



ИНДУСТРИЯ СПОРТА
МАРКЕТИНГ
СПОРТСМЕНА

ПСИХОЛОГИЯ
АТЛЕТЫ
ПОГРАНИЧНОЙ
ЛИЧНОСТНОЙ
ОРГАНИЗАЦИИ

КРАСНОЯРСК-2019
СПАСИБО,
СИБИРЬ!



РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

Лев БЕЛОУСОВ,
ректор Российского Международного
Олимпийского Университета,
профессор, д. и. н.,
действительный член
Российской академии образования

Владимир ВАСИН,
почетный вице-президент
Олимпийского комитета России

Софья ВЕЛИКАЯ,
председатель Комиссии
спортсменов Олимпийского
комитета России

Николай ПЕШИН,
проректор по научной работе
Российского Международного
Олимпийского Университета,
профессор, д. ю. н.

Иан ХЕНРИ,
директор Центра олимпийских
исследований Университета
Лафборо (Великобритания)

Александр ПАРШИКОВ,
проректор
Российского Международного
Олимпийского Университета,
профессор, д. п. н.,
заслуженный тренер РФ

Владимир ЛЕДНЕВ,
первый проректор
Московского
финансово-промышленного
университета «Синергия»,
профессор, д. э. н.

Эмилио Фернандес ПЕНЬЯ,
директор
Центра олимпийских
исследований Автономного
университета Барселоны (Испания)

Олег ХОДЕНКОВ, директор издательских и медиапрограмм РМОУ

РЕДАКЦИЯ

Сергей МУРАВЬЕВ, главный редактор

Ольга БЛАГОДАТСКИХ, бильдредактор

Павел ЕРЕМИН, дизайн-макет

Павел МХЕИДЗЕ, дизайн и верстка

КОНТАКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Учредитель: АНО ДПО «Российский Международный Олимпийский Университет»
Свидетельство о регистрации СМИ в Федеральной службе по надзору в сфере связи,
информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор):
ПИ № ФС77-42663 от 16.11.2010

Адрес редакции: 119270, Москва, Лужнецкая набережная, д. 8, стр. 1
Тел.: +7 (495) 956-24-30; факс: +7 (495) 956-24-31
E-mail: vestnik@olympicuniversity.ru
www.olympicuniversity.ru

Отпечатано в ОАО «Подольская фабрика офсетной печати». 142100, Московская область, Подольск,
Революционный пр-т, 80/42.

Тираж 600 экземпляров. Заказ № 01788-19 от 8 апреля 2019 года.

Фото на обложке: Александр Кряжев/ МИА «Россия сегодня»

В номере использованы фото МИА «Россия сегодня», из архивов РМОУ и пресс-служб



СОДЕРЖАНИЕ

КРАСНОЯРСК-2019

4

СЕРГЕЙ МУРАВЬЕВ. В СИБИРЬ? ЗИМОЙ? ЕЩЕ БЫ!

Завершилась XXIX Всемирная зимняя универсиада

РМОУ

8

МЕЖДУНАРОДНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ В СОЧИ

Заседание комиссии АНОК по культуре и образованию

12

ШАГ ЗА ШАГОМ, ДЕНЬ ЗА ДНЕМ

*Хроника деятельности Российского Международного Олимпийского
Университета*

ПРАВО И СПОРТ

20

НИКОЛАЙ ПЕШИН. СПОРТИВНЫЙ АРБИТРАЖНЫЙ СУД В ЛОЗАННЕ –

АЛЬТЕРНАТИВА НАЦИОНАЛЬНОМУ ПРАВОСУДИЮ?

К арбитражу в спорте все чаще возникают вопросы

КЛУБ ВЫПУСКНИКОВ

28

СЕРГЕЙ ХОРОХОРДИН. ОПЫТ СОЗДАНИЯ ЧАСТНОГО КЛУБА

СО СПЕЦИАЛИЗАЦИЕЙ «СПОРТИВНАЯ ГИМНАСТИКА»

Масштабируемый проект после окончания спортивной карьеры

ИНДУСТРИЯ СПОРТА

34

**АНДРЕЙ МАЛЫГИН. ПРОЦЕСС МАРКЕТИНГА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО
СПОРТСМЕНА**

Как делают звезд

48

**ЕЛИЗАВЕТА КОЖЕВНИКОВА. ОСОБЕННОСТИ РАБОТЫ ТРЕНЕРА
С АТЛЕТАМИ ПОГРАНИЧНОЙ ЛИЧНОСТНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ**

Спортивный психолог рекомендует

ВИДЫ СПОРТА

56

ОЛЕГ ЗАХАРОВ. КАТА В ОЛИМПЕЙСКОМ КАРАТЕ

Навстречу Олимпийским играм в Токио

ИНДУСТРИЯ СПОРТА

66

**ВЛАДИМИР ЛЕДНЕВ. БИЗНЕС В ИНДУСТРИИ СПОРТА:
МИФ ИЛИ РЕАЛЬНОСТЬ?**

Попытка анализа на современном этапе развития

БИБЛИОТЕКА РМОУ

78

ВЛАДИСЛАВ СТОЛЯРОВ. ЧТО ТАКОЕ ОЛИМПЕЙСКАЯ ПЕДАГОГИКА

К выходу в свет новой книги

НАВИГАТОР

92

КАЛЕНДАРЬ СПОРТИВНОГО МЕНЕДЖЕРА

Предстоящие форумы, конференции, семинары и выставки

ВСЕМИРНЫЕ СТУДЕНЧЕСКИЕ ИГРЫ



*Сергей Муравьев,
главный редактор журнала «Вестник РМОУ»*

В Сибирь? Зимой? Еще бы!

В МАРТЕ 2019 ГОДА НА КАРТЕ СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ ПОЯВИЛАСЬ НОВАЯ СПОРТИВНАЯ СТОЛИЦА, ДА ГДЕ – В САМОМ СЕРДЦЕ СИБИРИ! УЧАСТНИКОВ И ГОСТЕЙ ВСЕМИРНОЙ ЗИМНЕЙ УНИВЕРСИАДЫ – 2019 С УСПЕХОМ ПРИНЯЛ КРАСНОЯРСК. В ГОРОДЕ СОЗДАНА, КАК ВЫРАЖАЮТСЯ ОРГАНИЗАТОРЫ, «КЛАСТЕРНАЯ ДУГА» СПОРТИВНЫХ ОБЪЕКТОВ, КАЧЕСТВО И РАЗНООБРАЗИЕ КОТОРЫХ ПОЗВОЛЯТ РАЗВИВАТЬ СПОРТ НА ПРИНЦИПИАЛЬНО НОВОМ УРОВНЕ. А ЭСТАФЕТНУЮ ПАЛОЧКУ ПЕРЕХВАТЫВАЕТ УРАЛ: ПРЕТЕНДОВАТЬ НА ПРАВО ПРИНЯТЬ ВСЕМИРНУЮ ЛЕТНЮЮ УНИВЕРСИАДУ В 2023-м БУДЕТ ЕКАТЕРИНБУРГ, КОТОРЫЙ В ТОМ ЖЕ ГОДУ ОТМЕТИТ 300-ЛЕТИЕ.

Всемирные студенческие игры, а если короче – универсиады, играют особую роль в развитии России как спортивной державы на современном этапе. Такое утверждение может показаться спорным, когда страна принимает в течение пяти лет сначала Олимпийские игры, а затем финальный турнир чемпионата мира по футболу. Кажется, масштабы несравнимы. Но если учесть хронологию и особенности, присутствующие национальной индустрии спор-

та на данном этапе, станет очевидно: Всемирная летняя универсиада в Казани-2013 была первым полигоном для российских организаторов, которые обкатывали технологии глобального спортивного мероприятия, формируя, если можно так выразиться, банк решений, сообщество квалифицированных специалистов, а в итоге – компетенции, без которых сама индустрия едва ли поднялась бы на должный уровень в свете олимпийского проекта и ЧМ-2018.

4



**ЦЕРЕМОНИЯ ЗАКРЫТИЯ
XXIX Всемирной зимней универсиады – 2019
в Красноярске.**

Фото: Александр Кряжев/МИА «Россия сегодня»

В свою очередь Всемирная зимняя универсиада Красноярск-2019 в ряду этих мегасобытий демонстрирует уникальную сущность потому, что все приобретенные компетенции, будь то возведение новых спортивных объектов или прием участников и гостей со всего мира, уже отлажены и работают в комплексе, включая, например, тот факт, что Международную федерацию студенческого спорта (FISU, штаб-квартира в Лозанне), под эгидой которой проводятся универсиады, в этот период возглавляет россиянин.

При таком тотальном подходе, пожалуй, заранее предсказуемо и тотальное доминирование спортсменов, представляющих страну – хозяйку универсиады. Сборная России заняла в итоге первое место в общекомандном зачете, завоевав 112 медалей: 41 золотую, 39 серебряных, 32 бронзовые. Всего же в студенческих играх принимали участие более 1700 спортсменов из 58 стран (это рекордное число стран-участниц).

Лидерство нашей национальной сборной с большим отрывом в медальном зачете вовсе не означает низкий уровень спортивной конкуренции. Накал борьбы был высок, отме-

тил в интервью ИТАР-ТАСС глава Российского студенческого спортивного союза Сергей Сейранов.

«Хочется поспорить, когда говорят, что здесь была низкая конкуренция для российских спортсменов. Это не так, – сказал он. – Во многих видах спорта конкуренция была очень серьезная. Спросите хотя бы у президентов российских федераций фристайла и сноуборда. А посмотрите, какого уровня спортсмены участвовали в соревнованиях по шорт-треку! В шорт-треке нам удалось завоевать золото только в эстафете. В соревнованиях по сноуборду участвовали призер Олимпийских игр в Пхенчхане южнокорейский сноубордист Санг-хо Ли, участники этапов Кубков мира. Во фристайле выступали чемпионка мира Александра Романовская из Белоруссии, призеры этапов Кубка мира. В лыжных гонках на дистанции 30 км победу одержал японец, он участвовал в чемпионате мира в Зеефельде.

* Олег Васильевич Матыцин в настоящее время – президент Международной федерации студенческого спорта (FISU), почетный президент Российского студенческого спортивного союза; в прошлом – ректор Российского государственного университета физической культуры, спорта, молодежи и туризма.

5



ПРИЗЕРЫ

женского одиночного катания на церемонии награждения (слева направо): *Элизабет Турсынбаева (Казахстан) – серебряная медаль, Маи Михара (Япония) – золотая медаль, Станислава Константинова (Россия) – бронзовая медаль.*
 Фото: Владимир Астапкович/МИА «Россия сегодня»

Что касается хоккея, вы видели, как проходил финальный хоккейный матч. Вратарь сборной Словакии выбран на драфте Национальной хоккейной лиги, а наши ребята собраны из команд Высшей хоккейной лиги, несколько человек вызваны из не самых топовых клубов Континентальной хоккейной лиги. Возможно, это наша национальная черта – вместо того чтобы порадоваться за ребят, начинаем искать подвохи. Эти победы вдохновляют, вселяют оптимизм и надежду в наших спортсменов, что не зря они столько лет тренировались, что их ждет успех. Не сомневаюсь, что участников универсиады действительно ждет успех и на более крупных соревнованиях».

Надо сказать, что отношение к общему медальному зачету на международных соревнованиях в последнее время неоднозначное. Скажем, олимпийское движение дрейфует в сторону персонификации спортивного соперничества, когда на первом плане – атлет и его яркий перформанс. В этом смысле штамп о завоеванной тем или иным спортсменом медали в копилку нашей сборной может казаться не-

сколько устаревшим. С другой стороны, никто не отменял различий в культурных и исторических традициях. Как бы там ни было, в одном не существует разночтений: глобальное спортивное мегасобытие – это в первую очередь яркий праздник, объединяющий всех. И такой праздник в Красноярске получился.

Илья Авербух, по завершении карьеры в фигурном катании добившийся впечатляющих успехов уже в спортивном менеджменте в качестве постановщика ледовых шоу (именно он был режиссером церемоний открытия и закрытия Всемирной зимней универсиады Красноярск-2019), так высказался на этот счет. «Особая драматургия, особый стержень... С точки зрения большого культурного события универсиада получилась, – сказал он корреспонденту ИТАР-ТАСС. – Студенческие игры позволяют увидеть в едином пространстве спортсменов, это уникальная история, это переплетение очень актуально».

Универсиада ознаменовала возникновение в столице Восточной Сибири, вслед за Казанью и Сочи, суперсовременного мультиспортивного центра. В Красноярском крае богатые спортивные традиции. Традиционно он делегирует местных воспитанников в национальные сборные. Но теперь, если подразумевать спорт высших достижений, здесь возникает база нового уровня для селекции и подготовки спортсменов в зимних видах олимпийской программы, ареал «клиентуры» которого может быть шире,

чем только Красноярский край, и захватывать Сибирский федеральный округ.

Спортивные объекты проектировались и возводились по параметрам, предусматривающим их максимальную востребованность в дальнейшем. Все они многофункциональны: на каждом объекте заложена возможность не ограничиваться одним базовым видом спорта, а действовать шире, чтобы на объект могли «зайти» детско-юношеские спортивные школы, клубы и секции и, разумеется, чтобы здесь предоставлялись услуги в сфере физической культуры и спорта для населения.

Как и в случае с другими городами нашей страны, принимавшими спортивные мегасобытия, проект Красноярск-2019 подразумевал улучшение общей инфраструктуры. Так, международный аэропорт Емельяново открыл новый пассажирский терминал, модифицированы транспортные магистрали в самом городе, расширилась гостиничная сеть, на территории Сибирского государственного университета разместились атлетическая деревня, включающая новые здания медицинского центра, и т. д.

Все это – элементы материального наследия Всемирной универсиады. Что же касается нематериального наследия – оно в подобных случаях проявляется в заметном росте числа желающих заниматься спортом и, как следствие, в росте числа сторонников здорового образа жизни.

ЭСПЕН УЛЬДАЛЬ (НОРВЕГИЯ)
 после финиша в масс-старте на 15 км свободным стилем в соревнованиях по биатлону среди мужчин.
 Фото: Владимир Астапкович/МИА «Россия сегодня»



САРА ХАРДТ (ГЕРМАНИЯ)
 выступает в дисциплине слупстайл.
 Фото: Александр Кражев/МИА «Россия сегодня»



Международные мероприятия в Сочи

Последняя неделя марта была отмечена рядом международных мероприятий на площадке Российского Международного Олимпийского Университета в Сочи. 25 марта здесь состоялось первое заседание недавно созданной Комиссии по культуре и образованию Ассоциации национальных олимпийских комитетов (АНОК) под председательством президента Олимпийского комитета России Станислава Позднякова. Главным итогом заседания стало формирование плана деятельности комиссии на ближайшие четыре года, который вступит в силу после утверждения Исполнительным советом АНОК.

«Мне очень приятно отметить, что свою работу Комиссия АНОК по культуре и образованию начала в Сочи в одном из ведущих университетов мира, который предлагает своим студентам фундаментальное олимпийское образование, – заявил Станислав Поздняков. – Всего таких вузов около 40, но РМОУ среди них занимает особое место. Здесь сосредоточены наиболее востребованные и эффективные учебные программы, получившие высокую оценку со стороны российского и международного экспертного сообщества. Хотел бы также отметить и такой факт: председателем одной из ключевых комиссий в составе

8



АНОК и членом исполнительного совета этой авторитетной спортивной организации в конце прошлого года впервые стал представитель России. Расцениваю это назначение как признание заслуг нашей страны в деле продвижения олимпийских ценностей по всему миру».

Перед представителями комиссии из разных стран выступили ректор РМОУ, действительный член Российской академии образования профессор Лев Белоусов и приглашенный профессор РМОУ, профессор Университета Северного Колорадо Дэвид Стотлар. Лев Белоусов рассказал о задачах по подготовке управленцев для мировой индустрии спорта и о накопленном опыте успешного сотрудничества университета с АНОК.

26 марта университет заключил соглашения о сотрудничестве с новыми партнерами – Национальным олимпийским комитетом Чешской Республики и государственным бюджетным учреждением Краснодарского края «Фишт», управляющим одноименным стадионом в Олимпийском парке.

Соглашение о сотрудничестве с ГБУ КК «Фишт» стало формальным закреплением давно сложившихся партнерских отношений с руководством и коллективом стадиона (на фото справа – руководитель стадиона Никита Минченко). Центральный стадион «Фишт» – место проведения церемоний открытия и закрытия



9



Олимпийских и Паралимпийских зимних игр 2014 года в Сочи, он принимал игры Кубка конфедераций ФИФА – 2017 и Чемпионата мира по футболу ФИФА – 2018. Многие студенты университета и слушатели программ по повышению квалификации проходили на этом стадионе практику: руководство и сотрудники стадиона всегда открыты и охотно делятся своим уникальным опытом со спортивными управленцами. Соглашение предполагает сотрудничество РМОУ и Центрального стадиона «Фишт» в деле пропаганды физической культуры и спорта, проведения совместных спортивно-массовых мероприятий, организации условий для диалога по актуальным вопросам.

В свою очередь планы по сотрудничеству РМОУ с НОК Чешской Республики и совместной реализации образовательных программ были намечены в январе текущего года на встрече официальной делегации НОК Чехии с руководителями ОКР и РМОУ, где обсуждались развитие отношений и международного сотрудничества. Подписи под соглашением поставили ректор РМОУ Лев Белоусов и вице-президент НОК Чешской Республики Роман Кумпост (на фото вверху). Соглашение предусматривает сотрудничество сторон в разработке и реализации образовательных программ, проведении научных исследований с привлечением экспертов, обладающих признанной международной ква-

лификацией, создании условий для экспертного диалога по актуальным вопросам развития спортивной индустрии, олимпийского движения, олимпийского и спортивного менеджмента, развитии научного и студенческого обмена между РМОУ и рекомендованными НОК Чехии университетами. Чехия стала шестым государством, с национальным олимпийским комитетом которого официально закреплено сотрудничество РМОУ: в рамках подобных соглашений университет сотрудничает с НОКами Армении, Бразилии, Польши, Украины и Казахстана.

В тот же день почетные гости приняли участие в церемонии вручения дипломов слушателям новой программы «Мастер спортивного управления» (МСУ), разработанной по инициативе Олимпийского комитета России. «Вы стали первыми ласточками нашей новой пилотной программы «Мастер спортивного управления», – сказал, обращаясь к выпускникам, Лев Белоусов. – Судя по вашим результатам и тому количеству заявок на обучение в следующем году, которое университет уже получил, проект оказался успешным. Мы попали в десятку! Запуск и эффективная реализация новой программы – яркое свидетельство гибкости университета, его готовности своевременно реагировать на потребности слушателей и новые вызовы».

Президент Олимпийского комитета России Станислав Поздняков выразил надежду, что

кто-то из выпускников РМОУ, ставших сегодня дипломированными специалистами, в будущем присоединится к коллективу ОКР. «Мне очень приятно, что вручение дипломов в рамках пилотной программы РМОУ «Мастер спортивного управления» совпало с заседанием Комиссии по культуре и образованию АНОК, – сказал он. – Присутствие в зале представителей шести национальных олимпийских комитетов подтверждает международный статус университета. Наши зарубежные коллеги своими глазами увидели, как выстроена работа ОКР в сфере олимпийского образования. Мы открыты для сотрудничества по всем направлениям и готовы выполнять роль локомотива, который помогает другим НОКам-партнерам двигаться вперед. А сегодняшним выпускникам вместе с поздравлениями хочу сказать: мы рассчитываем на вас в реализации наших будущих программ. ОКР нужны талантливые, образованные специалисты, которые способны решать серьезные задачи».

Мантии выпускников надели 13 человек, среди которых олимпийская чемпионка по прыжкам в высоту, двукратная чемпионка мира Елена Слесаренко, чемпионка мира, Европы и Азии по современному пятиборью Людмила Сироткина, двукратный серебряный призер чемпионата Европы по дзюдо, участница трех Олимпийских игр Вера Москалюк, двукрат-

ный чемпион Европы по биатлону, победитель Всемирной зимней универсиады Артем Гусев, серебряный и бронзовый призер чемпионатов мира по биатлону Максим Максимов и другие известные спортсмены, опытные тренеры, руководители спортивных организаций. Больше половины выпускников (восемь человек) являются стипендиатами Олимпийского комитета России. Вместе с дипломами РМОУ они получили сертификаты участников Олимпийской образовательной программы, которая уже третий год реализуется РМОУ совместно с ОКР.

Денис Соколов (на фото внизу), заслуженный мастер спорта, серебряный призер чемпионата мира 2010 года в командных соревнованиях по пулевой стрельбе, сейчас готовится к Олимпийским играм – 2020 в Токио. «Обучение в РМОУ стало для меня уникальным событием, погружением в другую реальность, – признался спортсмен. – Я узнал, как устроен спорт, с той стороны, которая во многом скрыта от спортсменов. После завершения карьеры планирую использовать полученные знания, работая в своей федерации. Буду передавать опыт другим ребятам. Пользуясь случаем, хотел бы поблагодарить Олимпийский комитет России и РМОУ за возможность пройти обучение по этой замечательной программе. Желаю удачи всем выпускникам!»



ПРОГРАММА «МАСТЕР СПОРТИВНОГО АДМИНИСТРИРОВАНИЯ»: НАБОР ОТКРЫТ



Российский Международный Олимпийский Университет открыл набор студентов на свою флагманскую образовательную программу «Мастер спортивного администрирования» (МСА). Это курс дополнительного профессионального образования на русском и английском языках (две траектории обучения), рассчитанный преимущественно на слушателей, уже имеющих опыт работы в области спортивной индустрии и олимпийского движения. Его основная задача – формирование знаний и навыков стратегического и оперативного управления спортивными организациями, мероприятиями и объектами в современных условиях. Обучение будет проходить в кампусе университета в Сочи с сентября 2019 года и до конца июня 2020 года.

Программа разработана ведущими российскими и зарубежными экспертами в области спортивного менеджмента. Обучение по данной программе уже прошли более 200 слушателей из более чем 50 стран мира. Ее особенностью является изучение всего комплекса вопросов, связанных с подготовкой Олимпийских игр. Продолжительность курса составляет 39 недель (три семестра), в ходе которых студенты проходят обучение по пяти основным модулям: «Экономика и финансы в спорте», «Спорт в системе социальных отношений», «Управление и спорт», «Деловая среда и наследие спорта», «Маркетинг и коммуникации в спорте». В учебном процессе синтезируется опыт классического университета и бизнес-школы, используются как традиционные лекции и семинары, так и тренинги, кейсы, каскадное обучение, ролевые игры и т. п.

В 2018 году авторитетный британский журнал SportBusiness International объявил результаты единственного рейтинга образовательных программ по спортивному менеджменту

Postgraduate Sports Course Rankings, согласно которому флагманская программа РМОУ «Мастер спортивного администрирования» заняла второе место в Европе среди аналогичных курсов в мире. Методология рейтинга включает проведение опроса среди выпускников, оценивающих качество обучения и возможность трудоустройства по окончании курса. Среди других ключевых критериев – количество студентов, гендерное распределение слушателей, количество иностранных студентов, языков обучения, возможности стажировок, качество сервисов поддержки для выпускников и т. д.

Среди преподавателей программы МСА – отечественные и зарубежные эксперты. В качестве приглашенных лекторов работают профессора из университетов более чем 10 стран мира, свои мастер-классы дают лидеры российского и мирового спорта. Слушатели программы «Мастер спортивного администрирования» стажировались на крупных международных спортивных соревнованиях (Гран-при России «Формула-1», на олимпийских объектах Сочи, в офисах ведущих компаний спортивной индустрии). Студенты МСА участвуют в международных программах обмена и имеют возможность обучения по аналогичным курсам ведущих образовательных учреждений, таких как Университет Париж-Юг (Франция) и Университет Савония (Финляндия).

Ректор Российского Международного Олимпийского Университета Лев Белоусов отмечает: «Наша флагманская программа «Мастер спортивного администрирования» – одна из лучших на рынке спортивного бизнес-образования. Об этом свидетельствуют высокая оценка экспертов и широкое международное признание. Но самое главное, что все наши выпускники трудоустроены и быстро делают карьеру. Они эффективно работают в структурах олимпийского движения, спортивных ведомствах, в крупных российских и международных компаниях, создают собственный бизнес. Все реализуется именно в спортивной отрасли».

Учебно-методическая структура программы МСА разработана в соответствии с российскими и европейскими образовательными стандартами (ECTS), а также с международными квалификационными требованиями.

Прием заявлений на обучение по программе МСА продлится до конца лета 2019 года. Более детальная информация о порядке их подачи, условиях приема и содержании курса – на сайте РМОУ: <http://www.olympicuniversity.ru/ru/web/programma-msa>

РЕКТОР РМОУ ЛЕВ БЕЛОУСОВ ИЗБРАН ДЕЙСТВИТЕЛЬНЫМ ЧЛЕНОМ РОССИЙСКОЙ АКАДЕМИИ ОБРАЗОВАНИЯ

Ректор Российского Международного Олимпийского Университета Лев Белоусов избран действительным членом Российской академии образования, став академиком РАО.

Будучи авторитетным и известным на международном уровне ученым, Лев Сергеевич является заслуженным профессором Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова, деканом исторического факультета МГУ, членом Совета по внешней и оборонной политике России. Научная деятельность Льва Белоусова отмечена медалью ордена «За заслуги перед Отечеством» I степени – за выдающиеся заслуги в деле создания Российского Международного Олимпийского Университета, а также медалью Петра Лесгафта за заслуги в спортивной науке и образовании. Указом Президента РФ Лев Белоусов удостоен звания «Заслуженный работник высшей школы Российской Федерации», имеет почетные знаки «За заслуги в развитии олимпийского движения в России».

Под руководством Льва Белоусова в Российском Международном Олимпийском Университете была создана флагманская программа «Мастер спортивного администрирования», одна из лучших на рынке спортивного бизнес-образования. Об этом свидетельствуют высокая оценка экспертов и широкое международное признание: уже

второй год подряд программа МСА занимает второе место в рейтинге влиятельного британского журнала Sport Business International среди аналогичных спортивных бизнес-программ в Европе и входит в топ-10 в мире.

Президент Олимпийского комитета России Станислав Поздняков поздравил ректора РМОУ с новым званием. «РМОУ является одним из наших основных партнеров в сфере олимпийского образования, – отметил он. – Совместными усилиями мы реализуем целый ряд интересных и важных проектов, в том числе на международном уровне. РМОУ пользуется большим авторитетом в олимпийском сообществе и входит в число ведущих вузов не только в России, но и в мире. В этом, безусловно, немалая заслуга профессора Льва Белоусова. Деятельность Льва Сергеевича на посту ректора РМОУ заслуживает самых добрых слов. Мы видим, как университет, ставший наследием Олимпийских игр в Сочи, динамично развивается, сколько новых и интересных образовательных программ для спортсменов и специалистов в области спорта каждый год появляется в учебном расписании. От всей души поздравляю Льва Белоусова с почетным званием академика РАО! Желаю ему крепкого здоровья и дальнейших успехов в работе, а его олимпийскому детищу – стабильности и процветания!»



АЛЕКСЕЙ ЯГУДИН ПОДАРИЛ РМОУ КОСТЮМЫ ЛЕГЕНДАРНЫХ ФИГУРИСТОВ

Известный российский фигурист, олимпийский чемпион Алексей Ягудин передал в дар РМОУ костюм «Человек в железной маске», в котором он завоевал золото на Олимпийских играх 2002 года в Солт-Лейк-Сити. Исполнение этой программы принесло Алексею сразу несколько олимпийских

рекордов: он стал первым олимпийским чемпионом, выполнившим в программе два прыжка в четыре оборота, один из которых в каскаде. «Моя жизнь – это книга, которую я пишу собственными поступками, – сказал Алексей. – Главу, которая называется «Олимпийский спорт», вообще «Спорт высоких достижений», я прочитал уже давно. Пришло время, так сказать, освобождать гардероб и отдавать то, что может быть интересно другим людям. Если у РМОУ есть желание принять костюм, я с удовольствием его отдаю».

Также выдающийся фигурист преподнес в подарок для Олимпийской галереи РМОУ от своей супруги костюмы олимпийских чемпионов в парном катании, пятикратных чемпионов Европы, двукратных чемпионов мира Татьяны Тотьмяниной и Максима Маринина, в которых они выступали осенью 2004 года на этапе серии Гран-при Skate America в Питтсбурге.

Костюмы прославленных российских спортсменов украсили коллекцию РМОУ, в которой собраны спортивные реликвии и сувениры, полученные от лидеров олимпийского движения, представителей национальных олимпийских комитетов, известных спортсменов, выпускников, друзей и партнеров РМОУ.



ТРЕНИРОВОЧНЫЙ ПРОЦЕСС В ЛЕГКОЙ АТЛЕТИКЕ

В середине марта в рамках Олимпийской программы в Москве успешно прошел новый курс повышения квалификации «Современные подходы к построению тренировочного процесса в легкой атлетике». В программе приняли участие более 40 слушателей из 19 субъектов Российской Федерации. Они представляли практически все федеральные округа – от Северо-Западного до Дальневосточного. Программа РМОУ объединила тренеров – мастеров спорта международного класса по легкой атлетике, тренеров центров спортивной подготовки по олимпийским видам спорта, спортивных школ олимпийского резерва, муниципальных спортивных школ, а также преподавателей РГУФКСМиТ, Смоленской государственной академии физической культуры, спорта и туризма, Шадринского государственного педагогического университета и Уральского государственного университета физической культуры.

Вадим Зеличенко, заслуженный тренер СССР и России, в прошлом главный тренер страны по легкой атлетике, поделился впечатлениями. «Тренеры по легкой атлетике и руководители спортивных школ по достоинству оценили преимущества современных форм повышения квалификации в РМОУ, – сказал он. – Лекции специалистов по легкой атлетике в сочетании с общими и специальными дисциплинами, мастер-классами выдающихся легкоатлетов – все это создало очень благоприятную рабочую атмосферу на курсе».



ВО ВРЕМЯ XXIX ВСЕМИРНОЙ ЗИМНЕЙ УНИВЕРСИАДЫ РМОУ ПРОВЕЛ ОБУЧЕНИЕ ТРЕНЕРОВ ИЗ 26 ВИДОВ СПОРТА

В период проведения XXIX Всемирной зимней универсиады 2019 года в Красноярске РМОУ совместно с Красноярским краевым институтом повышения квалификации работников физической культуры и спорта успешно провел обучение по программе повышения квалификации «Организационно-методические особенности построения тренировочного процесса на этапах спортивной подготовки». 65 специалистам – старшим тренерам и тренерам-преподавателям, представляющим 26 видов спорта, торжественно вручили удостоверения о повышении квалификации ректор РМОУ академик Лев Сергеевич Белоусов и первый заместитель министра спорта края Светлана Ходюш.



В СОЧИ ВСТРЕТИЛИСЬ СТИПЕНДИАТЫ РАЗНЫХ ЛЕТ

13 февраля в Сочи прошла встреча Оксаны Орачевой, генерального директора Фонда Владимира Потанина, со студентами и выпускниками университета – победителями конкурса «Олимпийские стипендии» разных лет. Обсуждались новые программы и инициативы фонда. Особый акцент был сделан на Стипендиальной программе Владимира Потанина, в которую входит конкурс «Олимпийские стипендии».

Выпускники и студенты из Франции, Германии, Канады, Украины, Хорватии, Тайваня, Гонконга, Шри-Ланки, Белоруссии, Уганды, Пакистана и других стран поблагодарили Фонд Владимира Потанина за уникальную возможность. Рассказывая истории своего успеха, они отмечали высокие стандарты образования и отличное качество преподавания в РМОУ.

Выпускник первого набора программы Игорь Зайков, который стал членом команды по управлению спортивными объектами Сочи, заявил, что учеба сильно изменила его жизнь. Ольга Прут после окончания университета осуществила свою мечту – открыла собственную школу художественной гимнастики для девочек в Сочи. Олеся Фесенко сейчас является заместителем декана факультета туризма и сервиса Сочинского государственного университета и работает над докторской диссертацией. Студентка Симелане Гуднес Бусисиве из Свазиленда сказала, что не только получила разнообразные знания, но и сильно изменилась как личность: «Большое вам спасибо за то, чему я научилась, потому что те-

перь я – женщина, которая хочет стать лидером». Учитель физкультуры Дешпария Гедара Нимеша Руванти из Шри-Ланки уверена, что опыт и знания, полученные в РМОУ, будут полезны для ее страны. Студент из Северной Кореи О Кван Хек отметил: «Спорт – удивительная вещь, которая всех объединяет, а обучение в университете позволяет людям разных наций сблизиться».

Спаньол Ирис, тренер по плаванию из Хорватии, выразила уверенность, что полученные в университете знания пригодятся ей во время работы на ультрамарафоне по плаванию в открытой воде Международной федерации плавания, право провести этап которого впервые получила Хорватия. Спортивный менеджер Мюссе Натан Жиль Джеральд из Франции отметил, что для работы в сфере мотоспорта, который является его страстью, в Сочи открываются отличные возможности, а кроме того, учеба в России стала для него шансом узнать больше о русской культуре и выучить русский язык.



НОВЫЙ КУРС В РАМКАХ ОЛИМПИЙСКОЙ ПРОГРАММЫ: «ЭКСПЛУАТАЦИЯ И ЭФФЕКТИВНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СПОРТИВНЫХ ОБЪЕКТОВ»

В Сочи в январе прошло обучение первой группы слушателей в рамках нового курса Олимпийской образовательной программы «Эксплуатация и эффективное использование спортивных объектов». Участниками стали руководители крупных спортивных объектов, эксплуатационных служб таких объектов, муниципальных спортивных ведомств, специалисты в области финансового обеспечения объектов спортивной инфраструктуры из 11 регионов России.

Главная задача разработчиков курса – показать слушателям новые возможности, которые позволят сократить расходы на содержание спортивного сооружения и увеличить доходы, сформировав современный бизнес-подход к управлению, направленный на повышение эффективности и коммерциализацию.

