последнее время стабильно падает на заявки с не самой развитой инфраструктурой. По мнению олимпийского руководства, это создает стимулы для развития спорта в разных уголках земного шара. Кроме того, попытки выставить вопрос о проведении Игр на референдумы в разных странах теперь стабильно приводит к отрицательному ответу и к отказу от проектов.

Если оргкомитет "Рио-2016" все-таки официально объявит об убытках, шансов у сторонников Игр на референдумах не будет вообще. В результате МОК будет обречен проводить Олимпиады в тех местах, где общественное мнение о организации Игр не является определяющим. В большинстве своем это места, где инфраструктуру нужно возводить практически с нуля.

Второй по значимости вопрос – окупаемость. Вкладывать с целью заработать – естественный экономический процесс. Увы, критериям предпринимательства отвечает лишь часть инвестиций в спортивные форумы. Стоимость прямых организационных расходов – олимпийская деревня, транспорт, безопасность атлетов, проведение соревнований и церемоний – сейчас составляет около 1,5 миллиарда долларов для зимних игр и 3 миллиарда для летних. В Рио-де-Жанейро согласно документам – единственным, под которыми готов подписаться оргкомитет, они составили 2,2 миллиарда. Эти деньги организаторам почти всегда удается вернуть за счет продажи билетов и олимпийской символики, рекламы и спонсорства, увеличения туристического потока и продажи телевизионных прав.[[50]](#footnote-50)

Но в Бразилии и посещаемостью были проблемы – в телетрансляцию регулярно попадали полупустые трибуны. Среди причин Международный олимпийский комитет (МОК) называл самые разные. Дескать, болельщики посреди финала испытывали нестерпимый голод и отправлялись перекусить, бразильцы уходили с соревнований, если их соотечественники выбывали из борьбы, да и вообще люди стремятся погулять в Олимпийском парке, а не посмотреть спортивное зрелище. Между тем, прокуратура Бразилии выдвинула против члена исполкома МОК Патрика Хики обвинение в махинации с билетами на Игры-2016, а сама система их продажи была, мягко говоря, далекой от совершенства.

Кроме того, примерно на миллиард увеличивает любую олимпийскую смету обеспечение безопасности. С учетом сложной международной обстановки экономить на этом вопросе не принято. И это имиджевые инвестиции, с которыми нужно смириться, и не надеяться, они когда-нибудь окупятся.

Среди значимых статей доходов – продажа телеправ. Благодаря телевизионщикам олимпийское движение в 1980-х годах перестало быть кучкой альтруистов.[[51]](#footnote-51) За возможность показывать семь Игр с 2000 по 2016 годы американский канал NBC заплатил $7,9 млрд. долларов. Причем окупить медиахолдинг смог вложения только в последние три Олимпиады: Лондон-2012, Сочи-2014 и, по предварительным данным, Рио-2016. Однако львиную долю доходов от телевизионных прав получает МОК, а организаторам Игр остается лишь тяжело вздыхать по этому поводу. В любом случае, коммерческая деятельность все равно не покрывает всех затрат на проведение Игр, ведь требования по организации соревнований становятся все более изощренными.

Чем больше спортивных объектов строится, чем ярче фейерверк на церемониях открытия и закрытия, тем меньше шансов на то, что Олимпиада хоть как-то окупится.[[52]](#footnote-52) Впрочем, до поры до времени большинство идейных вдохновителей олимпийских проектов не ставили такой задачи, инвестируя в первую очередь в имидж своей страны. Провести Олимпиаду очень сложно и дьявольски дорого, и поэтому необыкновенно престижно. Три недели внимание всего мира бывает приковано к одному городу и одной стране, на Игры приезжают миллионы туристов. Правда, организационные проколы могут дать обратный эффект. Но в этом случае организаторы должны пенять только на себя. Да и потратить десяток-другой миллиардов на свой имидж сегодня под силу только самым богатым мегаполисам в самых богатых странах. А целесообразность подобных инвестиций в наш информационный век – под большим вопросом.

Сейчас наметилась целая группа стран, которая располагает отменной спортивной инфраструктурой, но совершенно не рвется поводить Олимпиаду. Одна из них – Финляндия, которая теоретически могла бы провести Зимние Игры хоть завтра, но вместе этого концентрируется на менее престижных и менее глобальных стартах. Так будущей зимой финский город Лахти проведет чемпионат мира по зимним видам спорта, и сделает это в седьмой раз в своей истории. Нельзя сказать, что финны совсем не вкладываются в будущие старты – дорожное покрытие улиц в центре Лахти сейчас буквально разбомблено строителями, а трассы около знаменитых местных трамплинов утюжат бульдозеры. Но затраты на ЧМ-2017 на три порядка ниже, чем к примеру, на Игры в Сочи.

По славам ивент-менеджера чемпионата мира в Лахти Эссе Киуру, для того, чтобы эти соревнования окупились, необходимо привлечь на них около 250 тысяч зрителей (для сравнения – зимние Игры обычно собирают около миллиона болельщиков, а летние – 5-7 миллионов). Но даже четверть миллиона – это огромная масса, и даже такая туристско-ориентированная страна как Финляндия испытывает проблемы с их размещением и сейчас рассматривает варианты с поселением части гостей у местных жителей, которые готовы пустить в свои дома постояльцев. Нет сомнений, что финны с этим справятся, однако очевидно, что чемпионат мира – это тот максимум организационных забот, который они готовы взвалить на себе. Одна из лучших в мире держав для занятий спортом явно намерена держаться в стороне от олимпийской гигантомании.

За гигантоманию МОК уже неоднократно подвергался критике, но поделать с ней ничего не может. Теоретически можно было бы урезать олимпийскую программу, а вместе с ней и число участников Игр. Ведь если 15 зимних видов спорта, в которых выступает не более 3000 спортсменов, еще как-то можно окинуть взглядом, то 11,5 тысяч атлетов в 28 летних видах – это просто запредельные величины. И впереди – новое увеличение программы в Пхенчхане-2018 и в Токио-2020. МОК здесь оказывается заложником собственной политики глобализации и привлечения в качестве спонсоров международных корпораций. Всемирный статус требует масштабного представительства атлетов из самых разных стран.

Под это представительство подписываются спонсоры, желающие представить себя большому количеству потенциальных потребителей, наблюдающих за ходом Игр по телевизору. Список видов спорта тоже так просто не сократишь – МОК находится под давлением федераций, которые во что бы то ни стало хотят быть представлены на престижном спортивном форуме. Поэтому все попытки оптимизации олимпийской программы в последние годы оборачивались только ее дальнейшим расширением. К тому же, изменения в общественном сознании, вынудили МОК практически уравнять представительство на Играх мужчин и женщин – и это явно не способствовало уменьшению числа участников.[[53]](#footnote-53) В приведенных таблицах указаны затраты на проведение Олимпийских игр в XXI веке в млн. долларов (Рис 3 и 4).

***Рис 1.***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Официальная цифра** | **Оценки экспертов** |
| Сидней-2000 | 1,4 | 5,7 |
| Афины-2004 | 5,9 | 14,6 |
| Пекин-2008 | 2,8 | 43 |
| Лондон-2012 | 17,1 | 31 |
| Рио-2016 | 4,6\* | 11,2 |

*\* Оценочный расчет. Официальные цифры не приводятся.*

Следующие после Бразилии хозяева Игр – Пхенчхан-2018 и Токио-2020 – официально взяли курс на экономию. Наряду с экологической безопасностью и олимпийским наследием это ключевая идея обоих проектов. Но даже если им удастся продвинуться в этом направлении, очевидно, что гонка олимпийских бюджетов продолжается. И желающих включиться в нее с каждым разом будет все меньше.

