

УДК [796.06:323](476)

РЕВЕНКО ВЛАДИСЛАВ ВАЛЕРЬЕВИЧ

Белорусский государственный педагогический университет
имени Максима Танка

(г. Минск, Республика Беларусь; e-mail: vlad.judo.2014@mail.ru),

аспирант кафедры социально-гуманитарных дисциплин,

научный руководитель: доктор политических наук, профессор С. А. Кизима

**ИМИДЖ БЕЛОРУССКОГО СПОРТА В КОНТЕКСТЕ
НАЦИОНАЛЬНЫХ ИНТЕРЕСОВ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ КАК
ПРЕДМЕТ ИССЛЕДОВАНИЯ**

Приведенное в статье исследование, выполнено в рамках диссертации «Имидж белорусского спорта в контексте национальных интересов Республики Беларусь». В статье рассматривается важность изучения имиджа спорта в контексте национальных интересов государства. Проанализирован мировой опыт в области использования имиджа спорта в достижении и защите национальных интересов государства. На основании нормативно-правовых актов, новостных интернет-ресурсов изучена интеграция имиджа спорта в современные политические и экономические процессы в Республике Беларусь. Выявлены проблемы в работе с имиджем спорта со стороны белорусского государства. Оценены вероятные угрозы интересам Республики Беларусь от различных субъектов, которые используют имидж спорта в манипулятивных целях. Предложены меры, способные минимизировать вероятный ущерб от новых глобальных вызовов и позволяющие Беларуси стать передовым государством в области формирования имиджа спорта.

Ключевые слова: Республика Беларусь, имидж спорта, спорт, национальные интересы, политика, национальная безопасность.

Введение

В современном обществе неотъемлемой частью успешного развития любого государства является наличие его положительного имиджа.

Необходимо отметить, что имидж государства можно подразделить на внутренний (для граждан) и внешний (для мировой общественности). Он складывается из ряда составляющих, или категорий, таких, например, как: «имидж устойчивости экономики», «имидж политической системы», «имидж социальной среды», «имидж спорта» и др.

В общем виде, имидж (от англ. image — «изображение», «отражение») – это совокупность представлений, сложившихся в общественном мнении о том, как должен вести себя объект в соответствии со своим статусом [1], или другими словами - образом.

Имидж объекта – это мнение рационального или эмоционального характера об объекте (человеке, предмете, системе), возникшее в психике группы людей на основе сформированного в их сознании образа в результате восприятия ими тех или иных характеристик данного объекта [2].

Следовательно, имидж объекта зависит от его действий, поведения или качеств. При этом эти качества могут быть как объективно присущи объекту, то есть они видимы и воспринимаемы обществом, так и сформированы для него посредством каких-либо действий или просто информационно навязаны и повлияли на психику людей, их ценностные установки. В итоге, имидж объекта можно трактовать как производную от истинных или ложных представлений, сложившихся в обществе на основе манипулятивных действий.

Формирование положительного имиджа объекта, в данном случае государства, является целью для его прогрессивного развития. Данная парадигма закреплена в ряде законодательных актов разных стран мира. В Российской Федерации это Стратегия национальной безопасности, в США - The National Security Strategy (NSS), в Республики Беларусь – Концепция национальной безопасности [3].

В данной статье, в качестве объекта, рассматривается имидж белорусского спорта, на наш взгляд одна из важнейших составляющих имиджа государства.

Вышеизложенное позволяет утверждать, что имидж спорта, а следовательно, и государства зависит от восприятия внешней и внутренней аудиторией как объективных, так и субъективных образов, основанных на каких-либо фактах.

Эти факты могут быть продуктом манипулятивного воздействия, преимущественно информационного, на восприятие и психику человека. Они формируются, как правило, средствами массовой информации (далее по тексту – СМИ), где в качестве форм и методов воздействия могут быть пропаганда, контрпропаганда, пиар-технологии, рекламная деятельность, информационно-психологическое воздействие и прочее.