Разработкой курса занималась группа экспертов РМОУ, объединившая лидеров индустрии в области проектирования, строительства, эксплуатации и сертификации спортивных объектов, организации доступной среды, а также в сфере управления, маркетинга, продвижения и коммерциализации спортивных сооружений. Среди них генеральный директор экспертно-консультацион-

ного центра «Эврика» Лев Гутман, управляющий партнер Sport Leaders Мария Гришко, вице-президент по маркетингу Межрегиональной общественной организации «РОСТ», управляющий партнер Sport Leaders Ирина Кудерова.

Особенно ценной стала практика в рамках данной образовательной программы, проведенная непосредственно на объектах олимпийского наследия Сочи. Завершилось обучение защитой творческих проектов по собственным спортивным объектам, которые представляли слушатели.

Слушатели дали высокую оценку новому образовательному продукту. «Курс настолько динамичный, что шесть дней пролетели незаметно, – отметила Анастасия Отставных, управляющая спортивными объектами АНО «Спортклуб РОЗА». – Информация носила исключительно практический характер. Большое внимание уделено отработке бизнес-кейсов в группах. Звездный преподавательский состав зарядил своим профессионализмом и энергией. Отдельно хотелось бы отметить дружескую и командную работу на курсе и комфортные условия для обучения, созданные в РМОУ. Уверена, что полученные знания позволят мне и моим коллегам качественно улучшить работу».



ОЛИМПИЙСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА: КУРС «МАРКЕТИНГ В СПОРТИВНОЙ ОТРАСЛИ, БРЕНДИРОВАНИЕ И ПРОДВИЖЕНИЕ»



В марте в Москве в рамках Олимпийской образовательной программы впервые прошел обновленный курс «Маркетинг в спортивной отрасли, брендинг и продвижение». Его подготовили и провели исполнительный директор еженедельника «Футбол.Хоккей», консультант по вопросам управления спортивными сооружениями Анатолий Волосов, руководитель компании «РРС – менеджмент», организатор спортивных мероприятий, автор книги «Билетология» Кирилл Ларин, создатель и руководитель маркетингового агентства «Спортс Элеवन», организатор ряда крупных спортивных соревнований Демьян Сидоренко, руководитель сектора олимпийских образовательных программ ОКР Виталий Черкашин.

Слушатели курса – 25 специалистов из Федерации тяжелой атлетики России, Федерации карате России, Федерации велосипедного спорта России, Федерации парусного спорта России, департамента физического воспитания Дальневосточного федерального университета, РГУФКСМиТ, кафедры физического воспитания и здоровья РАНХиГС при Президенте РФ.

«Я получил большой объем новой полезной информации, – отметил генеральный секретарь Федерации тяжелой атлетики России Александр Кишкин. – Очень заинтересовал анализ реальных инструментов для эффективного управления маркетингом спортивной организации, буду активно использовать эти знания на практике. Полезный курс, обязательно поделюсь опытом с коллегами из федерации и регионов!»

ФОРУМ SPORT CONNECT 2019: УПРАВЛЯЙ ПОТЕНЦИАЛОМ!



В конце марта Сочи принимал форум Sport Connect 2019, организованный группой «Интеррос»

и Российским Международным Олимпийским Университетом. «Эффективный менеджмент и управление потенциалом» – такова тема форума на этот раз. Ведущий спортивный форум объединяет известных спортсменов, менеджеров спортивных клубов, лиг и федераций, представителей бизнес-сообщества, руководителей рекламных агентств и СМИ. Ведущим Sport Connect 2019 выступил известный журналист Юрий Дудь. Дискуссия о том, как реализовать себя за пределами спортивной карьеры, стала ключевой в первый день форума. О лучших практиках и образовательных программах профессиональной подготовки спортсменов участники смогли подробнее узнать в ходе на специально организованного РМОУ обзорного тура по университету.

МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ В СИСТЕМЕ ПОДГОТОВКИ СПОРТИВНОГО РЕЗЕРВА



В период с 20 по 27 марта в рамках Олимпийской образовательной программы в Сочи прошел курс повышения квалификации «Менеджмент и маркетинг в системе подготовки спортивного резерва». В программе приняли участие 20 слушателей из 12 регионов России. Среди них – руководители высшего и среднего звена спортивных школ олимпийского резерва, региональных центров спортивной подготовки, а также сектора подготовки спортивного резерва регионального министерства, городско-го управления физической культуры и спорта.

В числе спикеров были ученые, практики и руководители РМОУ, которые рассмотрели вопросы эффективного управления и маркетинга в системе подготовки спортивного резерва. Слушатели положительно оценили курс, отдельно отметив насыщенность программы, позволяющей за короткий промежуток времени получить большой объем полезной информации, а также подчеркнули особую ценность практических наработок и рекомендаций, изученных в ходе курса.

СТУДЕНТЫ ПРОГРАММЫ «СПОРТИВНОЕ ПРАВО» ПОБЫВАЛИ В ГОСТЯХ У ФК «СОЧИ»

Студенты совместной магистерской программы РМОУ и МГУ им. М.В. Ломоносова «Спортивное право» в рамках прохождения практики познакомились с инфраструктурой футбольного клуба «Сочи». Сотрудники клуба показали нашим слушателям стадион и базу команды. ФК «Сочи» был создан в июле 2018 года и с первого же сезона начал выступать в российской футбольной лиге – ФНЛ. На данный момент сочинцы занимают третье место в турнирной таблице и сохраняют шансы на повышение в классе (в последний раз сочинский клуб играл в сильнейшей российской футбольной лиге уже 20 лет назад).



ТВОРИ, ВЫДУМЫВАЙ, ПРОБУЙ

26 марта в кампусе РМОУ была проведена уже пятая по счету ярмарка вакансий при поддержке проекта YounGo компании Kontakt Intersearch Russia. На этот раз ярмарка вакансий приняла формат бизнес-игры, в ходе которой участники раскрывают свой потенциал и демонстрируют компетенции. В оценке проявивших себя будущих спортивных менеджеров участвовали эксперты – уже состоявшиеся управленцы. В мероприятии приняли участие слушатели программ «Мастер спортивного администрирования» и «Мастер спортивного управления», а также представители организаций – партнеров университета: гендиректор сети спортивных магазинов «Высшая лига» Алексей Пшеничный, начальник отдела развития



персонала ФГБУ «Юг Спорт» Светлана Суринова, начальник управления молодежной политики администрации города Сочи, создатель проекта «Молодежная биржа труда» Вахтанг Хикландзе, пресс-атташе ФК «Сочи» Александр Груднев. Руководитель проекта YounGo

Анастасия Стасева особенно отметила высокий уровень знаний и навыков студентов РМОУ, которые они продемонстрировали в ходе бизнес-игры, а также инновационный подход университета к проведению мероприятий, посвященных развитию карьеры.

БОКСЕР И БИЗНЕСМЕН РОСТИСЛАВ ПЛЕЧКО В ОТКРЫТОМ ЛЕКТОРИИ

На площадке Открытого лектория РМОУ с лекцией «Спорт как бизнес: мой путь от профессионального спортсмена до инвестора» выступил российский боксер Ростислав Плечко. Студентам и гостям университета он рассказал о современных трендах в спортивной индустрии, о собственных проектах и о том, какие инструменты использует в ходе их реализации.

Ростислав Плечко – чемпион России по профессиональному боксу в супертяжелом весе (2017), чемпион WBA Asia по профессиональному боксу в супертяжелом весе (2017), президент и учредитель Межрегиональной общественной организации «РОСТ», соучредитель Sport Leaders и успешный инвестор.

Ростислав – действующий спортсмен, его цель – титул чемпиона мира по боксу. Вместе с этим он ведет активную общественную и предпринимательскую деятельность. Первостепенной задачей своей работы в организации «РОСТ» он видит выявление талантливых детей с хорошим потенциалом в спорте. Как соучредитель Sport Leaders и организатор спортивного бизнес-форума Sport Leaders Global Forum, Ростислав стремится к консолидации профессионалов в области спортивного бизнеса ради развития экономики спорта.





*Николай Пешин,
проректор РМОУ по научной работе,
д. ю. н., профессор кафедры конституционного
и муниципального права юридического факультета
МГУ им. М.В. Ломоносова*

Спортивный арбитражный суд в Лозанне – альтернатива национальному правосудию?

СПОРТИВНЫЙ АРБИТРАЖНЫЙ СУД В ЛОЗАННЕ (COURT OF ARBITRATION FOR SPORT, CAS) ЯВЛЯЕТСЯ УЧРЕЖДЕНИЕМ, ВОЗГЛАВЛЯЮЩИМ ТАК НАЗЫВАЕМУЮ СПОРТИВНУЮ ЮСТИЦИЮ – СИСТЕМУ ТРЕТЕЙСКИХ СУДОВ, ПРЕДНАЗНАЧЕНИЕМ КОТОРЫХ ЯВЛЯЕТСЯ РАССМОТРЕНИЕ СПОРОВ, ВОЗНИКАЮЩИХ В СФЕРЕ СПОРТА. В ЭТУ СИСТЕМУ ПОМИМО СПОРТИВНОГО АРБИТРАЖНОГО СУДА ВХОДЯТ ТРЕТЕЙСКИЕ СУДЫ МЕЖДУНАРОДНЫХ СПОРТИВНЫХ ФЕДЕРАЦИЙ (МСФ) И НАЦИОНАЛЬНЫХ СПОРТИВНЫХ ФЕДЕРАЦИЙ (НСФ) – МЕЖДУНАРОДНЫХ И НАЦИОНАЛЬНЫХ ОБЩЕСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ, ОСУЩЕСТВЛЯЮЩИХ УПРАВЛЕНИЕ МИРОВЫМ СПОРТИВНЫМ ДВИЖЕНИЕМ.

В этом контексте особенно важно обратить внимание на то, что эта система сформировалась и существует отдельно от классической судебной системы, существующей в любом из государств. Равным образом она не связана и с международными судами, созданными государствами. Поэтому принципы построения данной системы спортивной юстиции исключительно договорные, в основе ее деятельности – согласие всех вовлеченных сторон.

Проблемы и пробуксовки в ее деятельности возникают тогда, когда вы-

ясняется, что вовлеченные в эту деятельность субъекты далеко не во всем согласны с правилами (в том числе и «добровольного признания юрисдикции Спортивного арбитражного суда»), по которым функционирует эта система спортивной юстиции. Проблема осложняется тем, что в мире спорта нет единых правовых основ, которые могли бы стать фундаментом механизма рассмотрения споров – ни на межгосударственном уровне (в виде конвенций, хартий и т. п. актов международного права), ни на уровне общественных объединений в сфере спорта – международ-

20



ных и национальных спортивных федераций, структур, возглавляющих олимпийское движение.

Отчасти идентификация данного пробела и привела к созданию Спортивного арбитражного суда: законодательство различных государств противоречиво, в мире нет единого подхода к рассмотрению спортивных споров того или иного вида, так же как нет и выработанных международных норм, рассмотрение исков в рамках национальной системы правосудия требует слишком много времени и чрезвычайно затратно. Кроме того, специфика спорта такова, что далеко не всякий квалифицированный судья-юрист в состоянии вынести объективное решение, не будучи экспертом в том или ином виде спорта, то есть не будучи погруженным в соответствующую проблематику.

Спортивный арбитражный суд был официально учрежден 6 апреля 1983 года на сессии Международного олимпийского комитета (далее – МОК) в Нью-Дели по инициативе президента МОК Хуана Антонио Самаранча и вице-президента МОК Кебе Мбайе. Несмотря на то что МОК, учредивший данный третейский суд, рассматривал его в качестве независимого (в том числе и от самого МОК), высшая су-

НЕЗАВИСИМОСТЬ

Спортивного арбитражного суда (как и беспристрастность арбитров) в последнее время снова подвергается сомнениям, в том числе посредством обжалования вынесенных им решений в судах общей юрисдикции.

Фото: Антон Денисов/МИА «Россия сегодня»

дебная инстанция Швейцарии – Швейцарский федеральный трибунал, рассмотрев жалобу одного из спортсменов на справедливость и беспристрастность разбирательства¹, пришел к выводу о том, что в ситуации, когда МОК является структурой, финансирующей Спортивный арбитражный суд, возникают сомнения в беспристрастности решений, направленных против МОК или тех структур, которые в него входят.

В связи с этим Швейцарский федеральный трибунал рекомендовал МОК (это весьма примечательная юридическая конструкция: в силу соглашения между МОК и Швейцарией, по сути, суды данного государства не могут выносить обязывающих решений, адресованных МОК) реорганизовать Спортивный арбитражный суд таким образом, чтобы Спортивный арбитражный суд стал полностью независимым – и юридически, и организационно, и финансово.

^{*} Статья подготовлена с использованием СПС «КонсультантПлюс».

¹ Blackshaw, I. (2013) CAS 92/A/63 Gundel v FEI. In: Anderson Jack. Leading Cases in Sports Law. TMC ASSER PRESS, the Netherlands, 4, 64–74.

21

МОК последовал данной рекомендации и провел следующую реорганизацию. Совместно с ассоциациями спортивных федераций по зимним и летним видам спорта и Ассоциацией национальных олимпийских комитетов (АНОК) МОК учредил общественный некоммерческий фонд «Международный совет по правосудию в спорте» (International Council of Arbitration for Sport, ICAS) с местонахождением в Лозанне (Швейцария), в состав попечительского совета которого вошли 12 представителей (по четыре от МОК, ассоциаций и АНОК, срок полномочий – четыре года). Эти 12 представителей международных спортивных организаций избрали еще четырех представителей из числа кандидатов, выдвинутых спортсменами-олимпийцами; и, наконец, все 16 избранных советников выбрали еще четырех независимых представителей. Данная организация и стала учредителем Спортивного арбитражного суда. Она же утверждает устав и регламент Спортивного арбитражного суда и арбитров (третейских судей), которых по состоянию на 2018 год насчитывается более 370.

Тем не менее, несмотря на более чем 20-летнюю успешную историю функционирования обновленного таким образом Спортивного арбитражного суда, его независимость (как и беспристрастность арбитров) в последнее время снова подвергается сомнениям. В том числе посредством обжалования вынесенных им решений в судах общей юрисдикции.

Один из самых ярких примеров такого рода – так называемое дело Клаудии Пехштайн, спортсменки, чемпионки Олимпийских игр, которая была обвинена в употреблении допинга и дисквалифицирована Всемирным антидопинговым агентством (далее – ВАДА).

Следует отметить, что в организациях, возглавляющих сегодня мировое спортивное и олимпийское движение, сформировалось крайне негативное отношение к такого рода жалобам и искам от спортсменов. Более того, международные и национальные спортивные федерации, по сути, вынуждают спортсмена (под угрозой применения так называемых спортивных санкций, наиболее распространенной из которых является недопуск к соревнованиям) подписать третейскую оговорку – признание юрисдикции Спортивного арбитражного суда по любым спорам, вытекающим из спортивных отношений, которая включает согласие – добровольный отказ спортсмена от обжалования в судах общей юрисдикции или иных государственных судах любого решения,

вынесенного внутри системы спортивной юстиции, возглавляемой Спортивным арбитражным судом. То есть решения, принимаемые Спортивным арбитражным судом, являются окончательными и не подлежат оспариванию.

Но является ли такой отказ (согласие спортсмена на заключение данного рода третейского соглашения) добровольным? И допустимо ли в сегодняшнем глобальном спорте, в который глубоко вовлечены все ведущие страны мира, осуществление правосудия, основанного на принципах международного частного права?

Прежде всего рассмотрим правовую природу так называемого спортивного права, или *lex sportiva*. В основе сегодняшнего регулирования современного спорта находятся корпоративные нормы: это прежде всего Олимпийская хартия (устав) МОК, уставы международных спортивных федераций (МСФ), регламентное и иное регулирование, принимаемое международными и национальными спортивными структурами.

Государства крайне редко вторгаются в эту область, в основном только в тех случаях, когда они стремятся совместно защищать какие-то общегуманитарные ценности и права человека. В этих целях был подписан и ратифицирован целый ряд конвенций – актов международного публичного права, например, Международная конвенция против апартеида в спорте (принята резолюцией 40/64 Генеральной ассамблеи от 10 декабря 1985 года) или принятые в рамках Совета Европы Европейская конвенция о предотвращении насилия и хулиганского поведения зрителей во время спортивных мероприятий, в частности футбольных матчей, и Конвенция Совета Европы против манипулирования спортивными соревнованиями (принята в г. Мадриде 18 сентября 2014 года).

Но ни один международный межгосударственный договор не определяет прямо принципы осуществления правосудия в спорте. По сути единственным актом международного публичного права, применяемым в связи с решениями, выносимыми Спортивным арбитражным судом, является Конвенция Организации Объединенных Наций о признании и приведении в исполнение иностранных арбитражных решений (принята в Нью-Йорке 10 июня 1958 года)², о чем речь пойдет ниже в данной статье.

Более того, хотя зачастую Спортивный арбитражный суд именуется международным судом, он не имеет какого-либо отношения к системе международного правосудия, создаваемой с участием государств или на основе норм меж-



дународного права. Существующие международные суды, созданные государствами, такие как Международный суд ООН (англ. International Court of Justice, фр. Cour internationale de Justice) или Европейский суд по правам человека (англ. European Court of Human Rights, фр. Cour européenne des droits de l'homme), – это, по сути, многофункциональные органы. Помимо осуществления правосудия они во многом действуют как международные межгосударственные структуры, а их прямая деятельность по рассмотрению тех или иных вопросов основана на нормах международного публичного права, применении конвенций (международных межгосударственных договоров).

Но, как уже было отмечено выше, современное спортивное право не основано на межгосударственных соглашениях. Не основано оно и на нормах национального законодательства (при том, что, несомненно, осуществление спортивной деятельности в стране так или иначе будет связано с применением норм национального права).

Спортсмены, культивируя те или иные виды спорта, могут требовать невмешательства государства, когда речь идет, например, о правилах вида спорта, судействе, правилах игры и т. п., хотя в целом ряде случаев государство и такие требования игнорирует. Например, в Россий-

ДЕЛО КЛАУДИИ ПЕХШТАЙН,
дисквалифицированной за применение допинга,
поколебало репутацию спортивного арбитража.
Ряд спортивных чиновников не исключали ошибки:
изменения в крови спортсменки могли быть вызваны
наследственным заболеванием.
Фото: Валерий Мельников/МИА «Россия сегодня»

ской Федерации Министерство спорта утверждает правила каждого вида спорта, иначе он не попадает в ВРВС – Всероссийский реестр видов спорта (и, соответственно, не получает финансовую поддержку из государственного бюджета). В тех же случаях, когда речь идет о трудовом договоре спортсмена и клуба, уплате налогов и тому подобном, избежать государственного вмешательства совершенно невозможно.

Парадокс заключается в том, что если возникает спор, который выносится в судебную сферу, то его рассмотрение и, вполне вероятно, итоговое решение будут совершенно разными в системе государственного правосудия и в системе спортивных судов. Причина довольно проста. Для национальных судов, несомненно, превалирующими станут нормы национального права: условно говоря, приоритет Трудового кодекса Российской Федерации над корпоративными нормами, утвержденными общественной организацией, развивающей тот или иной вид спорта в Российской Федерации (например, по-

² Электронный ресурс. СПС «Гарант». URL: <http://base.garant.ru/10164637/#ixzz4sZqt3AqN>.

ложениями регламента Российского футбольного союза, РФС), будет абсолютно очевидным. Однако в системе спортивного правосудия – палате по рассмотрению споров РФС, палате по рассмотрению споров ФИФА (FIFA Dispute Resolution Chamber) и, наконец, Спортивном арбитражном суде такой подход вовсе не будет очевидным, поскольку нормы Регламента РФС основаны на положениях Регламента ФИФА и с точки зрения принципа организационно-правовой автономии спорта именно они, а не национальное законодательство, должны иметь приоритет при вынесении решения.

В связи с этим, несомненно, более пристального внимания заслуживает принцип организационно-правовой автономии спорта и связанный с ним статус международных спортивных

В ПЕРИОД ЗАРОЖДЕНИЯ И МОК, И МСФ БЫЛИ ОБЩЕСТВЕННЫМИ СТРУКТУРАМИ, ОБЪЕДИНЯВШИМИ СПОРТСМЕНОВ-ЛЮБИТЕЛЕЙ, КОТОРЫЕ ДЛЯ СВОЕГО УДОВОЛЬСТВИЯ УСТРАИВАЛИ СОРЕВНОВАНИЯ ПО ТЕМ ИЛИ ИНЫМ ПРАВИЛАМ. КОГДА В СПОРТ ПРИШЛИ БОЛЬШИЕ ДЕНЬГИ, СИТУАЦИЯ ИЗМЕНИЛАСЬ ПРИНЦИПИАЛЬНО

организаций, к которым относится и Спортивный арбитражный суд.

Международная неправительственная (негосударственная) организация (далее – МНПО) (англ. International NonGovernmental Organization, INGO) – это объединение лиц, членом которого являются субъекты из различных стран, зарегистрированных в государстве, законодательство которого позволяет иностранным физическим или юридическим лицам создавать общественные организации и быть избранными в состав руководящего органа такой организации. Подобного рода объединения преследуют самые разнообразные цели, основанные на общности интересов в политической, культурной, социальной и экономической сферах.

Современное международное право не выработало единого общепризнанного определения неправительственной организации. Устав ООН (ст. 71) содержит упоминание о неправительственных организациях, где на Экономический и социальный совет (ЭКОСОС) возложены

мероприятия для консультаций с неправительственными организациями (иными словами, придания им консультативного статуса). В настоящее время в системе ООН существует двойственный механизм взаимодействия с неправительственными организациями. Этим во многом обусловлено различие в определении неправительственной организации в системе органов и организаций ООН. Первое определение связано с документами ЭКОСОС. Согласно определению ЭКОСОС (Резолюция 288 (X) от 27 февраля 1950 года) под МНПО подразумевается любая международная организация, созданная не на основе межгосударственного соглашения. В Резолюции 1996/313 от 1996 года в п. 12 разъясняется, что под неправительственной организацией для целей ЭКОСОС понимается организация,

которая не учреждена каким-либо государственным органом или на основе межправительственного соглашения и удовлетворяет следующим условиям:

- 1) имеет представительную структуру;
- 2) располагает соответствующими механизмами отчетности перед своими членами;
- 3) ее члены осуществляют эффективный контроль над ее политикой и деятельностью путем использования права голоса и через другие соответствующие демократические и транспарентные (прозрачные) процессы принятия решений.

Исторически целями создания международных спортивных организаций служили либо задачи, связанные со становлением и развитием того или иного вида спорта, в частности, введением единых правил проведения соревнований, обеспечения судейства и пр. (так возникли международные спортивные федерации), либо задачи организации того или иного спортивного мероприятия (самый очевидный пример – МОК, цель существования которого – проведение Олимпийских игр).

В своих публикациях Департамент общественной информации Секретариата ООН определяет неправительственную организацию следующим образом: «Неправительственной организацией является любой добровольный некоммерческий союз граждан, организованный на местном, государственном или международном уровне». Как видно, такой подход исключает участие юридических лиц в МНПО.

Исторически целями создания международных спортивных организаций служили либо задачи, связанные со становлением и развитием того или иного вида спорта, в частности, введением единых правил проведения соревнований, обеспечения судейства и пр. (так возникли международные спортивные федерации), либо задачи организации того или иного спортивного мероприятия (самый очевидный пример – МОК, цель существования которого – проведение Олимпийских игр).

Два этих направления становления международных спортивных организаций предопределили двойственную структуру современного спортивного движения. С одной стороны, в нем существует общая система, связывающая (в упрощенном виде) МОК и национальные олимпийские комитеты (НОК), а с другой стороны, в каждом виде спорта существует МСФ, которая управляет всеми НСФ по этому виду спорта. Данная связь носит, по сути, императивный (подчиняющий) характер, поскольку основана она, во-первых, на институте признания МОК НОКа (или МСФ – НСФ). Во-вторых, как МОК, так и МСФ основаны на членстве (МОК – физические лица, МСФ – юридические лица – национальные федерации, и это ставит под сомнение статус МСФ как МНПО). В результате МОК в системе олимпийского движения и МСФ в каждом конкретном виде спорта (например, ФИФА в футболе, ФИБА в баскетболе и т. п.; хотя из этого правила имеются и определенные исключения) стали, в сущности, монопольными организациями, всецело контролирующими как олимпийское движение, так и те или иные виды спорта.

В ранние годы, в период зарождения, и МОК, и МСФ были исключительно общественными структурами, объединявшими спортсменов-любителей, которые для своего удовольствия (сам термин «спорт» (англ. Sport) произошел от старофр. Disport – развлечение, удовольствие) устраивали соревнования по тем или иным правилам. Однако после того, как в этот процесс оказались вовлечены миллионы человек, как спортсменов, так и болельщиков, после того, как спорт стал во всех смыслах большим и в него пришли большие деньги, ситуация изменилась совершенно принципиальным образом.

Но можно ли при этом утверждать, что современные международные спортивные организации являются носителями публичной власти, а их члены – публичными должностными лицами? С точки зрения обладания публичной властью ответ, как представляется, должен быть отрицательным. Публичная власть, по сути, отождествляется с государственной: это власть иерархически организованная, подчиняющая и не основанная на принципе равноправия и координации.

Можно, конечно, указать на то, что в отношении НОКов и других субъектов олимпийского движения МОК обладает, в сущности, такими

императивными полномочиями. Но особенность публичной власти в том, что она распространяется на неопределенный круг субъектов вне зависимости от их воли или желания: каждый, кто находится в каком-либо государстве, обязан соблюдать законы этого государства. Каждый, кто находится в городском или сельском поселении (муниципальном образовании), обязан соблюдать предписания местных властей.

В системе «МОК – МСФ» правила формально иные: только те, кто добровольно соглашается с верховной властью МОК/МСФ, должны выполнять их требования, подчиняться их решениям; но в реальности неподчинение этим правилам приводит к отстранению несогласных, недопуску их к участию в мероприятиях, проводимых под эгидой МОК/МСФ, и такое отстранение (действующее как экономическая дубинка), как показывает практика, с успехом заменяет любые возможные меры юридической ответственности.

Отдельный вопрос – взаимоотношения МОК/МСФ и государств. На первое место здесь всегда выдвигается уже упомянутый принцип организационно-правовой автономии спорта. В наиболее концентрированном виде этот принцип был изложен Х.-А. Самаранчем на Генеральной ассамблее МОК в Сеуле: «Важно, чтобы каждый из вас (НОКов. – Выделено автором) поддерживал тесные контакты с правительствами ваших стран и чтобы правительства, со своей стороны, признавали нашу независимость³».

Автономный характер деятельности ведущих сил в современном спорте приводит, по сути, к тому, что международное спортивное движение организационно не представляет собой единого целого. Как спортсмены, так и спортивные организации объединяются по совершенно различным признакам: территориальному, профессиональному и др. (даже, например, по религиозному, как, скажем, Международный католический союз физического воспитания и спорта). Все они, с одной стороны, совершенно четко декларируют принцип невмешательства во внутреннюю политику государств, а с другой – по факту давно уже отказались от концепции отделения спорта от государства.

Повсеместно государства на принципах государственно-частного партнерства (ГЧП)

³ Цит. по: Столяров В.И. Социальные проблемы современного спорта и олимпийского движения (гуманистический и диалектический анализ). М.: Автор, 2015. С. 227.

совместно со спортивными организациями развивают спорт высших достижений и спортивную инфраструктуру национального значения, местные (региональные) власти поддерживают массовый (оздоровительный) спорт. И все это означает приток государственных денег в сферу спорта и, соответственно, государственные методы контроля за их расходованием.

Таким образом, с публичным статусом МНПО в сфере спорта возникает крайне сложная ситуация. Оказавшись столь плотно вовлеченными в спорт, именно государства наделяют данным статусом спортивные организации (или, точнее сказать, де-факто признают его; пример – наделение МОК статусом наблюдателя при ГА ООН). Публичный статус вполне может возникнуть и как результат проявления государственной воли. Кроме того, не секрет, что в большинстве конституций развитых стран на первое место ставятся интересы именно общества, а не государства, и поэтому речь в законодательстве всегда идет о возможности / необходимости введения ограничений, исходя из потребностей общества. Именно поэтому английский термин public (букв. «публичный») традиционно переводится как «общественный».

Поэтому и *lex sportiva* далеко не всегда поддается исчерпывающему объяснению, основанному на принципах частного права. Вводимые корпоративные нормы основываются на принципе организационно-правовой автономии спорта, но в то же время *lex sportiva* пересекается и с нормами публичного права. А решения, принимаемые Спортивным арбитражным судом, становятся основой для возникновения в мире спорта феномена прецедентного права, поскольку они используются как прецеденты, на основе которых сам Спортивный арбитражный суд старается основывать решения по сходным делам. Пока такая система не сложилась, и, анализируя решения, вынесенные по аналогичным делам, нередко можно встретить взаимные противоречия, тем не менее невозможно отрицать роль Спортивного арбитражного суда в попытках сформировать единообразие при применении норм *lex sportiva*.

Вместе с тем Спортивный арбитражный суд был создан как альтернатива национальному правосудию, когда суды разных стран выносили взаимоисключающие решения. Однако Спортивный арбитражный суд не может доминировать, вообще каким-либо образом состязаться с государственными судами, если говорить о юридической силе решения. Ни один третей-

ский суд не в состоянии вынести и добиться на территории государства исполнения решения, нарушающего нормы национального права этого государства. Однако в случае со Спортивным арбитражным судом именно это периодически происходит.

Более того, чтобы исполнять решения Спортивного арбитражного суда, государства нередко прямо нарушают нормы собственного законодательства. Так, законодательство Российской Федерации вплоть до принятия в конце 2015 года Федерального закона от 29 декабря 2015 года № 382-ФЗ «Об арбитраже (третейском разбирательстве) в Российской Федерации» не допускало возможности рассмотрения третейским судом споров, вытекающих из трудовых отношений, поскольку действовавший до 1 сентября 2016 года Федеральный закон от 24 июля 2002 года № 102-ФЗ «О третейских судах в Российской Федерации» прямо указывал, что в третейский суд может по соглашению сторон третейского разбирательства передаваться только спор, вытекающий из гражданских правоотношений⁴.

Между тем, как известно, большая часть споров между профессиональными спортсменами, тренерами и спортивными клубами связана с исполнением положений заключенных между ними трудовых договоров. И лишь появление в декабре 2016 года главы 5.1 «Рассмотрение споров в профессиональном спорте и спорте высших достижений» (ст. 36.4 «Иностранцы арбитражные учреждения») в Федеральном законе «О физической культуре и спорте в Российской Федерации»⁵ узаконило систему спортивной юстиции, возглавляемую Спортивным арбитражным судом.

Тем не менее, получая решения Спортивного арбитражного суда, вынесенные в отношении дел, связанных с трудовыми спорами, суды Российской Федерации выдавали «исполнительные надписи» и тем самым придавали им законную силу. Произошло это во многом вследствие того, что появление Спортивного арбитражного суда в качестве института правосудия в спорте постепенно изменило всю систему спортивного арбитража и он стал широко использоваться в разрешении спортивных споров.

Но обратной стороной этого процесса – превращением Спортивного арбитражного суда в высший орган по рассмотрению спортивных споров – стал принципиально неконсенсуальный характер спортивного арбитража. Арбитражное соглашение в системе спорта перестало



быть добровольным соглашением сторон «о передаче в арбитраж всех или определенных споров, которые возникли или могут возникнуть между ними в связи с каким-либо конкретным правоотношением, независимо от того, носило такое правоотношение договорный характер или нет», поскольку у спортсменов нет другого выбора, кроме как подчиниться тем корпоративным нормам, которые содержат уставы, регламенты МСФ, НСФ, правила проведения соревнований и т. п., а именно они и включают положение о рассмотрении возникающих споров в системе спортивной юстиции, возглавляет которую Спортивный арбитражный суд.

Более того, уставы и регламенты МСФ и НСФ идут дальше: спортсменам запрещено обжаловать решения, вынесенные спортивными арбитражами, в государственных судах. Нарушение этого запрета влечет так называемые спортивные санкции, наиболее жесткой из которых является дисквалификация, то есть запрет выступления на соревнованиях, проводимых под эгидой данной МСФ или НСФ.

АРБИТРАЖНОЕ СОГЛАШЕНИЕ

в системе спорта перестало быть добровольным соглашением сторон, поскольку у спортсменов нет другого выбора, кроме как подчиниться тем корпоративным нормам, которые содержат уставы федераций, правила соревнований и т. п., а именно они и включают положение о системе юстиции, возглавляет которую Спортивный арбитражный суд.

Фото: Алексей Филиппов/МИА «Россия сегодня»

Но данный (условный) статус «высшего судебного органа по рассмотрению спортивных споров» порождает целый ряд правовых проблем и в теории. Одним из главных является до сих пор не разрешенный вопрос о том, является ли Спортивный арбитражный суд «творцом права», то есть можно ли рассматривать его решения в качестве судебных прецедентов, иначе (с позиций, например, стран, относящихся к системе общего права) – как источник, создающий прецедентное право. Этот вопрос требует отдельного обсуждения.

⁴ Собрание законодательства Российской Федерации. 2016. № 1 (часть I). Ст. 2.

⁵ Собрание законодательства Российской Федерации. 2002. № 30. Ст. 3019.

⁶ Федеральный закон от 22 ноября 2016 года № 396-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О физической культуре и спорте в Российской Федерации» в части регулирования спорта высших достижений и профессионального спорта». Собрание законодательства Российской Федерации. 2016 (часть I). № 48. Ст. 6736.