***Рис.2***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Официальная цифра** | **Оценки экспертов** |
| Солт-Лейт-Сити-2002 | 1,32 | 2,1 |
| Турин-2006 | 1,6 | 4,2 |
| Ванкувер-2010 | 3,28 | 6,5 |
| Сочи-2014 | 9,2 \* | 50 |
| Пхенчхан-2018 \*\* | 13 | 20 |

*\* По данным аналитического отчета Счетной палаты от 10 апреля 2015 года.  
\*\* Предварительные данные.*

## 3.2.Проблемный медийный дискурс Олимпиады и паралимпиады 2016 года в отражении зарубежных СМИ.

В рамках данной работы, по ее теме, было проведено исследование методом количественного контент-анализа. Поскольку, предметом исследования являются журналистские материалы и публикации спортивной тематики, то основой эмпирической базы являются по большей части электронные версии основных российских и некоторых зарубежных СМИ. Следует отметить, что среди этих изданий присутствуют как специализированные спортивные, так и средства массовой информации общей тематики. Материалы в исследовании рассматриваются за период с конца 2015 по конец 2016 года. Эти временные рамки включают в себя период финальной подготовки, проведения и несколько месяцев после Олимпиады и паралимпиады 2016 года.

При выборе конкретных источников, было решено рассмотреть отечественные спортивные СМИ, чтобы выявить разницу в их точках зрения на рассматриваемые события, если она есть; выяснить возможные причины отличий во взглядах редакций и издателей.[[54]](#footnote-54) Среди российских изданий, которые не относятся к числу спортивных, выбраны те, которые наиболее часто на своих страницах обращались к проблемам, связанным с Олимпиадой и паралимпиадой в Рио. Чаще всего это было связано с политическим подтекстом, и большинство из таких изданий носят общественно – политический характер.

При отборе материалов зарубежных СМИ, акцент направлен на издания, публикации которых получили наибольший отклик, в том числе, среди российской общественности. Дело в том, что события, связанные с Олимпиадой и паралимпиадой в Рио 2016 года в целом вызвали широкий общественный резонанс. Одной из центральных тем в СМИ как раз и были многочисленные допинговые скандалы вокруг Игр и сборной России. Все это является очень важным, поскольку во многом публикациями в СМИ и был сформирован, анализируемый мной дискурс Олимпиады 2016 года.

В ходе исследования было обработано 102 новостных материала (публикаций и видеосюжетов) отечественных и зарубежных СМИ: 52 из российских источников, 50 из иностранных. Все эти материалы были о допинге, и связанных с ним проблемах сборной России на Олимпиаде и паралимпиаде в Рио. Выборка материалов была ограничена временным отрезком с февраля по ноябрь 2016. По нашему мнению, именно в это время в СМИ был проявлен наибольший интерес к этой тематике, и именно этот временной отрезок позволяет проследить трансформацию темы в СМИ.

В ходе исследования в каждом тексте отбирались слова, характеризующие российские спортивные организации, сборные и самих спортсменов. Выделялись субъективно окрашенные слова, и определялся их характер: «положительная/отрицательная» характеристики. Отрицательными характеристиками признавались такие слова и словесные обороты как: «неудачники», «грязные медали», «нераскаявшиеся спортсмены» и т.д. Положительными считались такие конструкции как: «бездоказательные», «чистые» и «невиновные» по отношению к российским спортсменам.

Публикации и материалы зарубежных и отечественных СМИ рассматривались отдельно. На следующей диаграмме представлены результаты исследования в текстах и материалах иностранных средств массовой информации. *(Рис. 3)*

По итогам исследования материалов зарубежных СМИ выяснилось, что в ним превалируют так называемые «отрицательные характеристики», причем больше чем в три раза. Всего в данных материалах было выявлено 61 «отрицательная характеристика» и 18 «положительных характеристик».

В частности, решение главы МОК Томаса Баха о допуске сборной России к Играм 2016 года вызвало обширную негативную реакцию среди журналистов западных СМИ.

Данное решение Международного олимпийского комитета о допуске российской сборной до участия в Олимпийских играх в Рио многими западными СМИ было встречено с негодованием. Конечно же, не стали исключением и американские телеканалы и издания, которые не скупились на громкие фразы.

К примеру газета USA Today заявила, что МОК «продал душу и, что еще хуже, всех “чистых” спортсменов, которые умоляли, чтобы кто-то прикрыл их тыл». Автор статьи журналистка Нэнси Армор также пишет, что честность, порядочность и игра по правилам стали «фишками, которые обмениваются на деньги, поддержку и власть»[[55]](#footnote-55).

***Рис 3.***

Из этих данных можно сделать вывод о том, зарубежные журналисты были весьма тенденциозны в освещении допинговых скандалов российских спортсменов во время Олимпиады и Паралимпиады в Рио. Положительные упоминания в их текстах были крайне редки, и встречались только в нескольких изданиях.

Кроме того, было выявлено большое количество приемов, позволяющий придать материалам эмоциональную семантическую составляющую. По теории журналистики, это не только не соответствует никаким профессиональным устоям, но и противоречит ей чуть ли не полностью. В качестве примеров можно привести такие заголовки как: Los Angeles Times: "Кинг остановила допинговую преступницу" и New York Times : "Даже допинг не поможет вам победить".

## 3.3. Проблемный медийный дискурс Олимпиады и паралимпиады 2016 года в отражении отечественных СМИ.

При изучении отечественных источников и их анализа был принят также метод количественного контент-анализа анализа *(Рис.4).* Концептуальный же анализ создает более картину более субъективного представления и трансформации явления[[56]](#footnote-56).

Все потому, что вопрос имиджа и экономическая составляющая соединились в области коммерциализации любого крупного мероприятия в наши дни. За годы подготовки были созданы всеми узнаваемые бренды Олимпиады, особый имидж, который позволяет получить рекордную коммерческую прибыль от реализации сопутствующих товаров с Олимпийской символикой, но и быть более узнаваемыми, причем со строго определенной, сопутствующей каннотации. Все эти процессы являются следствием другого процесса, которым практически полностью охвачена система современного мирового спорта. Коммерческая составляющая спорта создает множество направлений в спортивной детельности, которые напрямую со спортом практически не связаны. Именно по этой причине спорт в наше время перестает быть лишь частью общественной жизни, и влияние на него начинают оказывать многие другие процессы: политические или экономические.

***Рис 4.***

По итогам исследования материалов отечественных СМИ стало очевидно, что в них с подавляющим преимуществом преобладают так называемые «положительные характеристики». Всего в 52 материалах было обнаружено 64 «положительных характеристик» и всего 9 «отрицательных характеристик». И этих данных следует вывод о том, что российские СМИ были весьма предвзяты в своих публикациях и материалах, освещая проправительственную точку зрения на допинговые скандалы и конфликты вокруг российской сборной.

Главным итогом исследования является выявление тенденциозности в материалах отечественных и зарубежных СМИ при выражении субъективного мнения журналистов по вопросам допинга, связанных со сборной России. Также, исходя из полученных результатов, можно сделать вывод о несомненном подтверждении нашей изначальной гипотезы о превалировании в зарубежной журналистике негативных характеристик о сборной России в контексте допинга, а в отечественной – положительных.

Мы живем в постиндустриальном обществе, в век инновационных технологий и всеобъемлющего информационного пространства. Средства массовой информации, вначале появившиеся как чисто технические способы трансляции, фиксации, тиражировании и консервации информации и художественной продукции, очень скоро превратились в мощнейшее средство воздействия на массовое сознание.[[57]](#footnote-57) Благодаря сети Интернет СМИ в последнее время становятся единственным источником информации для подавляющего большинства людей, именно поэтому их роль в формировании образа повседневной действительности неуклонно растёт. Сегодня ни у кого не остаётся сомнений, что масс-медиа действительно оказывают влияние на настроение и мнение общественности. Отсюда появляется необходимость изучения сущности медийного образа как феномена, порождённого СМИ (Галинская, 2013: 91).

Спортивная информация стала частью повседневной жизни. Ежедневно мы следим за результатами прошедших соревнований, обсуждаем условия перехода любимого футболиста в новый клуб, а также интересуемся скандальными фактами из жизни спортсменов и даже спортивных федераций. Однако средства массовой информации не только освещают прошедшие спортивные соревнования, но и пропагандируют здоровый образ жизни. В последнее время занятия физической культурой становятся всё более популярными у молодёжи и старшего поколения. Родители чаще отводят своих детей в спортивные секции и сами охотно выполняют физические упражнения. А это значит, что интерес к спортивной информации с каждым годом только возрастает, заставляя медиакорпорации применять новые способы подачи информации для поддержания интереса у аудитории.