То есть, имидж спорта, следовательно, и государства базируется на элементах мифа и обобщённых стереотипов, которые могут как укрепить государство, так и нанести ему урон.

Учитывая, что любое государство, его экономика, политическая активность, является прямым конкурентом другим международным субъектам (а это, ни много ни мало, является элементом выживаемости системы), то формирование положительного имиджа для конкурента не является самоцелью. Другими словами, нанесение ущерба оппоненту, его имиджу является основой, движущим элементом внешней политики многих государств. Исключениями могут являться страны-союзники по интеграционным политическим и экономическим объединениям, имеющих общие временные или постоянные интересы.

Принимая во внимание, что в современных реалиях Республика Беларусь проводит независимую политику, стремясь равно дистанцироваться от мировых и региональных центров силы, то она автоматически становится объектом экспансии со стороны других государств. Следовательно, ожидаемо прямое

негативное информационное и иных форм воздействие на все категории имиджа Беларуси и, как следствие, на все сферы национальных интересов.

Как результат, имидж белорусского спорта, как одна из категорий имиджа государства, рассматривается в качестве одного из основных объектов воздействия для получения преимуществ, которые приведут к экономической, политической или иной прибыли для различных субъектов.

Таким образом, возникает необходимость в обосновании роли имиджа спорта в контексте национальных интересов Республики Беларусь, выявлении факторов, влияющих на имидж белорусского спорта, определение механизма защиты национальных интересов белорусского государства в условиях новых вызовов.

Основная часть

Первая задача исследования обусловлена отсутствием в законодательных и нормативно-правовых актах Республики Беларусь, сведений и упоминаний об имидже спорта, как таковом.

Данный вывод можно сделать на основании анализа источника [3], а также Программы социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016-2020 годы (Указа Президента Республики Беларусь от 15 декабря 2016 года № 466), Государственной программы развития физической культуры и спорта в Республике Беларусь на 2016-2020 годы (Постановление Совета Министров Республики Беларусь 12.04.2016 № 303), закона Республики Беларусь «О физической культуре и спорте» (от 4 января 2014 г. № 152-3) и ряда других документов. Это фактически свидетельствует об отсутствии со стороны руководства государства осознания важности формирования такой категории, как имидж спорта в процессе достижения национальных интересов. Данный вопрос озвучивается лишь Президентом Беларуси Александром Лукашенко в устной форме [4].

Изучая аналогичные документы в других странах, можно увидеть противоположную ситуацию. Так, в США в «The National Security Strategy»

(аналог Концепции национальной безопасности Республики Беларусь), подробно описывается важность комплексного формирования имиджа государства и американского общества с вовлечения всех сфер деятельности человека.

Этот факт уже косвенно указывает на привлечение спорта к данному процессу на государственном уровне. Также важным стоит считать привлечение крупнейших частных американских PR-компаний к формированию имиджа американского спорта. К ним можно отнести всемирно известную «Edelman», которая является первой в мировом рейтинге подобных организаций [5]. Анализируя сайт данного PR-агентства, в списке услуг можно увидеть ряд позиций по разработке PR-стратегий в интересах различного рода спортивных организаций.

Безусловно, в США индустрия спорта является глобальной системой достижения, в первую очередь экономических интересов, а затем политических и иных. Учитывая, что ряд американских спортивных ассоциаций (NBA, NHL) и спортсменов известны во всем мире, а за права трансляции соревнований из США борются ведущие телекомпании с разных континентов, можно сделать вывод об успешности применения имиджеформирующих технологий американского спорта.

Также фактором заставляющим учитывать имидж спорта для достижения национальных интересов в Соединенных Штатах, являются геополитические амбиции американского правительства. Власти США активно используют спорт для достижения политических интересов на международной арене. Примером является ряд обвинений спортсменов из других государств в употреблении допинга, призывы привлекать спорт в контексте политики санкций и многое другое. Учитывая обсуждение данных процессов на уровне Государственного департамента, можно сделать вывод, что имидж спорта признан в США инструментом достижения национальных интересов на государственном уровне.