Сергей Хорохордин, заслуженный мастер спорта РФ по спортивной гимнастике, неоднократный чемпион России, двукратный чемпион Европы, вице-чемпион мира, участник Олимпийских игр 2008 года в Пекине; выпускник программы РМОУ «Мастер спортивного администрирования»

Опыт создания частного клуба со специализацией «спортивная гимнастика»

ЗАКАНЧИВАЯ СПОРТИВНУЮ КАРЬЕРУ, КАЖДЫЙ СПОРТСМЕН ОКАЗЫВАЕТСЯ ПЕРЕД ВЫБОРОМ ДАЛЬНЕЙШЕГО ПУТИ. КАК НИ ГОТОВЬСЯ К ЭТОМУ МОМЕНТУ, НИ ОБДУМЫВАЙ БУДУЩЕЕ, В ЛЮБОМ СЛУЧАЕ ТЫ ОКУНАЕШЬСЯ В НОВУЮ ЖИЗНЬ, А НОВАЯ ЖИЗНЬ ПРЕПОДНОСИТ СЮРПРИЗЫ, И НЕ ОБЯЗАТЕЛЬНО ТОЛЬКО ПРИЯТНЫЕ. МНЕ БЫ ХОТЕЛОСЬ РАССКАЗАТЬ СВОЮ ИСТОРИЮ О РАБОТЕ И УЧЕБЕ ПОСЛЕ ОКОНЧАНИЯ КАРЬЕРЫ В НАЦИОНАЛЬНОЙ СБОРНОЙ. ОЧЕНЬ НАДЕЮСЬ, ЧТО ЭТА СТАТЬЯ НАЙДЕТ СВОЕГО ЧИТАТЕЛЯ И БУДЕТ ПОЛЕЗНОЙ ДЛЯ КОЛЛЕГ, СТРЕМЯЩИХСЯ РЕАЛИЗОВАТЬ СЕБЯ.

Я родился в Барнауле, столице Алтайского края, и как спортсмен всегда выступал от этого региона. После окончания спортивной карьеры занимаю определенные должности на родине: являюсь старшим тренером по спортивной гимнастике, президентом Федерации спортивной гимнастики Алтайского края и послом ГТО от Алтайского края при Министерстве спорта РФ (сам Виталий Леонтьевич Мутко вручал мне соответствующий документ).

Спортивной гимнастикой начал заниматься с четырех лет: меня отвели родители, без всякого выбора между разными видами спорта (думаю, в тот момент кто-то из известных спортсменов-гимнастов был на слуху). А дальше – 24 года занятий гимнастикой, в течение 15 из которых я входил в состав сборной команды страны и большую часть времени проводил на олимпийской базе в Подмоскowie. За спиной Олимпийские игры в Пекине, семь чемпионатов мира и пять чемпи-

28



онатов Европы; за весь этот период не пропускал практически ни одного первенства мира или континента, всегда оставался в обойме, был востребован.

На Олимпийские игры в Лондоне 2012 года я, однако, не попал, хотя по результатам явно входил в пятерку сильнейших. Мне было уже 27 лет, и я понял, что причиной тому оказался мой возраст. На Игры поехала обновленная команда, возрастом 19–21 год. Тогда я осознал, что мою спортивную карьеру на этом, скорее всего, можно считать законченной. Я пожал руку тренерам, пожелал им удачи и ушел. Очень многие ребята и девочки после таких прощальных рукопожатий через некоторое время возвращались и выступали дальше. Может быть, когда финансы заканчивались, может быть, им в какой-то момент не хватало соревновательного ажиотажа. Но я четко сказал себе: это завершение карьеры.

Так 2012 год стал для меня началом, можно сказать, более взрослой жизни. Ведь большой спорт, как мне кажется, это жизнь более простая (будь тебе 15 лет или 40). Объясню почему: от тебя нужны только результаты – тренировки, медали. Да, тебе платят зарплату, но организация твоей жизни лежит полностью на других людях, за тебя выбирают,

СЕРГЕЙ ХОРОХОРДИН

*во время выступления в личном первенстве (кольца) на Олимпийских играх в Пекине.
Фото: Антон Денисов/МИА «Россия сегодня»*

куда ты поедешь и т. д. Усердно тренируйся, достойно выступай – и все будет хорошо...

Когда ты заканчиваешь, особенно если появляется семья, приходит другое понимание жизни. Ты отвечаешь не только за себя, но и за семью и детей. Как дальше быть, где трудиться, чем зарабатывать? Для меня, как и для очень многих, это был переходный момент. Я закончил со спортом, но жизнь не дала мне расстроиться. Я уже был женат, мы ждали первенца, поэтому скучать или грустить не пришлось.

Я вернулся в свой родной край, в родной Барнаул. Настраивался пробовать новое в любых направлениях, будь то спорт или бизнес, но только самостоятельно. Наверное, хорошие знакомства и связи важны и нужны, но в моем случае их не оказалось.

Первый опыт управления

Первой стала работа в фитнес-клубе, расположенном недалеко от дома. Я решил попробовать. Хотя для меня это было ново, сразу

29



ДРУЗЬЯ,
спортсмены и партнеры по бизнесу:
Александр Демин и Сергей Хороходин.
Фото предоставлено автором

поставили на высокую должность. Это был вызов: спортсмен из меня получился относительно неплохой, а какой получится управленец? Первый опыт – работа с коллективом из 18 человек в течение полутора лет. Конечно, вопросов и сложностей хватало: работников нужно уметь мотивировать, иногда – удержать. И самому себе доказать, что я могу.

Опыт работы управляющим фитнес-клубом был ценным для меня, особенно что касается взаимоотношений между людьми в процессе работы, мотивации сотрудников, контроля за процессами. При этом я понимал, что спортивная гимнастика, которой я отдал столько лет, – это та область, в которой я со всеми основаниями могу считать себя специалистом. И, конечно, именно о работе в этой области я продолжал мечтать.

К тому моменту у меня сложился некий идеальный образ частного спортивного клуба. Я интересовался вопросом, обращался к иностранным коллегам, изучал зарубежный опыт, в первую очередь американский, поскольку в области фитнеса там действительно ушли далеко вперед. Я не раз бывал в Америке. По большому счету понятия «бюджетное спортивное учреждение» там не существует: любое спортивное направление или спортивный клуб развиваются только на частных инвестициях. Если у родителей есть мотивация воспитать своего ребенка человеком, который достигнет

заметных высот, то они инвестируют в спортивное развитие с самого раннего детства. Вообще, если говорить об их системе ценностей, то для американского родителя главная цель – это образование ребенка. В первую очередь для среднестатистической семьи важно, чтобы ребенок поступил в высшее учебное заведение. Такое образование стоит больших денег. Но существуют определенные возможности, конкурентные преимущества, которые открывает спорт. Если у молодого человека есть достижения в спорте помимо, разумеется, достаточного уровня знаний для сдачи вступительных экзаменов в университет, он может рассчитывать на особое отношение, гранты, стипендии и т. п. Не будет преувеличением сказать, что многие американские семьи отводят детей в спортивные заведения, исходя из этой мотивации.

Можно также привести аналогию из области здравоохранения. Заболел у вас зуб, вы выбираете, куда обратиться: в частную стоматологию за деньги, где укол поставят не больно и будет хороший врач, или же пойти на авось в обычную поликлинику.

Я решил попытать счастья и построить такую же систему: открыть спортивный центр на платной основе, ядром которого будет гимнастический клуб.

31 октября 2013 года состоялось торжественное открытие моего клуба в Барнауле. На церемонию пришли 115 человек. Для меня это было удивительно, думал, придет пара-тройка. Поначалу трудностей хватало. Когда клуб возник, многие родители юных спортсменов были в шоке: как это так – привести ребенка в спорт, да еще и платить за это? Можно объяснить это особенностями провинциального менталитета (если бы речь шла о Москве или Санкт-Петербурге, было бы намного легче). Или другая крайность. Попадались люди, и немало, настроенные таким образом: коли я плачу за занятия своего ребенка, то через два-три года из него должны сделать олимпийского чемпиона, не меньше...

Через некоторое время, когда мы смогли оценить рентабельность клуба, стали превращать его в полноценный семейный центр «Панорама». К спортивной гимнастике добавилась художественная, плюс фитнес-направление для мам и тренажерный зал с профессиональным боксерским рингом для пап – такой универсальный набор.

К слову сказать, моя выпускная квалификационная работа в Российском Между-



АУДИТОРИЯ КЛУБА «ДИНАМИКА» –
это молодые родители с детьми от трех
до восьми лет.
Фото предоставлено автором

народном Олимпийском Университете была посвящена этой модели. Я, можно сказать, делегировал полномочия коллегам, пока учился в университете, и убедился, что клуб неплохо функционирует и без меня: штат сотрудников составляет 22 человека, работают управляющий, бухгалтер, административный корпус и тренерский штат. Пожалуй, это был ключевой момент с точки зрения уверенности в успехе и понимании его слагаемых.

Учеба в Сочи

Здесь самое время рассказать о том, как я попал на учебу в РМОУ и что она дала. В 2014 году я побывал на Олимпийских играх в Сочи как зритель. Уже тогда было очевидно, что олимпийский проект так или иначе получит развитие и в дальнейшем – это принципиальный вопрос, вопрос наследия. Об университете я уже слышал от друзей, там учились многие спортсмены, скажем, мой товарищ Глеб Гальперин, Дима Саутин, часто приезжали Светлана Журова, Светлана Хоркина. В спортивных кругах информация об университете разлетелась быстро.

Когда открывался частный клуб «Панорама» на Алтае, я понимал, что одного только диплома Российского государственного университета физической культуры мне может не хватить для руководящей должности (я был единственным инвестором и соучредителем клуба). Нужны были серьезные навыки в области управления, и чтобы их получить, я рвался на учебу в РМОУ. В 2014 году отправил заявку на получение стипендии, но с первой попытки из-за высокой конкуренции мне попасть на учебу в Сочи не удалось.

Можно сказать, вопрос с учебой отодвинулся на дальний план. Я полностью погрузился в непосредственное руководство всеми процессами управления в клубе «Панорама», набивал шишки, методом проб и ошибок набирался опыта в практическом менеджменте. Пока в 2017 году не раздался звонок из университета с вопросом, по-прежнему ли я заинте-



В РОДНОМ БАРНАУЛЕ

во время эстафеты олимпийского огня Игр Сочи-2014.

Фото: Рамиль Ситдиков/МНА «Россия сегодня»

ресован в обучении по годичной программе «Мастер спортивного администрирования».

Уйти учиться на год и не контролировать бизнес – решиться на такое совсем не просто. И все же, посоветовавшись с женой, я рискнул. Это решение, как потом оказалось, действительно изменило мою жизнь и привело к тому, что сегодня я занимаюсь спортивным менеджментом уже в Санкт-Петербурге.

Когда учился, то всегда держал в уме именно спортклуб «Панорама» и его развитие. Хотел проверить, что делаю правильно, а что неправильно, что можно подредактировать, улучшить. Собственно, именно в этом был главный мотив к учебе в РМОУ. Конечно, у каждого выпускника университета свое впечатление об учебе и ее ценности. Лично я не через месяц и не через полгода, а именно в конце учебы почувствовал, что приобрел. Когда ты собственноручно пишешь диплом и защищаешь какую-то тему, это умение начинает раскрываться. Багаж, накопленный в течение учебного года, позволяет тебе видеть проекты со всех сторон, системно. Ты задумываешься о разных

аспектах менеджмента и способен верно просчитать, смоделировать правильные подходы к решению задачи.

«Динамика»

Когда я начал писать диплом о путях повышения рентабельности гимнастического клуба, держа в уме «Панораму», то рассматривал разные аспекты. Если ищешь повышения рентабельности, нужно понять, что за таким повышением будет стоять, как именно этого добиваться и почему до сих пор результат был слабый – найти ключевые причины.

Все познается в сравнении: обязателен сравнительный анализ разных кейсов в изучаемой области, анализ спроса и предложения, конкурентной среды. Я изучил ситуацию в Москве, где действуют более 30 частных клубов со специализацией «спортивная гимнастика», в Екатеринбурге (восемь таких клубов) и Краснодаре (три клуба), а также в Санкт-Петербурге, где на тот момент работали четыре таких клуба.

Картина сложилась. Если вкратце, то деловая среда для такого рода клубов в городах-миллионниках заметно отличается от деловой среды в других городах. Разнятся и психология потенциальных клиентов, и их количество, и покупательная способность. А что касается понимания, что систематические занятия спор-

том – это важно, то оно у людей есть. В больших городах это выражается, в частности, в устойчивом приросте клиентуры фитнес- и спортклубов. Здесь уже развиты сетевые фитнес-клубы, что является определенным показателем.

Как было сказано выше, делегировав на время учебы полномочия по управлению клубом «Панорама» на Алтае, я убедился в его устойчивости. Не буду скрывать, после этого появилось желание попытаться силы в подобном проекте уже в одном из крупных городов. Первым делом в таких случаях рассматривают Москву: огромный мегаполис, где рынок кажется необъятным. Так-то оно так, но и конкуренция здесь не в пример другим городам: многие именитые спортсмены открыли тут собственные клубы. 30 клубов со специализацией «спортивная гимнастика» в Москве – и только 4 в Санкт-Петербурге... Мне стало очевидно, что конкурентная среда в северной столице для моего начинания намного более благоприятна.

Не раз говорил преподавателям и коллегам: именно учеба в РМОУ подтолкнула меня к этой инициативе, и огромное за это спасибо! Мной был прописан бизнес-план, найден инвестор.

Если вернуться к деталям этого проекта, то в реальности, конечно, не все было безоблачно. Раз – и инвестор нашелся... На самом деле с инвестором мне повезло. Не будь его, едва ли мы осилили бы проект: гимнастическое оборудование стоит очень дорого. Можно сказать, для меня это было как защита диплома: написал бизнес-план, рассылал его всем, кто мог заинтересоваться, защищал проект перед потенциальными инвесторами, доказывал рентабельность.

Уже на этапе организации возникли свои сложности: для гимнастического клуба не подойдет абы какое помещение, в отличие от фитнес-клуба. Нужны потолки 5 метров с плюсом. На поиск подходящего у нас ушло более двух месяцев.

Наконец, 14 октября 2018 года открылись двери нашего клуба «Динамика». Соучредители и совладельцы клуба – ваш покорный слуга и мой друг, в прошлом тоже спортсмен, Александр Демин из Челябинска. Он в своем родном городе создал гимнастический клуб «Импульс». Так от его «Импульса» в Челябинске и моей «Панорамы» на Алтае мы пришли к совместной «Динамике» в Санкт-Петербурге.

Потенциальная аудитория – это молодые родители с детьми от трех до восьми лет. Спор-



ПЕРЕД НАЧАЛОМ ЦЕРЕМОНИИ

вручения дипломов выпускникам программы «Мастер спортивного администрирования».

Фото: РМОУ

тивная гимнастика является базовым видом для многих других видов спорта. С кем-то мы работаем на конкретный результат, с кем-то для того, чтобы поставить ребенку специальную физическую подготовку, и он пойдет в другой вид спорта, уже будучи на голову выше своих сверстников и соперников.

Пять лет – пять клубов

Мы преследуем вполне определенные цели: после открытия «Динамики» реализовывать новые проекты. Так, за пять лет планируем открыть еще четыре клуба. Вскоре планируем открывать второй гимнастический клуб в Санкт-Петербурге, присматриваемся к югу России, есть планы в отношении Краснодара или Ростова, Крыма. Ищем возможности около Москвы и в Нижнем Новгороде, в котором гимнастика традиционно развита, есть тренерский штаб. Фактически мы ведем речь о создании сети гимнастических клубов «Динамика», развитию этого бренда как нашего персонального, двух заслуженных мастеров спорта.



Андрей Малыгин,
заведующий кафедрой спортивного маркетинга
университета «Синергия», Москва

Процесс маркетинга профессионального спортсмена

СРЕДИ ВСЕХ ВИДОВ ПУБЛИЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (ИСКУССТВО, ПОЛИТИКА, ШОУ-БИЗНЕС) СПОРТ ЗАНИМАЕТ ОСОБОЕ МЕСТО — ОН НАПОЛНЕН ЗНАМЕНОСТЯМИ, ЧЕЙ ПРИМЕР ВДОХНОВЛЯЕТ МИЛЛИОНЫ ЛЮДЕЙ, БОЛЕЛЬЩИКОВ И ПОТРЕБИТЕЛЕЙ СПОРТИВНЫХ ПРОДУКТОВ. В СПОРТИВНОМ МАРКЕТИНГЕ ДАВНО ИСПОЛЬЗУЕТСЯ УНИКАЛЬНАЯ СПОСОБНОСТЬ ЗНАМЕНОСТЕЙ ПРИТЯГИВАТЬ И УДЕРЖИВАТЬ ВНИМАНИЕ ЦЕЛЕВЫХ АУДИТОРИЙ, ТЕМ САМЫМ ФОРМИРУЯ МОЩНЫЙ МАРКЕТИНГОВЫЙ ПОТЕНЦИАЛ КАК ДЛЯ СЕБЯ, ТАК И ДЛЯ СВЯЗАННЫХ СОБЫТИЙ И ОРГАНИЗАЦИЙ. Но для того, чтобы воспользоваться им максимально эффективно, необходимо провести большую работу по превращению успешного спортсмена в инструмент маркетинга. К сожалению, абсолютное большинство титулованных и именитых атлетов не могут похвастаться капитализацией своего имени в персональном бренде. В этой статье речь пойдет о специфике процесса маркетинга публичных персон и в первую очередь — профессиональных спортсменов.

Место и роль спортсмена в маркетинге

Спортсмены играют ключевую роль в создании главного продукта — спортивного зрелища, вокруг которого в конечном счете выстраивается вся спортивная индустрия. Без них невозможно было бы проводить соревнования, привлекать болельщиков на трибуны и к экранам телевизоров, продавать им атрибутику, еду, напитки, договариваться о спонсорстве, пропагандировать здоровый образ жизни.

Помимо непосредственного участия спортсменов в производстве

спортивных продуктов они обладают свойством притягивать и удерживать вокруг себя большие аудитории своих поклонников, создавая тем самым прекрасную возможность для маркетинговых коммуникаций с ними брендов рекламодателей, спонсоров и лицензиатов. На страничке нападающего сборной Португалии и туринского «Ювентуса» Криштиану Роналду в Facebook более 120 млн, а в Instagram — более 157 млн подписчиков со всего мира. Завидная аудитория, доступ к которой стоит весьма дорого! Для спонсоров важно, что популярные



и авторитетные спортсмены могут транслировать лояльность своих фанатов на их бренды, тем самым способствуя созданию прочной эмоциональной связи с ними.

Еще один важный аспект значения атлетов в спортивном маркетинге — их способность быть ролевыми моделями для других людей и прежде всего для молодежи. Внешний вид, стиль одежды, хобби, потребительские предпочтения, образ жизни известных спортсменов становятся объектами подражания многочисленных поклонников. Это свойство активно используется как в традиционном маркетинге, так и в маркетинге социальных идей и ценностей. Так, участие известного английского футболиста Дэвида Бекхэма в деятельности UNICEF в качестве посла доброй воли позволяет привлекать внимание людей во всем мире к проблемам защиты детей и материнства, к необходимости участвовать в благотворительной деятельности.

Таким образом, с точки зрения спортивного маркетинга современный профессиональный спортсмен — это персона, способная привлекать и переносить внимание и лояльность целевой аудитории своих болельщиков на бренды рекламодателя, спонсора, лицензиата и т. п.

Следует разделять маркетинговую деятельность с участием спортсмена на две части:

КАПИТАН КЛУБА «ВАШИНГТОН КЭПИТАЛЗ», хоккеист Александр Овечкин демонстрирует Кубок Стэнли в фан-зоне чемпионата мира по футболу на Воробьевых горах в Москве.
Фото: Илья Питалев/МИА «Россия сегодня»

маркетинг самого спортсмена и маркетинг с использованием спортсмена.

Маркетинг спортсмена (персональный маркетинг) нацелен на его популяризацию, построение публичного образа (медийного имиджа) и в конечном счете создание его персонального бренда. То есть в этом случае объектом маркетинга является сам спортсмен. При этом субъектом маркетинга также является спортсмен, ему приходится управлять построением собственного бренда. Если атлет достигает высоких спортивных результатов, становится обладателем признанных титулов, в работу над его персональным маркетингом могут включиться компетентные специалисты по маркетингу, праву, управлению финансами. Вокруг спортсмена возникает своеобразная корпорация, цель которой — монетизировать и капитализировать спортивные достижения.

Маркетинг с использованием спортсмена (селебрити-маркетинг) базируется на его свойстве быть центром притяжения аудиторий, специфической платформой для коммуникаций то-

ТАБЛИЦА 1

Характеристики типов отношений спортсмена как субъекта маркетинга

Тип отношений	Роль спортсмена	Стратегическая цель
Спортсмен – болельщики	Участие в создании эмоционального зрелища, формирование собственного бренда	Маркетинг спортсмена
Спортсмен – спортивная организация (клуб, лига, федерация)	Участие в создании зрелища как продукта Повышение интереса к событию	Использование спортсмена в маркетинге клуба (лиги, федерации)
Спортсмен – государство	Представление страны	Использование спортсмена в маркетинге страны
Спортсмен – рекламодатель	Продвижение бренда через спортсмена	Использование спортсмена в маркетинге рекламодателя
Спортсмен – спонсор	Продвижение бренда через спортсмена Установление эмоциональных отношений с клиентами	Использование спортсмена в маркетинге спонсора
Спортсмен – меценат	Создание возможности для проявления социальной ответственности	Использование спортсмена для социального позиционирования
Спортсмен – общество	Создание ролевой модели для молодежи	Использование спортсмена в маркетинге вида спорта и ЗОЖ Маркетинг спортсмена

варных и сервисных брендов с болельщиками. Реклама с участием Лионеля Месси, Александра Овечкина или Марии Шараповой позволяет получить неоспоримые конкурентные преимущества как минимум за счет привлечения большего внимания к брендам рекламодателей. Подчеркнем, что такая стратегия маркетинга наиболее эффективна тогда, когда спортсмен также обладает персональным брендом, именно потому далее мы более подробно рассмотрим процесс персонального маркетинга.

Столь значимая роль профессионального спортсмена в маркетинге требует глубокого анализа специфики сразу нескольких типов отношений, в которые он вовлечен. При всем многообразии их следует рассматривать с точки зрения стратегических целей (табл. 1). Как мы видим, одни функции спортсмена связаны с его собственным развитием (маркетинг спортсмена), а другие – с его использованием в качестве инструмента решения маркетинговых задач второй стороны.

Участвуя в создании спортивного зрелища, спортсмен находится в эмоциональных взаимоотношениях с болельщиками. Это – наиболее важная сфера, так как именно здесь закладываются основы его персонального маркетинга. Благодаря показанному на арене спортивному

мастерству, самоотверженности и целеустремленности спортсмен завоевывает любовь и верность фанатов, стимулируя их приобретать билеты, атрибутику, еду и напитки. В результате атлет становится также важным компонентом маркетинга своей команды, клуба, лиги, федерации, а кроме того, обращает на себя внимание спонсоров и рекламодателей. Показывая высокие спортивные результаты на международных соревнованиях, атлет способствует повышению авторитета своей страны, за это может получать заметную поддержку со стороны государства.

Отношения со спонсорами, рекламодателями и меценатами имеют свою специфику, но сближает их то, что все они строятся на основе потребности в продвижении через спортсмена как центра притяжения аудиторий.

Построение сильного персонального бренда возможно лишь при условиях системной профессиональной работы, частью которой может быть превращение спортсмена в ролевую модель. Эта задача решается в рамках его отношений с обществом.

Этапы процесса персонального маркетинга

Маркетинг всегда представляет собой процесс трансформации объекта из нынешнего



ШЕЛЛИ-ЭНН ФРЕЙЗЕР-ПРАЙС (ЯМАЙКА), завоевавшая золотую медаль после финиша в финальном забеге на 100 метров среди женщин на чемпионате мира 2015 по легкой атлетике в Пекине.

Фото: МИА «Россия сегодня»

состояния в более совершенное и конкурентоспособное состояние. Не исключение и процесс персонального маркетинга: спортсмен стремится стать более мощным центром притяжения с тем, чтобы монетизировать и капитализировать свои спортивные достижения. По сути речь идет о постепенном формировании компонентов персонального бренда, которые в лучшем случае возникают стихийно и бессистемно, либо их просто нет.

Целенаправленный процесс персонального маркетинга включает четыре последовательных этапа: достижение спортивного результата, популяризация спортсмена, формирование его медийного имиджа, разработка атрибутов персонального бренда (рис. 1), каждый из которых следует рассмотреть более подробно.

1. ДОСТИЖЕНИЕ СПОРТИВНОГО РЕЗУЛЬТАТА

Все известные нам люди стали таковыми благодаря определенным значимым для обще-

ства достижениям. Выдающийся результат, который показывает спортсмен на соревнованиях, – прекрасный повод для того, чтобы попасть в историю, но далеко не всегда этого достаточно для создания основы персонального бренда. Рекорды, медали и пьедесталы быстро забудутся, если не зафиксировать их должным образом – в качестве важного маркетингового ресурса. Драматические победы и поражения надолго оставляют след в памяти людей, делают спортсменов героями и антигероями, вызывают эмоции от восхищения до ненависти.

Тем не менее именно спортивные результаты закладывают основу для будущего персонального бренда. В этом состоит главная цель первой стадии персонального маркетинга.

РИСУНОК 1

Этапы процесса персонального маркетинга



При этом важно учитывать целый ряд значимых характеристик спортивных достижений атлета, поскольку в зависимости от их содержания будут выстраиваться все последующие действия.

А. Популярность вида спорта

Если вы интересуетесь спортом, задайтесь вопросом: представители скольких видов вам известны персонально? Может оказаться, что вы знаете, например, хоккеистов и футболистов, даже не достигших заметных титулов и не удостоенных высоких наград. Но для того, чтобы выяснить имя чемпиона мира по городскому спорту, например, вам придется изрядно потрудиться.

Несмотря на то что сегодня в мире существует около 200 официально признанных видов спорта, лишь 20–30 из них знакомы большинству жителей планеты. И не более 10 из них находятся в центре внимания.

Принято разделять популярность видов спорта по двум показателям: числу занимающихся и числу телезрителей. Первый напрямую влияет на объем продаж спортивных товаров для тренировок и на продажу услуг (тренировки и аренда сооружений). Вторым показателем оказывает влияние на продажу билетов, сезонных абонементов, подписки на телеканалы, а также продажу клубной и событийной атрибутики.

Комплексную оценку мировой популярности видов спорта провел интернет-портал Total Sportek, исследовав 13 критериев: глобальная аудитория, количество телезрителей, количество профессиональных лиг во всем мире, стоимость медиаправ, спонсорская активность, средняя зарплата спортсменов в топ-лигах, количество вовлеченных стран, присутствие в социальных сетях, упоминания в заголовках новостей, релевантность за год, региональное доминирование, гендерное равенство и доступность массового спорта в мире.

В результате места в первой десятке распределились следующим образом: футбол, баскетбол, крикет, теннис, легкая атлетика, регби, «Формула-1», бокс, хоккей с шайбой, волейбол, гольф. Спортивные результаты регионального или национального масштаба в этих видах спорта зачастую становятся прекрасной базой для построения персонального бренда спортсмена.

Сами виды спорта являются центрами притяжения разных по величине и характери-

стикам аудиторий, и чемпионы получают их внимание в первую очередь. Но там, где число болельщиков невелико, даже чемпионство может не помочь, если не приложить дополнительные усилия. Низкую популярность вида спорта придется компенсировать акцентом на дополнительную ценность персонального бренда и дополнительными затратами на маркетинговые коммуникации.

В. Уровень спортивных соревнований, в которых участвует спортсмен

Многочисленный чемпион области по футболу обладает значительно меньшим маркетинговым потенциалом по сравнению с его коллегой, однажды попавшим в состав национальной сборной страны на турнир чемпионата Европы. По-разному оцениваются результаты участия в турнирах топ-уровня (Олимпийские игры, чемпионаты мира и Европы), других международных турнирах, турнирах национального, корпоративного и местного уровней.

С. Уровень клуба (команды), за который выступает спортсмен

Этот показатель определяется с учетом степени развитости того или иного вида спорта в разных странах, а также результатов клуба (команды) в национальных и международных соревнованиях. Так, существуют различия в уровне мастерства между клубами-чемпионами по баскетболу в Литве и Великобритании, что косвенно подтверждает рейтинг FIBA, в соответствии с которым в 2017 году мужская сборная Литвы занимала 6-е место в мире, а сборная Великобритании – 44-е. Поэтому игрок, выступающий за клуб литовской баскетбольной лиги LKL, при прочих равных характеристиках обладает большим маркетинговым потенциалом, чем его коллега из британской баскетбольной лиги BBL. Но совершенно другая картина возникает в случае, если мы сравним уровень футбольных клубов этих двух стран. В рейтинге FIFA сборная Англии занимает 5-е место, а национальная команда Литвы – лишь 132-е.

Имеет значение и наличие трофеев у клуба (команды), выступление спортсмена в его составе добавляет ценности персональному бренду.

Д. Командные результаты

В командных видах спорта или в командных соревнованиях по индивидуальным видам спорта имеют значение не только собственные



достижения спортсмена, но и итоговый результат всей команды. Для иллюстрации: на чемпионате мира по хоккею в 2018 году лучшие индивидуальные результаты показал нападающий американской сборной Патрик Кейн, но его команда заняла на этом турнире лишь третье место.

Е. Уровень партнеров и соперников

Для оценки маркетингового потенциала спортивного результата имеет значение и то, кто именно был его партнером по команде. В суперсоставе «галактикос» мадридского «Реала» не все звезды были первой величины, но имя каждого футболиста сезонов 2002–2003 годов вошло в историю. В лучах славы одного из них, защитника Роберто Карлоса, удалось погреться и игрокам махачкалинского «Анжи». Игра в одной команде с великим бразильцем, безусловно, стала важной страничкой их биографии.

Ф. Индивидуальные результаты и достижения спортсмена

Несмотря на то что этот критерий завершает список, индивидуальные результаты спортсмена являются важнейшим критерием. Оказаться даже во втором составе национальной сборной или великого клуба невозможно, не показав выдающихся спортивных результа-

ПРИЗЕРЫ ЗАБЕГА

среди мужчин на 110 м с барьерами на чемпионате Европы по легкой атлетике в Берлине (слева направо): Орландо Ортега (Испания) – бронзовая медаль, Сергей Шубенков (Россия) – серебряная медаль, Паскаль Мартино-Лагард (Франция) – золотая медаль, на церемонии награждения.

Фото: Григорий Сысоев/МИА «Россия сегодня»

тов. Самоотверженность и мастерство – залог и причина любви болельщиков, которые готовы поддерживать атлета даже в период неудач на арене.

Для повышения маркетингового потенциала атлета имеет значение наличие у него официальных титулов и наград, они могут стать основой для позиционирования персоны. Например, титулы олимпийского чемпиона, чемпиона мира или страны, звание «заслуженный мастер спорта» и т. д. при публичном представлении спортсмена могут сразу показать уровень его достижений и уникальность.

Важно также, в каком возрасте находится спортсмен (в зависимости от вида спорта количество прожитых лет может означать разный возрастной статус человека). Для построения эффективного персонального бренда недостаточно однажды завоевать титул, необходимо подтверждать свой статус выдающегося спортс-

мена на протяжении определенного времени. Маркетинговая ценность атлета по мере обретения им спортивного и жизненного опыта может расти за счет других значимых для общества достижений (в благотворительности, бизнесе, искусстве или политике) помимо спортивных.

Спортивные результаты могут иметь маркетинговое значение и по окончании профессиональной карьеры. Современная статистика анализирует огромное количество показателей результативности спортсменов, создавая рядом с реальными и очевидными достижениями (забитыми голами, завоеванным очками и т. д.) еще и параллельное состязание – по комплексным оценкам эффективности. Это позволяет сравнить спортсменов разных поколений, добавить интриги и привлечь внимание целевых аудиторий.

Например, к своему 100-летию NHL составила рейтинг 50 лучших игроков за последние полвека. Учитывались командные титулы, личные достижения, статистика с учетом средней результативности, а также влияние на хоккей в целом. Лучший из россиян Александр Овечкин, занявший 17-е место, соревнуется в этом рейтинге с великими Уэйном Гретцки, Марио Лемье, Бобби Орром и Филом Эспозито, представляющими другие поколения хоккеистов.

Отдельный признак успешности спортсмена – уровень его доходов, полученных в период спортивной карьеры. Помимо выплат по контракту со спортивной организацией и призовых спортсмен может получать доходы от маркетинговой деятельности – участия в рекламе, активации спонсорства, мерчандайзинга. В различных видах спорта соотношение спортивных и маркетинговых доходов может заметно отличаться. В командных игровых видах основную часть доходов составляют выплаты клубов, а в индивидуальных – призовые выплаты и доходы от маркетинга.

Построение профессиональной траектории спортсмена (выбор клуба, команды или турнира) следует относить к числу стратегических маркетинговых задач, решение которых нередко делегируется спортивным агентам.

2. ПОПУЛЯРИЗАЦИЯ СПОРТСМЕНА

Одних лишь спортивных результатов, даже самых высоких и хорошо оплаченных, недостаточно для того, чтобы построить эффективный персональный бренд. Достижения на арене – вполне достойный повод для того, чтобы

спортсмен получил известность, славу и стал популярным, то есть востребованным у журналистов и публики. Но очень часто даже чемпионские титулы не делают его таковым, если не предпринять определенных усилий, в первую очередь касающихся маркетинговых коммуникаций.

На этой стадии необходимо привлечь внимание к спортсмену, добиться его узнаваемости и начать формирование лояльной целевой аудитории. При этом следует объективно оценивать личные качества, амбиции, характер и харизматичность атлета. Важно также, чтобы спортсмен обладал еще и внутренней готовностью к органичному существованию в публичном пространстве, к статусу знаменитости.

