

ВЕСТНИК

декабрь
№ 4 (29) / 2018

РОССИЙСКОГО
МЕЖДУНАРОДНОГО
ОЛИМПИЙСКОГО
УНИВЕРСИТЕТА

www.olympicuniversity.ru



СТАНИСЛАВ ПОЗДНЯКОВ:

«ЗНАЧЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ В ЖИЗНИ СПОРТСМЕНА ТРУДНО ПЕРЕОЦЕНИТЬ»

МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ

«БУДУЩЕЕ ЧИСТОГО СПОРТА» ИЗБРАННЫЕ МАТЕРИАЛЫ



РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

Лев БЕЛОУСОВ,
ректор Российского Международного
Олимпийского Университета,
профессор, д. и. н.,
член-корреспондент
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 Барселона (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., 80/42.

Тираж 600 экземпляров. Заказ № 04793-18 от 29 декабря 2018 года.

Фото на обложке: Владимир Астапкович/ МИА «Россия сегодня»

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



СОДЕРЖАНИЕ

РМОУ

4

ШАГ ЗА ШАГОМ, ДЕНЬ ЗА ДНЕМ

Хроника деятельности Российского Международного Олимпийского Университета

ОТ ПЕРВОГО ЛИЦА

10

Станислав Поздняков: «ЗНАЧЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ В ЖИЗНИ СПОРТСМЕНА ТРУДНО ПЕРЕОЦЕНИТЬ»
Президент Олимпийского комитета России Станислав Поздняков и ректор РМОУ Лев Белоусов рассказали о перспективных планах

ЗА ЧИСТЫЙ СПОРТ

14

В МОСКВЕ ПРОШЛА МЕЖДУНАРОДНАЯ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ «БУДУЩЕЕ ЧИСТОГО СПОРТА: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ, ВЫЗОВЫ, РЕШЕНИЯ»

В этом выпуске «Вестник РМОУ» обращается к избранным материалам конференции

ОТ ПЕРВОГО ЛИЦА

16

ЮРИЙ ГАНУС: «МЫ РУКОВОДСТВУЕМСЯ НАЦИОНАЛЬНЫМИ ИНТЕРЕСАМИ И ИСПОВЕДУЕМ ЦЕННОСТИ СПОРТА»

Генеральный директор РУСАДА рассказал о текущей деятельности агентства и заглянул в будущее

ПРАВО И СПОРТ

22

НИКОЛАЙ ПЕШИН. ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ГОСУДАРСТВ И АНТИДОПИНГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ
Международная система антидопингового регулирования структурно неоднозначна

ОТ ПЕРВОГО ЛИЦА

26

МАРГАРИТА ПАХНОЦКАЯ: «ПРОБЛЕМА ДОПИНГА ЛЕЖИТ В ОБЛАСТИ ОБЩЕЙ ЧЕЛОВЕЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ»
Образование и расследование – два кита эффективной антидопинговой деятельности

ЗА ЧИСТЫЙ СПОРТ

34

Герман Рамм. Двигаясь вперед в направлении общей цели
Исполнительный директор Антидопингового агентства Нидерландов – о главных вызовах



38

Яннис Пициладис. ОЛИМПИЙСКИЙ СПОРТ НУЖДАЕТСЯ В РЕБРЕНДИНГЕ
Допинговые скандалы наносят ущерб самому дорогому в мире бренду

42

«ВРАГ ДОПИНГА» ЗАГОВОРИЛ ПО-РУССКИ
К выходу в свет книги Арне Лjungквиста

УПРАВЛЕНИЕ В СПОРТЕ

44

Андрей Малыгин. СИСТЕМАТИЗАЦИЯ ПРОЦЕССА УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОМ СПОРТИВНОГО СОБЫТИЯ
Некоторые аспекты и подходы

ЕДИНОБОРСТВА

56

Олег Захаров. БОЕВЫЕ ИСКУССТВА ПОД ВЛИЯНИЕМ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ:
МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ И ТЕНДЕНЦИИ
Как маркетинг влияет на культуру боевых искусств и индустрию единоборств

БИБЛИОТЕКА РМОУ

66

Джеймс Скиннер и Боб Стюарт. ОРГАНИЗАЦИОННОЕ ПОВЕДЕНИЕ В СПОРТЕ
К выходу в свет новой книги