Рассматривая проблематику формирования имиджа спорта, в контексте учета национальных интересов стран ближнего зарубежья, можно констатировать, что данный вопрос наиболее характерен для Российской Федерации. Это обусловлено противостоянием и упомянутыми выше геополитическими амбициями США и стран Запада. Фактически, Россия рассматривается как объект ведения гибридной войны, в которой одной из целей является подрыв положительного международного имиджа российского государства.

В контексте достижения данной цели ведется массированная информационная атака на российский спорт, российских спортсменов и спортивных функционеров. Безусловно, в столь агрессивной геополитической среде Россия вынуждена выработать меры противодействия данным угрозам и активно внедрять технологии формирования имиджа спорта в целях защиты национальных интересов. Это активно обсуждалось на заседании совета по развитию физической культуры и спорта с участием Президента РФ Владимира Путина 6 октября 2020 года. По итогам заседания, вопрос имиджа российского спорта был озвучен приоритетным на ближайшее десятилетие. [6].

Таким образом Российская Федерация также на государственном уровне признала важность имиджа спорта в контексте достижения и защиты национальных интересов.

В свою очередь в Республике Беларусь данные мировые тенденции не наблюдаются. Позиционируя себя активным игроком в региональных и мировых политических и экономических процессах, наша страна не имеет комплексных подходов к формированию имиджа спорта для достижения национальных интересов.

Необходимо отметить, что в последние годы Беларусь стала объектом манипулятивного воздействия со стороны других государств и международных организаций.

Таким образом возникает необходимость в рассмотрении **второй задачи исследования** – определении факторов, влияющих на имидж белорусского спорта.

Как и на любую другую категорию имиджа государства, на имидж спорта оказывает влияние ряд объективных и субъективных факторов. Объективные факторы присущи любому государству и обусловлены независящими или мало корректируемыми процессами. Субъективные, в свою очередь, являются продуктом конфликта интересов и противостояний.

Не вызывает сомнения, что определенный сложившийся имидж и авторитет Республики Беларусь в региональных и международных политических и экономических процессах влияет на достижение интересов различных субъектов, то есть создает прямую конкуренцию. Данные субъекты вынуждены вести борьбу против Беларуси, в том числе, и посредством влияния на имидж страны.

Как и другие государства, Беларусь не избежала вовлечения спорта в политические и экономические процессы.

Белорусские власти рассматривают спорт как важную составляющую государственной идеологии. Однако, в первую очередь, в контексте здоровья нации и популяризации здорового образа жизни. Также уделяется большое внимание роли личности спортсмена в идеологической работе. Этот факт, безусловно, может использоваться различными субъектами для воздействия на внешние и внутренние процессы в Республике Беларусь. Данная тенденция сформировалась с августа 2020 года. Различные внешние и внутренние деструктивные силы стали вовлекать белорусский спорт в политические и экономические процессы с целью дестабилизации обстановки в Беларуси и формирования негативного имиджа государства на внутренней и международной арене. К основным PR-технологиям, которые применяются в отношении Беларуси, можно отнести: фейковые новости, создание деструктивных организаций («свободное объединение спортсменов», «фонд спортивной солидарности» и др.), политический и экономический шантаж,

политическая пропаганда посредством СМИ, вовлечение медийных личностей в политические и экономические процессы и ряд других.

Субъекты применения данных технологий не скрывают их главных целей. В первую очередь, это отстранение белорусских спортсменов и спортивных функционеров от международных соревнований, отзыв у Беларуси прав проведения чемпионатов мира и Европы по видам спорта, психологическое давление на спортсменов с целью изменения их политических взглядов, изменение общественного мнения о белорусских спортивных чиновниках и организациях. Реализация данных деструктивных призывов может нанести существенный экономический и политический урон Беларуси.