На чемпионате мира по легкой атлетике в Москве в 2013 году золотая медаль в спортивной ходьбе на 20 км была завоевана Александром Ивановым, и на этом же турнире обладателем бронзовой медали по бегу на 110 м с барьерами стал Сергей Шубенков. Несмотря на более высокий результат Иванова, он явно оказался без должного внимания прессы и болельщиков, в то время как с Сергеем Шубенковым вышли десятки интервью в СМИ. Возможно, к достижениям российских ходоков тогда уже привыкли, и очередная победа не стала заметным событием, а может быть, причина – в отношении самого спортсмена к своей популяризации.

Среди важных в этой связи личных качеств выделим наличие спортивных амбиций, трудолюбие, целеустремленность, открытость. Еще одна группа индивидуальных характеристик – состояние здоровья спортсмена, склонность к получению травм и т. п.

В основе стратегии популяризации лежит идея о том, что спортсмен должен стать центром притяжения целевых аудиторий.

Популяризация осуществляется с помощью набора коммуникационных инструментов – в первую очередь public relations с использованием СМИ, социальных сетей, ресурсов спортивной организации, за которую выступает спортсмен, участия в специальных событиях (презентациях, пресс-конференциях, встречах с болельщиками и т. п.). Хороший результат дают ведение блогов, регулярные интервью, компетентные заявления в социальных сетях или в СМИ по значимым поводам, оценка событий, процессов и явлений.

Популяризация – процесс, требующий существенных ресурсов, не предусмотренных



в бюджете тренировок и участия в соревнованиях, их можно оптимизировать, но совершенно исключить невозможно.

Необходимо при этом помнить о целом ряде ограничений, среди которых тематические (нельзя делать асоциальные, безнравственные, экстремистские высказывания); правовые (в процессе популяризации нельзя нарушать нормы права); договорные (нельзя нарушать действующие договоры спортсмена с различными организациями); целевые (на первом месте должны быть стратегические цели персонального маркетинга).

3. ФОРМИРОВАНИЕ МЕДИЙНОГО ИМИДЖА СПОРТСМЕНА

Популярность спортсмена тесно связана с его спортивными результатами, но она может быстро снизиться или совсем сойти на нет, если не будут выстроены глубокие эмоциональные отношения с представителями целевых аудиторий.

Для этого необходимо сформировать медийный имидж – образ спортсмена, отраженный в общественном сознании, создаваемый с помощью СМИ с целью формирования нужного отношения со стороны представителей целевых аудиторий. Во многом успех на этой стадии

АРОН ГУННАРССОН (ИСЛАНДИЯ)

после матча группового этапа чемпионата мира по футболу FIFA 2018 между сборными Аргентины и Исландии.

Фото: Алексей Филиппов/МИА «Россия сегодня»

персонального маркетинга зависит от харизматичности персоны. Обычно она возникает как гремучая смесь яркой внешности, наличия признанных социально значимых результатов (спортивных, общественных, деловых и т. п.), ума, физической и моральной силы, способности влиять на людей и вести их за собой, уверенности в себе, энергетике, коммуникативности, помноженных на полную свободу и раскрепощенность персоны.

Зачастую публичный образ спортсмена создается стихийно под воздействием объективных факторов среды, без заранее определенных целей и стратегий.

В некоторых случаях спортсмен создает свой публичный образ, стараясь подражать какой-либо знаменитости, копируя ее поведение, внешний вид, манеры. В результате со временем может появиться медийный имидж вполне органичной личности спортсмена, способствующий решению стоящих перед ним задач.

Но наиболее эффективным способом построения публичного образа является заранее спланированная работа, ориентированная на системное формирование каждого из его компонентов.

Процесс построения медийного имиджа включает в себя последовательное решение следующих задач:

- формирование типа публичного образа (имиджа) по заданным параметрам, четко дифференцирующим спортсмена. На этапе карьерной зрелости наиболее популярным типом является образ «успешного спортсмена». Но уже на этом этапе жизненного цикла стоит задуматься и о формировании возможного посткарьерного образа («общественный деятель», «спортивный менеджер», «журналист», «тренер», «политик» и т. п.);
- разработка содержания ключевых компонентов (атрибутов) выбранной модели медийного имиджа;
- продвижение и закрепление медийного имиджа в восприятии представителей целевых аудиторий с использованием инструментов маркетинговых коммуникаций.

Чтобы построить адекватный медийный имидж, необходимо обозначить основные группы его неотъемлемых характеристик (атрибутов). Это имя, материальные, поведенческие, вербальные, невербальные и контентные атрибуты. Каждую из них следует рассмотреть подробнее.

Имя спортсмена – важнейший идентификатор будущего персонального бренда. Речь идет как об официальном имени (Эдсон Арантис ду Насименту, Андрей Аршавин, Александр Овечкин, Мария Шарапова), так и о прозвищах, которыми наделяют атлетов болельщики (Пеле, Шава, Ови, «кричащая Золушка»). Имя станет в последующем одним из ключевых атрибутов персонального бренда. Оно создает прекрасную основу для формирования нужного образа спортсмена, его позиционирования и монетизации персонального бренда.

Материальные атрибуты медийного имиджа (предпочитаемый стиль одежды, используемые аксессуары, прическа, татуировки и т. п.) создают внешний образ спортсмена, становятся его визуальными символами. «Беззубая» улыбка Александра Овечкина, разнообразные прически Дэвида Бекхэма, черная

водолазка Алексея Яшина, цветные локоны в прическе Шелли-Энн Фрейзер-Прайс, брутальная борода и татуировки Конора МакГрегора, папаха Хабиба Нурмагомедова – эти примеры использования материальных атрибутов медийного имиджа способствовали тому, что этих спортсменов запомнили миллионы людей. Правильная работа с этим компонентом публичного образа зачастую создает моду на них среди поклонников, увеличивая маркетинговый потенциал персонального бренда.

Вербальные атрибуты медийного имиджа спортсмена (речь, лексика, чувство юмора) весьма важны, они характеризуют спортсмена, его интеллект и уровень культуры, его воспитанность и образованность. Используемые им слова и выражения могут быть привлекательными для одних людей и совершенно неприемлемыми для других, поэтому эта сфера требует особого внимания. Тон и типичные интонации голоса, акцент – все это также влияет на коммуникации с целевыми аудиториями и формирует образ. Вербальные атрибуты особенно важны, поскольку используются в общении с журналистами и транслируют характеристики спортсмена на публику.

Коррекция вербальных атрибутов вполне реальна. Например, с помощью упражнений и тренингов возможно избавить атлета от использования жаргонных слов и стилистически сниженной лексики, научить правильно отвечать на вопросы, вести дискуссию.

Отдельный и очень важный аспект – знание иностранных языков и навыки их свободного использования в общении. Часто именно здесь возникают барьеры для расширения маркетингового потенциала на международных рынках.

Невербальные атрибуты (особенные жесты, моторика, походка, мимика и выражение лица) являются в буквальном смысле заметным компонентом медийного имиджа. Любители спорта во многих странах мира с нетерпением ждут моментов, когда Усэйн Болт отметит очередную победу на беговой дорожке своим знаменитым жестом «молния», а Криштиану Роналду после забитого гола встанет в фирменную позу победителя. Неповторимый наклон тела при нанесении удара по мячу Дэвидом Бекхэмом и фантастический прыжок Майкла Джордана стали основой для логотипов именных продуктовых брендов этих великих спортсменов, выпущенных adidas и Nike.



После заметного выступления на чемпионате Европы по футболу в 2016 году сборной Исландии внимание публики привлек к себе клуб из пригорода Рейкьявика Stjarnan. Миллионы с наслаждением пересматривали ролики в социальных сетях, в которых демонстрируются остроумные и смешные способы празднования забитых голов футболистами клуба. И хотя это не имеет прямого отношения к персональному маркетингу отдельного члена команды, пример позволяет лучше понять причину привлекательности подобных коммуникаций с болельщиками.

Контентные атрибуты представляют собой уже не форму, а содержание публичных заявлений спортсмена, его интервью и публикации в СМИ, раскрывающие уровень профессиональных и общекультурных компетенций, образованности и интеллекта, его мировоззрение. Тематика и глубина обсуждаемых вопросов, адекватность и обоснованность аргументов помогают сформировать его целостный медийный имидж.

Поведенческие атрибуты проявляются в потребительских предпочтениях спортсмена, его хобби, поведении в процессе трудовой деятельности и повседневных привычках.

Контентные и поведенческие атрибуты завершают формирование медийного имиджа, и их особая роль определяется тем, что они связаны не только с маркетинговыми комму-

БРИТАНСКИЙ ФУТБОЛИСТ ДЭВИД БЕКХЭМ с детьми Бруклином, Крузом и Ромео (слева направо) перед финальным матчем чемпионата мира по футболу 2014 Германия – Аргентина на стадионе «Маракана» в Рио-де-Жанейро.
Фото: Алексей Филиппов/МИА «Россия сегодня»

никациями, а в большей степени с практическими действиями спортсмена и его менеджмента.

Например, медийные имиджи «успешный спортсмен» и «общественный деятель» имеют различные поведенческие стереотипы (рис. 3), на формировании которых следует сосредоточиться. Другие типы медийного имиджа также имеют соответствующие функциональные характеристики. Если же стратегия персонального маркетинга предполагает более сложную конструкцию медийного имиджа (например, «успешный спортсмен, занимающийся общественной деятельностью»), тогда необходимо рассматривать оба типа поведенческих стереотипов в тесной взаимосвязи.

Сформировав такие поведенческие шаблоны, можно целенаправленно разрабатывать план построения нужной модели медийного имиджа. Так, при сохранении стабильно высоких спортивных результатов менеджмент делает акцент на демонстрацию серьезного отношения к процессу тренировок, приверженность к здоровому образу жизни.

ТАБЛИЦА 2

Содержание поведенческих шаблонов медийных имиджей

Имидж «Успешный спортсмен»	Имидж «Общественный деятель»
Успешно выступает в спортивных соревнованиях	Создает общественные организации (фонды, ассоциации, союзы и т. п.)
Много тренируется	Участвует в работе общественных организаций
Делится секретами мастерства с молодыми спортсменами	Посещает и участвует в работе конференций, круглых столов и т. п.
Патриотичен, достойно представляет свою страну	Публикует статьи в СМИ
Является потребителем спортивных товаров	Выдвигает и продвигает социальные инициативы
Снимается в рекламе	Поддерживает актуальные социальные инициативы
Участвует в благотворительных и других социальных акциях	Участвует в публичных дискуссиях по актуальным общественным вопросам
Участвует в светских мероприятиях	Дает публичную оценку действиям властей, и других организаций
Ведет здоровый образ жизни	Встречается с представителями общественности
Является потребителем товаров и услуг высокого качества	Борется за решение конкретных социальных проблем
Дает интервью СМИ	Дает интервью в СМИ
Участвует в телепередачах и радиоэфирах	Участвует в телепередачах и радиоэфирах
Выступает в качестве эксперта по спортивным вопросам для СМИ	Выступает в качестве эксперта в сообществах и СМИ

Но в то же время необходимо организовать интервью в СМИ, раскрывающие черты личности успешного и известного спортсмена, участвовать в теле- и радиоэфирах, излагая свои экспертные суждения о спортивных событиях. Если же одновременно необходимо разрабатывать медийный имидж общественного деятеля, то поведенческие шаблоны наполняются соответствующим содержанием. Например, спортсмен вступает в общение с журналистами, которые освещают темы благотворительности, для того, чтобы рассказать о своем отношении к проблемам в этой сфере.

В некоторых случаях медийный имидж приходится корректировать из-за внезапно возникших чрезвычайных обстоятельств, в которых оказывается спортсмен, например, санкций из-за употребления допинга или правонарушения. Имиджевая модель «успешный спортсмен» уже не может быть такой же эффективной, как прежде, поскольку атлет отстраняется на некоторый срок от соревнований. В такой ситуации внимание публики переключается на вторую имиджевую модель – «общественный деятель»,

которую придется скорректировать с учетом новых обстоятельств. Например, в общественной позиции спортсмена может быть обозначено публичное и искреннее раскаяние в содеянном, жесткое неприятие подобных случаев в будущем, готовность помочь коллегам не повторять ошибок, приводящих к такой же беде.

Правда, далеко не всегда одних извинений достаточно для того, чтобы радикально изменить негативное отношение к спортсмену в результате его проступков (как показывает, например, опыт самого известного в мире гольфсмена Тайгера Вудса). Это лишний раз доказывает, что обманывать ожидания поклонников недопустимо.

Неосторожные публичные заявления спортсмена могут также стать фактором негативного влияния на его образ. Эмоциональная фраза нападающего сборной России по футболу Андрея Аршавина, брошенная после проигранного матча на чемпионате Европы в 2012 году («Если мы не оправдали ваши ожидания, то это... ваши проблемы»), оказалась роковой для форварда. Волна негативной реакции бо-

лельщиков смысла образ лидера национальной команды, одного из триумфаторов европейского чемпионата 2008 года, автора четырех голов в составе лондонского «Арсенала» в матче с «Ливерпулем» в 2009 году. Эти несколько слов навсегда изменили карьеру Аршавина, ничто не смогло вернуть к нему доверие болельщиков, восстановить его репутацию. Причина – в резком расхождении сложившегося медийного имиджа с реальным. И без того непростые отношения поклонников к футболистам сборной до предела обострила необдуманная фраза ее капитана.

Формирование медийного имиджа профессионального спортсмена – вполне управляемый процесс, планирование которого включает создание целенаправленных маркетинговых мероприятий, распределение ресурсов и ответственности в пространстве и во времени.

4. РАЗРАБОТКА АТТРИБУТОВ ПЕРСОНАЛЬНОГО БРЕНДА

На этой стадии мы имеем дело с известным благодаря своим спортивным и общественным достижениям спортсменом, маркетинговый потенциал которого необходимо закрепить в его персональном бренде.

И здесь вновь речь пойдет об атрибутах, но на этот раз об атрибутах не медийного имиджа, а персонального бренда (рис. 2). Эти неотъемлемые компоненты создают прочную конструкцию, позволяющую сконцентрировать маркетинг вокруг ценностей, значимых для целевых аудиторий. В атрибутивном подходе к построению персонального бренда выделяют восемь таких компонентов¹. Но в нашем случае нужно рассматривать специфику содержания атрибутов личного бренда спортсмена, отличающую его от более привычных товарных, событийных и сервисных брендов.

Функциональная сущность персонального бренда заключается в его способности решать конкретные маркетинговые проблемы клиентов (прежде всего фанатов и спонсоров). Спортсмен участвует в соревнованиях, создавая зрелищный продукт для болельщиков, в буквальном смысле олицетворяя его. Характер, амбиции, харизматичность, высокое спортивное мастерство атлета способны вызывать яркие эмоции, стремление подражать, верность и преданность со стороны фанатов. Стабиль-

но высокое качество спортивных результатов спортсмена играет здесь ключевую роль, а их снижение приводит со временем к завершению профессиональной карьеры и сокращению маркетингового потенциала, то есть возможности привлекать к себе и удерживать внимание болельщиков.

Для клубов, лиг, федераций, а также для спонсоров и рекламодателей свойство спортсмена быть центром притяжения целевых аудиторий является важнейшей выгодой от его персонального бренда. Благодаря этому свойству спортивные организации увеличивают зрительскую аудиторию, а спонсоры устанавливают более тесные отношения со своими клиентами.

Следующий атрибут персонального бренда – известное имя, он создается еще на стадиях популяризации и формирования медийного имиджа. Но теперь главной задачей становится его интеграция в пространство бренда, установление связей с остальными атрибутами.

Многие стандарты персонального бренда также разрабатываются еще на стадии создания элементов медийного имиджа. При необходимости к ним могут быть добавлены визуальные стандарты – логотип и фирменный стиль. Они помогают лучше идентифицировать и дифференцировать персональный бренд, используются в продвижении и мерчандайзинге.

Важнейший элемент бренда – его ценности, вокруг которых и концентрируется весь маркетинг спортсмена. Речь идет о его мировоззрении, нравственной позиции, отношении к своему виду спорта и ценностям своей спортивной организации. Эти ценности должны быть привлекательными для болельщиков и значимыми для общества, только в этом случае бренд станет настоящим центром притяжения для них. Все остальные атрибуты персонального бренда фиксируют их и транслируют целевым аудиториям. Но недостаточно лишь декларировать заявленные ценности, их необходимо постоянно подтверждать соответствующими действиями.

Персональный бренд всегда вызывает определенные ассоциации с клубами и лигами, соревнованиями и соперниками, странами и городами, спонсорами и партнерами, с которыми так или иначе связан спортсмен. Эти ассоциации дополняют его образ, повышают привлекательность.

¹ Малыгин А. Построение спортивного бренда: атрибутивный подход // Вестник Российского Международного Олимпийского университета. № 1 (18). 2016. С. 32–46.

РИСУНОК 2

Атрибуты персонального бренда



Настоящий состоявшийся персональный бренд имеет историю, как правило, в ней отражаются важнейшие этапы биографии спортсмена, его победы и поражения, титулы и награды, случаи из личной жизни и т. п. Этот атрибут подчеркивает индивидуальные качества личности, подтверждает ценности и вызывает новые ассоциации.

Монетизация персонального бренда связана с вовлечением спортсмена в процесс экономического обмена с его клиентами (болельщиками и спонсорами). Обычно она проявляется в форме продажи:

- прав на посещение спортивных событий с участием спортсмена (билеты и абонементы);
- услуг, оказываемых от имени или с личным участием спортсмена;
- сувенирной продукции и атрибутики с именем или символикой спортсмена;
- книг, написанных спортсменом.

Значимость этого атрибута объясняется тем, что главная цель маркетинга – эффективное получение выгод в процессе обмена экономическими и социальными ценностями. Можно быть великим и знаменитым спортсменом, но при этом не монетизировать свои достижения, не получать адекватных экономических результатов от спортивных достижений. Подобная ситуация выходит за пределы рыночного обмена, а значит, не связана с решением маркетинговых задач, и в таком случае говорить о наличии бренда не приходится.

Капитализация завершает конструкцию персонального бренда. Этот атрибут возникает в том случае, если менеджменту удастся создать дополнительные ценности в восприятии спортсмена его целевыми аудиториями и обществом. Готовность не просто покупать футболку с именем своего кумира, но и платить за нее больше, делать такие покупки чаще – все это является признаком того, что в глазах болельщика конкретный спортсмен обладает особой значимостью по сравнению с его коллегами. Такая уникальность – системный результат взаимодействия всех атрибутов бренда, делающих атлета особой личностью, объектом обожания. В итоге бренд становится более ценным и для спонсоров, стремящихся получить доступ к поклонникам спортсмена. Заключение спонсорских и рекламных контрактов со спортсменом означает, что он, во-первых, является центром притяжения аудиторий болельщиков, а во-вторых, обладает особой способностью влиять на эти аудитории.

Формирование атрибутов завершает процесс создания персонального бренда спортсмена, но не завершает процесс персонального маркетинга. Далее необходимо управлять брендом с учетом изменений, происходящих с самим спортсменом, а также еще более динамичного развития рыночной среды. Следует помнить, что брендинг – одна из наиболее эффективных стратегий персонального маркетинга, использование которой помогает спортсмену получить максимальные экономические и социальные



результаты от своих спортивных достижений. Стремление к формированию персонального бренда становится дополнительным мотиватором для самосовершенствования и в итоге положительно сказывается на повышении зрелищности спорта в целом. Управление брендом осуществляется в том числе с использованием модели SOVATIC (процесс управления маркетингом, включающий в себя последовательные и взаимосвязанные этапы: определение субъекта маркетинга (Subject), определение объектов маркетинга (Object), определение общего позитивного представления о будущем объекта – видение (Vision), анализ маркетинговой среды (Analyses), постановка конкретных целей и выбор стратегий их достижения (Targets), разработка комплекса маркетинговых инструментов (Instruments), мониторинг и контроль процесса маркетинга (Control).

Персональный бренд может использоваться в различных стратегических направлениях – кросс-маркетинге с другими брендами (в том числе спонсорство), коммерциализации в новых товарных и сервисных категориях (выпуск товаров и услуг под брендом спортсмена) и ли-

ТРЕНЕР ФК «АНЖИ» АРСЕН АКАЕВ,
футболист Роберто Карлос и участник ансамбля
«Лезгинка» Мухамеднур Султанов (слева направо)
принимают участие в мастер-классе танцев
лезгинки в фитнес-зале гостиницы Bad Waltersdorf
в Австрии, где команда проводит тренировочный сбор.
Фото: Сергей Расулов - м.л./МИА «Россия сегодня»

цензировании (продажа лицензий на использование бренда).

Наличие бренда у спортсмена означает, что он не просто известен, не просто зарабатывает на продаже своих навыков своим клиентам, но и получает гораздо больше. Теперь он может предлагать свой маркетинговый потенциал спонсорам и рекламодателям. Такой маркетинг заслуживает отдельного внимания и анализа.

Работа над построением персонального бренда спортсмена должна осуществляться системно и последовательно как командой самого спортсмена, так и менеджментом спортивной организации (клуба, федерации, агентства). Это одна из самых сложных сфер современного спортивного маркетинга, требующая специфических компетенций.



*Елизавета Кожевникова,
спортивный психолог, двукратный призер
Олимпийских игр, заслуженный мастер спорта*

Особенности работы тренера с атлетами пограничной личностной организации

В современном российском спорте выделилась тенденция: атлеты с изначально отличными данными не могут реализоваться. Они хронически не способны выйти на ожидаемый уровень результативности: или крайне нестабильны, или становятся для тренера «сложными клиентами», которых проще бросить, чем с ними работать. В этой статье я подробно представляю типологические особенности таких атлетов, корни формирования их личностных нарушений, опишу, как эти нарушения выражаются в процессе спортивной деятельности, и дам конкретные рекомендации тренерам для сопровождения таких атлетов.

Пограничные атлеты и сложности, с которыми они сталкиваются в тренировочном процессе и на соревнованиях

Современный спорт – это отрасль, в которой материальный успех связан с необходимостью достижения результата. Говоря иначе, деньги определяют давление. Его испытывают все участники системы, но особенно сами спортсмены. Разные спортсмены по-разному выдерживают это давление и по-разному реагируют на него. Одни повышают нагрузку и улучшают результативность. Другие выпадают из тренировочного процесса, на соревнованиях отмечаются провалы исполне-

ния, коммуникативное поведение становится неадекватным. В этой статье мы сфокусируемся на последнем типе атлетов.

Пример 1. Талантливый атлет, выигравший общий зачет Кубка Европы, переходит в высший дивизион – Кубок мира. Быстрых успехов не случилось, и атлета как будто подменили. Он стал испытывать предстартовую панику; техника исполнения грубо нарушилась; ему стало сложно доезжать трассу до конца; в коммуникации с тренерами обострились две черты: самоизоляция («Лучше я буду один, не нужна мне ваша помощь!») и агрессия («Безрукий сервисмен плохо подготовил мне лыжи!»).

Пример 2. Талантливый атлет получил контракт в профессиональной

48



команде. Огласили высокие цели на сезон и начали подготовку. На первом же сборе тренер поставил атлета в режим и под нагрузку с жестким контролем исполнения. Скоро были замечены следующие поведенческие реакции:

- атлет стал говорить о «недостаточном пространстве» для себя, о желании иметь «больше свободы»;
- атлет обособился от команды: проводил свободное время один, один работал на тренировках;
- под разными предлогами (усталость, плохое самочувствие, травма) атлет постоянно пытался видоизменить тренировочное задание, чтобы упростить его;
- атлет формально присутствует в тренировочном и соревновательном процессах, но по факту он игнорирует тренера: не смотрит, не слушает, не выполняет установки, прячется от тренера во время тренировок, впоследствии подкладывая под это извинительные аргументы;
- атлет начал подбивать к саботажу тренировок партнеров по команде (со сходным личностным типом). То есть физически человек на месте (ходит на тренировки, получает зарплату), но фактически его нет, он не выполняет поставленных задач и не берет на себя ответственность за это.

Типу спортсменов, которые могут вести себя таким образом, часто свойственны черты пограничного личностного расстройства. Для такого спортсмена характерны нарушения в областях, описываемых англоязычным акро-

ЕСЛИ ПСИХОЛОГИЯ АТЛЕТА – темный лес для тренера и спортивных руководителей, не стоит удивляться неожиданным результатам.

Фото: Алексей Филиппов/МИА «Россия сегодня»

нимом misery (в англ. буквально – страдание, несчастье, горе, нищета, нытик и т. п.).

Если разобрать этот акроним на смысловые составляющие, станет понятно, что речь идет не о плохом атлете, а о глубоко страдающем человеке.

M (mother) – в раннем детстве атлет не получал необходимой для нормального развития поддержки родителей, прежде всего матери. В некоторых случаях такие спортсмены растут в неполных и неблагополучных семьях. Более распространены ситуации, когда благополучная и обеспеченная семья с много работающими и амбициозными родителями решает отправить ребенка в спорт в раннем возрасте (3–6 лет). У таких спортсменов не сформировалось опыта безопасной привязанности, и в людях они часто видят подавляющие, критикующие, наказывающие фигуры, от которых надо защищаться и которых надо избегать.

Пример: капитан сборной команды – хорошо обученный игрок. Но в решающие моменты игры его реакция на стресс – это отстранение и прерывание коммуникации. Вслед за выпавшим капитаном разваливается вся команда.

I (identity) – проблемы с идентичностью. Атлет жертвовал своими потребностями в обмен на любовь родителей или внимание тре-

49

нера. В итоге он перестал распознавать, чего он сам хочет (или не хочет). Из этого вытекает неспособность увидеть конфликт между «надо» и «хочу»; поведение спортсмена чаще определяется неосознаваемой потребностью в самосохранении (а не желанием выдерживать нагрузку, направленную на достижение результата). Нагрузку он воспринимает как насилие, соглашается делать только то, что хорошо умеет, а дискомфортную нагрузку сбрасывает. Кроме того, у пограничного атлета не сформировано целостное представление о себе и о других, он руководствуется полярным взглядом: я могу быть или очень хорошим, или (если не выигрываю) сразу очень плохим. В зоне комфорта фигура тренера воспринимается хорошей, когда нагрузка выводит в зону дискомфорта, тренер становится плохим и обесценивается вместе со своей методикой. Спортсмена с таким взглядом держать под нагрузкой почти не получается.

S (splitting) – расщепление, раздельное хранение позитивных и негативных эмоций. Ввиду того, что потребности пограничного атлета нарушаются с самого детства, накапливается много злости и страха. Дабы избежать затопления негативным аффектом, атлет вырабатывает такой защитный механизм: все «хорошее» он присваивает, все «плохое» или отрицает, или приписывает другим. Такой механизм искажает восприятие реальности. В периоды стресса, когда уровень негативных эмоций крайне высок, атлет начинает действовать автоматически, и все его действия нацелены на уход из «негативной» ситуации, она же в большом спорте является и зоной достижения высоких результатов. Есть еще одно неприятное последствие расщепления – диссоциация. Когда уровень стресса превышает порог, атлет, не способный выдержать негативное переживание, диссоциируется, то есть «отключается» от собственного тела. Негатив действительно перестает ощущаться, но атлет перестает чувствовать и контролировать тело, что приводит к грубым нарушениям координации.

E (Engulfment) – страх поглощения и страх быть брошенным. Это два страха, которые разрывают пограничного атлета пополам: «Не приближайтесь ко мне» и «Не бросайте меня». Для атлета, оказавшегося брошенным в детстве (развод, пьянство, холодность родителей или неадекватно высокие спортивные нагрузки в раннем возрасте), момент неудачного выступления означает возвращение этих детских

страхов. У него уже сформирована устойчивая ассоциация: если я эффективный, меня не бросят; если я проиграю, то останусь один. В ситуации стресса такой атлет регрессирует: мышлением и поведением он начинает походить на двухлетнего ребенка. Обусловленный таким образом страх парализует атлета.

Ребенок, оказавшийся в спорте не по возрасту рано, так же не по возрасту рано вынужден становится «самостоятельным» и «сильным». Любую здоровую поддержку он воспринимает как попытку поглощения. В ситуации стресса («Я проиграл, чувствую себя очень плохим») пограничный атлет самоизолируется, отказывается от помощи, что приводит к депрессии или потере эффективности.

R (range) – ярость. Пограничные атлеты полны гнева. Они его тщательно подавляют, боясь, что он причинит вред другим. Запертый в себе, такой гнев обращается против самого человека: повышается телесное напряжение и уровень кортизола (гормона, принимающего участие в развитии реакции организма на стресс), нарушается координация движений, концентрация внимания. Ввиду нездоровых отношений с родителями и первыми тренерами такой атлет боится выражать злость, опасаясь, что его накажут или бросят. Подавленная злость «выстреливает» в решающие моменты выступления, часто в противоположных формах: открытая ярость (атлет кричит и бросает инвентарь) или избегательное поведение, запущенное злостью.

Пример: статусный игрок проигрывает матч слабому сопернику. Несколько попыток перенастроить игру не дали результата, у соперника же все получалось. Злость атлет «прикрыл» иронией. Вместо того, чтобы биться дальше, атлет обесценил происходящее, все перевел в шутку и перестал бороться.

Y (yeaming) – тоска. У пограничного атлета нарушены базовые потребности в безопасности, поддержке и безусловной любви. Именно их он будет (безуспешно) искать во всех отношениях. Подсознательно он ждет от тренеров или партнеров по команде, что они окажутся для него «идеальными родителями», готовыми постоянно отдавать, жалеть, принимать любым, знающими, когда отстраниться. Когда завышенные ожидания не реализуются, атлет разочаровывается, и это разочарование может перейти в депрессию. Пограничного атлета трудно любить – с таким-то непростым характером. И даже если вокруг него оказываются люди, готовые принять



его и поддержать, он склонен эту поддержку обесценивать, требуя «больше». В современном спорте проблема развилась до глобальных масштабов. Команды почти полностью составлены из атлетов пограничной организации (разной степени выраженности), к этому типу относятся и большинство тренеров. Поэтому «нуждающимся», опустошенными и «требуемыми» особой поддержки оказываются сразу все. Не способные к поддержке самого себя и других, атлеты и тренеры прибегают к химическим «утешителям»: алкоголю, снотворному, транквилизаторам, наркотикам, еде. Когда не помогает и это, атлеты могут выбрать суицид.

Пример: в период кризиса финансирование региональной спортшколы сократилось, тренеры стали уходить, календарь соревнований ужался. Атлеты перестали видеть горизонт: осознание бессмысленности многолетней работы и отсутствие перспектив толкнуло к серии попыток суицида – три эпизода за два месяца.

Как работать с пограничным атлетом

Это настоящий парадокс: психологически уязвимые атлеты выбирают работу, где постоянно сталкиваются с нагрузками, которые не могут выдержать. Большинство тренеров и менеджеров это очень злит. Но мы должны напоминать себе о том, что такое положение дел – во многом результат некорректного функциони-

ДЛЯ ПОГРАНИЧНОГО АТЛЕТА

характерна почти полная нерезистентность к негативным эмоциям. Он почти не умеет их выражать словами и реагирует на них поведенчески, что выражается в автоматизме поведения и в реакции избегания.

Фото: Владимир Песня/МИА «Россия сегодня»

рования отечественной системы спортивной подготовки, которая подталкивает спортсмена к раннему форсированию нагрузок.

Способен ли помочь психолог? Да. Но людям с нарушениями пограничного спектра предписана долгосрочная психотерапия (продолжительностью от одного года и более). Для ее обеспечения команда должна держать в качестве штатного сотрудника психолога, работающего в психодинамическом подходе (гештальт, психоанализ и др.).

Практика показывает, что краткосрочные интенсивные протоколы психологической работы с такими атлетами возможны в двух случаях:

- если спортсмен не сильно нарушен;
- если используется индивидуальный (не групповой) формат работы.

В противном случае атлеты, не способные выдержать поднимающуюся во время работы тревогу, убегают из терапии. Здесь психолог бессилён: если в обычную терапию «пограничник» приходит сам, вымотанный своим дезадаптивным поведением, то у спортсмена

в этом нет нужды. В его представлении у него все хорошо: есть деньги, работа, поездки и пр. А собственная нерезультативность его не беспокоит.

Пример: гонщик, за два года сменивший три команды и разорвавший брак, с энтузиазмом бросается в программу ментальной подготовки. Во время третьей сессии (анализ выдерживания дискомфорта) у атлета наблюдается приступ сильной тревоги. Он начинает беспорядочно двигаться, его речь ускоряется и уходит «в сторону» от переживания негативного аффекта. После этого атлет не возвращается в программу, ссылаясь на то, что она его «вгоняет в депрессию». Параллельно атлет саботирует тренировочные и соревновательные задачи тренера, пропускает допинг-тест. Но даже после таких нарушений его оставляют в команде.

В известном смысле тренер – это единственный человек, который заинтересован в продуктивности пограничного спортсмена, и единственный, кто может воздействовать на него, используя эффективную коммуникацию. Чтобы понять, как общаться со спортсменом, надо увидеть, кто он такой. Тренеру выпало работать с человеком, который:

- испытывает страх и злость к людям;
- плохо осознает и контролирует эмоции;
- расщеплен: «Я хороший, другие плохие»;
- переживает стресс подобно двухлетнему ребенку;
- имеет низкую самооценку, обесценивает себя и других;
- ждет, что тренер будет ему идеальным родителем.

Поддержание мотивации

Устанавливаем границы

Атлет-«пограничник» склонен исказить действительность. За это ответственны его многочисленные примитивные защиты: расщепление, проекция, отрицание, обесценивание и др. Чтобы работа с ним не выливалась в бесконечные скандалы и саботаж, на точке входа надо установить жесткие правила-границы, прояснить, хочет ли спортсмен их соблюдать, и взять осознанное обещание атлета это делать (если надо, то прописать их в контракте). Эти правила могут оговаривать:

- согласование командных и личных целей атлета;
- полное выполнение тренировочного плана;
- обязательный и регулярный учет нагрузок;

- пропуск тренировочных или соревновательных мероприятий только при наличии медицинской справки;
- соблюдение антидопинговых правил;
- соблюдение режима питания и восстановления.