ВИДЫ СПОРТА: ТРЕЙЛРАННИНГ

80

Екатерина и Дмитрий Митяевы: «Горы объединяют. Если в гонке упадешь, тебе помогут, даже если это твои конкуренты»
Интервью с обладателями самых высоких рейтингов

ИСТОРИЯ СПОРТА

86

Елена Долгополова. БОРЕЦ И ДОКТОР АЛЕКСАНДР ПЕТРОВ
О финалисте борцовского турнира на Играх в Лондоне-1908

90

Елена Долгополова. КАК ЗАЩИТНИК СТАЛ ШПИОНОМ
Футболист Петр Соколов прославился в дореволюционной России, а позднее работал в пользу финской, английской и немецкой разведок

НАВИГАТОР

96

КАЛЕНДАРЬ СПОРТИВНОГО МЕНЕДЖЕРА
Предстоящие форумы, конференции, семинары и выставки

III МЕЖДУНАРОДНЫЙ ХОККЕЙНЫЙ ФОРУМ



В середине декабря в Москве состоялся III Международный хоккейный форум World Hockey Forum 2018. В этом году он объединил представителей федераций хоккея России, Канады, США, Швеции, Чехии и Финляндии, известных тренеров, легендарных хоккеистов, ученых, отечественных и зарубежных экспертов в сфере образования. В рамках пленарного заседания «Новое поколение в спортивном менеджменте: какие менеджеры нужны современному хоккею?» был отмечен опыт международного сотрудничества, которое активно развивает Российский Международный Олимпийский Университет. В своих выступлениях необходимость подготовки хоккейной образовательной программы подтвердили глава Экспертного совета РМОУ, президент Международной федерации хоккея Рене Фазель и президент Федерации хоккея России Владислав Третьяк.

МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ В СПОРТЕ

В последнюю неделю октября в Сочи прошло обучение по программе повышения квалификации «Менеджмент и маркетинг в спорте». В кампусе РМОУ собрались 45 слушателей из 20 регионов России, Беларуси и Казахстана. В качестве преподавателей были приглашены пресс-секретарь президента ОКР Константин Выборнов, эксперт в области управления человеческими ресурсами Марина Починок, эксперт по правовому регулированию в спорте Елена Вострикова, эксперт в области управления и спортивного маркетинга Ирина Кудерова, эксперт в области стратегического менеджмента Андрей Сельский, эксперты в вопросах организации спортивных мероприятий Демьян Сидоренко и Кирилл Ларин, эксперт в области финансового менеджмента Евгений Бухаров. На практических занятиях слушатели знакомились с опытом организаторов Чемпионата мира по футболу ФИФА – 2018 (стадион «Фишт») и «Формулы-1» (АНО «Росгонки»), изучали опыт управления крупными спортивными сооружениями на примере комплекса трамплинов «Русские горки» и дворца зимнего спорта «Айсберг».

«Данный курс собрал в себе все базовые знания и наработки по менеджменту и маркетингу спортивных организаций, исключительно передовые методики и технологии, их применимость на практике. Впечатляющие специалисты своих отраслей и грамотная подача материала. Уверен, что курс принесет очень практический позитивный результат», – отметил Андрей Выползов, директор школы фигурного катания «Невский лед» из Санкт-Петербурга.

СПОНСОРСТВО: ОТКРЫТЫЙ СЕМИНАР РМОУ И ТПП

В Москве в здании ОКР проведен открытый семинар для представителей спортивных федераций «Спонсорство в спорте: советы маркетологов правообладателям спортивного контента». Он организован университетом совместно с Торгово-промышленной палатой РФ. «Спортивные организации сейчас находятся на перепутье: все понимают необходимость активной работы по расширению источников финансирования, но далеко не все знают, как это делать эффективно, – сказал, открывая семинар, начальник управления разработки образовательных программ РМОУ Виктор Кудрявцев. – Спонсорство все еще рассматривается как меценатство, а не как инвестиции бизнес-компаний в продвижение своего имиджа, продукции, услуг посредством ассоциации со спортивными событиями, командами, спортсменами. Отсюда и нехватка у спортивных организаций навыков успешного взаимодействия с потенциальными спонсорами разного уровня». Потенциал взаимодействия со спонсорами обсуждали участники, среди которых – представители комитета ТПП РФ по предпринимательству в сфере спорта, члены подкомитета по маркетингу и коммуникациям, ведущих маркетинговых и аналитических агентств. По результатам мероприятия представители федераций выразили университету пожелание продолжить в 2019 году проведение подобных семинаров по актуальным вопросам в области управления.

МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ФЕДЕРАЦИЙ

10–17 декабря слушателями курса «Менеджмент и маркетинг в деятельности общероссийской спортивной федерации» стали представители семи федераций и Центральной олимпийской академии. Эта образовательная программа была реализована в здании Олимпийского комитета России в Москве. Среди спикеров – ученые, практики, сотрудники университета и ОКР. Так, темы развития индустрии спорта коснулся первый проректор «Синергия» Владимир Леднев, о вопросах подготовки резерва говорила Наталья Титова, начальник Управления инновационной деятельности Федерального центра спортивной подготовки Министерства спорта России, о роли ОКР в развитии массового спорта – Наталья Хамидова, заведующая сектором маркетинговых программ в массовом спорте. Также были затронуты вопросы антидопингового обеспечения в спорте, прав и обязанностей спортсменов в этой связи (Елена Иконникова, антидопинговый координатор Всероссийской федерации легкой атлетики), нор-



мативного регулирования в части организации и проведения спортивных мероприятий (Наталья Овчинникова, эксперт Ассоциации зимних видов спорта и Федерации хоккея России), психологической подготовки спортсменов (Елизавета Кожевникова, спортивный психолог, призер Олимпийских игр). По итогам слушатели отдельно отметили насыщенность курса: за короткий промежуток времени они получили большой объем информации, в частности, касающейся практических работ и рекомендаций, что всегда актуально.

УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ

В Сочи в ноябре стартовала новая программа повышения квалификации «Управление персоналом в спорте», которая является элементом Олимпийской образовательной программы, реализуемой РМОУ совместно с Олимпийским комитетом России. Курс разработан группой бизнес-тренеров – преподавателей РМОУ под руководством Марины Починок, эксперта по управлению персоналом МОК (Pyeongchang 2018, Beijing 2022). При разработке программы изучены и учтены предложения участников уже реализованных курсов – специально для развития компетенций в области работы с персоналом.

Среди слушателей курса – представители 13 регионов России, а также Беларуси и Таджикистана, направленные на обучение национальными олимпийскими комитетами этих стран. В ходе обучения слушатели смогли оценить влияние современных мировых трендов на управление персоналом в спорте, обсудили ключевые вопросы работы современных HR-департаментов, узнали важные особенности организации работы персонала на крупных спортивных соревнованиях, освоили современные компетенции руководителя, позволяющие развивать и мотивировать сотрудников,

повышать их готовность к достижению высоких результатов, научились формировать волонтерские команды и управлять ими.

Программа построена на практических примерах из опыта экспертов – преподавателей, приобретенного в процессе подготовки таких спортивных проектов, как Олимпийские игры Сочи-2014, Чемпионат мира по футболу – 2018 ФИФА, Всемирная зимняя универсиада – 2019 в Красноярске и др. Занятия велись в интерактивном формате, включали групповые задания, разбор реальных рабочих ситуаций, тематические дискуссии, элементы деловых игр, разработку и решение кейсов.

Участники дали высокую оценку программе. «Я узнал много совершенно нового, вспомнил и повторил то, что знал ранее. Убедился, что многие схемы и модели управления, применяемые в моей команде, верны. Верю, что мне удастся применить эти уникальные знания в моей работе. Главное впечатление – это суперэмоции, которые вызвали преподаватели и общение с коллегами, а также возможность увидеть по-новому свои задачи как руководителя», – отметил выпускник программы Александр Тропиков, директор МАУ «Стадион» (Новосибирск), чемпион мира по биатлону.

УПРАВЛЕНИЕ КАРЬЕРОЙ В СПОРТЕ



Новый курс Олимпийской образовательной программы «Управление карьерой в спорте (аутплейсмент)», обучение в рамках которого состоялось в декабре, был специально разработан в рамках сотрудничества РМОУ и Олимпийского комитета России для спортсменов, стремящихся добиться значимых результатов в работе после завершения активной спортивной карьеры, а также для всех, кто участвует в содействии трудоустройству спортсменов. К его разработке были привлечены специалисты известной в России и за рубежом компании DeTech. Основную часть заня-

тий провели Светлана Симоненко, управляющий партнер группы компаний DeTech, эксперт в области оценки и развития лидерского потенциала, и Лев Соколов, директор программ развития и обучения в компании DeTech.