Как итог, внутри белорусского общества может сформироваться негативное восприятие белорусского спорта, то есть негативный имидж, и, следовательно, негативный имидж государства. Данный факт напрямую противоречит национальным интересам Республики Беларусь.

На международной арене угроза национальным интересам Беларуси может исходить от действий как определенных личностей, так и структур. Примером могут быть высказывания так называемых «свободных спортсменов», которые выступают в европейских СМИ против сложившегося государственного устройства в стране. Основными действующими лицами здесь являются некогда успешные атлеты Александра Герасименя, Степан Попов и Едена Левченко. Их деструктивная деятельность уже принесла имиджевый урон для белорусского государства. В частности, это касается обсуждения на международном уровне переноса Чемпионата мира по хоккею 2021 из Минска.

В совокупности угроза формирования негативного имиджа белорусского спорта как внутри государства, так и на международной арене, посредством деструктивных PR-технологий, способна нанести вред национальным интересам белорусского государства.

Таким образом, для Беларуси возникает потребность в формировании механизма противодействия деструктивным PR-технологиям, которые

способны влиять на имидж белорусского спорта и государства в целом. Данную потребность следует рассмотреть в контексте **третьей задачи исследования**.

В первую очередь, стоит обратить внимание на вопрос признания важности имиджа спорта как категории имиджа государства, которая напрямую влияет на национальные интересы Республики Беларусь.

Закрепление данной сентенции на законодательном уровне позволит мобилизовать административный ресурс органов государственной власти. Эта мера позволит привлекать бюджетные средства для проведения исследований в данном направлении, осуществлять комплексную разработку стратегий противодействия деструктивным технологиям формирования имиджа спорта.

Несомненно, стоит учитывать и передовой опыт в данной сфере таких стран как США, Россия, страны ЕС, которые являются признанными лидерами в создании и реализации технологий формирования имиджа в различных сферах. На сегодня весьма эффективным является привлечение к формированию имиджа спорта PR- агентств, однако, данная мера является финансово затратной.

Следует и учитывать опыт других стран по подготовке специалистов в области спортивного PR. Некоторые университеты мира, в частности институт журналистики Санкт-Петербургского государственного университета, уже осуществляет разработку программ по данной специальности по примеру США и Великобритании.

В совокупности данные меры позволят Республике Беларусь комплексно формировать имидж отечественного спорта, активно управлять им в контексте политических и иных процессов, активно привлекать имидж спорта в процессы достижения и защиты национальных интересов.

Заключение

Принимая во внимание вышеизложенное, можно сделать вывод, что имидж спорта как категория имиджа государства способен влиять на состояние

национальных интересов страны, их успешное позиционирование как на внутренней, так и на внешней арене.

Анализ показал, что в Республике Беларусь данное явление не изучается на должном уровне. Исследования белорусских специалистов по обозначенной проблематике не достаточны и носят поверхностный, ненаправленный характер. Ответственные органы государственной власти (которые еще следует определить) в достаточной мере не формализуют имиджирование сферы спорта. При этом (доказанный факт) в отношении Беларуси ведется масштабная гибридная война с целью подорвать все категории имиджа белорусского государства.

Таким образом, имидж спорта в контексте национальных интересов Республики Беларусь следует признать и воспринимать наравне с другими имиджевыми категориями как полноценный объект для исследования с перспективной масштабных научных разработок и формирования собственных, учитывающих национальную белорусскую специфику, имиджевых стратегий.