Атлету должна быть представлена система санкций за нарушение правил. Эти правила полезны прежде всего самому атлету. Например, находясь под высокой тренировочной нагрузкой, он может чувствовать, что у него все плохо получается и он плохой; тогда тренер обращается к цифрам и объясняет атлету, что тот тяжело работает, что раздражение – нормальная реакция, что скоро наступит адаптация.

Важно «договориться на берегу», каковы зоны ответственности атлета и тренера.

Пограничный атлет (отсюда и происходит термин «пограничный») часто нарушает границы, свои и чужие. Понятной будет такая структура границ:

- тренер понимает цели спортсмена, предлагает методику и следит за ее выполнением;
- атлет соглашается с тем, чтобы тренер его держал под нагрузкой во имя достижения его, атлета, целей.

Тренер «пограничника» должен быть готов к тому, что атлет «залезет» на его территорию и начнет пытаться снизить нагрузки, обесценивать его или требовать особого отношения. Тогда тренер напоминает: «Я понимаю, что тебе тяжело, но мы в профессиональных отношениях, которые ты сам выбрал; я не твой родитель, а помогающий тебе профессионал».

Практика показывает, что удержание границ является для тренера тяжелой задачей. По трем причинам:

- тренер испытывает трудности с соблюдением собственных границ: может нарушать режим и рабочие обязательства;
- тренер боится идти на здоровый конфликт;
- тренеру не хватает прикладных навыков – заготовленных фраз, которые должны произноситься уверенным голосом в ситуации кризиса.

Выясняем скрытые потребности

Каждый раз, когда атлет «сливает» задачу, тренер проясняет: «Чему в действительности служит твое поведение – достижению цели или самосохранению?», показывает ему динамику набора формы (в цифрах), объясняет риски недостижения цели и обрыва карьеры, рисует будущее.



Возвращаем ответственность

Атлет-«пограничник» испытывает сложности с присвоением ответственности. Это происходит из-за расщепления (раздельное хранение негативных и позитивных аффектов и дальнейшая блокировка негативных переживаний) и неразвитой идентичности. Подобно Шуре Балаганову, он не умеет хотеть чего-то большего, что выходило бы за рамки безопасности и самосохранения. Тренер должен постоянно напоминать о причинно-следственном принципе, напоминать атлету о том, какие его действия привели к такому нежелательному результату.

Пример. Лидер сильной команды часто скрывалась больной и с этим аргументом саботировала нагрузку. Тренеру было удобно «верить». Когда атлет постоянно не выходит из зоны комфорта, накапливается физическая и ментальная недотренированность. В течение трех лет атлет и его команда много проигрывали. Вместо того чтобы увидеть свою прямую роль в потере класса, атлет жаловался на нечестную конкуренцию и неисполнительных партнеров. Примечательно, что тренер критиковал атлета за глаза, но напрямую не прояснял вопрос ответственности за провал.

Регуляция эмоций

Для пограничного атлета характерна почти полная нерезистентность к негативным эмоциям. Он почти не умеет их выражать словами и реагирует на них поведенчески, что выражается в автоматизме поведения и в реакции избегания.

Пример: гонщик, назначенный на роль капитана на важной гонке, так боялся проиг-

ЭТО НАСТОЯЩИЙ ПАРАДОКС:

психологически уязвимые атлеты выбирают работу, где постоянно сталкиваются с нагрузками, которые не могут выдержать. Такое положение дел – результат некорректного функционирования отечественной системы спортивной подготовки, подталкивающей спортсмена к раннему форсированию нагрузок.

Фото: Алексей Куденко/МИА «Россия сегодня»

рать, что стал бессознательно уезжать в хвост группы. Чтобы не испытывать страха, он просто начал ездить медленно, выбрав положение «в этой гонке у меня не получилось, чего с меня взять?!».

В области регуляции эмоций у тренера самая сложная задача. Он добивается нескольких вещей:

- чтобы атлет говорил о том, что он чувствует, а не отыгрывал это поведением: «замечай, что ты делаешь, когда злишься», «смотри, вместо того, чтобы рассказать мне, что ты хочешь, ты начинаешь орать и уходишь»;
- чтобы атлет понял, что плохие эмоции – это нормально и непредосудительно: «Если ты мне скажешь, на что ты злишься, это не разрушит меня, но позволит лучше понять, как тебе помочь»;
- чтобы атлет признавал свою уязвимость, это позволяет видеть слабые места и преодолевать эти слабости: «Страх – это биологический ответ тела на опасную ситуацию; давай сделаем релаксацию», «мне тоже часто бывает страшно»;
- обеспечивает поддержку, чтобы атлет мог успокоиться и вернуться в рабочее состо-

яние: «Я вижу, как тебе плохо, и я вижу, как ты старался. Давай обнимемся, подышим, перекусим и пойдем готовиться к завтрашней игре».

«Пограничники» особенно чувствительны к нескольким вещам:

- критика;
- отвержение;
- игнорирование;
- наказание.

Если тренер по неаккуратности применяет любую из этих стратегий, то это наверняка будет провоцировать в атлете мощный приступ негативного аффекта.

Работа с дисфункциональным мышлением

Мышление «пограничников» жестко структурировано с опорой на долженствования («я должен быть идеальным») или на дисфункциональные убеждения о самом себе («Я плохой» и «Меня все бросят»). Тренер занимается тем, что подвергает критике эти убеждения. По сути он защищает атлета от собственной голы.

- «Кто от тебя требует, чтобы ты делал это идеально? Я не требую. Сделай как умеешь».
- «Должен кому? Мне ты ничего не должен. Ты это делаешь, потому что хочешь сам».
- «Ты не плохой. Не бывает однозначно хороших или плохих людей. В каждом из нас есть и то, и другое».
- «Если ты проиграешь, это изменит отношение к тебе тех, кто тебя действительно любит?»
- «Ты говоришь, что я тебя игнорирую... У тебя есть другое объяснение того, почему я не смог быстро ответить на твой звонок?»
- «Ты говоришь, что команда тебя не любит... Ты прояснял это у ребят?»

Из-за того, что у пограничного атлета очень активен механизм обесценивания себя и других, большую часть времени он находится в субдепрессивном состоянии. У него столько требований к себе и другим, что их трудно удовлетворить.

Тренер должен напоминать атлету о его достижениях, о том, чего он уже достиг, и о необходимости быть благодарным:

- «Ты уже приехал на Олимпиаду – это много. Я понимаю, что тебе страшно не показать результат. Давай воспринимать каж-

дый день по отдельности и фокусироваться на процессе»;

- «То, что ты себя ругаешь, только усугубляет твоё плохое состояние. Поддержи себя! Ты не сделал ничего страшного, просто допустил ошибку»;
- «Ты критикуешь персонал: возможно, тебе стоит открыто им объяснить, что тебя не удовлетворяет»;
- «Вижу, что ты разочарован, но ты готовился к этому ЧМ целый год. Назови мне пять аргументов, почему ты заслужил тут выступать, и дай три причины, почему ты хочешь это пережить».

Тренер в контрпереносе

Работа с пограничными атлетами изматывает. Это происходит потому, что тренер – зачастую тоже человек с пограничной личностной организацией, и он попадает в эмоциональный контрперенос. В контакте с тренером атлет начинает «переносить» на него эмоции и поведение, как будто тренер – это родитель. При контакте с атлетом тренер начинает чувствовать ответный «перенос». Он чувствует или как сам атлет, или как родитель атлета.

Пример 1. Тренер, недавно завершивший карьеру гонщика, работал с очень нарушенным, но талантливым атлетом. Атлет регулярно саботировал нагрузки, на соревнованиях выступал хуже ожидаемого, нарушал режим. Сначала тренер испытывал сильную злость, потом стал чувствовать потерю желания работать. Так продолжалось, пока не наступило выгорание (ощущение не проходящей физической усталости и потери мотивации). Тренера заменили на другого. Спортсмен, который не откликнулся на тренировочную нагрузку результатом, заставил тренера почувствовать себя некомпетентным, «плохим».

Пример 2. Боксер проиграл важный турнир, и тренер надолго перестал с ним разговаривать. Сам тренер признавал, что он амбициозен и не выносит провала, что неудача атлета заставила его самого чувствовать себя «плохим». Тренер стал наказывать атлета, невзирая на полное осознание своих действий.

Для того чтобы лучше функционировать, находясь под влиянием контрпереноса, можно предусмотреть две вещи:

- 1 Знать свои слабые места. Чего я боюсь: критики, брошенности, наказания... Так тренер заметит кризисные ситуации и будет ориентироваться по собственным чувст-



вам в отношении того, что чувствует сейчас атлет (и, соответственно, как ему можно помочь).

2 Говорить, что я сейчас чувствую. В момент переноса человека захватывает аффект, и он дезориентируется. Вернуться к нормальному состоянию можно только посредством вербализации своих переживаний.

Заключение

Пограничный спортсмен – это продукт пренебрежения законами возрастного развития со стороны родителей, тренеров, самой системы управления спортом. Это человек с проблемами в определяющих для спорта областях: отношения, нагрузки, эмоции, уверенность, координация. Работа с пограничными атлетами требует от тренера дополнительной квалификации, развитой способности к самоосознанию. Специалист должен пройти обучение. Он должен понимать, что ключевую роль играет зрелость его собственной личности. Если свести роль тренера к двум словам, это будет «ограниченное родительство»; только в этом коконе поддержки и дисциплины атлет может удержаться под нагрузкой, позволяющей показывать высокие результаты. Откладывать развитие этой компетенции не имеет смысла: подавляющее большинство атлетов в подростковом и взрослом сегментах являются носителями

У ПОГРАНИЧНОГО АТЛЕТА

нарушены базовые потребности в безопасности, поддержке и безусловной любви. Подсознательно он ждет от тренеров или партнеров по команде, что они окажутся для него «идеальными родителями», готовыми постоянно отдавать, жалеть, принимать любым, знающими, когда отстраниться. Когда завышенные ожидания не реализуются, разочарование атлета может перейти в депрессию.

Фото: Евгений Биятов/МИА «Россия сегодня»

пограничных и нарциссических личностных нарушений. Современная система спортивной селекции не предусматривает их отбраковки. Тренеру неизбежно придется сделать выбор: или научиться с ними работать, или подвергнуть самого себя риску выгорания в профессии.

Использованная литература:

1. Гринберг Э. «Лечение пограничных расстройств». Пер. с англ. О.Д. Шустовой, под ред. Елены Кузнецовой. М.: КТЦ гештальт-анализа, 2011. 36 с.
2. Scott H. Kellogg, Jeffrey E. Young Schema. Therapy for Borderline Personality Disorder. Journal of Clinical Psychology, Vol. 62 (4), 445–458 (2006).
3. Young, Jeffrey E., Klosko, Janet S. & Weishaar Marjorie E. Schema therapy: A practitioner's guide. New York: Guilford Press, 2003.



*Олег Захаров,
мастер спортивного администрирования (MSA),
тренер высшей категории, президент Ростовской
ассоциации киокусинкай*



Ката в олимпийском карате

С 1 января 2019 года Всемирная федерация карате (WKF) внесла изменения в правила соревнований. Полностью обновлена система судейства в ката. Новшества должны помочь сторонним зрителям быстрее вникнуть в правила соревнований, а также повысить уровень интереса к виду спорта. Это особенно актуально с приближением Игр Токийской Олимпиады-2020.

Всемирная федерация карате признана Международным олимпийским комитетом (МОК) с 1999 года, ее членами является 191 страна мира. WKF проводятся национальные чемпионаты по карате, континентальные чемпионаты и чемпионаты мира. Представительство стран на этих чемпионатах впечатляет: к примеру, на чемпионате мира по карате в австрийском Линце собрались спортсмены из 110 стран, а на чемпионате Европы – из 48 стран. Именно WKF проводит сейчас яркие, зрелищные этапы Премьер-лиги Карате 1, в которых в течение года соревнуются лучшие спортсмены мира. Также карате WKF представлено в программе Игр континентов (Европейские игры, Азиатские и т. д.), в программе Сурдолимпиады. В октябре 2018 года в Буэнос-Айресе прошли Юношеские Олимпийские игры, на которых впервые было представлено карате.

На Олимпийских играх Токио-2020 будут представлены по три весовые категории у мужчин и у женщин в кумитэ плюс соревнования по ката, в которых будут соревноваться по 10 лучших каратистов, отобранных на основе рейтинга. И, соответственно, отбор будет жесточайший. Дополнительно необходимо зарабатывать рейтинговые баллы на отборочных этапах Премьер-лиги Карате 1.

Карате, как спорт высших достижений, стремилось к олимпийской премьере в течение 50 лет, начиная с первого чемпионата мира в 1970 году. В связи с этим сегодня в мировом карате происходит радикальное изменение подготовки сборных команд, что не может не отражаться на методических подходах к построению тренировочного процесса и формированию программы подготовки с учетом индивидуальных особенностей спортсменов.

Массовому зрителю, не вникающему в тонкости вида спорта карате,

понятна дисциплина кумитэ (поединок двух спортсменов). А вот дисциплина ката (сольное исполнение комплексов приемов) не имеет аналогов в олимпийском спорте, поэтому есть риск недопонимания со стороны зрителей. В этой статье попытаемся рассмотреть особенности ката как соревновательной дисциплины (критерии судейства и особенности судейской практики), а также проанализируем результаты выступлений лучших спортсменов.

Ката как индивидуальный вид спортивного единоборства

Ката можно определить как строго регламентированные упражнения, представляющие собой комбинации приемов защиты и нападения, выполняемые по определенным траекториям и в точно установленной последовательности, имитирующие реальный бой за жизнь с несколькими противниками, из которого выполняющий ката выходит победителем. Каждое ката имеет собственное название или порядковый номер.

Ката – уникальный вид соревновательной деятельности, представляющий собой индивидуальный вид спортивного единоборства.

Ката, включенные в официальный список ката WKF, выбираются из четырех стилей карате: Годзю-рю, Сито-рю, Сётокан и Вадо-рю.

В Годзю-рю (10 ката) большое внимание уделяется сочетанию мягких круговых техник

блокирования с сильными контратаками, выполняемыми в быстрой последовательности. Стил Сито-рю использует большое количество ката (43 из них одобрены для соревнований) и характеризуется акцентом на силе во время выполнения. Сётокан (21 ката) отличаются мощные линейные техники и глубокие стойки. Вадо-рю (10 ката) сочетает в себе базовые движения Дзю-дзюцу с техниками отклонений, с акцентом на мягкость и путь гармонии или духовную дисциплину.

В соревнованиях в рамках WKF могут исполняться только ката из официального списка. Во время соревнований по ката применяется система выбывания с утешительным выходом. Участники должны выполнять другое ката в каждом раунде. То есть после того, как ката было выполнено, оно не может быть повторено во время соревнований вне зависимости от того, сколько раундов должен пройти участник. Количество требуемых различных ката зависит от количества зарегистрированных отдельных участников или команд, как показано в таблице 2.

При оценке выступления участника или команды судьи оценивают три основных критерия, имеющих одинаковое значение при начислении баллов:

- соответствие самой форме и стандартам применяемого стиля (Рю:ха);
- техническое исполнение, оценивается по семи критериям: стойки, техники, пере-



ходные движения, интервалы времени и синхронизация движения, правильное дыхание, фокусировка (кимэ: короткое изометрическое сокращение мышц, выполняемое при завершении техники) и техническая сложность;

- спортивное выполнение: сила, скорость, равновесие и ритм; исполнение оценивается от поклона в начале ката до поклона, заканчивающего ката.

Участники выбирают свои ката, учитывая раунд поединка, серьезность соперника и собственный текущий уровень подготовки. Тем не менее порядок ката должен быть тщательно спланирован, ведь ката может использоваться только один раз в конкретном соревновании. Также следует принимать в расчет различные техники, прыжки и длину ката. Все эти требования заставляют каратэка выбирать свои ката тактически.

ТАБЛИЦА 2

Количество требуемых в соревновании ката

Количество участников	Количество требуемых ката
65–128	7
33–64	6
17–32	5
9–16	4
5–8	3
4	2

ТАБЛИЦА 1

Официальный список ката WKF

1	Анан	35	Дзиин	69	Пассай
2	Анан Дай	36	Дзион	70	Пинан Сёдан
3	Ананко	37	Дзиттэ	71	Пинан Нидан
4	Аояги	38	Дзюроку	72	Пинан Сандан
5	Бассай	39	Кантин	73	Пинан Ёндан
6	Бассай Дай	40	Канку Дай	74	Пинан Годан
7	Бассай Сё	41	Канку Сё	75	Рохай
8	Тятан'яра Кусанку	42	Кансю	76	Сайфа
9	Тибана-но Кусянку	43	Кисимото-но Кусянку	77	Сантин
10	Тинтэ	44	Косокун	78	Сансай
11	Тинто	45	Косокун Дай	79	Сансэйру
12	Энпи	46	Косокун Сё	80	Сансэру
13	Фукюгата Ити	47	Курурунфа	81	Сэйтин
14	Фукюгата Ни	48	Кусанку	82	Сэйэнтин (Сэйюэнтин)
15	Ганкаку	49	Кян-но Тинто	83	Сэйпай
16	Гарю	50	Кян-но Вансю	84	Сэйрю
17	Гэкисай (Гэксай) 1	51	Мацукадзэ	85	Сэйсян
18	Гэкисай (Гэксай) 2	51	Мацумура Бассай	85	Сэйсан (Сэсан)
19	Годзюсихо	53	Мацумура Рохай	87	Сихо Косокун
20	Годзюсихо Дай	54	Мэйкё	88	Синпа
21	Годзюсихо Сё	55	Мёдзё	89	Синсэй
22	Хакүтё	56	Найфантин Сёдан	90	Сисотин
23	Хангэцу	57	Найфантин Нидан	91	Сотин
24	Хауфа (Хаффа)	58	Найфантин Сандан	92	Супаринпэй
25	Хэйан Сёдан	59	Найхантин	93	Тэки Сёдан
26	Хэйан Нидан	60	Нидзюсихо	94	Тэки Нидан
27	Хэйан Сандан	61	Нипайпо	95	Тэки Сандан
28	Хэйан Ёндан	62	Нисэйси	96	Тэнсё
29	Хэйан Годан	63	Охан	97	Томари Бассай
30	Хэйку	64	Охан Дай	98	Унсю
31	Исиминэ Бассай	65	Оядомари-но Пассай	99	Унсу
32	Итосу Рохай Сёдан	66	Патю	100	Усэйси
33	Итосу Рохай Нидан	67	Пайку	101	Ванкан
34	Итосу Рохай Санан	68	Папурэн	102	Вансю

Примечание: названия некоторых ката повторяются вследствие вариаций, свойственных транскрипции при романизации. В некоторых случаях ката может быть известно под другим именем от стиля к стилю (рюха), а в исключительных случаях идентичное имя могут иметь в действительности разные ката от стиля к стилю.

ТАБЛИЦА 3

Модель наиболее часто выполняемых ката в соответствующем раунде по стилям

Стиль Сито-рю			Стиль Сётокан	
1-й раунд	Аннан	115	1-й раунд	Годзюсихо Сё
2-й раунд	Тятан'яра Кусянку	41	2-й раунд	Унсу
3-й раунд	Супаринпай	32	3-й раунд	Канку Сё
4-й раунд	Пайку	7	4-й раунд	Годзюсихо Дай
5-й раунд	Курурунфа	7	5-й раунд	Ганкаку
6-й раунд	Нипайпо	2	6-й раунд	Сотин
7-й раунд	Унсу	3	7-й раунд	Канку Дай

Модель наиболее часто выполняемых ката в зависимости от раунда соревнований была определена исследованием, проведенным группой зарубежных ученых, которые проанализировали восемь следовавших друг за другом соревнований Премьер-лиги Карате 1, имевших место в 2015 году: январь (Париж, Франция), февраль (Алмере, Нидерланды; Шарм-эш-Шейх, Египет), май (Сан-Паулу, Бразилия), сентябрь (Стамбул, Турция; Кобург, Германия), октябрь (Зальцбург, Австрия) и ноябрь (Окинава, Япония).

В общей сложности исследование охватило 841 спортсмена (477 мужчин и 364 женщины). Это все спортсмены, которые участвовали в изучаемых соревнованиях по Карате 1. Всего было проанализировано 929 состязаний (520 в категории мужчин и 409 в категории женщин). Это количество представляет все состязания, которые имели место во время проанализированных соревнований по Карате 1. Всего было выполнено 1858 ката (1041 в мужской категории и 817 в женской).

Данное исследование ката, выполненных на самом высоком уровне мирового карате, показало, что наиболее предпочтительным стилем ката был Сито-рю, за которым следовал стиль Сётокан.

Ката Курурунфа было самым используемым ката в Годзю-рю. Наиболее исполняемым ката было Годзюсихо стиля Сётокан и Анан стиля Сито-рю.

Наиболее успешными являются более короткие динамичные ката Сито-рю, такие как Хэйку и Патю. Ката более высокого порядка Тятан'яра Кусянку, Ганкаку и Унсу относятся к наименее успешным ката.

Победитель в соревнованиях по карате высокого уровня не зависит от уровня сложности ката. Складывается впечатление, что судьи оце-

нивают не столько нагрузочную сложность, но в основном исполнение техник.

Участники стиля Сито-рю имеют в своем репертуаре для исполнения Аннан, Супаринпай, Тятан'яра Кусянку, Пайку, Курурунфа, Нипайпо и Папурэн, тогда как участники стиля Сётокан имеют Годзюсихо Сё, Унсу, Канку Сё, Годзюсихо Дай, Эмпи, Ганкаку и Сотин, причем женщины выбирают менее физически взыскательные ката по сравнению с мужчинами.

Наиболее успешные участники сохраняли свои самые длинные и сложные ката для финальных раундов или раундов против равного соперника.

Рекомендуется концентрироваться на менее банальных ката, которые смогли бы привлечь внимание судей. Участники должны отдавать предпочтение более коротким динамическим ката, интенсивность в которых не уменьшается, как это имеет тенденцию в более длинных ката.

Проблемы судейства

Карате, как олимпийский вид спорта, и ката, как один из видов соревновательной деятельности в спортивном карате, должны отвечать основным современным неписанным требованиям, предъявляемым ко всем видам спорта, входящим в программу Олимпийских игр; быть зрелищными и коммерчески выгодными.

Зрелищность. Спорт в своем социальном проявлении – это зрелище, шоу. Спорт существует прежде всего для зрителей. Зрелищность спортивных игр и единоборств не нуждается в комментариях. В индивидуальных же видах спорта зрителей привлекает возможность наблюдать проявления физических и технических способностей высококвалифицированных спортсменов, которые недоступны среднему человеку (поэтому так популярны

легкая и тяжелая атлетика, плавание, гимнастика и др.).

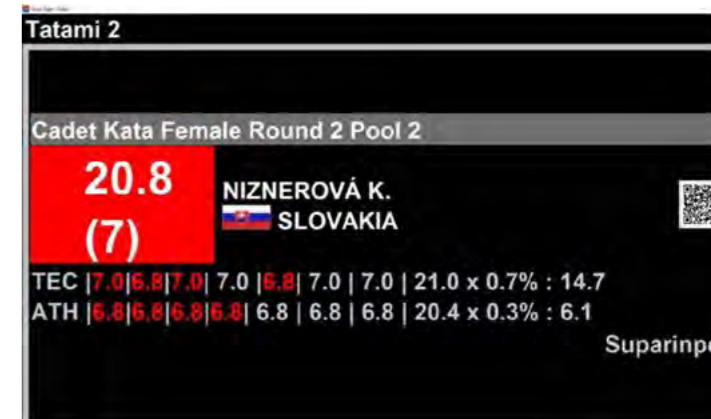
Коммерческая выгода. Спорт – это выгодный вид коммерческой деятельности. Главная коммерческая задача спортивных состязаний – привлечь как можно больше зрителей. Много зрителей – много денег, поступающих от продажи билетов и спортивной атрибутики на соревнованиях, прав на их трансляцию теле- и радиокомпаниям. Много денег – широкие возможности для популяризации вида спорта и привлечения новых занимающихся, что влечет за собой увеличение выпуска и продажи спортивных товаров для данного вида спорта и их рекламы в средствах массовой информации, что, в свою очередь, повышает интерес СМИ к соревнованиям по этому виду спорта, которые своей деятельностью способствуют притоку новых зрителей и занимающихся.

Налицо замкнутый круг самодостаточной системы. Чтобы соответствовать этим требованиям, соревнования по карате в целом и выполнение ката как вид соревновательной деятельности в частности должны представлять собой сплав максимального проявления физических качеств – прежде всего скоростно-силовых способностей, технического совершенства, двигательной эстетики и артистизма.

Одна из важных проблем – проблема судейства соревнований по ката. Основным методом оценки в карате является метод экспертных оценок. Такой метод изначально субъективен. За счет субъективных предпочтений или допускаемых ошибок в судействе возникает возможность присудить технические оценки спортсменам, которые имитируют соревновательную активность, тем самым повышая вероятность победы слабого бойца над более сильным.

В современном спорте существуют следующие системы выявления победителя:

- объективная (результат фиксируется инструментальным способом, судьи не могут повлиять на результат, а только контролируют соблюдение равных стартовых, финишных и других условий для спортсменов);
- объективно-субъективная (присутствуют объективные условия определения результата (например, мяч забит в ворота), но его окончательная фиксация или оценка его качества зависит от решения судей);
- субъективная (результат полностью зависит от решения судей).



В настоящее время к субъективной системе оценивания победителя относятся и соревнования по ката. К сожалению, есть масса примеров, когда из-за личной антипатии, корпоративной предвзятости, этической незрелости судьи могут необъективно оценить выступления спортсменов. От судейского субъективизма зачастую страдают перспективные спортсмены, особенно дети. Это наносит огромный вред спортивному движению, понижает мотивацию спортсменов, а иногда приводит и к оттоку занимающихся из спортивных секций.

В.П. Фомин пишет: «Судья – живой человек, а не компьютер, который безучастно сканирует движущееся «изображение» и выдает формализованный результат». Он отмечает, что решающее значение в судействе соревнований по ката приобретают личный опыт и уровень мастерства судей. Эти критерии обуславливают целостность восприятия выступлений спортсменов и спонтанность решений. Профессиональная квалификация и знание нормативных критериев судейства, по его мнению, позволяют эксперту обосновывать свою оценку, а при необходимости – исправлять возможную судейскую ошибку [6, с. 39].

ТАБЛИЦА 4

Пример результата оценки

	судья 1	судья 2	судья 3	судья 4	судья 5	судья 6	судья 7	Всего	Коэффициент	результат
Техническое исполнение	8,0	8,2	7,8	7,8	8,4	8,4	8,2	24,4	0,7	17,10
Спортивное исполнение	7,8	8,2	7,8	8,2	8,2	8,4	8,4	24,6	0,3	7,38

Всего: 24,48

За почти полувековую историю мировых первенств по ката правила соревнований несколько раз незначительно менялись, но причиной этих изменений были попытки повысить зрелищность соревнований, а отнюдь не поиск объективной системы судейства.

Изменения в правилах

С целью упрощения соревнований по ката Всемирная федерация карате модернизирует систему судейства: вместо принятия решений голосованием хантэй (с поднятием флажков пятью судьями) будет введена система начисления баллов. Новый подход подразумевает работу панелью из семи судей, которые оценивают технику (70% количества баллов) и атлетизм (30% баллов). Две самые высокие и две самые низкие оценки будут исключаться, оставляя три голоса. Оставшиеся оценки суммируются, этот результат и присуждается спортсмену за выступление.

Это выглядит так: все участники соревнований по ката теперь будут разделены на пулы по восемь каратистов. Четыре участника каждого пула, получившие наилучшие результаты по итогам раунда, выходят в следующий круг. Соревнования будут продолжаться аналогичным образом, пока не останется всего два пула по восемь участников. Далее по три лучших катиста из каждого пула будут претендовать на финалы: спортсмены, занявшие второе и третье места в своих группах, будут бороться за бронзовые медали, а лучшие катисты оспорят золото.

Если участники наберут одинаковое количество очков, им придется выполнить по дополнительному комплексу ката. Так в случае необходимости будут определяться обладатели «путевок» в последующие раунды.

Изменения касаются как индивидуального, так и командного ката. Также подчеркнем, что

РИСУНОК 4

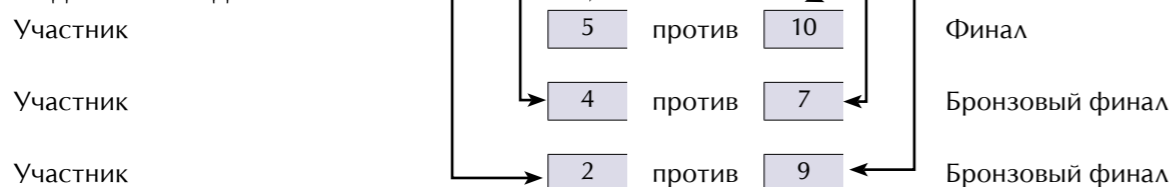
Отборочный раунд

Участник	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Оценка в 1-м раунде	21,20	24,00	18,80	24,00	27,40	21,20	23,80	18,80	24,00	27,40
Оценка во 2-м раунде	22,00	23,60	21,00	23,80	28,00	22,60	23,80	21,00	23,80	28,00
Средняя оценка	21,60	23,80	19,90	23,90	27,70	21,85	23,80	19,90	23,90	27,70

Рейтинговый раунд

Участник	2	4	5	7	9	10
Оценка в 3-м раунде	22,00	24,03	28,00	23,20	24,60	26,00
Рейтинг в группе	3	2	1	3	2	1

Медальные поединки



в командном ката финальные противостояния будут ограничиваться лимитом в 5 минут.

Следующая таблица иллюстрирует организацию олимпийских соревнований по ката.

Критерии оценки ката

Сложность в выработке оценочных критериев связана с субъективно-эмоциональным характером оценки судьями выполнения ката спортсменами. У каждого человека эмоциональная сфера развита по-разному, и вытекающие из этого субъективные оценочные критерии различны. Для одних судей определяющим фактором при вынесении оценки является уровень проявления физических качеств (быстроты, силы и проч.), для других – техническая подготовленность и эмоциональная выразительность. При этом надо заметить, что проявление максимальных физических усилий возможно только после входа в определенное психоэмоциональное состояние.

Оценивая результативность участника или команды, судьи исходят из двух основных критериев: технического и спортивного исполнения.

Исполнение оценивается от поклона, начинающего ката, до поклона, заканчивающего ката, за исключением командных матчей за медали, где исполнение, а также хронометраж начинается с поклона в начале ката и заканчивается, когда исполнители кланяются после завершения Бункай.

Допускаются незначительные вариации в соответствии со стилем (рюха) карате участника.

Техническому и спортивному исполнению присваиваются отдельные оценки с использованием одной и той же шкалы от 5,0 до 10,0 с шагом 0,2, где 5,0 представляет наименьшую возможную оценку для ката, которое принимается как выполненное, а 10,0 представляет собой наивысшую оценку исполнения. Дисквалификация указывается при помощи оценки 0,0.



В правилах WKF обозначены следующие критерии для оценки исполнения ката.

1. Техническое исполнение

- Стойки.
- Техники.
- Переходные движения.
- Таймирование.
- Правильное дыхание.
- Фокусировка (КИМЭ).
- Соответствие: совместимость в исполнении КИХОН стиля (рюха) в ката.

2. Спортивное исполнение

- Сила.
- Скорость.
- Баланс.

В своих работах Ю.Л. Орлов выделяет три основные группы критериев оценки ката: физическую, техническую и эмоциональную.

К физической группе критериев относится оценка соблюдения правильности действий ката с позиций биомеханики, уровня проявления скоростно-силовых и координационных способностей, произвольного мышечного напряжения и расслабления и др.

К технической группе критериев относится оценка правильности формы, амплитуды и траектории движений приемов, выполняемых в ката, с позиций технических канонов карате, распределения мощности усилий и правильности дыхания, уровня проявления необходимой концентрации силы в конце движений, точности переходов от одного движения к другому и отсутствия лишних движений, устойчивости равновесия и др.

К эмоциональной группе критериев относится оценка индивидуального темпоритмического рисунка выполнения ката, пластичности, точной выдержанности пауз, достаточного уровня проявления дзансин (состояние максимальной психической мобилизации до начала и после окончания боевых действий) и тякуган (наблюдение за воображаемыми противниками), правильного мэцукэ (техника взгляда), других средств выразительности.

Необходимо заметить, что это деление достаточно условно, потому что, например, распределение усилий, относящееся к технической группе критериев, непосредственно связано с темпоритмом выполнения ката, относящимся к эмоциональной группе, и произвольным мышечным напряжением и расслаб-

лением, которое принадлежит к физической группе.

Как игра хорошего актера завораживает зрителей, заставляет их сопереживать происходящему на сцене или экране, вызывая искренние слезы, негодование или смех, так и совершенно выполненное движение может вызвать ощущение эстетического наслаждения. Красиво забитый гол кроме само собой разумеющегося взрыва эмоций у болельщиков данной команды доставляет удовольствие и зрителям, болеющим как за другую команду, так и не болеющим ни за одну из них. Сложный прыжок в воду с вышки или каскад трудных элементов в гимнастике или фигурном катании неизменно вызывают аплодисменты даже неискушенных зрителей.

В карате, как и в других видах японских боевых искусств, стремление к двигательному совершенству является одной из основных целей. Строгая и лаконичная двигательная эстетика, лишенная вычурности сдержанная элегантность являются одним из проявлений традиционного японского менталитета. В будо (яп. «воинский путь» – общее обозначение боевых искусств Японии) эстетика совершенного по форме боевого движения называется «субуми-доса», дословно – «изысканное движение». Победа не любым путем, а красивая победа одним совершенным по форме, дистанции и моменту ударом, победа без боя – вот конечная цель любого японского боевого искусства.