Слушатели курса приехали в Сочи по рекомендации Олимпийских советов Краснодарского края, Астраханской, Липецкой, Саратовской и Мурманской областей, Республики Татарстан и Республики Калмыкия, Центральной олимпийской академии и Олимпийской академии Урала. Среди них – профессиональные спортсмены, а также те, кто помогает спортсменам в профессиональной деятельности: тренеры, руководители и сотрудники спортивных клубов, центров спортивной подготовки, преподаватели профильных вузов.

«Когда я и другие участники ехали на обучение, совсем не понимали, как можно научить человека, бывшего профессионального спортсмена, быть успешным в поиске работы и трудоустройстве, но преподаватели просто поразили и вдохновили нас всех, – отметила по итогам обучения чемпионка мира по волейболу Мария Брунцева. – Занятия были построены очень необычно и интересно, много классной практики, упражнений на саморазвитие, реальных инструментов и техник, которые помогут в трудоустройстве. Я как раз завершила карьеру в спорте и находилась в состоянии некоторой неопределенности и тревоги. Уезжаю из РМОУ совсем другим человеком, с новыми планами и уверенностью в успехе».

К ВСЕМИРНОЙ УНИВЕРСИАДЕ ГОТОВЫ!

В ноябре в Красноярске успешно прошел курс «Особенности организации работы с волонтерами крупного спортивного мероприятия», подготовленный в рамках договора о сотрудничестве между РМОУ и Дирекцией XXIX Всемирной зимней универсиады 2019 года. Занятия посетили около 50 специалистов дирекции универсиады, которые отвечают за работу с волонтерами. Именно они уже очень скоро начнут свою работу на объектах Всемирной универсиады.

В целом же за два года по разработанным РМОУ учебно-методическим материалам для дирекции универсиады прошли профессиональную переподготовку и обучение более 260 человек по 15 функциональным направлениям, включая управление крупным спортивным мероприятием, сервисы игр, организацию спортивных соревнований, маркетинг и СМИ, логистику, персонал, взаимодействие с FISU и НФСС, аккредитацию.

«Сейчас, когда подготовка к студенческим играм в Красноярске находится на финишной прямой, мы видим, какой масштабный образовательный проект мы смогли реализовать в рамках нашего сотрудничества с коллегами из Красноярска, – отметил ректор РМОУ профессор Лев Белоусов. – Уникальный образовательный курс «Управление крупным спортивным мероприятием», разработанный специально для подготовки сотрудников зимней универсиады – 2019, был рассчитан на семь месяцев и успешно прошел в Сочи, а учебные программы по организации работы с волонтерским движением мы провели в Красноярске. Наш вуз является главным хранителем олимпийского наследия. Еще в период подготовки сочинских Игр для персонала Оргкомитета «Сочи-2014» были проведены сотни обучающих программ. Этот опыт нами использован и для организации зимней универсиады – 2019».

ПРОГРАММА «СПОРТ И ПРАВО»



Новый курс олимпийской образовательной программы «Спорт и право», освещающий практику спортивного права и актуальные тенденции в этой области, собрал в декабре в Москве слушателей из 12 регионов России. Занятия проводили специалисты РМОУ, МГУ им. Ломоносова и РУСАДА. Руководителем программы является профессор юридического факультета МГУ, проректор РМОУ Николай Пешин.

В задачи курса входит формирование у слушателей понимания специфики развития законодательства о спорте, правовых механизмов взаимодействия государства, общественных и спортивных организаций, системы управления в спорте на федеральном, региональном и муниципальном уровнях, направлений

правотворческой деятельности, противодействия асоциальному поведению в сфере спорта. Программа особенно актуальна в свете разбирательств вокруг допинговых скандалов, в ходе которых, увы, выявляется далеко не всеобщее понимание того, как устроена система правового регулирования спорта на международном уровне.

Программа повышения квалификации «Спорт и право» рассчитана на широкий круг руководителей и специалистов отрасли физической культуры и спорта, спортивных центров и клубов, спортивных федераций и ассоциаций, спортивных комитетов и других органов исполнительной власти федерального и регионального уровней, спортсменов, заканчивающих карьеру и ориентированных на работу в этой индустрии.

НАШИ ЛЮДИ В «ФОРМУЛЕ-1»

В последние годы студенты РМОУ регулярно участвуют в специальных волонтерских программах гонок «Формула-1» в Олимпийском парке в Сочи. Не стал исключением и этот год. Слушатели программы MSA прошли панорамную стажировку на Гран-при России – 2018 «Формулы-1». Ребята погрузились в организационную деятельность, которая касалась размещения гостей, обеспечения навигации в Олимпийском парке и транспортной логистики. А некоторые студенты стали участниками исследовательской программы маркетинговой службы организаторов Гран-при.