Наиболее общим термином по отношению к освещению реальности в СМИ является «репрезентация» — опосредованное представление образов в сознании человека[[58]](#footnote-58). В своей работе журналист всегда будет пропускать медиатекст через себя, а значит информация, которая доходит до адресата, проходит через фильтр его внутреннего субъективного мироощущения[[59]](#footnote-59).

Проблемы намеренного или случайного искажения знания об окружающем мире существуют всегда, пока происходит передача информации в обществе. Искажение нарастает на этапе потребления информации под влиянием коммуникационных условий её приема и индивидуальных особенностей восприятия, свойственных получателям медийных посланий.[[60]](#footnote-60)

## Выводы по главе 3.

Некоторые издания, исходя из предпочтений и уровня осведомлённости своих читателей, используют обычную лексику, лишь изредка употребляя терминологию и жаргонизмы там, где это необходимо.[[61]](#footnote-61) В свою очередь, авторы специализированных порталов или изданий напротив, употребляют в своих текстах большое количество профессиональной лексики, жаргонизмов, просторечий и заимствований, тем самым придавая публикации экспрессивности и яркости. Зачастую, в текстах и заголовках такие СМИ позволяют себе употреблять ненормативную и обсценную лексику.

Но, в тоже время, несмотря на различие в подаче информации, оба типа изданий позиционируют Российскую Федерацию как великую спортивную державу, а её спортсменов лидерами и фаворитами всех чемпионатов. Свою оценку они передают, используя тропы и такие стилистические приёмы, как цитирования и антитезы. Такая же система деления присуща и зарубежным СМИ, рассмотренным в работе. Единственное и самое важное отличие – это их позиция, которая прямо противоположна позиции российских средств массовой информации.

* Различные СМИ при создании материалов на тему Олимпиады-2016 и допингового скандала, интерпретировали одну и ту же информацию по-разному. Тем самым, они сформировали прецедентность данного дискурса.
* В различии интерпретаций различных СМИ есть закономерность, связанная со страной, где работает это СМИ.

Из всех положений, полученных в ходе работы, можно сделать вывод о том, что между интерпретацией событий дискурса Олимпиады-2016 и страной, где работает СМИ, которое дает эту интерпретацию, есть прямая зависимость. Отечественные и зарубежные СМИ в своих материалах принимают диаметрально различные позиции по отношению к этим событиям. Из этого следует, что именно диаметрально различное позиционирование событий Олимпиады-2016 оказала ключевое влияние на формирование медийного дискурса этого масштабного спортивного события.

# Заключение

Олимпийское движение – одно из самых ценных достижений человечества в области спорта. Олимпийские игры, как летние, так и зимние являются самым ожидаемым в мире спортивным событием. Переоценить значение Олимпиад в создании морально-нравственного облика спорта у общества невозможно. Кроме того, Олимпийские игры часто являются толчком для развития спортивной и социальной инфраструктуры, спортивного направления, в общем, в регионе, принимающем Олимпиаду. К тому же, нередко, проведение такого масштабного события как Олимпийские Игры положительно отражается на авторитете страны-хозяйки на международной арене.

Спорт, как и любая другая составляющая жизни общества, несет в себе некий культурологический код, позволяющий не только воспринимать определенные структуры знаний, но и осмыслять происходящее в этой сфере на уровне культурных символов и знаков. Содержание спортивных публикаций позволяет судить о месте спорта в системе социокультурных практик общества. Именно это определяет ответственность журналистов и значение их материалов в контексте восприятия всей спортивной тематики общественностью.

Образ спорта, формируемый в массовом сознании средствами массовой информации, может быть использован для коррекции ценностной системы общества, для создания определенных идеологических установок и позитивных программ. Впрочем, свойственно это и всем другим сферам жизни общества, которые освещаются СМИ. И, действительно, в последнее время все больше экспертов сходятся во мнении, что большинство контента в спортивной тематике направленно на поднятие социальной активности населения в этой сфере, повышение престижа занятий физической культурой, для повышения общего уровня здоровья нации. Нельзя сказать, что эффект от такой деятельности СМИ негативный, но факт остается фактом. Спортивная журналистика из идеологического инструмента, из подразделения партийной советской печати начинает превращаться в средство рекламы и продвижения спорта в обществе как товара и коммерческой услуги, позиционирования на рынке спортивных фирм, организаций, персоналий.

Исследование взаимосвязи и взаимовлияния сферы спорта с другими социальными институтами и социокультурными процессами позволяет говорить о чрезвычайной социокультурной важности спорта и его значимой роли в жизнедеятельности социума. Спорт в наше время выполняет важнейшую воспитательную функцию по отношению к молодому поколению, кроме того, часто выполняет функцию социализации человека в обществе. В первую очередь это относится к спортсменам паралимпийцам.

Спортивные победы становятся и средством национальной идентификации, и средством формирования патриотизма и чувства гордости за страну, что ежегодно и стимулируется правительством в виде поддержки спортивных организаций, приданием некоторым видам спорта неофициального статуса национального. Кроме того, средства массовой информации, влияющие на формирование общественного мнения, играют одну из ведущих ролей в определении ними статуса спорта и физической культуры в обществе. Исследование данной тематики в СМИ приводит к выводу о том, что нельзя не учитывать стратегии и тактики формирования спортивного «этоса», целой системы ценностей и представлений в средствах массовой информации.

Именно благодаря своей чрезвычайной актуализации в современном обществе, и синтеза спортивного дискурса со многими другими сферами деятельности человека (военный дискурс, политический дискурс, исторический дискурс и т.д.), он и является важнейшим аспектом жизни современного общества, играя ведущую роль в процессах глобализации, вопросах международных отношений и культурно-ценностного воспитания поколений.

Практически все специалисты отметили необычайно высокие темпы роста строительства объектов и выполнение всех обязательств перед МОК в части строительства, как спортивных сооружений, так и инфраструктуры, обеспечивающей игры. Все объекты олимпийских игр были готовы в срок и соответствовали самым высоким мировым стандартам. Олимпиада была самой удобной из всех предыдущих для спортсменов с точки зрения расположения мест проживания и мест проведения спортивных состязаний. Организация Олимпиады также получила очень высокие оценки членов МОК, специалистов и СМИ в части организации безопасности, организации работы транспорта для зрителей и представителей средств массовой информации.

Итак, именно события Олимпиады, околоспортивные эпизоды, геополитическая ситуация во время Игр – все это и повлияло на олимпийский дискурс 2016 года, который был сформирован в медиасфере журналистами мировых и отечественных СМИ. Как и спортивный дискурс, он оказался в значительной степени интегрированным в другие различные сферы жизни общества: экономика, политика, социальная сфера.

Как мы уже отмечали, исследование взаимосвязи и взаимовлияния сферы спорта с другими социальными институтами и социокультурными процессами позволяет говорить о чрезвычайной социокультурной важности спорта и его значимой роли в жизнедеятельности социума. Спорт в наше время выполняет важнейшую воспитательную функцию по отношению к молодому поколению, кроме того, часто выполняет функцию социализации человека в обществе. Все это еще раз подчеркивает актуальность данного исследования.

В ходе исследования были выявлены определенные медийные механизмы и закономерности в освещении и оценки Олимпиады 2016 года. Стало понятно, что главным препятствием для объективного и достоверного освеещения проблемной тематики Игр было то о чем, мы упомянули ранее в тексте работы – прямое или косвенное давление со стороны властных структур на финансируемые СМИ. Журналисты посредством своих материалов, так или иначе, формируют определенные поведенческие стереотипы в обществе. В ситуации подобного давления сами СМИ оказались вынуждены вести «двойную игру»: журналистам не хотелось высказывать резких оппозиционных настроение, но и не хотелось терять своего читателя, авторитет в прессе. Многим приходилось выбирать всё-таки что-то одно. Чаще всего избирался первый сценарий и подтверждение позиций власти и официальных структур. Тем самым читателю навязывался очередной общественный стереотип.