Ката в разных формах и под разными названиями существуют во всех видах боевых искусств, являясь одним из методов достижения мастерства и последующего совершенствования в нем. Ката и переводится как «образец», «форма». Применительно к японским будо термин «ката» можно перевести как «образцовая, совершенная форма выполнения приемов и боевых действий». Конечно, скептик скажет, что нет границ совершенства, и по-своему будет прав, но стремиться к совершенству необходимо.

Ката в исполнении настоящего мастера – это произведение искусства. Каждое движение мастера, каждая линия его тела вызывают эстетическое наслаждение у зрителей. Чемпионаты мира и Европы по ката с участием ведущих мастеров – незабываемые зрелища, привлекающие не меньшее внимание искушенной публики, чем соревнования по кумитэ.

Использованная литература:

1. Ермаков П.Н., Захаров О.Ю. Карате в олимпийской программе: перспективы вида на массовом уровне // Вестник Российского Международного Олимпийского Университета, № 1, 2018. С. 84–91.
2. Захаров О.Ю. Проблемы и перспективы судейства соревнований по ката в карате // Инновационные преобразования в сфере физической культуры, спорта и туризма. Научные труды XIX Международной научно-практической конференции. Ростов-на-Дону, 2016. С. 71–75.
3. Захаров О.Ю. Феномен ката в системе дальневосточной воинской педагогики // Известия Южного Федерального университета. Педагогические науки. № 4, 2017. С. 63–70.
4. Захаров О.Ю. Включение новых соревновательных дисциплин в программу Олимпийских игр как мотивационный фактор для занимающихся физической культурой и спортом (на примере ката в карате) // Экстремальная деятельность человека, № 3, 2017. С. 58–60.
5. Захаров О.Ю. Боевые искусства под влиянием коммерциализации: международный опыт и тенденции // Вестник Российского Международного Олимпийского Университета, № 4, 2018. С. 56–65.
6. Орлов Ю. Анализ критериев и технология экспертной оценки участников аттестационных семинаров и соревнований по ката в карате // Научно-популярный методический сборник «Додзэ. Воинские искусства Японии». Вып. 7. М.: ООО «Будо-спорт», 2001. С. 37–39.
7. Фомин В. Ката Кёкусинкай – формула Будо (путевые заметки с прологом и эпилогом) // Научно-популярный методический журнал «Додзэ. Воинские искусства Японии». Вып. 4. М.: ООО «Будо-спорт», 2002. С. 35–39.
8. Augustovicova D.C., Argajova J., Garcia M.S., Rodriguez M.M., Arriaza R. Top-level karate: analysis of frequency and successfulness of katas in K1 Premiere League // IDO MOVEMENT FOR CULTURE. Journal of Martial Arts Anthropology. Vol. 18, no. 4 (2018), pp. 46–53.
9. WKF competition rules amended ahead of crucial year for Karate <https://www.wkf.net/news-center-new/wkf-competition-rules-amended-ahead-of-crucial-year-for-karate/865/>
10. KARATE COMPETITION RULES EFFECTIVE FROM 1.1.2019 https://wkf.net/pdf/rules/WKF%20Competition%20Rules%202019_EN.pdf-eng.pdf



Владимир Леднев,
первый проректор Московского финансово-промышленного университета «Синергия»,
научный руководитель факультета спортивного менеджмента, зав. кафедрой спортивного менеджмента, профессор, д. э. н.

Бизнес в индустрии спорта: миф или реальность?

Современный спорт давно не ограничивается выполнением только лишь социальной функции в обществе. Он превратился в мощную индустрию и привлекательный бизнес. Большое количество международных и национальных спортивных организаций, в первую очередь профессиональные лиги и клубы, организаторы крупных спортивных соревнований, имеют прекрасные возможности коммерчески правильно использовать интерес многочисленных зрителей и болельщиков и выгодно продавать спортивные события — как увлекательное зрелище и интересное развлечение. Но даже при растущем интересе потенциальных потребителей индустрии спорта (зрители и болельщики, бизнес и СМИ) выгодно продавать спортивные события и получать прибыль удается далеко не всем. Ведь при хороших и стабильных доходах спортивных организаций надо помнить о том, что в индустрии спорта стремительно растут и расходы, особенно связанные с оплатой профессиональных спортсменов. В этой статье предпринимается попытка анализа современного этапа развития индустрии спорта (как в мире, так и в России) с целью показать, какие возможности спорт открывает сегодня бизнесу, насколько ожидания оправдываются, каковы тренды с точки зрения предпринимательского успеха в этой индустрии.

Кто сегодня реально управляет мировым спортом?

В последние 15 лет мировой спорт вышел на небывалый уровень коммерциализации, имея в виду постоянно растущие сверхдоходы международных спортивных организаций (МОК, ФИФА, УЕФА), североамериканских профессиональных лиг (бейсбол, американский футбол, баскетбол, хоккей)

и ведущих американских и европейских профессиональных клубов. Все они превратились, по сути, в крупные коммерческие предприятия, стабильно зарабатывающие на спортивных событиях.

Самые престижные и доходные события в мировой индустрии спорта — это Олимпийские игры (летние и зимние), чемпионат мира по футболу, чемпионат



мира по автогонкам «Формула-1», чемпионат мира по легкой атлетике, теннисные турниры, боксерские поединки и ряд других соревнований. К наиболее коммерчески привлекательным видам спорта сегодня можно отнести футбол, бокс, автогонки, теннис, баскетбол, гольф, ММА, хоккей, легкую атлетику, биатлон, шахматы.

Довольно часто возникают вопросы: а как всей этой огромной индустрии удастся успешно работать, кто непосредственно находится у руля, есть ли какой-то единый механизм управления? Это очень важные вопросы с точки зрения сегодняшних тенденций, а также перспектив и возможностей развития мирового спорта.

Современный мировой спорт — это огромный рынок с разными игроками, у каждого из которых есть свои интересы и возможности. Наверное, в начале 90-х годов прошлого столетия можно было с определенной уверенностью говорить, что мировой спорт во многом управляется Международным олимпийским комитетом (особенно в отношении развития олимпийского движения), но сегодня с той же уверенностью можно утверждать, что у мирового спорта — разные центры управления и разные рулевые. Почему так? Потому что мировой спорт сегодня неоднороден и очень разнообразен.

АНАЛИЗИРУЯ

рычаги управления мировым спортом, можно сказать, что сегодня нет и не может быть только одного вершителя судеб.

Фото: Алексей Филиппов/МИА «Россия сегодня»

К ведущим ключевым игрокам мировой индустрии спорта можно отнести:

- Международный олимпийский комитет (МОК), который полностью отвечает за развитие олимпийского движения и является единоличным владельцем прав на проведение двух крупнейших мульти-спортивных соревнований в мире (летние и зимние Олимпийские игры);
- международные спортивные федерации по видам спорта, каждая из которых полностью отвечает за развитие своих видов спорта, их популяризацию, самостоятельно проводит собственные чемпионаты мира и другие официальные и коммерческие соревнования по своим видам спорта (необходимо помнить, что у каждой международной спортивной федерации есть своя долгосрочная стратегия, свои ресурсы и потенциал, конкретные маркетинговые инструменты и целевая аудитория зрителей и болельщиков);

ТАБЛИЦА 1

Страны – лидеры по нарушениям антидопинговых правил (2016 год)

Место	Страна	Количество нарушений
1	Италия	147
2	Франция	86
3	США	76
4	Австралия	75
5	Бельгия	73
6	Индия	69
6	Россия	69
8	Бразилия	55
8	Иран	55
10	ЮАР	50

- крупные североамериканские профессиональные лиги и клубы, которые практически никак не связаны с МОК и международными спортивными федерациями, за исключением, пожалуй, баскетбола и хоккея; все эти профессиональные лиги и клубы – это, по сути, частный бизнес крупных собственников и инвесторов, и они развиваются на основе исключительно прагматических подходов и рыночных механизмов;
- престижный чемпионат мира по королевским автогонкам «Формула-1»;
- европейские футбольные лиги и профессиональные клубы, которые успешно проводят свои футбольные соревнования;
- профессиональный бокс с различными боксерскими организациями и ассоциациями, каждая из которых устраивает свои соревнования и титульные бои (самые известные из них – WBA, WBC, WBO и IBF);
- популярные серии теннисных турниров, которые проводят Ассоциация теннисистов-профессионалов (АТР) и Женская теннисная ассоциация (WTA);
- серия коммерческих турниров по гольфу;
- серия турниров по смешанным единоборствам (Mixed Martial Arts, MMA) и много других коммерчески успешных и популярных спортивных проектов по разным видам спорта.

В последние годы в мировом спорте участились коррупционные скандалы, допинговые разоблачения, открытые информационные войны и другие негативные явления, которые можно считать прямым следствием обострения конкуренции (порой явно недобросовестной) в ми-

ровой индустрии спорта. Спорт сегодня сильно переплетается с политикой, ему присущи все проблемы глобального мира и яростной борьбы сверхдержав.

Серьезным инструментом этой недобросовестной конкуренции в спорте сегодня нередко называют агентство ВАДА, которое регулярно обвиняет Россию в антидопинговых нарушениях. Но объективности ради стоит внимательно посмотреть официальную статистику антидопинговых нарушений и сделать определенные выводы.

ВАДА на своем сайте опубликовало официальные данные за 2016 год о нарушениях антидопинговых правил. Всего в мире зафиксировано 1595 случаев применения допинга у представителей 117 стран, которые представляют 112 видов спорта. Из этой статистики можно сделать как минимум два очень печальных вывода для мирового спорта. Во-первых, допинг проник почти во все виды спорта. Во-вторых, почти все страны, имеющие приличные спортивные достижения, отметились в этом списке. А дальше можно посмотреть, как выглядят страны-лидеры среди нарушителей антидопинговых правил (табл. 1).

Стоит подчеркнуть, что Россия не является лидером в этом своего рода черном списке ВАДА, а делит шестую-седьмую позиции с Индией. Надо отметить, что речь идет в данной таблице об абсолютных величинах. А если учесть пропорциональное соотношение тех, кто профессионально занимается спортом в каждой стране, и тех, кто нарушает антидопинговые правила (то есть взять относительные величины), то Россия еще заметно опустится в этом списке. К сожалению, некоторые страны и спортивные организации навешивают



России ярлык «допингового монстра», что не соответствует действительности, и в этом убеждают даже официальные данные ВАДА, если их внимательно и объективно анализировать.

Конечно, современный спорт очень сильно связан с политикой и идеологией. Политика, бизнес, идеология, коммерциализация и социальная составляющая спорта оказались тесно переплетены. Но если мировая индустрия спорта не хочет себя самостоятельно уничтожить, то основным игрокам мирового спорта необходимо договариваться и находить компромиссы и общие интересы.

Анализируя рычаги управления мировым спортом, можно сказать, что сегодня нет и не может быть только одного вершителя судеб. Есть несколько самостоятельных центров управления:

- МОК и международные спортивные федерации;
- профессиональные лиги и клубы;
- организаторы спортивных событий;
- ВАДА, которое должно подчиняться МОК и международным федерациям и быть важным инструментом борьбы с допингом;
- бизнес-структуры, которые являются партнерами и спонсорами спортивных организаций.

ВАЖНЫЕ ЦЕНТРЫ

управления мировой индустрией спорта должны сформировать новый мировой спортивный порядок, с главенством законов спортивного права и добросовестной конкуренции.

Фото: Алексей Куденко/МИА «Россия сегодня»

Именно эти важные центры управления мировой индустрии спорта должны сформировать новый мировой спортивный порядок, с главенством законов спортивного права и добросовестной конкуренции.

Мировая индустрия спорта: победители и проигравшие

Индустрия спорта представляет собой межотраслевой сектор экономики (мировой и национальной), в котором складываются устойчивые экономические отношения между ее основными субъектами, многие из которых занимаются предпринимательской деятельностью в процессе производства, продвижения и потребления основных продуктов этой индустрии (а именно спортивных событий и спортивно-оздоровительных услуг). Благодаря успешной коммерциализации мировой индустрии спорта многие спортивные организации, профессиональные лиги и клубы, да и сами спортсмены стали больше зарабатывать на спортивных событиях.

ТАБЛИЦА 2

Призовой фонд ФИФА участникам финального турнира ЧМ-2018

Стадия турнира	Вознаграждение
Групповой этап	\$8 млн
Выход в 1/8 финала	\$12 млн
Выход в четвертьфинал	\$16 млн
Четвертое место	\$22 млн
Третье место	\$24 млн
Финалист	\$28 млн
Победитель	\$38 млн

ТАБЛИЦА 3

Распределение по футбольным конфедерациям

Конфедерация	Регион	Бонус, долларов
УЕФА	Европа	157 831 930
АФК	Азия	19 858 817,5
КОНКАКАФ	Северная и Центральная Америка, страны Карибского бассейна	13 136 860
КОНМЕБОЛ	Южная Америка	11 315 755
КАФ	Африка	6 320 805

ТАБЛИЦА 4

Доходы европейских футбольных лиг от продажи прав на телетрансляции

Место	Лига (страна)	Общий доход, млн евро	В среднем на один клуб, млн евро
1	Англия	2910	145,5
2	Испания	1250	62,5
3	Италия	1055	52,8
4	Германия	820	45,6
5	Франция	617	30,9

Анализируя экономику мировой индустрии спорта, можно сделать несколько важных выводов:

- ведущие международные спортивные организации (такие как МОК, ФИФА, УЕФА и другие) получают очень хорошие доходы за счет спонсоров, продажи прав на телетрансляции и коммерческой деятельности и полностью себя обеспечивают и помогают национальным спортивным федерациям;
- многие профессиональные спортивные лиги и клубы работают как полноценные коммерческие предприятия и имеют стабильный уровень доходов и прибыль;
- организаторы крупных спортивных соревнований зарабатывают деньги за счет спонсоров и партнеров, продажи прав на телетрансляции, билетов и атрибутики;

- ведущие профессиональные спортсмены имеют высокий уровень доходов, зарабатывая как за счет профессиональных контрактов, так и рекламной деятельности.

Посмотрим на отдельных примерах, кто сегодня в выигрыше, как зарабатывают федерации, лиги и клубы, организаторы событий и профессиональные спортсмены.

ФИФА по итогам недавнего чемпионата мира – 2018, прошедшего в России, получила рекордные \$6,1 млрд доходов. Основные источники доходов ФИФА – продажа телевизионных прав (\$3,06 млрд) и спонсорские контракты (\$1,650 млрд).

Получив этот удивительный «денежный пирог», ФИФА делит его между основными участниками футбольной индустрии (национальные федерации, футболисты, профессиональные футбольные лиги и клубы). Призовой фонд чем-

ТАБЛИЦА 5

Доходы европейских футбольных клубов (сезон 2017/18)

Место	Клуб	Страна	Доход, млн евро
1	«Реал»	Испания	750,9
2	«Барселона»	Испания	690,4
3	«Манчестер Юнайтед»	Англия	666,0
4	«Бавария»	Германия	629,2
5	«Манчестер Сити»	Англия	568,4
6	«ПСЖ»	Франция	541,7
7	«Ливерпуль»	Англия	513,7
8	«Челси»	Англия	505,7
9	«Арсенал»	Англия	439,2
10	«Тоттенхэм»	Англия	428,3
11	«Ювентус»	Италия	394,9
12	«Боруссия» (Дортмунд)	Германия	317,2
13	«Атлетико»	Испания	304,4
14	«Интер»	Италия	280,8
15	«Рома»	Италия	250,0
16	«Шальке»	Германия	243,8
17	«Эвертон»	Англия	212,9
18	«Милан»	Италия	207,7
19	«Ньюкасл»	Англия	201,5
20	«Вест Хэм»	Англия	197,9

пионата мира составил \$400 млн и был распределен между всеми участниками финального турнира (табл. 2).

Кроме того, ФИФА передает деньги континентальным федерациям, которые в свою очередь делят их между профессиональными лигами и клубами, футболисты которых были участниками всех команд финального турнира (табл. 3).

В итоге ФИФА перераспределила около \$209 млн. Эти деньги получили 63 национальные ассоциации и 416 (!) клубов. Важно подчеркнуть особый характер этих финансовых расчетов. Все подсчитано до доллара, причем очень конкретно, понятно и скрупулезно. ФИФА оценила всех участников успешного футбольного праздника, подчеркнув их заслуги за отлично проведенный турнир.

Если анализировать доходы европейских футбольных лиг, то можно обратиться к табл. 4, которая показывает доходы лиг от продажи прав на телетрансляции. Явным фаворитом здесь является английская Премьер-лига.

Профессиональные клубы лучше всего оценивать по двум экономическим показателям:

доходности клубов за сезон и рыночной стоимости клубов. Если оценивать доходность ведущих европейских футбольных клубов, то видно, что среди самых успешных преобладают клубы Англии, Испании, Германии и Италии (табл. 5). Это связано с высоким уровнем доходов от продажи прав на телетрансляции и спонсорских поступлений.

В списке самых доходных футбольных клубов Европы – «Зенит» (Санкт-Петербург), который занимает очень почетное 25-е место с доходом 167,8 млн евро.

По второму показателю коммерческой деятельности профессиональных клубов, которым является рыночная стоимость, явными фаворитами – североамериканские клубы. По данным журнала «Форбс», среди 15 самых дорогих клубов мира 11 представляют США (табл. 6). Стоимость клуба напрямую связана с его доходностью и прибылью.

Нельзя не сказать и о доходах профессиональных спортсменов. По данным журнала «Форбс», десятка самых высокооплачиваемых спортсменов по итогам 2018 года выглядит следующим образом (табл. 7).

ТАБЛИЦА 6

Самые дорогие спортивные клубы мира

Место	Клуб	Страна	Вид спорта	Стоимость, млрд долларов
1	«Даллас Ковбойз»	США	Американский футбол	4,2
2	«Нью-Йорк Янкиз»	США	Бейсбол	3,7
3	«Манчестер Юнайтед»	Англия	Футбол	3,69
4	«Барселона»	Испания	Футбол	3,64
5	«Реал» (Мадрид)	Испания	Футбол	3,58
6	«Нью-Ингленд Пэтиотс»	США	Американский футбол	3,4
7	«Нью-Йорк Никс»	США	Баскетбол	3,3
8	«Нью-Йорк Джайентс»	США	Американский футбол	3,1
9	«Сан-Франциско Форти Найнерс»	США	Американский футбол	3
9	«Лос-Анджелес Лейкерс»	США	Баскетбол	3
11	«Вашингтон Редскинс»	США	Американский футбол	2,95
12	«Лос-Анджелес Рэмс»	США	Американский футбол	2,9
13	«Нью-Йорк Джетс»	США	Американский футбол	2,75
13	«Лос-Анджелес Доджерс»	США	Бейсбол	2,75
15	«Бавария» (Мюнхен)	Германия	Футбол	2,71

ТАБЛИЦА 7

Самые высокооплачиваемые спортсмены мира (2018)

Место	Спортсмен	Вид спорта	Доход, млн долларов
1	Ф. Мейвезер	Бокс	285
2	Л. Месси	Футбол	111
3	К. Роналду	Футбол	108
4	К. Макгрегор	ММА	99
5	Неймар	Футбол	90
6	Л. Джеймс	Баскетбол	85,5
7	Р. Федерер	Теннис	77,2
8	С. Карри	Баскетбол	76,9
9	М. Райан	Американский футбол	67,3
10	М. Стаффорд	Американский футбол	59,5

Но в мировой индустрии спорта есть и проигравшие, если анализировать итоги крупных спортивных событий. Например, среди проигравших точно оказались Греция (после проведения летних Олимпийских игр – 2004), ЮАР (после проведения чемпионата мира по футболу – 2006), Бразилия (после проведения летних Олимпийских игр – 2016). Причина везде одна – огромные финансовые расходы на проведение событий и строительство инфраструктуры (как правило, из государственных бюджетных

средств). Эти страны не смогли эффективно использовать спортивное наследие после крупных спортивных событий.

Хотя есть и обратные примеры. Если анализировать экономику Олимпийских зимних игр, то можно привести официальные отчеты оргкомитетов Игр «Сочи-2014» и «Пхенчхан-2018». По результатам Игр в Сочи оргкомитет отчитался о получении прибыли от коммерческой деятельности в размере 2 млрд рублей. А в Южной Корее оргкомитет «Пхенчхан-2018» получил



доход в размере \$1 млрд, тогда как прибыль составила \$55 млн.

Бизнес в спорте: продавцы и покупатели

В мировой индустрии спорта, как и в других сферах материальной деятельности, есть свои производители, продукты и потребители. Именно благодаря производителям спортивных событий и спортивно-оздоровительных услуг стал возможен серьезный прогресс коммерциализации в спорте.

Среди главных производителей продукции и услуг в спорте:

- организаторы различных соревнований (это могут быть как специально созданные оргкомитеты и дирекции, так и непосредственно сами спортивные федерации, а в отдельных случаях даже спортивные агентства), которые готовят, планируют и организуют соревнования;
- профессиональные лиги, которые организуют и проводят (а по сути производят) целый турнир как длительное спортивное событие (в формате чемпионата, кубковых соревнований, серии плей-офф);
- профессиональные клубы (футбольные, хоккейные, баскетбольные), спортивные

ВАЖНАЯ ТЕНДЕНЦИЯ –
обострение конкуренции основных игроков мирового спорта, которые являются и основными производителями. Зрители и болельщики покупают зрелище, то есть разные по статусу и уровню спортивные события.

Фото: Алексей Куденко/МИА «Россия сегодня»

команды которых создают и фактически производят спортивные события (отдельный матч или серию матчей в ходе целого турнира);

- спортивные федерации по видам спорта, сборные команды которых защищают честь и репутацию своей страны на международных соревнованиях;
- непосредственно сами спортсмены, которые индивидуально или в составе своих команд являются главными участниками (то есть создателями и творцами) любого спортивного события;
- спортивно-оздоровительные и фитнес-клубы (а также другие представители спортивно-оздоровительной индустрии), которые предлагают своим посетителям (то есть потребителям) различные спортивно-оздоровительные услуги в виде го-

РИСУНОК 1

Потребители спортивных событий



дового абонемента, разового посещения, персональных тренировок.

Важная тенденция развития мировой индустрии спорта – обострение конкуренции основных игроков мирового спорта, которые являются и основными производителями. Сегодня в этой области одновременно конкурируют между собой:

- страны (за право проводить у себя крупные и престижные спортивные события);
- организаторы различных соревнований (за телевизионные трансляции, деньги спонсоров и рекламодателей, за телевизионные рейтинги);
- профессиональные спортивные лиги по разным видам спорта;
- профессиональные клубы по различным видам спорта;
- отдельные спортсмены и сборные команды.

В эту конкурентную борьбу постепенно втянулся бизнес, особенно крупные компании, которые являются партнерами, спонсорами и рекламодателями крупных соревнований

и различных спортивных организаций (федераций, лиг и клубов). Бизнес в основном использует цивилизованные формы конкурентной борьбы. Возросший уровень конкуренции влияет на потребности, интересы и запросы потребителей индустрии спорта. Главным продуктом индустрии спорта являются спортивные события. Основные потребители спортивных событий представлены на рис. 1.

Зрители и болельщики покупают зрелище, то есть разные по статусу и уровню спортивные события. Бизнес, приобретая права на спонсорство и рекламу, увеличивает свою целевую аудиторию потенциальных покупателей за счет зрителей и болельщиков спортивных событий. А средства массовой информации (в первую очередь телеканалы и интернет-сайты) повышают рейтинги спортивных трансляций, в конечном итоге зарабатывая на рекламе.

В итоге спортивные события сегодня влияют на:

- популяризацию спорта в целом;
- популяризацию отдельных видов спорта;

РИСУНОК 2

Основные сегменты индустрии спорта



- расширение целевой аудитории, ориентированной на спорт;
- развитие и коммерциализацию индустрии спорта;
- увеличение доходов спортивных организаций (федераций, лиг, клубов) и организаторов спортивных соревнований.

Можно говорить о том, что баланс интересов основных производителей и потребителей мировой индустрии спорта определенным образом сложился, важно его поддерживать, развивать конкурентную среду и добиваться положительных финансовых результатов. В этом заинтересованы абсолютно все: спортивные организации, зрители и болельщики, бизнес и СМИ. Поэтому бизнес в мировой индустрии спорта – это реальность!

Можно ли заниматься предпринимательством в российском спорте?

Если реально оценивать уровень предпринимательства в российском спорте, то пока можно скорее говорить о возможностях и ожиданиях. Каждый сегмент индустрии спорта потенциально может иметь перспективы для развития предпринимательства (наверное, кроме адаптивного спорта). Сегменты российской индустрии спорта представлены на рис. 2.

КАЖДЫЙ СЕГМЕНТ

индустрии спорта потенциально может иметь перспективы для развития предпринимательства.
Фото: Владимир Астапкович/МИА «Россия сегодня»

Что необходимо сделать для развития предпринимательства в российском спорте? Как минимум выполнить четыре важные задачи:

- определить государственные приоритеты;
- совместить интересы и найти эффективные формы взаимодействия трех главных участников индустрии спорта (государство, спортивные организации и бизнес);
- создать удобную и самодостаточную спортивную инфраструктуру;
- подготовить специалистов, которые будут этими вопросами заниматься (то есть спортивных менеджеров, которые будут обладать необходимыми компетенциями).

Определенные приоритеты еще в 2015 году выделил и сформулировал Совет при Президенте РФ по развитию физической культуры и спорта:

- для успешного развития каждого вида спорта должна быть создана стройная и понятная система проведения регулярных соревнований на всех уровнях (все-российские, региональные, городские, районные);



ПРОПАГАНДА И РАЗВИТИЕ

здорового образа жизни должны влиять на здоровье нации и в конечном итоге способствовать повышению экономического потенциала страны.

Фото: Владимир Астапкович / МИА «Россия сегодня»

- массовые спортивные соревнования должны быть ориентированы на пропаганду и развитие здорового образа жизни граждан России всех без исключения возрастов;
- необходимо научиться эффективно использовать коммерческие и рыночные источники финансирования профессиональных клубов и лиг по игровым видам спорта;
- должна регулярно снижаться чрезмерная зависимость бюджетов профессиональных клубов от бюджетного финансирования и средств госкомпаний;
- необходимо начать движение профессиональных клубов к моделям самоокупаемости, даже если на достижение этой задачи потребуются длительное время (в этом случае крайне важна положительная динамика их развития);
- приоритетной задачей профессиональных клубов должна быть подготовка спортивного резерва и регулярная работа по развитию детско-юношеского спорта.

Интересы трех главных участников индустрии спорта определены, теперь необходимо наладить постоянные формы их взаимовыгодного взаимодействия в формате частно-государственного партнерства.

Интересы государства в развитии индустрии спорта состоят в следующем:

- поддержание и рост авторитета и престижа страны на международной арене;
 - создание условий и инфраструктуры для развития профессионального, детского, массового и оздоровительного спорта;
 - пропаганда и развитие здорового образа жизни, что должно влиять на здоровье нации и в конечном итоге способствовать повышению экономического потенциала страны.
- Среди интересов спортивных организаций главными являются:
- достижение высокого и стабильного уровня спортивных результатов на международных соревнованиях;
 - формирование и воспитание спортивного резерва;
 - создание благоприятных условий и формирование инфраструктуры для развития спорта высших достижений.

Экономические интересы бизнеса можно сформулировать так:

- формирование позитивного имиджа и бренда компании;
- усиление конкурентных преимуществ на рынке и среди потребителей за счет спорта;
- расширение потребительской аудитории;
- увеличение объема прямых продаж и последующее улучшение финансовых результатов деятельности компании.

Для создания полноценной и самодостаточной спортивной инфраструктуры России пришлось стать крупнейшим игроком на мировом рынке спортивных событий. За шесть лет Россия с успехом провела крупнейшие спортивные события:

- 2013 – Всемирная летняя универсиада;
- 2013 – чемпионат мира по легкой атлетике;
- 2014 – зимние Олимпийские и Паралимпийские игры;
- 2015 – чемпионат мира по водным видам спорта;
- 2016 – чемпионат мира по хоккею;
- 2017 – Кубок конфедераций по футболу;
- 2018 – чемпионат мира по футболу;
- 2019 – Всемирная зимняя универсиада.

Теперь необходимо их правильно использовать для развития всех сегментов индустрии спорта и всех видов спорта. У нас в стране есть великое спортивное наследие.

Для того чтобы эффективно выполнить три предыдущие задачи, необходимо подго-

ДЛЯ СОЗДАНИЯ

полноценной и самодостаточной спортивной инфраструктуры Россия стала крупнейшим игроком на мировом рынке спортивных событий.

Фото: Виталий Белоусов / МИА «Россия сегодня»

товить большое количество первоклассных спортивных менеджеров для спортивных федераций, спортивных лиг и клубов, дирекций спортивных соревнований. Но это отдельная тема большого разговора о спортивном наследии России.

Анализируя сегодняшний этап (по сути, начальный) развития предпринимательства в российской индустрии спорта, можно говорить о наличии возможностей для этого, а также об определенных ожиданиях. Если оценивать конкретные результаты, то можно с уверенностью утверждать, что достижения в массовом и корпоративном спорте есть, а, например, вся фитнес-индустрия уже работает как полноценный предпринимательский сектор (лучшие практики предпринимательства в российском спорте станут объектом пристального анализа в другой статье, которая будет опубликована в следующем номере этого журнала). Резюмируя сказанное: бизнес в индустрии спорта в России – это уже не миф, а нарождающаяся будущая реальность.



*Владислав Столяров,
профессор Российского государственного
университета физической культуры, спорта,
молодежи и туризма, д. ф. н.*

Что такое олимпийская педагогика

В серии «Библиотека РМОУ» опубликована книга «Современный олимпизм и олимпийская педагогика: достижения, проблемы, перспективы». Она предназначена для педагогов – организаторов олимпийской педагогической деятельности, исследователей и широкого круга читателей, интересующихся проблемами современного олимпизма. Автор книги опирается на собственный многолетний опыт научной разработки данных проблем и вместе с тем стремится как можно полнее представить взгляды других специалистов (как отечественных, так и зарубежных). Настоящая статья представляет собой отрывок из этой книги, посвященный обсуждению дискуссионного и крайне слабо изученного вопроса о том, что такое олимпийская педагогика.

В нашей стране этой проблеме посвящены лишь книга А.А. Исаева¹ и статьи автора данной книги², опубликованные в 1998–2001 годах. Впоследствии данная проблема вообще выпала из поля зрения исследователей и педагогов. Более того, сама попытка введения в научный оборот термина и понятия «олимпийская педагогика» вызвала критику³.

Зарубежные исследователи и педагоги часто обсуждают вопрос об олимпийской педагогике, особенно на сессиях Международной олимпийской академии (Греция, Олимпия). Олимпийская педагогика была

специальной темой 9-й Международной сессии директоров национальных академий (МОА, Греция, Олимпия, 1–8 июня 2007 года). В обсуждении темы приняли участие 105 человек, представляющих национальные олимпийские комитеты (НОА) 85 стран⁴.

Анализ материалов сессий МОА и других публикаций зарубежных авторов, посвященных олимпийской педагогике, показывает, однако, что отсутствует не только общепринятое понимание олимпийской педагогики, но даже аргументированное обоснование необходимости термина и понятия «олимпийская педагогика».



Роланд Науль (Германия) так охарактеризовал эту ситуацию: «Сегодня не существует ни одного общепризнанного определения, ни одной международной стандартной статьи, которые бы точно описывали все стороны термина и все грани задачи олимпийской педагогики. Даже термин «олимпийская педагогика» обычно не используется специалистами и учеными как общепринятый термин в таком же значении, как, например, «олимпийское образование»⁵.

Трудности и разногласия в понимании олимпийской педагогики

В связи с данной проблемой наибольший интерес представляют такие публикации, в которых не только рассматриваются те или иные проблемы, относящиеся по своему содержанию к олимпийской педагогике, но в ходе обсужде-

В СООТВЕТСТВИИ
с авторской методологией для уточнения и обоснования понятий «олимпизм» и «олимпийская педагогика» важнейшее значение имеет введение на основе содержательного анализа целостной системы понятий.

Фото: Владимир Астапкович / МИА «Россия сегодня»

ния непосредственно используются соответствующие термин и понятие «олимпийская педагогика».

Достаточно полное представление о трудностях и разногласиях в понимании олимпийской педагогики в такого рода публикациях дает анализ книги и статей известного журналиста, автора ряда работ по педагогике А.А. Исаева, а также материалов сессий Международной олимпийской академии.

Книга А.А. Исаева «Олимпийская педагогика: опыт моделирования психолого-педаго-

¹ Исаев А.А. Олимпийская педагогика: опыт моделирования психолого-педагогических технологий детско-юношеского спорта. М: ФиС, 1998. 240 с.

² Например, см.: Столяров В.И. Олимпийская педагогика и теория олимпийской культуры как новые научные и учебные дисциплины // Теория и практика физ. культуры. 1999. № 10. С. 47–52; Столяров В.И. Предмет и статус олимпийской педагогики и теории олимпийской культуры // Международное спортивное и олимпийское движение: история, теория, практика: Межузовский сб. научных матер. Воронеж, 1999. С. 33–42; Столяров В.И., Аксенов Г.М. Олимпийская педагогика как наука и учебная дисциплина // Гуманистическая теория и практика спорта. Вып. 3: Сб. / Сост. и ред.: В.И. Столяров, Е.В. Стопникова, Т.Г. Ольхова. М.–Сургут: МГИУ, 2000. С. 159–168.

³ Например, см.: Краевский В.В. Сколько у нас педагогик? // Педагогика. 1997. № 4. С. 113–118.

⁴ International Olympic Academy. 9th International Session for Directors of National Olympic Academies (Special subject: Olympic pedagogy): Proceedings. Published by the International Olympic Academy and the International Olympic Committee, 2009. 331 p.