«МАСТЕР СПОРТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ»: МОДУЛЬ ВТОРОЙ

В декабре в Москве прошел второй модуль новой программы «Мастер спортивного управления». В течение двух недель слушатели, среди которых заслуженные мастера спорта, чемпионы мира и Европы, участники Олимпийских игр, практически в режиме нон-стоп – по восемь часов ежедневно – изучали вопросы государственного управления в спорте, знакомились с проектом новой Стратегии развития физической культуры и спорта в России до 2035 года, обсуждали со специалистами-практиками систему подготовки резерва, вопросы развития олимпийского движения, медицинского обеспечения современного спорта и борьбы с допингом. Особое внимание было уделено вопросам правового регулирования, безопасности и финансов спортивных организаций. Завершился модуль учебно-ознакомительным визитом на Большую спортивную арену олимпийского комплекса «Лужники».



Программа профессиональной переподготовки РМОУ «Мастер спортивного управления» проходит с сентября по март, включает в себя четыре двухнедельных очных модуля (два в Сочи и два в Москве). Следующий модуль программы «Мастер спортивного управления» также будет реализован в Москве в период с 28 января по 9 февраля 2019 года.

«НИХАО!» – ПО-КИТАЙСКИ «ПРИВЕТ!»

Развивая международное сотрудничество, РМОУ принимает все больше студентов из Китая. «Нихао!» – приветствует нас гостя из Китая Ху Пин, студентка программы РМОУ «Мастер спортивного администрирования», заведующая кафедрой из Харбинского спортивного университета. «Как быстро летит время, – говорит она. – Уже прошло два месяца, как я прилетела в Сочи и начала учиться в РМОУ. В течение этого времени я успела пройти 11 курсов, получить много полезной информации и оценить современные методы обучения. У преподавателей разные стили, все они большие профессионалы и хорошие педагоги. Это очень живое и интересное обучение! На лекциях проводится активное взаимодействие со студентами, что мне очень нравится. Особенно запомнился курс «Основы нейро-

лингвистического программирования» итальянского преподавателя Марко Иаконо: мы практиковали разные методы коммуникации, и зачастую это было очень непредсказуемо для участников экспериментов. Я не перестаю восхищаться богатством преподавательского опыта и профессиональными навыками преподавателей университета».



Ректор РМОУ профессор Лев Белоусов особо отмечает это направление связей университета. «Мы готовы к развитию сотрудничества с Китаем и будем рады увеличению потока международных студентов, приезжающих на наши образовательные программы», – говорит он.

МЕНЕДЖЕР СБОРНОЙ РОССИИ ПО ФУТБОЛУ
ВЫСТУПИЛ В ОТКРЫТОМ ЛЕКТОРИИ

15 октября в рамках Открытого лектория РМОУ в Сочи состоялась встреча с Евгением Савиным, менеджером национальной сборной команды России по футболу, директором по маркетингу и коммуникациям РПЛ. «Как сделать из команды страну, из страны – команду» – так звучала тема его выступления.



Уникальный момент, по мнению Евгения Савина, заключается в том, что чемпионат мира по футболу подарил нашей стране не только множество положительных эмоций, но и кардинально изменил отношение к сборной и в целом к российскому футболу. Спикер подробно рассказал о том, как все руководство национальной команды и сами игроки шли к достигнутому результату.

В своей лекции Евгений Савин рассказал студентам и гостям Открытого лектория РМОУ и о том, как строится работа по подготовке каждого футбольного матча, как организованы логистика и быт сборной. Обсуждался практический опыт по организации маркетинговых коммуникаций сборной, работе с целевой аудиторией, болельщиками и зрителями.

Евгений Савин – выпускник Московского государственного института международных отношений (МГИМО) по специальности «Связи с общественностью», обладатель диплома спортивного менеджера по совместной программе HSE/FIFA/CIES. В национальной сборной России по футболу Евгений Савин работает с 2007 года. За это время он успел посотрудничать с Гусом Хиддинком, Диком Адвокатом, Фабио Капелло, Леонидом Слуцким и Станиславом Черчесовым.