СПИСОК ЦИТИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Имидж [Электронный ресурс] // Википедия. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Имидж>. – Дата доступа: 11.12.2020.
2. Имидж объекта [Электронный ресурс] // StudFiles. – Режим доступа: <https://studfile.net/preview/1845652/page:8/>. – Дата доступа: 13.12.2020.
3. Концепция национальной безопасности Республики Беларусь [Электронный ресурс]: утв. Указом Президента Респ. Беларусь, 9 нояб. 2010 г., № 575 // Генеральная прокуратура Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://www.prokuratura.gov.by/ru/acts/kontseptsiya-natsionalnoy-bezopasnosti-respubliki-belarus/>. – Дата доступа: 28.12.2020.
4. Лукашенко – о международных спортивных мероприятиях: Не жалейте денег на то, чтобы пригласить к себе гостей [Электронный ресурс] // Tut.by. – Режим доступа: <https://news.tut.by/economics/625742.html>. – Дата доступа: 28.12.2020.

5. 2019 Agency Rankings: Global PR Industry Growth Holds Steady At 5% [Electronic resource] // PRovoke. – Mode of access: <https://www.provokemedia.com/long-reads/article/2019-agency-rankings-global-pr-industry-growth-holds-steady-at-5>. – Date of access: 28.12.2020.

6. Заседание Совета по развитию физической культуры и спорта [Электронный ресурс] // Президент России. – Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/events/councils/64162>. – Дата доступа: 28.12.2020.

Uladzislau Revenka

Belarusian state pedagogical University

named after Maxim Tank

(Minsk, Republic of Belarus; e-mail: vlad.judo.2014@mail.ru),

post-graduate student of the Department of social and humanitarian disciplines

The research presented in the article was carried out within the framework of the dissertation "The image of Belarusian sports in the context of the national interests of the Republic of Belarus". The article considers the importance of studying the image of sports in the context of national interests of the state. The article analyzes the world experience in the field of using the image of sports in achieving and protecting the national interests of the state. The integration of the image of sports into modern political and economic processes in the Republic of Belarus is studied on the basis of normative legal acts, Internet resources and sources [1-4]. Problems in working with the image of sports on the part of the Belarusian state are revealed. Possible threats to the interests of the Republic of Belarus from various entities that use the image of sports for manipulative purposes are assessed. The measures that can minimize the possible damage from new global challenges and allow Belarus to become an advanced state in the field of shaping the image of sports are proposed.

Keywords: Republic of Belarus, image of sport, sport, national interests, politics, national security.

REFERENCES

1. Imidzh [Elektronnyj resurs] // Vikipediya. – Rezhim dostupa: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Imidzh>. – Data dostupa: 11.12.2020.
2. Imidzh ob"ekta [Elektronnyj resurs] // StudFiles. – Rezhim dostupa: <https://studfile.net/preview/1845652/page:8/>. – Data dostupa: 13.12.2020.
3. Konceptsiya nacional'noj bezopasnosti Respubliki Belarus' [Elektronnyj resurs]: utv. Ukazom Prezidenta Resp. Belarus', 9 noyab. 2010 g., № 575 // General'naya prokuratura Respubliki Belarus'. – Rezhim dostupa: <http://www.prokuratura.gov.by/ru/acts/kontsepsiya-natsionalnoy-bezopasnosti-respubliki-belarus/>. – Data dostupa: 28.12.2020.
4. Lukashenko – o mezhdunarodnyh sportivnyh meropriyatiyah: Ne zhalejte deneg na to, chtoby priglasit' k sebe gostej [Elektronnyj resurs] // Tut.by. – Rezhim dostupa: <https://news.tut.by/economics/625742.html>. – Data dostupa: 28.12.2020.
5. 2019 Agency Rankings: Global PR Industry Growth Holds Steady At 5% [Electronic resource] // PRovoke. – Mode of access: <https://www.provokemedia.com/long-reads/article/2019-agency-rankings-global-pr-industry-growth-holds-steady-at-5>. – Date of access: 28.12.2020.
6. Zasedanie Soveta po razvitiyu fizicheskoy kul'tury i sporta [Elektronnyj resurs] // Prezident Rossii. – Rezhim dostupa: <http://www.kremlin.ru/events/councils/64162>. – Data dostupa: 28.12.2020.