⁵ Naul Roland. Olympic pedagogy as a theory of development of ethical and humanistic values in education // 9th International Session for Directors of National Olympic Academies 1–8 June 2007. Proceedings. International Olympic Academy, 2009. P. 27–40.

гических технологий детско-юношеского спорта»⁶, опубликованная в 1998 году, как видно из ее названия, специально посвящена олимпийской педагогике (иногда он называет ее спортивной педагогией).

Данную педагогику автор указанной книги рассматривает прежде всего как новую отрасль педагогического знания. «Олимпийская педагогика может быть охарактеризована как новая отрасль педагогического знания... Предмет олимпийской педагогики – моделирование психолого-педагогических технологий детско-юношеского спорта, формирующих гармонически развитую личность... В процессе фор-

ПОНИМАНИЕ ОЛИМПИЙСКОЙ ПЕДАГОГИКИ КАК ОПРЕДЕЛЕННОЙ СИСТЕМЫ И ПЕДАГОГИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА, А ТАКЖЕ МЕТОДА ВОСПИТАНИЯ ОСОБЕННО НАГЛЯДНО ПРЕДСТАВЛЕНО В СТАТЬЕ А.А. ИСАЕВА «ОЛИМПИЙСКАЯ ПЕДАГОГИКА – СИСТЕМА, ПРОЦЕСС И МЕТОД ВОСПИТАНИЯ (МОДЕЛЬНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ)»

мирования цельной разносторонней личности подростка спортивная, олимпийская педагогика предполагает внедрение акцептированных психолого-педагогических технологий внеклассной спортивной работы: создание клубов юных олимпийцев, организацию олимпийского зачета (нормативной программы определения уровня физического развития детей и подростков), широкое использование олимпийской символики и атрибутики в спортивно-массовой работе с детьми и подростками»⁷.

Важно отметить, что А.А. Исаев рассматривает олимпийскую педагогику не только как новую научную дисциплину в сфере педагогического знания, но и как определенную систему педагогической деятельности. «Олимпийская педагогика может быть охарактеризована как новая отрасль педагогического знания, система способов специально организованной педагогической деятельности, вызывающая положительное отношение детей и подростков к занятиям спортом в клубах юных олимпийцев образовательных учреждений, возбуждающая

стремление к самосовершенствованию на эллинских принципах калокагатии – гармонического развития души и тела»⁸.

В книге встречается еще одно понимание олимпийской педагогики – как новой педагогической парадигмы, нового методологического подхода к организации спортивной деятельности.

- «Олимпийская педагогика как направление современной педагогической мысли еще не может быть охарактеризована как теория, а лишь как складывающаяся педагогическая парадигма, ищущая в поиске своего эффективного внедрения в практике воспитания»⁹.
- «В основе понятия «олимпийская педагогика» – методологические подходы к организации («олимпизации») спортивной жизни в общеобразовательных учреждениях и специализированных детско-юношеских спортивных школах (школах олимпийского резерва) на принципе сбалансированного развития спорта оздоровительного, с одной стороны, и спорта высших достижений – с другой»¹⁰.

Эти два понимания олимпийской педагогики близки другу другу, так как под парадигмой в логике и методологии науки, как правило, понимают общую установку, исходную концептуальную схему, модель постановки проблем и их решения, господствующую в течение определенного исторического периода в научном сообществе»¹¹.

Понимание олимпийской педагогики как определенной педагогической системы и педагогического процесса, а также метода воспитания, особенно наглядно представлено в статье А.А. Исаева, посвященной этой педагогике, о чем свидетельствует само название данной статьи: «Олимпийская педагогика – система, процесс и метод воспитания (модельные характеристики)»¹².

Для определения содержания понятия «олимпийская педагогика» А.А. Исаев сначала сопоставляет его «с другими, внешне адекватными ему словами и выражениями», прежде всего такими, как «олимпийское воспитание», «олимпийское образование», «олимпизм», «спорт».

Сначала он характеризует олимпийское воспитание и олимпийское образование. «Под «олимпийским воспитанием» подразумевается трансляция определенных, закрепленных в олимпизме ценностей, а под «олимпийским образованием» – процесс трансляции олимпизма в его знаниевой форме».

Затем А.А. Исаев выясняет взаимоотношения спорта и олимпизма, а также их место в олимпийской педагогике. «Возьмем для примера спорт, любой из видов спорта – из тех, которые на протяжении XX века с поразительной быстротой насыщали программу Олимпийских игр. Эти виды спорта наделены всеми внешними атрибутами олимпизма, в своем развитии они четко следуют установкам современной Олимпийской хартии. Но мы не найдем в их современном фактическом развитии приоритетности установок на их демократизацию и гуманизацию, то есть на их развитие не столько по пути усиления фактора результативности элитных спортсменов, сколько по пути обеспечения массовой вовлеченности людей в регулярные занятия конкретным видом спорта. Тщетными будут также наши попытки искать в них своеобразие педагогического стиля. Мы не сможем отказать такому виду спорта в принадлежности к миру спорта, но олимпийским (предполагающим приоритетность нравственного, оздоровительного, культурологического смысла его развития) его, конечно, можно назвать с существенными оговорками».

Опираясь на эти характеристики спорта и олимпизма, А.А. Исаев оценивает их как низший и высший слои олимпийской педагогики: «Слово «спорт» мы резервируем для низшего или, во всяком случае, для более внешнего слоя олимпийской педагогики, для того, что скорее всего поддается пересадке, что не требует для своего роста долговременной местной традиции. Сюда относится материально-техническая сфера. Слово же «олимпизм», напротив, правильнее было бы закрепить за более внутренним или «духовным» содержанием спортивной жизни (как часами культурной жизни), включающим в себя науку, искусство, нравственность

и религию. Между олимпизмом и спортом, несомненно, существует теснейшее взаимодействие: олимпизм предполагает определенный уровень спортивности, развитие спорта влечет за собой и развитие олимпизма. Но для конкретного места в конкретный момент времени олимпизм не всегда измеряется спортом. И наоборот, развитому виду спорта не всегда соответствует высокая степень присутствия в нем элементов олимпизма, и высокая степень олимпизма расцветает иногда при сравнительно низком уровне чисто спортивных результатов».

По мнению А.А. Исаева, между олимпизмом и спортом следует выделять ряд «промежуточных слоев».

«Между олимпизмом и спортом имеется, однако, еще один промежуточный слой – это право, регулирующее внешние отношения спортсменов, тренеров, специалистов и функционеров между собой, и олимпийское образование, формализующее олимпийскую просветительскую работу в образовательном учреждении. Более «внутреннее», чем спорт, понятие «олимпийское воспитание» является совокупностью тех внешних условий, при наличии которых только и может развиваться истинный, кубертеновский (эллинский) олимпизм».

С учетом изложенного выше А.А. Исаев характеризует структуру олимпийской педагогики. «Таким образом, в составе олимпийской педагогики, этой «безостановочной формообразующей тяги» (по Л.С. Выготскому) мы различаем как бы три слоя: олимпизм, олимпийское воспитание и спорт. Понятие «олимпийская педагогика», как наиболее общее и неопределенное, мы сохраним, поэтому для обозначения совокупности всех трех слоев... Понятие «олимпийская педагогика» вводится в качестве парадигмы, объединяющей различные практики, взаимосвязи «олимпийского воспитания» и «олимпийского образования», которые актуализируют рефлексию и понимание олимпизма как специального, нравственно-воспитательного, познавательно-образовательного, эвристического, прогностического и т. д. ориентира педагогического процесса в целост-

⁶ Исаев А.А. Олимпийская педагогика: опыт моделирования психолого-педагогических технологий детско-юношеского спорта. М: ФиС, 1998. 240 с.

⁷ Там же, с. 5–6.

⁸ Там же, с. 5–6.

⁹ Там же, с. 6.

¹⁰ Там же, с. 9.

¹¹ Философский энциклопедический словарь. М., 1983. С. 477.

¹² <http://www.br.com.ua>.

ной воспитательной системе «Олимпийская педагогика» (ЦВСОП)¹³.

Вместе с тем, по мнению А.А. Исаева, олимпийская педагогика – это целостная гуманистически ориентированная воспитательная система, которая имеет сложную структуру и ориентирована на решение комплекса педагогических задач.

- «Воспитательная система самостоятельных спортивных объединений образовательных учреждений под условным названием «Олимпийская педагогика» имеет сложную структуру. Ее компоненты: цели, выраженные в исходной концепции (то

В СВОЕЙ ЗНАМЕНИТОЙ РЕЧИ В 1935 ГОДУ «ФИЛОСОФСКИЕ ОСНОВЫ СОВРЕМЕННОГО ОЛИМПИЗМА» ПЬЕР ДЕ КУБЕРТЕН УКАЗЫВАЕТ ПЯТЬ ИСХОДНЫХ ПОЛОЖЕНИЙ (ИЛИ ПРИНЦИПОВ) ОЛИМПИЗМА

есть совокупности идей, для реализации которых она создается); деятельность, обеспечивающая ее реализацию; субъект деятельности, ее организующий и в ней участвующий; рождающиеся в деятельности и общении отношения, интегрирующие субъект в некую олимпийскую общность; среда системы, как составная часть олимпийского движения, освоенная субъектом; управление, обеспечивающее интеграцию компонентов в целостную систему, и развитие этой системы».

- «В самом общем виде в процессе создания и развития целостной воспитательной системы «Олимпийская педагогика» должен решаться ряд задач. Во-первых, это формирование у юных спортсменов-олимпийцев целостной картины мира. Вторая задача – формирование гражданского олимпийского самосознания. Третья задача – приобщение юных спортсменов-олимпийцев к общечеловеческим ценностям и ценностям олимпизма, формирование у них адекватного этим ценностям поведения. Четвертая – формирование у подрастающего человека креативности («творческой») как черты личности. И пятая – формирование

самосознания, осознания собственного «я», помощь подростку в самореализации, самосовершенствовании».

- «Субъекты гуманистической воспитательной системы «Олимпийская педагогика» – это не только педагоги, но и сами воспитанники. И педагоги, и дети (с учетом возраста) конкретизируют стоящие перед клубом юных спортсменов-олимпийцев цели, переводят их в ранг практических задач и осуществляют в процессе совместной деятельности. Важнейшим условием ее эффективности является объединение детей и взрослых в коллектив клуба юных спортсменов-олимпийцев – ядро системы «Олимпийская педагогика»¹⁴.

Такова краткая характеристика концепции олимпийской педагогики в публикациях А.А. Исаева.

Олимпийская педагогика, как отмечено выше, была специальной темой 9-й Международной сессии директоров национальных академий (МОА, Греция, Олимпия, 1–8 июня 2007 года).

Наиболее полный анализ темы представил в своей лекции «Олимпийская педагогика как теория развития этических и гуманистических ценностей в образовании» Роланд Науль (Германия)¹⁵.

Прежде всего он указывает на то, что в немецкоговорящих странах олимпийская педагогика отличается от олимпийского образования. Олимпийское образование понимается как «преподавание и обучение в плане олимпийского духа и олимпийских идеалов», а олимпийская педагогика – как «философско-педагогическое сопровождение олимпийского образования с целью обучения физическим, социальным, этическим и гуманистическим ценностям и добродетелям на спортивных мероприятиях». Р. Науль полагает, что «в определенном отношении можно и в настоящее время предполагать, что олимпийская педагогика в некотором роде представляет собой теоретическое и философское обоснование целей и задач олимпийского образования. Однако это предположение не совпадает с пониманием олимпийской педагогики в трудах Пьера де Кубертена»¹⁶.

Для обоснования Р. Науль приводит выдержку из письма Кубертена, опубликованного в газете La Gazette в ноябре 1918 года.

«Олимпийская педагогика, о которой я говорил в последнее время, основанная на культе усилий в сочетании с культом эвритмии, а следовательно, на любви к превосходству в сочетании с любовью к умеренности, прославляется во всем мире раз в четыре года на Олимпийских играх, но недостаточно реализуется. Она нуждается в постоянных фабриках. Олимпийской фабрикой в Древнем мире была гимназия. Олимпиады были возрождены, но гимназия античности – нет. До сих пор. Она должна быть»¹⁷.

Вопрос о правомерности использования термина «фабрика» для обозначения учреждения образования, замечает Р. Науль, безусловно, заслуживает обсуждения. Но Кубертен имел в виду не реальные фабрики, точно так же, как античная гимназия не была просто фабрикой формирования тела человека. Кубертен считал, что помимо Олимпийских игр необходимы «новые постоянные места обучения и тренировки для пропаганды молодым людям культа усилий и эвритмии». Р. Науль полагает, что основополагающий олимпийский принцип – усилие, который сегодня более точно характеризовать как «радость от усилия», и принцип эвритмии – это «две важнейшие опоры олимпийского образования». Но олимпийская педагогика «подразумевает больше образовательных задач, чем только эти два столпа»¹⁸.

Кубертен, отмечает Р. Науль, не развил далее свою идею олимпийской педагогики. В 1920-е годы он применял термин «спортивная педагогика» (*pedagogie sportive*), который является заголовком его знаменитой книги под таким же названием¹⁹. Особенно часто данный термин он использовал после 1925 года, когда подал в отставку с поста президента МОК на Олимпийском конгрессе в Праге. Но Кубертен сформулировал ряд исходных положений олимпизма.

В своей знаменитой речи в 1935 году «Философские основы современного олимпизма»²⁰ он указывает эти пять принципов:

- религиозно-атлетический (спортсмены – участники Олимпийских игр – это «послы современного образования» для стран, которые разделяют религиозный дух спорта как средства нравственного воспитания характера);
- равенство всех людей;
- рыцарство (модель поведения людей, которые соревнуются друг с другом в дружеском духе, подобно рыцарям в старину. Чтобы объяснить смысл рыцарства, Кубертен в других своих работах использовал также термин «фэйр плей»;
- перемирие (временное прекращение военных конфликтов между странами и народами, чтобы все спортсмены могли участвовать в Олимпийских играх);
- красота (вовлечение искусства в качестве элемента Олимпийских игр. Этот принцип отражает понимание Кубертенем эвритмии как существенного компонента гармоничного развития личности в образовании)²¹.

Р. Науль считает: если суммировать эти пять принципов, то обнаруживается, что у Кубертена нет четкой системы олимпийской педагогики. Она представляет собой смесь этических и гуманистических ценностей для развития спортсменов-олимпийцев, свод правил для их участия в Олимпийских играх и ряд важных элементов церемонии олимпийского фестиваля²². Более того, даже термин «олимпийское образование» он использовал реже, чем термин «спортивное образование».

Основная причина этого, полагает Р. Науль, состоит в том, что Кубертен не рассматривал олимпизм как систему философских и педагогических положений²³. «Если олимпизм – это

¹³ Исаев А.А. Олимпийская педагогика: опыт моделирования психолого-педагогических технологий детско-юношеского спорта. М: ФиС, 1998. 240 с.

¹⁴ Там же.

¹⁵ Naul Roland. Olympic pedagogy as a theory of development of ethical and humanistic values in education // 9th International Session for Directors of National Olympic Academies 1–8 June 2007. Proceedings. International Olympic Academy, 2009. P. 27–40.

¹⁶ Там же, с. 27.

¹⁷ Coubertin Pierre de. Olympism. Selected Writings. Lausanne: IOC, 2000. P. 217.

¹⁸ Naul Roland. Olympic pedagogy as a theory of development of ethical and humanistic values in education // 9th International Session for Directors of National Olympic Academies 1–8 June 2007. Proceedings. International Olympic Academy, 2009. P. 28.

¹⁹ Coubertin Pierre de. Pédagogie sportive. Nouvelle Édition. Lausanne: Bureau International de Pédagogie sportive, 1919. 158 p.

²⁰ Coubertin Pierre de. The Philosophic Foundations of Modern Olympism // Carl-Diem-Inst. (ed.). The Olympic Idea: Pierre de Coubertin. Stuttgart: Olympischer Sportverlag, 1935. P. 130–134.

²¹ Naul Roland. Olympic pedagogy as a theory of development of ethical and humanistic values in education // 9th International Session for Directors of National Olympic Academies 1–8 June 2007. Proceedings. International Olympic Academy, 2009. P. 29–30.

²² Там же, с. 30.

²³ Coubertin Pierre de. Olympism. Selected Writings. Lausanne: IOC, 2000. P. 548.

не система философских и педагогических предположений, тогда ничего удивительно, что мы не находим у Кубертена какой-либо теоретически обоснованной структуры олимпийской педагогики. Если олимпизм содержит в себе расходящиеся подходы, которые могут меняться в соответствии с культурным происхождением и со временем, то никакая уникальная система не может существовать без различных подходов в зависимости от культуры и изменяющихся периодов социального развития»²⁴.

ОЛИМПЕЙСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ ПРЕДПОЛАГАЕТ ИНТЕГРАЦИЮ СПОРТИВНОГО, СОЦИАЛЬНОГО, НРАВСТВЕННОГО И ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ УЧАЩИХСЯ С ЦЕЛЬЮ ОБЪЕДИНИТЬ ИХ «СУБЪЕКТИВНУЮ СПОРТИВНУЮ СПОСОБНОСТЬ, СОЦИАЛЬНОЕ ПОВЕДЕНИЕ, НРАВСТВЕННОЕ ПОВЕДЕНИЕ И ОЛИМПЕЙСКИЕ ЗНАНИЯ С ОБЪЕКТИВНЫМИ ЖЕЛАНИЯМИ, ФУНДАМЕНТАЛЬНЫМИ И ИСТОРИКО-ПЕДАГОГИЧЕСКИМИ, ПОВЕДЕНЧЕСКИМИ СТАНДАРТАМИ ОЛИМПЕЙСКИХ ПРИНЦИПОВ»

Опираясь на изложенное выше, Р. Науль делает вывод: «Моя интерпретация, следовательно, такая: так как олимпийское движение существенно изменилось в течение последних 20 лет, мы сегодня также нуждаемся, согласно Кубертену, в новом фундаменте олимпийской педагогики»²⁵.

Излагая свое понимание олимпийской педагогики, Р. Науль прежде всего определяет ее как «как набор образовательных целей и задач для школьного образования», содержание которых определяют приведенные в Олимпийской хартии три «основополагающих принципа олимпизма», характеризующие олимпизм, цель олимпизма и занятия спортом как одно из прав человека.

Важное значение, по его мнению, имеют также пять основных принципов олимпийской

педагогики, которые выделил немецкий спортивный педагог О. Групе²⁶.

«1. Принцип единства души и тела, направленный на гармоничное обучение и целостное образование.

2. Цель индивидуальной самореализации – работать над спортивным совершенствованием как путь стать лучше.

3. Идеал любительства как «обучение добродетели посредством мирского аскетизма» с целью стать невосприимчивым к жадности и материализму.

4. Этические нормы и принципы честности и справедливости.

5. Содействие взаимному уважению между народами и нациями в сочетании с миротворческой идеей принципов спортивного соревнования»²⁷.

Как отмечает Р. Науль, к этим пяти принципам Н. Мюллер добавил шестой: «Содействие эмансипации в спорте и посредством спорта...», что включает в себя «принятие всех различных форм физической активности и соревновательного спорта»²⁸.

Продолжая характеристику олимпийской педагогики, Р. Науль выделяет «четыре основных подхода к олимпийскому образованию»²⁹.

Первый подход (самый популярный и доминирующий во многих странах) ориентирован на формирование и совершенствование знаний об Олимпийских играх

и олимпийском движении.

Второй подход предполагает дополнение данной информационной деятельности «Днями олимпийской активности»: включение детей и молодых людей в спортивные и культурные события, в том числе в виде спортивных фестивалей, молодежных лагерей, предусматривающих пропаганду «честной игры», и встреч с учащимися из других стран, чтобы лучше узнать друг друга и различные национальные культуры. Активным сторонником этого подхода является Норберт Мюллер³⁰.

Третий подход связан с работами Рольфа Гессмана³¹, посвященными олимпийскому образованию. Он так характеризует эту педагогическую деятельность: «Олимпийское образование – это спортивно-педагогическая доктрина, которая усматривает свой образовательный

потенциал в усилиях по достижению высокой степени спортивной эффективности для индивида посредством интенсивных и систематических упражнений и тренировок»³². Этот подход тесно связан с указанным в Олимпийской хартии олимпийским идеалом «радости от усилия» и идеей Кубертена относительно индивидуального самосовершенствования и индивидуальной самореализации личности по «религиозно-атлетическому» принципу.

Четвертый подход в олимпийском образовании, особенно популярный в последние годы в Канаде, Австралии, Новой Зеландии и США, объединяет олимпийские идеалы с социальным опытом детей и молодежи в их повседневной жизни. Типичным примером такого подхода является проект олимпийского образования под названием «Будь чемпионом в жизни» (Be a Champion in Life)³³, а не только в спорте. Этот подход стал основой для нового олимпийского проекта, который Д. Биндер представила в 2007 году на Олимпийском форуме в Пекине³⁴ и который поддержан МОК.

Р. Науль полагает, что понимание олимпийской педагогики и олимпийского образования как принципов, изложенных в Олимпийской хартии, и как совокупности целей и задач олимпийского образования не в полной мере учитывает пять указанных выше принципов и потому нуждается в переоценке на основе двух дополнений.

Первое дополнение – учет новых аспектов олимпийской реальности, касающихся нравственных ценностей олимпийского движения

(принципов фэйр-плей), что, возможно требует новой их концепции, например, «антидопинговое образование как аспект фэйр-плей».

Второе дополнение – учет новых социокультурных условий, с которыми сталкиваются дети и молодые люди со «своими олимпийскими переживаниями», занимаясь спортом и в своей жизни в целом³⁵.

С учетом этих дополнений Р. Науль предлагает «интегрированный дидактический подход к олимпийскому образованию», который предусматривает:

- объединение образовательной деятельности обычной школы, спортшколы, спортклуба, Олимпийских игр;
- образование на основе различных учебных предметов в школе, их индивидуальные дидактические подходы интегрируются в составе комплексного олимпийского образования;
- интеграцию трех дидактических концепций – «опыт», «способность» и «знание»³⁶.

В соответствии с таким подходом олимпийское образование предполагает интеграцию спортивного, социального, нравственного и интеллектуального образования учащихся с целью объединить их «субъективную спортивную способность, социальное поведение, нравственное поведение и олимпийские знания с объективными желаниями, фундаментальными и историко-педагогическими, поведенческими стандартами олимпийских принципов». Спортивные способности, социальное поведение, нравственное поведение и олимпийские зна-

²⁴ Naul Roland. *Olympic pedagogy as a theory of development of ethical and humanistic values in education // 9th International Session for Directors of National Olympic Academies 1–8 June 2007. Proceedings. International Olympic Academy, 2009. P. 24.*

²⁵ Там же, с. 29.

²⁶ Grupe O. *Olympismus und olympische Erziehung. Abschied von einer großen Idee? // Grupe O. (ed.) Olympischer Sport – Rückblick und Perspektiven. Schorndorf: Hofmann, 1997. P. 223–242.*

²⁷ Там же, с. 223.

²⁸ Müller N. *Olympische Erziehung // Grupe, O. & Mieth, D. (eds.) Lexikon der Ethik im Sport (pp. 385–395). Schorndorf: Hofmann, 1998. P. 393.*

²⁹ Naul R. *Olympische Erziehung – Chancen und Aufgaben für den Schulsport // Sportunterricht. 2002. Vol. 51. No. 9. S. 267–272.*

³⁰ Müller N. *Olympische Erziehung // Grupe O. & Mieth D. (eds.) Lexikon der Ethik im Sport. Schorndorf: Hofmann, 1998. P. 385–395; Müller N. *Olympism and Olympic education: Paper presented at the 4th Joint Int. Session for Directors of NOAs, Members and Staff of NOCs and IFs, 7–14 May 1998, Ancient Olympia, Greece, 1998. 11 p.**

³¹ Gessman R. *Olympische Erziehung in der Schule. Zentrales und Peripheres // Sportunterricht. 2002. Vol. 51. No. 1. S. 16–20; Gessman R. *Olympisches Menschenbild und schulische Sportdidaktik // Nationales Olympisches Komitee für Deutschland (ed.) Olympische Erziehung. Eine Herausforderung an Sportpädagogik und Schulsport. St. Augustin: Academia, 2004. P. 131–153.**

³² Там же, с. 16.

³³ Binder Deanna. *Be a Champion in Life! A Book of Activities for Young People Based on the Joy of Participation and on the Important Messages of the Olympic Idea: An International Teacher's Resource Book For Schools. Athens, Greece, 2000.*

³⁴ Binder D. *Teaching the Olympic Values: From Theory to Practice: A Presentation to the 2007 International Forum on Beijing Olympic Education «Olympics: Education and the All-Around development of People». Beijing November 24–25, 2007; Binder D. *Teaching values – An Olympic Education Toolkit – A project of the International Olympic Committee, Lausanne, Switzerland, 2007.**

³⁵ Naul Roland. *Olympic pedagogy as a theory of development of ethical and humanistic values in education // 9th International Session for Directors of National Olympic Academies 1–8 June 2007. Proceedings. International Olympic Academy, 2009. P. 34.*

³⁶ Там же, с. 35.

ния Р. Науль рассматривает как четыре тесно связанные между собой предметные области учебной программы олимпийского образования, которые в единстве «определяют комплексный подход к олимпийскому образованию»³⁷. Такому подходу, по его мнению, соответствует выделение Кубертенем четырех задач образования в контексте гармоничного развития тела и ума: «...различать ... надо не только тело и ум... это является слишком упрощенным, но мышцы, понимание, характер и совесть. Это соответствует четырехкратной обязанности педагога»³⁸.

На основе изложенного выше можно сделать следующие выводы относительно того, как

СЕГОДНЯ СКАЗАННЫЕ ПЬЕРОМ ДЕ КУБЕРТЕНОМ В 1925 ГОДУ СЛОВА ПРЕДСТАВЛЯЮТСЯ ВАЖНЫМИ, ЧЕМ КОГДА-ЛИБО ПРЕЖДЕ. ОН СКАЗАЛ: «РЫНОК ИЛИ ХРАМ – СПОРТСМЕНЫ ДОЛЖНЫ ВЫБРАТЬ. ОНИ НЕ МОГУТ ИМЕТЬ И ТО, И ДРУГОЕ; ОНИ ДОЛЖНЫ СОГЛАСИТЬСЯ ЛИШЬ НА ОДНУ ВЕЩЬ. СПОРТСМЕНЫ, СДЕЛАЙТЕ СВОЙ ВЫБОР!» ДЛЯ КУБЕРТЕНА ЭТО НЕ БЫЛО ДИЛЕММОЙ. ОН РЕШИЛ В ПОЛЬЗУ ХРАМА: «ХРАМ БУДЕТ СТОЯТЬ ВЕЧНО, ВСЕ ОСТАЛЬНОЕ ИСЧЕЗНЕТ»

Р. Науль понимает олимпийское образование в своей лекции «Олимпийская педагогика как теория развития этических и гуманистических ценностей в образовании».

1. В соответствии с названием лекции олимпийская педагогика в его понимании – это, во-первых, определенная теория и, во-вторых, теория не только олимпийского образования, но более широкая теория – «развития этических и гуманистических ценностей в образовании».

2. Р. Науль не совсем последователен в отстаивании такого понимания олимпийской педагогики. В начале своей лекции он выражает некоторые сомнения в правомерности характеристики олимпийской педагогики как теории. В последующем тексте Р. Науль связывает олимпийскую педагогику не с образованием вообще, а лишь с олимпийским образованием.

В большинстве других докладов на указанной сессии МОА олимпийская педагогика, как правило, также понимается как олимпийское образование.

Так, тема лекции М. Крюгера (Германия) – «Эволюция олимпийской педагогики и ее место в современной системе образования»³⁹. Но фактически вся статья посвящена истории и значению олимпийского образования.

Обращаясь к исходному пункту современного олимпийского движения – возрождению Олимпийских игр, М. Крюгер подчеркивает «педагогическую идею» этих Игр и олимпийского движения в целом. «Олимпийские игры – это

в конечном итоге педагогическое событие, по крайней мере, Пьер де Кубертен связывал их». Эту точку зрения поддерживали и «такие его преемники, как президенты МОК, вплоть до Хуана Антонио Самаранча и Жака Рогге. В Олимпийской хартии, особенно в версии, которая была принята во время Олимпийского конгресса в Париже в 1994 году, уже в преамбуле подчеркивается педагогическая ориентация олимпийского движения»⁴⁰. «В течение многих лет институциональные усилия были направлены на то, чтобы сделать олимпизм и олимпийское образование центральными идеями в спорте». Практической реализации этого, отмечает М. Крюгер, содействуют Международная олимпийская академия, которую в 1961 году основал

Карло Дим, а также созданные во многих странах мира национальные олимпийские академии. «Эти академии продвигают цели и идеалы олимпизма в своих странах и пытаются превратить эти идеалы в педагогические и дидактические концепции физического воспитания в школах и других сферах деятельности»⁴¹.

По мнению М. Крюгера, можно выделить три основных элемента олимпийского образования.

«1. Работа над собой (working on the self).

Во-первых, существует «желание быть лучше» и стремление к совершенству, как описал антропологическую сущность идеи соревнований в олимпийских видах спорта немецкий спортивный педагог Оммо Группе... Эта цель олимпийского образования уходит корнями в древность, связана с неогуманистическим

идеалом самосовершенствования (совершенствовать себя) и самоформирования (формирование «я»), который берет начало в таких терминах, как самоопределение, развитие личности или эмансипация». Эта идея олимпийского образования, отмечает М. Крюгер, отражена в олимпийском девизе «Altius, citius, fortius». «Однако оно должно рассматриваться критически с педагогической точки зрения, поскольку безусловное стремление к большему может реализовываться за счет собственного здоровья или здоровья партнеров и сторонников. Поэтому любые соревнования должны быть упорядочены и ограничены гуманными правилами и нормами.

2. Процесс (flow).

Во-вторых, ощущение полного и энергичного сосредоточения в деятельности, с высоким уровнем наслаждения и исполнения. Этот элемент олимпийской педагогики тесно связан с концепциями, которые можно найти в азиатской, особенно японской, философии и педагогике.

3. Социальное обучение (social training).

В-третьих, олимпийское образование включает в себя современную концепцию социального образования или обучения, а именно добровольного соблюдения правил, норм и принципов, начиная от письменных правил в спортивной конкуренции и до более абстрактных принципов равенства, справедливости и скромности во время как успеха, так и поражения»⁴².

М. Крюгер подчеркивает роль олимпийского образования в современной системе образования, а вместе с тем отмечает возрастающую опасность для будущего олимпийского образования. «В настоящее время многие люди относятся к Олимпийским играм в меньшей степени как к образованию, а в большей степени оценивают их как коммерцию, шоу, допинг, телевидение, скандалы и тому подобное – в общем, как

вещи, которые должны рассматриваться в качестве негативных, вредных и непедагогичных. Олимпийские игры часто воспринимаются как элементы международной торговли и индустрии развлечений, а не как средство утонченного образования и культуры.

П. Кубертен оставил важное наследие в качестве президента МОК, когда он обратился к членам МОК в своей прощальной речи в 1925 году в Праге. Сегодня сказанные им слова представляются еще более важными, чем когда-либо прежде. Кубертен сказал: «Рынок или храм, спортсмены должны выбрать. Они не могут иметь и то, и другое; они должны согласиться лишь на одну вещь. Спортсмены, сделайте свой выбор!» Для Кубертена это не было дилеммой. Он решил в пользу храма: «Храм будет стоять вечно, все остальное исчезнет»⁴³.

Г. Андресс, бывший президент Австрийской олимпийской академии, посвятил свой доклад анализу цели, задач и содержания олимпийской педагогики⁴⁴. Но при этом фактически олимпийскую педагогику понимает как олимпийское образование и потому характеризует цели, задачи и содержание именно последнего.

Опираясь на идеи Кубертена и ту их интерпретацию, которая содержится в работах О. Группе⁴⁵, Г. Андресс выделяет пять принципов, характеризующих цель олимпийского образования.

- «Эвритмия, или баланс между телом, разумом и душой.
- Стремление к более высоким достижениям.
- Любительство. Радость, деудовольствие от деятельности без материального вознаграждения.
- Рыцарство и честная игра.
- Взаимное уважение и работа на благо мира»⁴⁶.

³⁷ Там же, с. 36.

³⁸ Coubertin Pierre de. *Olympism. Selected Writings*. Lausanne: IOC, 2000. P. 547.

³⁹ Krüger Michael. *The evolution of Olympic pedagogy and its place in the modern education system // 9th International session for directors of National Olympic academies, 1–8 June 2007. International Olympic Academy, 2009. P. 120–128.*

⁴⁰ Там же, с. 121–122.

⁴¹ Там же, с. 123.

⁴² Там же, с. 124–127.

⁴³ Там же, с. 128.

⁴⁴ Andrecs Hermann. *Aim, objectives and contents of Olympic pedagogy // 9th international session for directors of National Olympic academies, 1–8 June 2007. International Olympic Academy, 2009. P. 59–70.*

⁴⁵ Grupe O. *Die Olympische Idee ist pädagogisch. Zum Problem einer olympischen Erziehung // Müller, N. Messing, M. (Hrsg.). Auf der Suche nach der Olympischen Idee. Kassel, 1996.*

⁴⁶ Andrecs Hermann. *Aim, objectives and contents of Olympic pedagogy // 9th international session for directors of National Olympic academies, 1–8 June 2007. International Olympic Academy, 2009. P. 63.*

Г. Андреск подробно характеризует методы олимпийского образования, в частности, такие, как публикации, буклеты, методические пособия по истории Олимпийских игр, разъяснению и пропаганде олимпизма, викторины на олимпийскую тематику, олимпийские молодежные лагеря, олимпийские музеи и т. п. Исходя из оценки педагогики, с одной стороны, как «науки, теории образования», а с другой – как «искусства образования», Г. Андреск обсуждает вопрос о том, «является ли олимпийская педагогика теорией». По его мнению, при ответе на этот вопрос возникают существенные трудности, так как до сих пор нет полного представления о предмете олимпийской педагогики, ее

Анализ публикаций выявляет аморфность, неопределенность, многозначность понятий «Олимпизм» и «Олимпийская педагогика». Поэтому возникает необходимость не только уточнения, но и обоснования указанных понятий

нормативных, научных и общественно-политических основах⁴⁷.