Открытый лекторий успешно работает в РМОУ с 2014 года. Все желающие могут свободно посещать лекции авторитетных экспертов в области спортивной индустрии. Предусмотрен формат онлайн-трансляций лекций и доступ к архиву видеозаписей.

ИСТОРИЯ
ОЛИМПИЙСКОГО
ДВИЖЕНИЯ –
В ОТДЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ

С 12 по 17 ноября в Москве прошли занятия для первого потока слушателей программы ДПО «Теория и методика преподавания дисциплин «История физической культуры и спорта» и «Олимпийское образование». Эта программа реализуется РМОУ совместно с ОКР при поддержке ГК «Норильский никель» в рамках Олимпийской программы.

Занятия проводили преподаватели кафедры истории физической культуры, спорта и олимпийского образования Российского государственного университета физической культуры, спорта, молодежи и туризма (ГЦОЛИФК) профессор Наталия Мельникова и доцент Надежда Леонтьева. Слушатели смогли оценить различные методики преподавания истории физической культуры, спорта и олимпийского образования, которые они в дальнейшем смогут использовать в собственной педагогической практике. По итогам слушателям были вручены удостоверения РМОУ о повышении квалификации, а также сертификаты Олимпийского комитета России. Занятия второго потока слушателей программы пройдут в Сочи с 25 по 30 марта 2019 года.

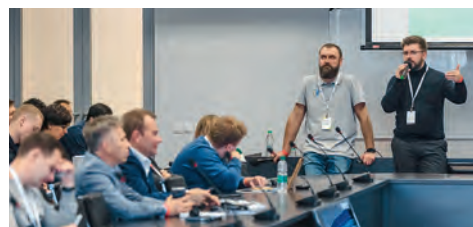
ПЯТЕРО ВЫПУСКНИКОВ РМОУ СТАЖИРОВАЛИСЬ ВО ФРАНЦИИ

РМОУ предоставил своим выпускникам возможность пройти этой осенью шестинедельную учебную стажировку, организуемую в рамках магистерской программы Master 2 («Магистр-2») по направлению «Управление спортивными событиями и досугом» (M2 MELS) в Университете Париж-Сюд. Стажировка прошла в рамках обмена, предусмотренного меморандумом о сотрудничестве между РМОУ и факультетом спортивной науки (UFR STAPS) Университета Париж-Сюд. В программе 2018 года приняли участие пять выпускников РМОУ: Сьюзан Адхиамбо (Кения), Илсида Тоемере (Суринам), Айгерим Джумаева (Казахстан), Джордж Вауго (Уганда) и Энди Кахо (Гонконг).

Эта программа считается одной из лучших в стране; кроме того, это единственная

программа данного профиля во Франции с преподаванием на английском языке. Программа охватывала различные аспекты организации спортивных событий, маркетинга спортивных организаций, спонсорства и логистики спортивных соревнований.

Участники программы имели возможность посетить спортивные объекты Франции и офисы национальных спортивных федераций: они ознакомились с работой Федерации футбола Франции и Национального тренировочного центра в Клерфонтене, посетили стадионы «Парк де Пренс» (домашнюю арену футбольного клуба ПСЖ), «Стад де Франс» и «Жан Буэн», а также Национальный центр регби в Маркусси (департамент Эсон).



ФОРУМ SPORT CONNECT ПРОШЕЛ В КАЗАНИ

В середине ноября в Казани при поддержке РМОУ состоялся форум Sport Connect 2018 – центральное событие в области спортивного маркетинга, управления и развития индустрии. Тема форума «Работа с аудиторией на стадионе и за его пределами» особенно актуальна в условиях, когда число суперсовременных спортивных объектов значительно выросло в нашей стране, с успехом принявшей ряд спортивных мероприятий мирового масштаба. Форум в столице Татарстана собрал экспертов из России и других стран. Он был организован инвестиционной компанией «Интеррос» при поддержке РМОУ, электронной газеты «Бизнес Online» и Поволжской государственной академии физической культуры, спорта и туризма.

ВИЗИТ КОЛЛЕГ ИЗ АВСТРИИ

15 октября 2018 года РМОУ посетила делегация из австрийского Университета Зигмунда Фрейда. Визит был организован по инициативе партнера РМОУ – горнолыжного курорта Роза Хутор. Делегацию возглавил профессор Рудольф Лебер, глава Совета директоров Венского института развития спорта (Vienna Sports Development Institute). В ходе визита в РМОУ гости из Австрии встретились с проректором Ириной Бадаян, осмотрели кампус и инфраструктуру университета, обсудили широкий круг вопросов, в том числе пер-

спективы сотрудничества в таких областях, как обмен студентами и профессорско-преподавательским составом.