Материалы касались самых разнообразных тем и трудностей при организации Игр, начиная от коррупции при организации и заканчивая пренебрежением экологией при строительстве. Но, во многом благодаря мастерству организаторов и грамотной политики государства во время Олимпиады удалось избежать провала, нивелировать контрпропаганду западных СМИ, и провести крупнейшее спортивное событие на высоком уровне. А тематическое разнообразие материалов об Олимпиаде в Сочи , в свою очередь, повлияло на то, что олимпийский дискурс 2014 года приобрел большое количество коннотаций, не связанных непосредственно со спортивными событиями.

Итак, как мы уже отмечали ранее, Олимпиада 2016 года, еще до своего начала имела большой резонанс в прессе. Особенно в западной, где чаще всего прослеживались тенденции освещения Игр именно с негативного ракурса. Также можно с уверенностью констатировать, что общая тональность освещения Олимпиады-2016 заметно отличается в отрицательную сторону от характера публикаций в отношении других, прошедших за последнее время Олимпиад.

Вывод о том, что между интерпретацией событий дискурса Олимпиады-2016 и страной, где работает СМИ, которое дает эту интерпретацию, есть прямая зависимость, является одним из главных результатов работы. Благодаря решению поставленных задач, удалось прийти к выводу о том, что отечественные и зарубежные СМИ в своих материалах принимают диаметрально различные позиции по отношению к этим событиям. Из этого следует, что именно диаметрально различное позиционирование событий Олимпиады-2016 оказала ключевое влияние на формирование медийного дискурса этого масштабного спортивного события.

# Библиография.

**Нормативно-правовые акты:**

1. Конституция (Основной Закон) Союза Советских Социалистических Республик. М.: Юрид. лит., 1980. - 48 с.
2. Конституция Российской Федерации: Конституция РФ. Государственный флаг РФ. Государственный герб РФ. Государственный гимн РФ. М.: ACT: Астрель: Полиграфиздат, 2010. - 191 с.
3. О дальнейшем подъёме массовости физической культуры и спорта: Излож. Постановления ЦК КПСС и Совета Министров СССР // Правда. -1981.-24 сентября.
4. Олимпийская хартия. М.: ФиС, 1980. - 109 с.
5. О неучастии советской команды в летних Олимпийских играх в Лос-Анджелесе: Излож. постановления Политбюро ЦК КПСС от 5.05.1984 // Советский Спорт. 2004. - 19 июня.
6. Основы законодательства российской федерации о физической культуре и спорте от 27 апреля 1993 г. N 4868-1: электронный ресурс. URL:http://www.school.edu.ru/laws.asp7cat ob no=5958&ob no=4301&oll.ob no to= (дата обращения: 20.02.2017)
7. Программа КПСС. М.: Политиздат, 1976. - 144 с.
8. Совещание по безопасности и сотрудничеству в Европе. Заключительный акт: [Электронный ресурс]. URL:http://www.kadis.ru/texts/index.phtml?id=29521 (Дата обращения: 05.04.2017)
9. Указ президента Союза Советских Социалистических Республик о подготовке советских спортсменов к Олимпийским играм 1992 года: [Электронный ресурс]. URL: http://www.libussr.ru/doc ussr/usr 19692.htm (дата обращения: 22.05.2017).
10. Федеральный закон от 29 апреля 1999 г. N 80-ФЗ «О физической культуре и спорте в Российской Федерации»: [Электронный ресурс]. — URL:http://www.femida.info/53/ofkisvrf001 .htm (дата обращения: 9.03.2017)
11. Федеральный закон Российской Федерации от 4 декабря 2007 г. №329-Ф3 О физической культуре и спорте в Российской Федерации // Российская газета. 2007. - 8 декабря.
12. The Place of Sport in Education. UNESKO. Paris, 1956. - 65 p.1.. Опросы и статистические данные.
13. Патриотизм: критерии и проявления: [Электронный ресурс]. URL: http://bd.fom.ru/report/cat/val /patriotizm/dd064825/printable/#d064811 (дата обращения: 02.03.2018)
14. Победа Сочи: восхищение и надежда россиян: [Электронный ресурс]. -URL: http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=8549 (дата обращения: 02.04.2017)
15. Чемпионат мира по футболу в России: из мечты в реальность: [Электронный ресурс]. - URL:http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=l 11157 (дата обращения: 29.01.2018)
16. Численность занимавшихся в физкультурно-оздоровительных клубах, секциях и группах: [Электронный ресурс]. URL: http://www.gks.ru/bgd/regl/b08 69/IssWWW.exe/Stg/04-24.htm (дата обращения: 27.05.2017)
17. Число спортивных сооружений: [Электронный ресурс]. URL: http://www.gks.ru/bgd/regl/b08 69/IssWWW.exe/Stg/04-22.htm (дата обращения: 27.05.2017)

**Научная литература.**

1. Андреев Г.И., Смирнов С.А., Тихомиров В.А. В помощь написания диссертации и рефератов: основы научной работы и оформление результатов научной деятельности: Учеб. пособие. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 272 с.
2. Короченский А.П*.* «Пятая власть»? Феномен медиакритики в контексте информационного рынка. — Ростов н/Д: Международный институт журналистики и филологии, 2002.
3. Макарихина В.Д. ОСОБЕННОСТИ МЕДИАДИСКУРСА ОБ УЧАСТИИ РОССИИ В ОЛИМПИАДЕ-2016 В РИО-ДЕ-ЖАНЕЙРО // Научное сообщество студентов: МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ: сб. ст. по мат. XXV междунар. студ. науч.-практ. конф. № 14(25). URL: https://sibac.info/archive/meghdis/14(25).pdf (дата обращения: 21.05.2017)
4. СЕГРЕЙВ Д., КАРП И., МЕДУНЯНИН А.: Олимпийские игры в рио-де-жанейро-2016: Актуальные вопросы и проблемы // Педагогико-психологические и медико-биологические проблемы физической культуры и спорта. 2016. №1.
5. ТЕРЕХИНА Р.Н., КРЮЧЕК Е. С., МЕДВЕДЕВА Е. Н., ВИНЕР-УСМАНОВА И. А.: Анализ выступления спортивной сборной команды России по художественной гимнастике в Рио-де-Жанейро // Ученые записки университета Лесгафта. 2016. №9 (139).
6. Философия науки: Учеб. пособие для вузов / Под ред. С.А. Лебедева. – М.: Академический Проект; Трикста, 2004. – 736 с.