Понимание олимпийской педагогики как олимпийского образования характерно также для Симоны Ионеску (Румыния), которая на указанной сессии МОА выступила с лекцией «Изучение мультикультурализма как часть школьного курса обучения посредством олимпийской педагогики»⁴⁸.

В.С. Родиченко, почетный вице-президент ОКР, в своей лекции на сессии при уточнении понятия «олимпийская педагогика» предлагает рассматривать это понятие в связи с олимпийским образованием, которое является теоретическим компонентом школьной дисциплины «физическое воспитание», а именно – как «методологию олимпийского образования». Аналогичного мнения по данному вопросу, указывает он, придерживается почетный декан Международной олимпийской академии К. Георгиадис. Вместе с тем В.С. Родиченко расширяет указанное понимание олимпийской педагогики. «Олимпийская педагогика – это педагогическая теория, педагогическая мето-

дология и педагогическая техника олимпийского образования»⁴⁹.

Неоднозначное истолкование понятия «олимпийская педагогика» в упомянутых выше и других лекциях на обсуждаемой сессии МОА нашло отражение и в тех заключительных выводах, которые были сформулированы участниками этой сессии.

Так, дискуссионная группа 1 на основе обсуждения вопроса «Как мы понимаем олимпийскую педагогику?», а также взаимоотношений олимпийской педагогики и олимпийского образования пришла к следующим выводам. «Некоторые члены группы рассматривают олимпийскую педагогику и олимпийское образование как одно и то же, в то время как другие рассматривают олимпийскую педагогику как науку или как средство олимпийского образования». Общий вывод: «Мы считаем, что олимпийская педагогика – это:

- теория ценностей;
- основа (framework) олимпийского образования;
- «олимпийски ориентированная» (Olympic coloured) методология и содержание олимпийского образования»⁵⁰.

Дискуссионная группа 2 по итогам обсуждения олимпийской педагогики делает следующий вывод: «К. Георгиадис (Греция) и В. Родиченко (Россия) предложили определить олимпийскую педагогику как «педагогическую теорию, педагогическую методологию и педагогическую технику олимпийского образования». Ф. Габе определяет педагогику как «науку о воспитании детей и обеспечении интеллектуального развития взрослых». Группа согласна с обоими определениями и определяет педагогику как инструмент или метод, используемый для достижения результатов обучения, которыми в данном случае являются олимпизм и олимпийские идеалы»⁵¹.

В выводах остальных групп при обсуждении олимпийской педагогики она, как правило, рассматривается как олимпийская педагогическая деятельность (олимпийское образование или воспитание)⁵².

Аналогичное понимание олимпийской педагогики обычно встречается в выступлениях и на других сессиях Международной олимпийской академии⁵³.

При этом олимпийская педагогическая деятельность иногда понимается узко (например, лишь как формирование олимпийских знаний), иногда – более (или даже очень) широко.

Последняя ее трактовка имеет место, например, в лекции, с которой в 2012 году на 11-й сессии президентов или директоров НОА и НОК выступил почетный декан МОА К. Георгиадис. Анализируя олимпизм Кубертена, он пишет: «Преобладающей во взглядах Кубертена была олимпийская образовательная структура целостного образования, параллельного развития духовных, интеллектуальных и физических качеств человека. Его олимпийская педагогическая программа была многогранной, междисциплинарной, межтематической, с точными социальными, культурными и гуманитарными целями. Она включала спортивное воспитание (Athletic Education)⁵⁴, воспитание для мира (Education for Peace)⁵⁵, социальное воспитание (демократия требует социального воспитания)⁵⁶, исторические основы, философию физического воспитания, культуру, искусство в образовании⁵⁷, спортивную психологию⁵⁸... гигиеническое воспитание, от игр до геройских поступков, формирование характера, современное благородство, апофеоз»⁵⁹.

Итак, анализ публикаций выявляет аморфность, неопределенность, многозначность понятий «олимпизм» и «олимпийская педагогика». При этом понимание каждого из них нередко различается не только у разных авторов, но даже у одного и того же автора.

Поэтому возникает необходимость не только уточнения, но и обоснования указанных понятий.

Понятия «Олимпизм» и «Олимпийская педагогика»

Определение данных понятий помимо указанных выше причин затрудняется еще и тем, что отсутствует общепринятое понимание многих других понятий (таких, например, как «спорт», «педагогика», «образование», «культура» и др.), которые используются для их характеристики.

Как показано в публикациях автора, для преодоления этих трудностей необходимо использование разработанной им логико-методологической технологии введения, обоснования и унификации дискуссионных понятий.

Эта технология предусматривает соблюдение трех основных принципов:

- учет эффективности определений;
- разграничение содержательного и терминологического аспектов определяемых понятий;
- введение системы понятий, которая необходима для выделения и дифференциации различных объектов изучаемой области, анализа не одного понятия, а комплекса связанных с ним понятий.

В соответствии с такой методологией при разработке понятийного аппарата самое важное состоит в том, чтобы на основе введения системы понятий по возможности наиболее полно выделить, охарактеризовать и дифференцировать различные явления изучаемой области (в том числе и те, которые фигурируют в разных определениях этих понятий), чтобы четко их различить, не смешивать друг с другом. Вопрос о том, какие термины будут применяться для обозначения тех или иных явлений, выделенных в ходе содержательного анализа, имеет

⁴⁷ Там же, с. 59.

⁴⁸ Ionescu Simona. Learning multiculturalism as part of the school curriculum through Olympic pedagogy // 9th Int. l session for directors of National Olympic academies, 1–8 June 2007. International Olympic Academy, 2009. P. 41–46.

⁴⁹ Rodichenko Vladimir. Social volunteerism as part of the school curriculum within the Olympic pedagogy // 9th International session for directors of National Olympic academies, 1–8 June 2007. International Olympic Academy, 2009. P. 47.

⁵⁰ Conclusions of the Discussion Groups // 9th International session for directors of National Olympic academies, 1–8 June 2007. International Olympic Academy, 2009. P. 263.

⁵¹ Там же, с. 264.

⁵² Там же, с. 265–285.

⁵³ Например, см.: Culpan Ian. The Pedagogy of Neo-Olympism in a National Physical Education Curriculum: The Greek Connection // 5th Joint Int. session for educationists and staff of higher institutes of physical education, 20–27.7. 2001. Ancient Olympia, International Olympic Academy, 2001. P. 442–449; Georgiadis Konstantinos. Pierre de Coubertin's Olympism // 11th Joint Int. session for presidents or directors of national Olympic academies and officials of national Olympic committees, 24–31 may 2012. International Olympic Academy, 2013. P. 31–34.

⁵⁴ Coubertin Pierre de. Olympism. Selected Writings. Lausanne: IOC, 2000. P. 121.

⁵⁵ Там же, с. 135.

⁵⁶ Там же, с. 149.

⁵⁷ Там же, с. 135.

⁵⁸ Там же, с. 155.

⁵⁹ Там же, с. 135.

второстепенное значение; он должен решаться с учетом рекомендаций логики и методологии науки⁶⁰. Именно такая логико-методологическая технология используется автором для введения и обоснования понятий, характеризующих олимпийскую педагогику и олимпизм.

Эти понятия можно разделить на две группы.

Первая группа – специфические (основные) понятия данной теории, которые характеризуют олимпийскую педагогику, другие элементы и аспекты олимпизма, олимпизм в целом как особое, отличающееся от других социокультурные феномены, и потому занимают центральное место в понятийном аппарате концепции современ-

Олимпийская педагогика – элемент концепции современного олимпизма, научная дисциплина, предметом которой является олимпийская педагогическая деятельность. Олимпийская педагогика формулирует и обосновывает педагогические основы олимпизма

менного олимпизма. Это, например, такие понятия, как «Олимпийские игры», «олимпийское движение», «олимпийская система», «олимпийская педагогика», «олимпийская философия».

Вторая группа – базисные (исходные) понятия. Они играют важную роль в олимпийской педагогике и в концепции современного олимпизма, но используются не только в этих, но и в других научных теориях. Это, например, такие понятия, как «деятельность», «культура», «гуманизм», «социализация», «педагогика», «образование», «спорт» и др. Отсутствие точности и обоснованности в этих базисных понятиях затрудняет интерпретацию и специфических (основных) понятий.

В данной книге основное внимание уделяется уточнению и обоснованию первой группы понятий. Понятия второй группы используются в том значении, которое неоднократно уточнялось и обосновывалось в предыдущих публикациях автора.

В соответствии с авторской методологией для уточнения и обоснования понятий «олимпизм» и «олимпийская педагогика» важнейшее

значение имеет введение на основе содержательного анализа целостной системы понятий, которая позволяет выделить, охарактеризовать и дифференцировать все те социальные явления, которые фигурируют в различных определениях указанных понятий. Следующий шаг уточнения и обоснования понятий – определение терминов, которые целесообразно использовать для обозначения выделенных социальных явлений. При этом важно учитывать критерии этой целесообразности (например, общепринятость, короткий или длинный термин и др.).

На основе такого подхода в данной книге для выделения и характеристики социальных явлений, которые, как правило, указываются при анализе олимпизма и олимпийской педагогики, вводится следующая понятийная система.

Прежде всего она включает в себя понятия «Олимпийские игры», «олимпийское движение» и «ценности олимпизма». Эти понятия трактуются в их общепринятом понимании.

- Понятия «Олимпийские игры» и «олимпийское движение» понимаются в том смысле, который указан в Олимпийской хартии.
- Понятие «ценности олимпизма» характеризует идеалы, принципы, образцы поведения, которые определяют цели, задачи и средства олимпийского движения.

Вместе с тем некоторые понятия имеют авторскую интерпретацию.

Олимпизм – социокультурный феномен, возникший на основе возрождения Олимпийских игр, развития олимпийского движения и охватывающий весь комплекс указанных выше социальных явлений.

Концепция современного олимпизма – научно обоснованная теория⁶¹ этого социокультурного феномена.

Олимпийская философия – элемент концепции современного олимпизма, философская дисциплина, задача которой состоит в том, чтобы, выйдя за пределы созерцания, выявить предельные (фундаментальные) основания олимпийского движения, то есть определить объективность, возможность и методы познания связанных с ним социальных явлений, раскрыть их социальную природу, место и роль в системе общечеловеческой культуры, опре-

делить социальный смысл и значение, выявить те ценности (идеалы, смыслы, целевые установки, нормы, образцы поведения и т. п.), которые определяют их характер, содержание, значение и даже само существование. Олимпийская философия формулирует и обосновывает философские основы олимпизма.

Олимпийская педагогика – элемент концепции современного олимпизма, научная дисциплина, предметом которой является олимпийская педагогическая деятельность. Олимпийская педагогика формулирует и обосновывает педагогические основы олимпизма.

Олимпийская педагогическая деятельность (система) – разновидность спортивного воспитания, сознательно организуемая система деятельности, предполагающая использование педагогических средств, посредством которых стараются приобщить индивида (при его активном участии) к миру ценностей культуры, содействовать формированию у него желаемых социальных качеств – знаний, умений, интересов, ценностных ориентаций, норм поведения и т. д., адекватных идеям и ценностям олимпийского движения.

Олимпийское образование – элемент олимпийской педагогической деятельности, ориентированный на приобщение индивида (с его активным участием) в специально организуемых условиях педагогической среды к миру олимпийских знаний, его информационной готовности к деятельности в олимпийском движении.

Олимпийское обучение – элемент олимпийской педагогической деятельности, ориентированный на формирование у индивида (при его активном участии в этом) умений, навыков, способов, позволяющих активно и эффективно участвовать в олимпийском движении, а также соответствующего реального поведения, адекватного ценностям этого движения.

Олимпийское воспитание – педагогическая деятельность, ориентированная на формирование (совершенствование) у индивида (при его активном участии в этом) влечений, желаний, стремлений, мотивов, интересов, установок,

ценностных ориентаций, образцов поведения, адекватных идеям и ценностям олимпийского движения, то есть мотивационной готовности к деятельности в этом движении.

Теория олимпийской социализации личности – научная дисциплина, предметом которой является не только олимпийская педагогическая деятельность, но и стихийные (спонтанные, ненамеренные) воздействия социальной среды, влияющие на отношение человека к идеям и ценностям (идеалам, принципам, образцам поведения) олимпизма, то есть весь процесс социализации личности, связанный с приобщением к идеям и идеалам олимпизма.

К указанным выше понятиям целесообразно добавить еще одно – «олимпийская система». Данное понятие, как отмечают Жан-Лу Шаппле и Кюблер-Маббот Бренда, авторы книги «Международный олимпийский комитет и олимпийская система», характеризует комплекс институциональных структур:

- 1) пять столпов олимпийской системы (некоммерческие организации: МОК, оргкомитеты Олимпийских игр, национальные олимпийские комитеты, международные спортивные федерации и национальные спортивные федерации);
- 2) новые государственные и частные участники олимпийского движения (правительства, спонсоры, СМИ, спортивные лиги), играющие с 1970-х годов все более значимую роль в олимпийской системе;
- 3) «недавно созданные и, как предполагается, независимые органы, служащие наблюдателями в вопросах допинга и соблюдения прав заинтересованных сторон»⁶².

Следует иметь в виду, что в принципе в понятийном аппарате концепции современного олимпизма может быть использована другая терминология⁶³. Главное состоит в том, чтобы в системе используемых терминов и соответствующих понятий этой концепции был выделен и охарактеризован весь комплекс указанных выше различных социальных явлений, чтобы они различались, не смешивались друг с другом.

⁶⁰ Столяров В.И. *Методологические принципы определения понятий в процессе научного исследования физической культуры и спорта: Учеб. пособие для аспирантов и соискателей ГЦОЛИФКа*. М.: ГЦОЛИФК, 1984. 98 с.; Столяров В.И. *Фундаментальные методологические проблемы наук о физкультурно-спортивной деятельности и телесности человека: монография*. М.: РУСАЙНС, 2018. 208 с.

⁶¹ В данном случае термин «теория» используется в широком его значении как синоним терминов «наука», «научная дисциплина», «научное знание» без строгой его дифференциации на теоретические и эмпирические компоненты.

⁶² Шаппле Жан-Лу, Кюблер-Маббот Бренда. *Международный олимпийский комитет и олимпийская система. Управление мировым спортом: пер. с англ.* М.: Рид Медиа, 2012. С. 16.

⁶³ Например, см.: Столяров В.И. *Олимпийское воспитание: теория и практика*. М.: Национальное образование, 2014. 416 с. (Библиотека Российского Международного Олимпийского Университета).

2019

Апрель – июль

Календарь спортивного менеджера

Международные соревнования, форумы и мероприятия

- 30 марта – 7 апреля.** Чемпионат мир по керлингу среди мужских команд. Летбридж, Канада.
- 4–14 апреля.** Чемпионат мира по хоккею с шайбой среди женских команд. Эспоо, Финляндия.
- 8–9 апреля.** Спортивный форум Европейского союза / EU Sport Forum 2019. Организатор – Европейская комиссия. Бухарест, Румыния.
- 13–15 апреля.** 9-й Международный форум атлетов. Организатор – Международный олимпийский комитет. Лозанна, Швейцария.
- 15 апреля.** Заседание комиссии атлетов АНОК. Лозанна, Швейцария.
- 20–27 апреля.** Чемпионат мира по керлингу среди смешанных пар. Ставангер, Норвегия.
- 21–28 апреля.** Чемпионаты мира по настольному теннису. Будапешт, Венгрия.
- 27 апреля – 4 мая.** Мультиспортивные чемпионаты мира под эгидой Международного союза триатлона (ITU). Понтеведра, Испания.
- 3 мая.** Церемония зажжения огня II Европейских игр Минск-2019. Рим, Италия.
- 5–10 мая.** Международная конвенция «СпортАккорд». Голд-Кост, Австралия.

- 10–26 мая.** Чемпионат мира по хоккею с шайбой среди мужских команд. Братислава / Кошице, Словакия.
- 15–19 мая.** Чемпионаты мира по таэквондо. Манчестер, Великобритания.
- 17 мая.** Заседание Исполкома Европейских олимпийских комитетов (ЕОС). Вена, Австрия.
- 18–19 мая.** Семинар Европейских олимпийских комитетов (ЕОС). Вена, Австрия.
- 28–29 мая.** Конференция The Spot. Организатор – ThinkSport. Лозанна, Швейцария.
- 30 мая – 15 июля.** Кубок мира по крикету. Англия / Уэльс.
- 4–6 июня.** Олимпийский маркетинговый семинар – 2019. Организатор – Международный олимпийский комитет. Будапешт, Венгрия.
- 7 июня – 7 июля.** Чемпионат мира по футболу ФИФА среди женских команд. Монпелье, Ницца, Валансьен, Париж, Лион, Реймс, Гавр, Гренобль, Ренн; Франция.
- 14–23 июня.** Чемпионаты мира по стрельбе из лука. Хертогенбос, Нидерланды.
- 14–23 июня.** 1-е Африканские пляжные игры. Сал, Кабо-Верде.
- 18–19 июня.** Заседание Исполкома Международного олимпийского комитета. Лозанна, Швейцария.
- 21–30 июня.** II Европейские игры. Минск, Беларусь.
- 21 июня – 13 июля.** Кубок африканских наций по футболу CAF 2019. Финальный турнир. Египет.
- 24–26 июня.** 134-я сессия Международного олимпийского комитета. Лозанна, Швейцария.

4–20 июля. XVI Тихоокеанские игры. Апиа, Самоа.

12–28 июля. Чемпионаты мира по водным видам спорта FINA. Кванджу, Республика Корея.

15–23 июля. Чемпионаты мира по фехтованию FIE. Будапешт, Венгрия.

25 июля. Генеральная ассамблея Панамериканской спортивной организации Panam Sports. Лима, Перу.

26 июля – 11 августа. Панамериканские игры. Лима, Перу.

Конгрессы и научно-практические конференции Министерства спорта

Апрель

Воронеж. VIII Всероссийская научно-практическая конференция с международным участием «Медико-биологические и педагогические основы адаптации, спортивной деятельности и здорового образа жизни».

Кемерово. Всероссийская научно-практическая конференция «Проблемы и перспективы развития физической культуры и спорта».

Краснодар. Всероссийская научно-практическая конференция с международным участием «Интегрированные коммуникации в спорте и туризме: образование, тенденции, международный опыт».

Малаховка. III Всероссийская научно-практическая конференция с международным участием «Современные аспекты подготовки и профессиональной деятельности спортивного менеджера».

Москва. IX Всероссийский конгресс с международным участием «Медицина для спорта 2019».

Москва. Всероссийская конференция «Инновационные технологии в спорте и физическом воспитании подрастающего поколения».

Москва. Всероссийская научно-практическая конференция в рамках XIII Всероссийского форума «Здоровье нации – основа процветания России» (апрель – май).

Москва. Всероссийская научно-практическая конференция с международным участием «Методологические проблемы педагогики физической культуры», посвященная 90-летию кафедры педагогики.

Омск. VII Всероссийская научно-практическая конференция «Современная система спортивной подготовки в биатлоне».

Орел. VII Международная научно-практическая конференция «Физическая культура, спорт, туризм: инновационные проекты и передовые практики».

Оренбург. XIV Всероссийская научно-практическая конференция среди студентов УОР РФ «Спортивная подготовка: опыт, проблемы, развитие».

Пермь. Всероссийская научно-практическая конференция с международным участием «Физическая культура, спорт, туризм. Научно-методическое сопровождение».

Ростов-на-Дону. Всероссийская научно-практическая конференция «Физическая культура и спорт в системе профессионального образования».

Санкт-Петербург. IX Международный научный конгресс «Спорт, человек, здоровье».

Смоленск. V Всероссийская научно-практическая конференция тренеров по лыжным гонкам «Актуальные вопросы развития лыжных гонок в России».

Смоленск. VI Международная научно-практическая конференция «Особые дети – особая педагогика: проблемы развития, воспитания и социализации в контексте вызовов современного образования».

Чайковский. Всероссийская конференция с международным участием «Спорт и спортивная медицина».

Челябинск. Всероссийская научно-практическая конференция «Актуальные проблемы правового регулирования спортивных правоотношений».

Ярославль. I Всероссийская научно-практическая конференция (очно-заочная) «Безопасность здоровья человека: наука, образование, практика».

Май

Казань. Всероссийская научно-практическая конференция «Проблемы и инновации спортивного менеджмента, рекреации и спортивно-оздоровительного туризма» (май – июнь).

Малаховка. III Всероссийская научно-практическая конференция с международным участием «Современные тенденции развития теории и методики физической культуры, спорта и туризма».

Москва. VII Всероссийская научно-практическая конференция с международным участием «Актуальные вопросы реабилитации в медицине и спорте».

Москва. VIII Всероссийская научно-практическая конференция с международным участием «Лечебная физическая культура

и спортивная медицина: достижения и перспективы развития», посвященная 50-летию кафедры спортивной медицины.

Москва. XV Всероссийская научно-практическая конференция с международным участием «Рудиковские чтения – 2019».

Москва. Всероссийская заочная научная конференция «Актуальные научно-методические проблемы подготовки спортсменов в игровых видах спорта».

Москва. Всероссийская научно-практическая конференция «О результатах выступления спортивных сборных команд Российской Федерации по зимним олимпийским видам спорта в спортивном сезоне 2018/19 и ходе подготовки к XXIV Олимпийским зимним играм 2022 года в г. Пекине (КНР)».

Москва. XIII Международная научно-практическая конференция студентов и молодых ученых на английском языке «Спортивная наука в высшем образовании» / XIII Annual International Conference for Students and Young Researchers «Modern University Sport Science».

Омск. X Всероссийская научно-практическая конференция «Роль местного самоуправления в развитии физической культуры и спорта».

Санкт-Петербург. Всероссийская научно-практическая конференция «Управление человеческими ресурсами в сфере физической культуры, спорта и здорового образа жизни».

Чебоксары. VI Всероссийская научно-практическая конференция с международным участием «Актуальные проблемы теории и методики армрестлинга, бодибилдинга, гиревого спорта, мас-рестлинга, пауэрлифтинга и тяжелой атлетики».

Июнь

Воронеж. Всероссийская научно-практическая конференция с международным участием «Современные тенденции и актуальные вопросы развития стрелковых видов спорта»

Петрозаводск. VII Международный конгресс учителей физической культуры и специалистов, пропагандирующих здоровый образ жизни, под девизом «Здоровье – в ШКОЛЫ».

Санкт-Петербург. V Всероссийская научно-практическая конференция «Физическая реабилитация в спорте, медицине и адаптивной физической культуре».

Санкт-Петербург. Всероссийская научно-практическая конференция «Физическая культура студентов».

Июль

Москва. Всероссийская научная конференция с международным участием. 12-й Международный симпозиум компьютерных наук в спорте / 12th International Symposium on Computer Science in Sport (IACSS 2019).

Выставки и ярмарки

19–21 апреля. «Спортлэнд». Весна-2019. Москва, Россия.

4–7 апреля. Международная выставка фитнеса, велнеса и здорового образа жизни FIBO 2019. Кельн, Германия.

5–7 апреля. Международная выставка активного отдыха и приключенческого туризма «Спорт и активный отдых – 2019». Москва, Россия.

5–7 апреля. Ярмарка спорта, экипировки и здорового образа жизни Halbmarathon Expo 2019. Берлин, Германия.

6–7 апреля. Международная выставка конного спорта Horses 2019. Тампере, Финляндия.

9–11 апреля. Международная выставка оборудования и товаров для зимних видов спорта Prowinter 2019. Больцано, Италия.

11–13 апреля. Специализированная выставка туризма и спорта «Туризм и спорт – 2019». Казань, Россия.

11–13 апреля. Международная специализированная выставка туризма «Туризм. Спорт. Отдых 2019». Калининград, Россия.

17–19 апреля. Казахстанская международная выставка «Туризм и путешествия» KITF 2019.

26–28 апреля. Спортивная выставка ChelFIT 2019. Челябинск, Россия.

6–9 мая. Китайская международная выставка велосипедов China Cycle 2019. Шанхай, Китай.

9–12 мая. Международная выставка бильярда Guangzhou International Billiards Exposition (GBE) 2019. Гуанчжоу, Китай.

16–18 мая. Выставка спорта и здоровья Goteborgsvarvet Expo 2019. Гетеборг, Швеция.

23–26 мая. Международная выставка спортивных товаров China Sport Show 2019. Шанхай, Китай.

30 мая – 2 июня. Международная фитнес-конвенция Rimini Wellness 2019. Римини, Италия.

21–23 июня. Международная специализированная выставка «Здоровый образ жизни. Ереван 2019». Ереван, Армения.

27–30 июня. Выставка товаров для спорта и активного отдыха Asia Outdoor 2019. Нанкин, Китай.

Summary

International Relations

At the end of March RIOU hosted the meeting of the newly established Culture and Education Commission of the Association of National Olympic Committees (ANOC), which was chaired by President of the Russian Olympic Committee Stanislav Pozdnyakov. The next day saw the signing of a cooperation agreement between RIOU and the Czech NOC. The signing ceremony was attended by RIOU Rector Lev Belousov and Vice-President of the Czech NOC Roman Kumpost.

Krasnoyarsk 2019

The final medal tally of the 2019 Winter World University Games in Krasnoyarsk was dominated by Russian athletes. According to RIOU Herald's editor-in-chief Sergey Muravyev, this does not point to a low level of sports competition at the Universiade.

The Court of Arbitration for Sport in Lausanne – an Alternative to National Justice?

RIOU Vice-Rector for Research Nikolay Peshin looks at the unique character of international sports arbitration. The principles underpinning this system are exclusively based on agreement, and its work is based on the consent of all the parties involved.

The Marketing Process for a Professional Athlete

Andrey Malygin, Chair of Sports Marketing at the Synergy University and Director of the Sport Marketing School, discusses the specifics of marketing for public figures, professional athletes in particular.

Creating a Private Club Specialising in Artistic Gymnastics

Sergey Khorokhordin – RIOU's MSA graduate, multiple Russian champion, double European champion, vice

world champion, participant of the Beijing 2008 Olympic Games – tells the readers about his studies at RIOU and his business projects after the end of his sporting career.

Coaching Athletes with Borderline Personality Organisation

Sports psychologist and double Olympic medalist Elizaveta Kozhevnikova explores the typical features of athletes with borderline personality organisation, explains the sources of their personality disorders, and offers recommendations to coaches working with such athletes.

Business in the Sports Industry: Myth or Reality?

First Vice-Rector of the Synergy University Vladimir Lednev sets out to analyse the sports industry in Russia and the wider world to show the existing business opportunities and factors contributing to entrepreneurial success.

Kata in Olympic Karate

The World Karate Federation introduced changes to the competition rules effective from 1 January, 2019. The Kata judging system was completely reviewed. This is all the more important with the approach of the 2020 Tokyo Games. These new developments are discussed by Oleg Zakharov, Master of Sport Administration (MSA), top-level coach and President of the Rostov Kyokushin Association.

What is Olympic Pedagogy

The RIOU Library series has seen the publication of a new book – Modern Olympism and Olympic Pedagogy: Achievements, Issues, Prospects. The book is authored by professor of the Russian State University of Physical Education, Sport, Youth and Tourism Vladislav Stolyarov. In this article he explores the highly disputed question of what constitutes Olympic pedagogy.

Annotation

International Relations

In the last week of March RIOU provided the venue for a number of international events. On 25 March, it hosted the meeting of the newly established Culture and Education Commission of the Association of National Olympic Committees (ANOC), which was chaired by President of the Russian Olympic Committee Stanislav Pozdnyakov. The next day saw the signing of a cooperation agreement between RIOU and the Czech NOC, in a ceremony attended by RIOU Rector Lev Belousov and Vice-President of the Czech NOC Roman Kumpost. The agreement provides for cooperation in education, research, academic and student exchange between RIOU and universities nominated by the Czech Olympic Committee.

Sergey Muravyev. Krasnoyarsk 2019

The Krasnoyarsk 2019 Winter Universiade holds a special place among other sports mega-events recently hosted by Russia. Its uniqueness lies in the fact that the organisers had at their disposal a whole range of competencies that had been acquired and perfected during the staging of the Sochi 2014 Games and the FIFA 2018 World Cup. These included the construction of new venue clusters, hospitality services for international guests, and many other functional areas. The final medal tally was dominated by the host nation's athletes, but, according to RIOU Herald's editor-in-chief Sergey Muravyev, this does not point to a low level of sports competition at the Universiade.

Nikolay Peshin. The Court of Arbitration for Sport in Lausanne – an Alternative to National Justice?

The Court of Arbitration for Sport (CAS) in Lausanne is an authority in charge of sports specific jurisdiction – a system of courts of arbitration devoted to resolving disputes related to sport. Apart from the CAS, the system includes arbitral tribunals of international and national sports federations – non-governmental bodies that govern the world sports movement. It should be stressed that the sports specific jurisdiction was formed – and operates – independently from the classical judicial system found in any country. It is not connected with international courts established by states either. In this article, RIOU Vice-Rector for Research Nikolay Peshin argues that the principles underlying the system of 'sports justice' are exclusively based on agreement, and its work is based on the consent of all the parties involved.

Andrey Malygin. The Marketing Process for a Professional Athlete

Sport has a special place among other kinds of public activity (arts, politics, show business) as it provides society with celebrities who inspire millions of people, fans and sports consumers. Sports marketing has long used the unique ability of celebrities to attract and retain the attention of target audiences, thus building a powerful marketing potential both for itself and the related events and organisations. However, this potential can only be used to the fullest if a lot of work is done to turn a successful athlete into a marketing tool. Not all renowned athletes can capitalize on their names as personal brands. In this article Andrey Malygin, Chair of Sports Marketing at the Synergy University and Director of the Sport Marketing School, discusses the specifics of marketing for public figures, professional athletes in particular.

Sergey Khorokhordin. Creating a Private Club Specialising in Artistic Gymnastics

Once the competing career is over, every athlete faces the choice of what to do next in their lives. And even if they take steps to prepare themselves for this transition, they encounter completely new conditions that can disrupt some of their expectations. This issue's Alumni Club features an article by Sergey Khorokhordin, RIOU's MSA graduate, multiple Russian champion in artistic gymnastics, double European champion, vice world champion, participant of the Beijing 2008 Olympic Games, tells the readers about his studies at RIOU and his post sports career.

Elizaveta Kozhevnikova. Coaching Athletes with Borderline Personality Organisation

There is a new trend observed in Russian sport: athletes with excellent inherent abilities cannot fulfill their potential. They are unable to reach the expected level of performance because they are either unstable or viewed as «difficult clients» by coaches who often find it easier to abandon these athletes than continue training them. In this article, sports psychologist and double Olympic medalist Elizaveta Kozhevnikova explores the typical features of such athletes and sources of their personality disorders, explains how these disorders affect their sports activities, and offers recommendations to coaches.

Vladimir Lednev. Business in the Sports Industry: Myth or Reality?

In the modern world the functions of sport are no longer limited to its social role. Sport has grown into a powerful industry and an attractive business. Yet, despite the ever increasing number of potential sports consumers, not every sporting event can be sold effectively and profitably. Vladimir Lednev, First Vice-Rector of the Moscow University of Industry and Finance «Synergy», sets out to analyse the sports industry in Russia and the wider world to show the existing business opportunities and factors contributing to entrepreneurial success.

Oleg Zakharov. Kata in Olympic Karate

The World Karate Federation introduced changes to the competition rules effective from 1 January, 2019. The Kata judging system was completely reviewed. The changes are designed to help spectators gain a better understanding of the competition rules, and boost interest in the sport. This is all the more important with the approach of the 2020 Tokyo Games. These new developments are discussed by Oleg Zakharov, Master of Sport Administration (MSA), top-level coach and President of the Rostov Kyokushin Association.

What is Olympic Pedagogy

The RIOU Library series has seen the publication of a new book – Modern Olympism and Olympic Pedagogy: Achievements, Issues, Prospects. The book targets Olympic educators, researchers and a wide range of readers interested in the current issues in modern Olympism. The book is authored by professor of the Russian State University of Physical Education, Sport, Youth and Tourism Vladislav Stolyarov. In this article he focuses on the highly disputed and under-researched question of what constitutes Olympic pedagogy.

ВЕСТНИК

Российского Международного Олимпийского Университета

НАУЧНО-ПОПУЛЯРНЫЙ ЖУРНАЛ ДЛЯ ИНДУСТРИИ СПОРТА.
ОСНОВАН В 2011 ГОДУ. ИЗДАЕТСЯ ЕЖЕКВАРТАЛЬНО

Аудитория журнала

Руководители федераций, спортивных клубов, маркетологи, менеджеры спортивных организаций и объектов, будущие управленцы в сфере спорта. Журнал распространяется по подписке на всей территории России.

Наши читатели = наши писатели

На страницах «Вестника» в качестве авторов выступают руководители олимпийского движения, администрации города Сочи, главы спортивных федераций, российские и зарубежные исследователи и ученые, эксперты международных консалтинговых компаний, профессора университетов из России, Великобритании, Австрии, США и других стран.

О чем?

- Олимпийское движение: вчера, сегодня, завтра
- Спорт как инструмент для социальных изменений и развития
- Аспекты организации спортивных мероприятий: от глобальных до локальных
- Практика спонсорства и партнерства
- Теория и практика управления спортивными объектами
- Организация доступной среды для людей с ограниченными возможностями
- Деятельность РМОУ в отчетах, статьях, репортажах

Подписка

Оформить подписку можно через агентство подписки и доставки периодических изданий «Урал-Пресс». Подписной индекс «Вестника РМОУ» – ВН009840.

WWW.URAL-PRESS.RU