Как рассказал профессор Лебер, Университет Зигмунда Фрейда, в составе которого действует Венский институт развития спорта, предлагает своим студентам дисциплины гуманитарного направления с особым акцентом на изучение психотерапии и психологии. В этом году были запущены пилотные программы «Спортивная медицина» и «Спортивная психология». Представители Венского института развития спорта



выразили особую заинтересованность в сотрудничестве с РМОУ по двум векторам: разработка совместных образовательных программ и исследовательская деятельность.

Станислав Поздняков: «Значение образования в жизни спортсмена трудно переоценить»

25 ДЕКАБРЯ ПРЕЗИДЕНТ ОЛИМПЕЙСКОГО КОМИТЕТА РОССИИ ПРОВЕЛ РАБОЧУЮ ВСТРЕЧУ С РЕКТОРОМ РОССИЙСКОГО МЕЖДУНАРОДНОГО ОЛИМПЕЙСКОГО УНИВЕРСИТЕТА ЛЬВОМ БЕЛОУСОВЫМ. НА НЕЙ ОБСУЖДАЛИСЬ ВОПРОСЫ СОТРУДНИЧЕСТВА ОКР И РМОУ В РАМКАХ СОВМЕСТНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ, А ТАКЖЕ УЧАСТИЕ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ ВУЗА В ВОСТОЧНОМ ЭКОНОМИЧЕСКОМ ФОРУМЕ, КОТОРЫЙ СОСТОИТСЯ В НАЧАЛЕ СЕНТЯБРЯ 2019 ГОДА ВО ВЛАДИВОСТОКЕ. ПО ОКОНЧАНИИ ВСТРЕЧИ СТАНИСЛАВ ПОЗДНЯКОВ И ЛЕВ БЕЛОУСОВ ОТВЕТИЛИ НА ВОПРОСЫ САВВЫ ТИМОФЕЕВА И НАТАЛИИ ПАПЛИНСКОЙ.

Станислав Алексеевич, какие цели преследует сотрудничество ОКР и РМОУ в наступающем году?

С.П.: Сотрудничество с РМОУ, безусловно, способствует укреплению связей ОКР с международным сообществом и продвижению наших гуманитарных интересов в мире. В ближайшей перспективе мы обязательно проведем одно из заседаний комиссии АНОК* по культуре и образованию, которую я возглавляю, на площадке РМОУ в Сочи. Уверен, что знания и опыт сотрудников Олимпийского университета помогут нам в реализации различных проектов в сфере образования, в том числе международных. РМОУ хорошо известен далеко за пределами нашей страны. Выпускниками вуза являются представители 50 стран мира. Для Олимпийского комитета России развитие в данном направлении является приоритетным в наступающем 2019 году и в обозримом будущем.

Сегодня вы договорились с ректором РМОУ профессором Львом Белоусовым об участии университета в Восточном экономическом форуме – 2019. Как это связано с теми соглашениями и меморандумами о сотрудничестве, которые вы планируете подписать в рамках ВЭФ?

С.П.: В ходе работы Восточного экономического форума мы планируем заключить соглашения с Олимпийским комитетом Японии и национальными олимпийскими комитетами других стран. В этих соглашениях бу-

дет, в частности, сделан акцент на участии наших партнеров в образовательных программах РМОУ. Такое сотрудничество – один из важных практических шагов, которые мы можем осуществить, реализуя двусторонние соглашения ОКР и РМОУ.

Одна из тем нашей панельной дискуссии в рамках ВЭФ будет посвящена олимпийскому наследию, ярким и удачным примером которого является РМОУ. Будем рады поделиться опытом с коллегами из Японии, Кореи и Китая, которых мы уже пригласили во Владивосток. Также ВЭФ является для нас очень интересной площадкой с географической точки зрения, поскольку некоторые соседние страны ранее проводили и будут вскоре проводить Олимпийские игры. Мы намерены развивать международное сотрудничество с этими государствами, в том числе в рамках образовательных программ, и активно строим планы взаимодействия в азиатском регионе в широком смысле.

На ваш взгляд, что необходимо для формирования настоящего олимпийского характера и какую роль может сыграть в этом профессиональное образование?