**Использованная литература.**

1. Алексеев К.А., Ильченко С.Н. Спортивная журналистика: учебник для магистров. – М.: Изд-во Юрайт, 2013. – 427 с.
2. Арутюнова Н.Д. Образ: опыт концептуального анализа // Проблемы текстообразования и референции. – М.: Наука, 1988. – С. 112-126.
3. Бахтин М.М. Собр. соч. – М.: Русские словари, 1996. – Т.5: Работы 1940-1960 гг. – С.159-206.
4. Вартанова Е.Л. О трех векторах будущей журналистики. // Меди@льманах. – 2015. – № 68. – С. 8-11.
5. Вартанова Е. Л. К вопросу о медиаисследованиях как актуальной области научного знания. // Меди@льманах. – 2015. – №67. – С. 8-10.
6. Васильева О.С. Олимпийская парадигма и развитие современного спортивного мышления // Физическая культура: воспитание, образование, тренировка. [Электронный ресурс]. URL: http://bmsi.ru/doc/fac3ad00-a530-45ff-b714-6ccfa5d206b3/html (дата обращения: 3.05.2016).
7. Войтик Е.А. Спортивная журналистика: Учебно-методическое пособие. – Томск, 2004. – 304 с.
8. Гладкова А.А. Образ российского спортсмена в зарубежных СМИ. [Электронный ресурс]. URL:http://www.portalus.ru/modules/sport/rus\_readme.php?archive=&id=1401388490&start\_from=&subaction=showfull&ucat (дата обращения 29.04. 2016).
9. Галинская *Т.Н.* Понятие медиаобраза и проблема его реконструкции в современной лингвистике // Вестник ОГУ. — 2013. — № 11 (160). [Электронный ресурс]. URL: <http://vestnik.osu.ru/2013_11/16.pdf> (дата обращения 13.03.2017)
10. Григоревич В. В. Всеобщая история физической культуры и спорта. – М.: Совет. спорт, 2008. – 285 с.
11. Гулевич О.А. Психология коммуникации – М.: Московский психолого-социальный институт, 2007. – 384 с.
12. Гуревич С.М. Газета: Вчера, сегодня, завтра: Учебное пособие для вузов. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 288 с.
13. Дзялошинский И.М. Медиапространство России: коммуникационные стратегии социальных институтов. – М.: Изд-во АПК и ППРО, 2013. – 479 с.
14. Егоров А.Г. Философское значение современного олимпизма // Теория и практика физ. культуры. [Электронный ресурс]. URL: http://lib.sportedu.ru/press/tpfk/2001n7/p18-23.htm (дата обращения 28.04.2016)
15. Зильберт Б.А., Зильберт А.Б. Спортивный дискурс: базовые понятия и категории: исследовательские задачи // Язык, сознание, коммуникация: сб. статей / отв. ред. В. В. Красных, А. И. Изотов. – М.: МАКС Пресс, 2011. Вып. 17. – С. 45-55.
16. Исаев А.A. Спортивная политика России. – М.: Советский спорт, 2002. – 512 с.
17. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. М.: Эксмо, 2006. - 832 с.
18. Коньков В.И. Необратимость речи как особенность коммуникативного акта // Стилистика сегодня и завтра: медиатекст в прагматическом, риторическом и лингвокультурологическом аспектах: доклады международной научной конференции. – М.: Факультет журналистики МГУ им. Ломоносова, 2010. С. 120-125.
19. Копейкина Т. Е. История развития зимних олимпийских видов спорта: учебно-методическое пособие. – Архангельск: ГБОУ ВПО «Северный государственный медицинский университет», 2013. – 97 с.
20. Корконосенко С.Г. (ред.) Социология журналистики: Учебное пособие для студентов вузов. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 320 с.
21. Корконосенко С. Г. Основы журналистики: Учебник для студентов вузов – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Аспект пресс, 2009. – 318 с.
22. Корнеева В.А., Сосновских Д.С. Олимпийское брендирование как инструмент soft power в национальной стратегии государства // XVIII Международная конференция памяти проф. Л.Н. Когана «Культура, личность, общество в современном мире: Методология, опыт эмпирического исследования», 19-20 марта 2015 г. – Екатеринбург: УрФУ, 2015. – С. 1585-1593.
23. Кройчик Л.Е. Публицистический текст как предмет исследования // Журналистика, реклама, связи с общественностью: Материалы науч.-практ. конф. – Воронеж, 2002 – С.45.
24. Круглякова М.Ю. Сочи. Олимпийская Ривьера России. – М.: Вече, 2009. – 320 с.
25. Кузнецов Г.В., Цвик В.Л., Юровский А.Я. Телевизионная журналистика. – 4-е изд. – Изд-во Моск. ун-та «Высшая школа», 2002. [Электронный ресурс]. URL: http://evartist.narod.ru/text6/32.htm (дата обращения: 27.04.2016).
26. Кыласов А. В. Окольцованный спорт: истоки и смысл современного олимпизма. – М.: АИРО-ХХI, 2010. – 324 с.
27. Лазутина Г. В., Распопова С. С. Жанры журналистского творчества: Учебное пособие для студентов вузов. – М.: Аспект Пресс, 2011. – 320 с.
28. Леонов Н.С. Холодная война против России. М.: Эксмо, Алгоритм, 2010. - 240 с.
29. Леонтюк A.M. Спорт как социокультурный феномен. Дисс... кан. Философ. Наук. – СПб.: СПбПУ, 1996. – 170 с.
30. Майер X . Олимпийские игры как модель современного мира. // Межд. спортивное движение: Экспресс-информация. Вып. 19. М.: ЦООНТИ-ФиС, 1984. – С. 13-22.
31. Малов В.И. Сто великих олимпийских чемпионов. – М.: Вече, 2012. - 415 с.
32. Малышева Е.Г. Русский спортивный дискурс: лингвокогнитивное исследование: Монография. – Омск: Изд-во Омск. гос. ун-та, 2011. – 324 с.
33. Малышева Е.Г. Русский спортивный дискурс: теория и методология лингвокогнитивного исследования: Дис. докт. филол. наук. – Омск, 2011. – 402 с.
34. Манаенко Г.Н. Координаты понятия «дискурс» // Дискурс, концепт, жанр: коллективная монография / отв. ред. М. Ю. Олешков. Нижний Тагил: НТГСПА, 2009. – С. 13-32.
35. Маховская О.И. Телемания: болезнь или страсть? – М.: Вильямс, 2007. – 272 с.
36. Михайлова Л.М. Зимняя Олимпиада 2014 в Сочи. – М.: Центрполиграф, 2013. – 256 с.
37. Навицкайте Э.А. Современные тенденции развития науки и технологий. 2016. № 10-6 – С.76-80.
38. Олимпийская Россия – олимпийский Сочи! рекомендательный список литературы / информ.-библиогр. отдел ЦГБ им. Н. А. Некрасова; [сост. М. Н. Хатит; ред. Е.В. Семерикова]. – Краснодар: МУК ЦБС города Краснодара, 2013. – 36 с.
39. Осипов К.К. Звезды олимпийской сборной России. – СПб.: Амфора, 2008. – 127 с.
40. Осинина Д. Д., Урожок Е. А. Спорт и политика в современном мире // Научные записки молодых исследователей. 2016. №2. [Электронный ресурс]. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/sport-i-politika-v-sovremennom-mire (дата обращения: 18.04.2018).
41. Перонко И. А. Проведение Олимпийских игр - мощный стимул развития региональной экономики // Деньги и кредит. – 2013. – №2. – С. 13-16.
42. Петерссон Б., Перссон Э. Политическое мифотворчество и зимняя Олимпиада 2014 года. [Электронный ресурс]. URL: http://magazines.russ.ru/nz/2013/2/p12.html (дата обращения: 22.05.2016).
43. Платонов В. Н. Спорт высших достижений и подготовка национальных команд к Олимпийским играм: отечественный и зарубежный опыт, история и современность. – М.: Советский спорт, 2010. – 308 с.
44. Полубота А.В. Олимпийски дискурс // Литературная газета №5(6260), 10.02.2010 [Электронный ресурс]. URL: http://www.lgz.ru/article/N5--6260---2010-02-10-/Olimpiyskiy-diskurs1161 (дата обращения: 16.05.2016).
45. Прозуменщиков М.Ю. Большой спорт и большая политика. – М.: Российская политическая энциклопедия, 2004. – 464 с.
46. Родиченко В.С. Олимпийская идея для России (повторение пройденного) – М.: Советский спорт, 2004. – 248 с.
47. Сметанина С.И. Медиатекст в системе культуры: динамические процессы в языке и стиле журналистики конца ХХ века – СПб, 2002 – 378 с.
48. Снятков К.В. Коммуникативно-прагматические характеристики телевизионного спортивного дискурса: автореф. дис. … канд. филол. наук. – Вологда, 2008. – 46 с.
49. Спорт в современном обществе/Под ред. Выдрина В.М. М.: ФиС, 1980. - 272 с.
50. Столбов В.В. Русско-советская олимпийская одиссея // Труды ученых ГЦОЛИФКа: 75 лет: Ежегодник. – М., 1993. – С. 23-36.
51. Столяров В.И. Современный спорт и олимпийское движение в системе международных отношений. – М.: Анкил, 2009. – 254 с.
52. Теодораки Э. Организация олимпийских мероприятий; [пер. с англ. А. Столярова]. – М.: Олимп-Бизнес, 2011. – 271 с.
53. Тертычный А.А. Жанры периодической печати: Учебное пособие. – М.: Аспект Пресс, 2000. – 312 с.
54. Тертычный А.А. Методы профессиональной деятельности журналиста. – М.: ВК, 2011. – 552 с.
55. Трушин Г. Помогут ли в Сочи родные стены // Эхо планеты. – 2013. – № 41. – С. 60-61.
56. Ферран А. Олимпийский маркетинг: [пер. с англ.]. – М.: Рид Медиа, 2013. – 351 с.
57. Чиглинцев Е.А. Возрождение Олимпийских игр как социально-педагогический проект Пьера де Кубертена // УЗ КГУ Т. 150. Серия Гуманитарные науки. – 2010. – книга 3. – С. 256-260.
58. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса. М.: ИТДГК «Гнозис», 2004. – 326 с.
59. Шмелёва Т.В. Модель речевого жанра // Жанры речи. Саратов: Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 1999. – С. 80-91.
60. Штейнбах В.Л. Оборотная сторона медали : история Олимпийских игр в скандалах, провокациях, ошибках и курьезах. – М.: Человек, 2008. – 411 с.
61. Эдельман Р. Серьезная забава: История зрелищного спорта в СССР. М.: Советский спорт, 2008г. – 400 с.

**Источники исследования:**

1. <http://www.lr-online.de/> - сайт газеты «[Lausitzer Rundschau](http://www.lr-online.de/nachrichten/Tagesthemen-Beleidigt-und-empoert-Russland-stuerzt-in-der-Medaillenbilanz-ab;art307853,5566189)» [Электронный ресурс] (дата обращения 27.11.2016)
2. <http://www.gulf-times.com/> - сайт газеты «G[ulf Times](http://www.gulf-times.com/story/509057/Insulted-disgusted-Russia-the-big-losers-at-Rio)» [Электронный ресурс] (дата обращения 27.11.2016)
3. <http://www.deutschlandfunk.de/> - сайт радиостанции «[Deutschlandfunk](http://www.deutschlandfunk.de/olympia-bilanz-wagenburg-mentalitaet-in-russland.1346.de.html?dram:article_id=363703" \t "_blank)» [Электронный ресурс] (дата обращения 22.11.2016)
4. <http://www.nytimes.com/> - сайт газеты «New York Times» [Электронный ресурс] (дата обращения 2.12.2017)
5. <https://ria.ru> – сайт информационного агентства «РИА-новости» [Электронный ресурс] (дата обращения 22.11.2016)
6. <http://www.vesti.ru/> - сайт «Вести.ru» [Электронный ресурс] (дата обращения 27.11.2016)
7. <http://www.sport-express.ru/> - сайт газеты «Спорт-Экспресс» [Электронный ресурс] (дата обращения 2.12.2017)

# Приложения.

***Приложение 1***

**Анализ аудитории СМИ**

По данным сайта Alexa.com спортивный интернет сайт Gazeta.ru занимает 73-е место в России среди всех сайтов порталов и общее 1103-е место в мировом списке всех интернет сайтов. Аудитория в основном состоит из российских жителей - 57%, около 8% пользователей приходят из Германии, а также около 4% из США. Поскольку сайт имеет один язык – делаем вывод о том, что это выходцы из стран бывшего СССР.

Аудитория сайта состоит на 80% из мужчин, 20% составляют женщины. Около 90% пользователей сайта имеют высшее образование и работу, Gazeta.ru пользуется большой популярностью именно у деловых и образованных людей..

Ключевые слова, по которым большинство пользователей заходят на сайт: «газета ру», «фэйсбук». По данным сайта Liveinternet, в месяц сайт Gazeta.ru посещают более 14 млн человек.

Портал rsport.ru занимает 2115-е место среди всех российских интернет - сайтов и 35228-е место среди всех сайтов в мире. Большую часть аудитории составляет российские пользователи – 62%, на втором месте - жители Германии - 7%, и по 2% посетителей сайта приходят из Казахстана, Туркменистана и Азербайджана.

Практически 90% пользователей сайта - мужчины, женщины составляют около 10% аудитории этого спортивного портала. Большая часть пользователей - это люди, окончившие университет (порядка 75%), около 10% пользователей только получают высшее образование.

Ключевые слова, по которым посетители заходят на сайт: «р», «rsport». По данным сайта Liveinternet, в месяц сайт rsport.ru посещают около 4 млн пользователей.

Портал nytimes.com занимает 32-е место среди всех сайтов в США и 121-е место среди всех сайтов в мире.. Большую часть пользователей составляют жители США - 67%, 5% посетителей сайта приходят из Китая, 2% - из Японии.

Мужчины и женщины составляют примерно по 50% аудитории. Почти 80% пользователей имеют высшее образование, 15% учатся в школе или университете.

Ключевые слова, по которым посетители заходят на сайт: «New york times», «trump», «on this day in history».

**Реклама**

На всех трех исследуемых сайтах реклама отсутствует практически полностью. Только на сайте спортивного портала Р-спорт существует некое подобие рекламы – ссылки на сайты партнеров. На сайтах Газеты ру и New York Times рекламы нет совсем. Стоит отметить, что в случае сайта американской газеты – это сознательный ход, и дань традициям печатного издания.

**Социальные сети**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | ***Gazeta.ru*** | ***r-sport.ru*** | ***Nytimes.com*** |
| **Twitter** | 2 300 000 | 304 000 | 35 800 000 |
| **Facebook** | 640 000 | 23 000 | 13 400 000 |
| **VK** | 128 000 | 167 000 | Оф. нет |
| **Одноклассники** | 32 000 | Нет | Нет |
| **Instagram** | Нет | 121 000 | 2 600 000 |

***\*данные на 19.04.2017 г.***

Для того чтобы получить более подробные данные, рассмотрим аудиторию группы в социальной сети ВКонтакте для исследуемых сайтов, где возможно.

**Gazeta.ru**

**Всего:**

128 тысяч подписчиков.

**Гендерная составляющая:**

мужчины – 58 тыс. подписчиков.

женщины – 46 тыс. подписчиков.

**География (по убыванию кол-ва подписчиков):**

- Россия

- Украина

- Беларусь

- Казахстан

**Возраст:**

От 17 до 23 – 22 тыс.

От 23 до 27 – 22 тыс.

От 27 до 34 – 30 тыс.

От 34 до 40 – 13 тыс

**rsport.ru**

**Всего:**

167 000 подписчиков

**Гендерная составляющая:**

Мужчины – 97 тыс. подписчиков.

Женщины – 30 тыс. подписчиков.

**География:**

- Россия

- Украина

- Казахстан

- Беларусь

**Возраст:**

От 14 до 17 – 25 тыс.

От 17 до 23 – 45 тыс.

От 23 до 27 – 25,5 тыс.

От 27 до 33 – 24 тыс.

От 33 до 41 – 10,5 тыс.

Таким образом, из приведенных данных видно, что активность того или иного СМИ в социальных сетях имеет прямую связь с составом аудитории. После анализа аудитории в социальных сетях выбранных нами СМИ, делаем вывод, что аудитории сайтов Газеты ру и Нью-Йорк Таймс в основном состоит из пользователей в возрасте 30-ти лет). Тогда как rsport.ru активно пользуется аккаунтами в Twitter и Instagram – это говорит о более молодой целевой аудитории.

**Факторы привлечения аудитории: тематическое своеобразие**

Все СМИ посвящены различной (спорт, политика, общество) тематике - и соответственно раскрывают свои темы по-разному. Nytimes.com сосредоточен на новостных заметках и аналитических материалах. R-sport уделяет больше внимания аудиовизуальному формату: видео, яркие слайд-шоу, инфографика, лайв-трансляция. Сайт Gazeta.ru привлекает внимание читателя материалами на острые общественно политические темы, уделяя больше внимания содержанию текстов.

**Факторы привлечения аудитории: авторы**

У каждого СМИ есть свои авторы, которые формируют определенное представление о сайте у аудитории и привлекают своими материалами все больше и больше пользователей. Среди них нет медийных и растиражированных личностей, но все они являются известными политиками, общественными деятелями, и т.д. Если говорить о P-спорт – это известные эксперты в области спорта (Александр Кожевников).

**Факторы привлечения аудитории: стиль подачи информации**

Во всех трех СМИ стиль подачи информации официальный, и только на страницах R-sport можно найти материалы развлекательной направленности.

**Факторы привлечения аудитории: оформление**

Из всех трех сайтов, сайт газеты ру имеет самое скромное и типовое оформление, плюс ко всему серая цветовая гамма. Сайт Р-спорт использует множество визуальных приемов и эффектов, делая ставку именно на эту составляющую: качественные фоторепортажи и видео. Сайт Нью-Йорк Таймс напоминает своим оформлением верстку газеты, также на такой эффект работают различные оригинальные шрифты, связано это как раз с традициями печатной версии.

**Факторы привлечения аудитории: гипертекст, мультимедиа, интерактивность**

Все исследуемые нами сайты обладают вышесказанными характеристиками - гипертекстом и мультимедиа, и интерактивность. Под материалами сайтов можно оставлять комментарии, которые модерируются администраторами. Иногда комментарии превращаются в дискуссию - под материалом с особо актуальной темой пользователи могут оставить около 800 комментариев. В настоящее время постоянно возникают новые методы привлечения аудитории и активно используются почти всеми СМИ, особенно это характерно для интернет изданий.

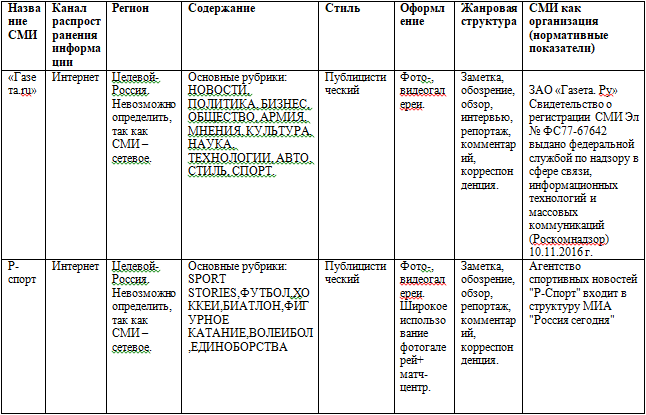
**Выводы:**

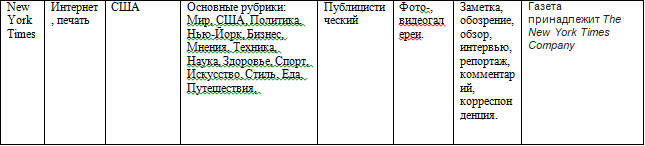
У трех СМИ различная тематика: отсюда разница и в контенте, и в подаче, и в оформлении, а также и в аудитории:

* Различается стиль подачи информации
* Разная целевая аудитория
* Аудитория преследует разные цели
* Социальные сети сайтов и их содержание отражают целевую аудиторию.

**Все эти различия продиктованы, в первую очередь, различной тематикой и направленностью СМИ и лишний раз доказывают свою специализацию, или же, наоборот, массовость.**

***Приложение 2***





1. Малышева Е.Г. Русский спортивный дискурс: теория и методология лингвокогнитивного исследования: Дис. докт. филол. наук. – Омск, 2011. – 402 с. [↑](#footnote-ref-1)
2. Малышева Е.Г. Русский спортивный дискурс: лингвокогнитивное исследование: Монография. – Омск: Изд-во Омск. гос. ун-та, 2011. – 324 с. [↑](#footnote-ref-2)
3. Леонтюк A.M. Спорт как социокультурный феномен. Дисс... кан. Философ. Наук. – СПб.: СПбПУ, 1996. – 170 с. [↑](#footnote-ref-3)
4. Войтик Е.А. Спортивная журналистика: Учебно-методическое пособие. – Томск, 2004. – 304 с. [↑](#footnote-ref-4)
5. Манаенко Г.Н. Координаты понятия «дискурс» // Дискурс, концепт, жанр: коллективная монография / отв. ред. М. Ю. Олешков. Нижний Тагил: НТГСПА, 2009. – С. 13-32. [↑](#footnote-ref-5)
6. Алексеев К.А., Ильченко С.Н. Спортивная журналистика: учебник для магистров. – М.: Изд-во Юрайт, 2013. – 427 с. [↑](#footnote-ref-6)
7. Зильберт Б.А., Зильберт А.Б. Спортивный дискурс: базовые понятия и категории: исследовательские задачи // Язык, сознание, коммуникация: сб. статей / отв. ред. В. В. Красных, А. И. Изотов. – М.: МАКС Пресс, 2011. Вып. 17. – С. 45-55. [↑](#footnote-ref-7)
8. Гулевич О.А. Психология коммуникации – М.: Московский психолого-социальный институт, 2007. – 384 с. [↑](#footnote-ref-8)
9. Кузнецов Г.В., Цвик В.Л., Юровский А.Я. Телевизионная журналистика. – 4-е изд. – Изд-во Моск. ун-та «Высшая школа», 2002. [↑](#footnote-ref-9)
10. Снятков К.В. Коммуникативно-прагматические характеристики телевизионного спортивного дискурса: автореф. дис. … канд. филол. наук. – Вологда, 2008. – 46 с. [↑](#footnote-ref-10)
11. Полубота А.В. Олимпийски дискурс // Литературная газета №5(6260), 10.02.2010 [↑](#footnote-ref-11)
12. Егоров А.Г. Философское значение современного олимпизма // Теория и практика физ. культуры. [↑](#footnote-ref-12)
13. Васильева О.С. Олимпийская парадигма и развитие современного спортивного мышления // Физическая культура: воспитание, образование, тренировка. [↑](#footnote-ref-13)
14. Чиглинцев Е.А. Возрождение Олимпийских игр как социально-педагогический проект Пьера де Кубертена // УЗ КГУ Т. 150. Серия Гуманитарные науки. – 2010. – книга 3. – С. 256-260. [↑](#footnote-ref-14)
15. Штейнбах В.Л. Оборотная сторона медали : история Олимпийских игр в скандалах, провокациях, ошибках и курьезах. – М.: Человек, 2008. – 411 с. [↑](#footnote-ref-15)
16. Столяров В.И. Современный спорт и олимпийское движение в системе международных отношений. – М.: Анкил, 2009. – 254 с. [↑](#footnote-ref-16)
17. Эдельман Р. Серьезная забава: История зрелищного спорта в СССР. М.: Советский спорт, 2008г. – 400 с. [↑](#footnote-ref-17)
18. Майер X . Олимпийские игры как модель современного мира. // Межд. спортивное движение: Экспресс-информация. Вып. 19. М.: ЦООНТИ-ФиС, 1984. – С. 13-22. [↑](#footnote-ref-18)
19. Теодораки Э. Организация олимпийских мероприятий; [пер. с англ. А. Столярова]. – М.: Олимп-Бизнес, 2011. – 271 с. [↑](#footnote-ref-19)
20. Григоревич В. В. Всеобщая история физической культуры и спорта. – М.: Совет. спорт, 2008. – 285 с. [↑](#footnote-ref-20)
21. Копейкина Т. Е. История развития зимних олимпийских видов спорта: учебно-методическое пособие. – Архангельск: ГБОУ ВПО «Северный государственный медицинский университет», 2013. – 97 с. [↑](#footnote-ref-21)
22. Федеральный закон от 29 апреля 1999 г. N 80-ФЗ «О физической культуре и спорте в Российской Федерации»: [Электронный ресурс]. — URL:http://www.femida.info/53/ofkisvrf001 .htm (дата обращения: 9.03.2017) [↑](#footnote-ref-22)
23. Вартанова Е.Л. О трех векторах будущей журналистики. // Меди@льманах. – 2015. – № 68. – С. 8-11. [↑](#footnote-ref-23)
24. Леонов Н.С. Холодная война против России. М.: Эксмо, Алгоритм, 2010. - 240 с. [↑](#footnote-ref-24)
25. Гуревич С.М. Газета: Вчера, сегодня, завтра: Учебное пособие для вузов. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 288 с. [↑](#footnote-ref-25)
26. Прозуменщиков М.Ю. Большой спорт и большая политика. – М.: Российская политическая энциклопедия, 2004. – 464 с. [↑](#footnote-ref-26)
27. Исаев А.A. Спортивная политика России. – М.: Советский спорт, 2002. – 512 с. [↑](#footnote-ref-27)
28. Штейнбах В.Л. Олимпийские чемпионы: Российская империя, СССР, СНГ, РФ. – М.: Эксмо, 2008. – 390 с. [↑](#footnote-ref-28)
29. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. М.: Эксмо, 2006. - 832 с. [↑](#footnote-ref-29)
30. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса. М.: ИТДГК «Гнозис», 2004. – 326 с. [↑](#footnote-ref-30)
31. Осинина Д. Д., Урожок Е. А. Спорт и политика в современном мире // Научные записки молодых исследователей. 2016. №2. [Электронный ресурс]. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/sport-i-politika-v-sovremennom-mire (дата обращения: 18.04.2018). [↑](#footnote-ref-31)
32. Корнеева В.А., Сосновских Д.С. Олимпийское брендирование как инструмент soft power в национальной стратегии государства // XVIII Международная конференция памяти проф. Л.Н. Когана «Культура, личность, общество в современном мире: Методология, опыт эмпирического исследования», 19-20 марта 2015 г. – Екатеринбург: УрФУ, 2015. – С. 1585-1593. [↑](#footnote-ref-32)
33. Круглякова М.Ю. Сочи. Олимпийская Ривьера России. – М.: Вече, 2009. – 320 с. [↑](#footnote-ref-33)
34. Осипов К.К. Звезды олимпийской сборной России. – СПб.: Амфора, 2008. – 127 с. [↑](#footnote-ref-34)
35. Родиченко В.С. Олимпийская идея для России (повторение пройденного) – М.: Советский спорт, 2004. – 248 с. [↑](#footnote-ref-35)
36. Осинина Д. Д., Урожок Е. А. Спорт и политика в современном мире // Научные записки молодых исследователей. 2016. №2. [↑](#footnote-ref-36)
37. Шмелёва Т.В. Модель речевого жанра // Жанры речи. Саратов: Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 1999. – С. 80-91. [↑](#footnote-ref-37)
38. Платонов В. Н. Спорт высших достижений и подготовка национальных команд к Олимпийским играм: отечественный и зарубежный опыт, история и современность. – М.: Советский спорт, 2010. – 308 с. [↑](#footnote-ref-38)
39. Петерссон Б., Перссон Э. Политическое мифотворчество и зимняя Олимпиада 2014 года. [↑](#footnote-ref-39)
40. Михайлова Л.М. Зимняя Олимпиада 2014 в Сочи. – М.: Центрполиграф, 2013. – 256 с. [↑](#footnote-ref-40)
41. Философия науки: Учеб. пособие для вузов / Под ред. С.А. Лебедева. – М.: Академический Проект; Трикста, 2004. – 736 с. [↑](#footnote-ref-41)
42. Лазутина Г. В., Распопова С. С. Жанры журналистского творчества: Учебное пособие для студентов вузов. – М.: Аспект Пресс, 2011. – 320 с. [↑](#footnote-ref-42)
43. Корконосенко С.Г. (ред.) Социология журналистики: Учебное пособие для студентов вузов. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 320 с. [↑](#footnote-ref-43)
44. Навицкайте Э.А. Современные тенденции развития науки и технологий. 2016. № 10-6 – С.76-80. [↑](#footnote-ref-44)
45. Коньков В.И. Необратимость речи как особенность коммуникативного акта // Стилистика сегодня и завтра: медиатекст в прагматическом, риторическом и лингвокультурологическом аспектах: доклады международной научной конференции. – М.: Факультет журналистики МГУ им. Ломоносова, 2010. С. 120-125. [↑](#footnote-ref-45)
46. Галинская *Т.Н.* Понятие медиаобраза и проблема его реконструкции в современной лингвистике // Вестник ОГУ. — 2013. — № 11 (160). [↑](#footnote-ref-46)
47. Короченский А.П*.* «Пятая власть»? Феномен медиакритики в контексте информационного рынка. — Ростов н/Д: Международный институт журналистики и филологии, 2002. [↑](#footnote-ref-47)
48. Перонко И. А. Проведение Олимпийских игр - мощный стимул развития региональной экономики // Деньги и кредит. – 2013. – №2. – С. 13-16. [↑](#footnote-ref-48)
49. СЕГРЕЙВ Д., КАРП И., МЕДУНЯНИН А.: Олимпийские игры в рио-де-жанейро-2016: Актуальные вопросы и проблемы // Педагогико-психологические и медико-биологические проблемы физической культуры и спорта. 2016. №1. [↑](#footnote-ref-49)
50. Макарихина В.Д. ОСОБЕННОСТИ МЕДИАДИСКУРСА ОБ УЧАСТИИ РОССИИ В ОЛИМПИАДЕ-2016 В РИО-ДЕ-ЖАНЕЙРО // Научное сообщество студентов: МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ: сб. ст. по мат. XXV междунар. студ. науч.-практ. конф. № 14(25). URL: https://sibac.info/archive/meghdis/14(25).pdf (дата обращения: 21.05.2017) [↑](#footnote-ref-50)
51. Маховская О.И. Телемания: болезнь или страсть? – М.: Вильямс, 2007. – 272 с. [↑](#footnote-ref-51)
52. СЕГРЕЙВ Д., КАРП И., МЕДУНЯНИН А.: Олимпийские игры в рио-де-жанейро-2016: Актуальные вопросы и проблемы // Педагогико-психологические и медико-биологические проблемы физической культуры и спорта. 2016. №1. [↑](#footnote-ref-52)
53. ТЕРЕХИНА Р.Н., КРЮЧЕК Е. С., МЕДВЕДЕВА Е. Н., ВИНЕР-УСМАНОВА И. А.: Анализ выступления спортивной сборной команды России по художественной гимнастике в Рио-де-Жанейро // Ученые записки университета Лесгафта. 2016. №9 (139). [↑](#footnote-ref-53)
54. Олимпийская Россия – олимпийский Сочи! рекомендательный список литературы / информ.-библиогр. отдел ЦГБ им. Н. А. Некрасова; [сост. М. Н. Хатит; ред. Е.В. Семерикова]. – Краснодар: МУК ЦБС города Краснодара, 2013. – 36 с. [↑](#footnote-ref-54)
55. Гладкова А.А. Образ российского спортсмена в зарубежных СМИ. [Электронный ресурс]. URL:http://www.portalus.ru/modules/sport/rus\_readme.php?archive=&id=1401388490&start\_from=&subaction=showfull&ucat (дата обращения 29.04. 2016). [↑](#footnote-ref-55)
56. Арутюнова Н.Д. Образ: опыт концептуального анализа // Проблемы текстообразования и референции. – М.: Наука, 1988. – С. 112-126. [↑](#footnote-ref-56)
57. Кройчик Л.Е. Публицистический текст как предмет исследования // Журналистика, реклама, связи с общественностью: Материалы науч.-практ. конф. – Воронеж, 2002 – С.45. [↑](#footnote-ref-57)
58. Дзялошинский И.М. Медиапространство России: коммуникационные стратегии социальных институтов. – М.: Изд-во АПК и ППРО, 2013. – 479 с. [↑](#footnote-ref-58)
59. Корконосенко С. Г. Основы журналистики: Учебник для студентов вузов – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Аспект пресс, 2009. – 318 с. [↑](#footnote-ref-59)
60. Сметанина С.И. Медиатекст в системе культуры: динамические процессы в языке и стиле журналистики конца ХХ века – СПб, 2002 – 378 с. [↑](#footnote-ref-60)
61. Тертычный А.А. Методы профессиональной деятельности журналиста. – М.: ВК, 2011. – 552 с. [↑](#footnote-ref-61)