С.П.: Для воспитания настоящего российского олимпийского характера важны несколько

* Ассоциация национальных олимпийских комитетов, АНОК; объединяет 206 национальных олимпийских комитетов.





ВЫПУСКНИКИ ПРОГРАММЫ

«Мастер спортивного администрирования» после вручения дипломов летом 2018 года.

Фото: РМОУ

вещей. Первое – преданность делу, которым ты занимаешься. Это самое важное и должно воспитываться с самого начала карьеры в спорте. Без веры в себя, в своего тренера, в свою команду невозможно добиться успеха.

Второй очень важный момент – это принципы честной игры, fair play. Под ними я подразумеваю не только справедливое отношение к сопернику и своим товарищам по команде, но и четкое соблюдение спортивного режима, а также искреннее отношение и приверженность своей стране, которая дала тебе возможность реализоваться как спортсмену.

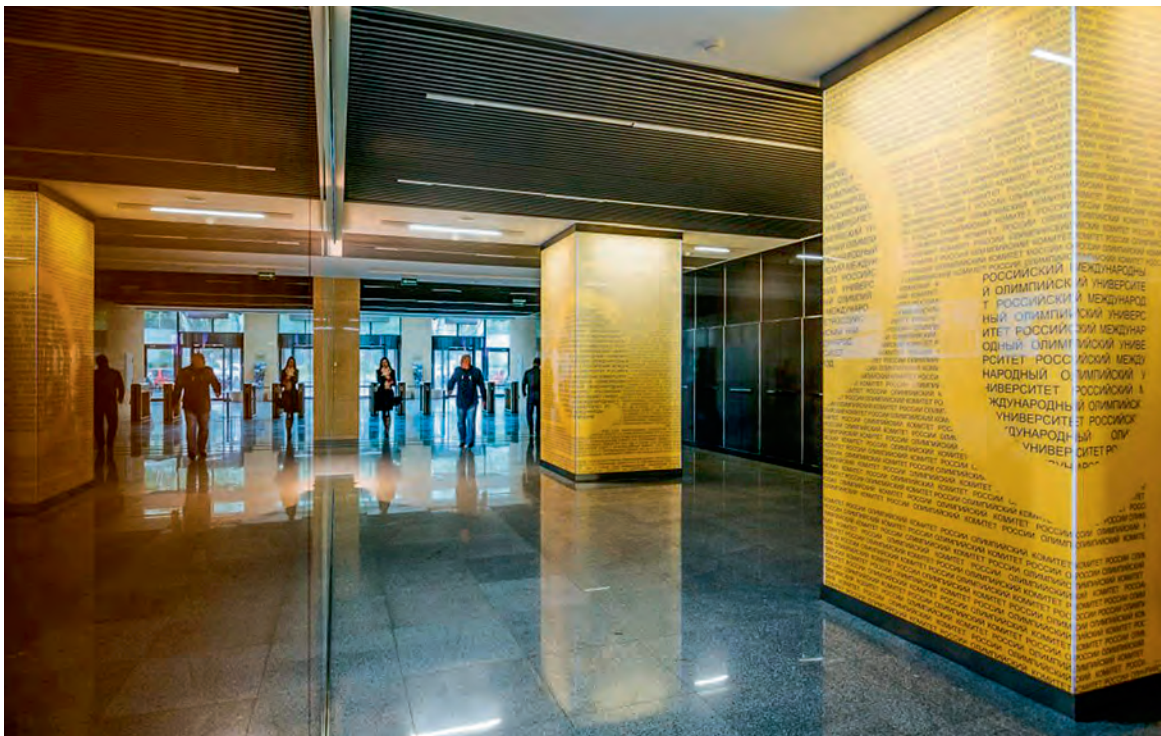
И третье – это, конечно, образование. В нашей стране богатые спортивные традиции. Она дала миру многих чемпионов, победителей Олимпийских игр. Но, к сожалению, далеко не все из них смогли в полной мере реализовать себя уже после завершения спортивной карьеры. Поэтому значение образования в жизни спортсмена трудно переоценить.

Лев Сергеевич, в 2019 году университету исполняется 10 лет. Оглядываясь назад, как бы вы охарактеризовали главное из достигнутого?

Л.Б.: Главное в том, что РМОУ получил признание в нашей стране и за рубежом в качестве значимого элемента гуманитарного наследия Олимпийских игр в Сочи, стал неотъемлемой частью олимпийского образования. Десять лет – совсем немного для образовательного учреждения. Наш университет динамично развивается. За это короткое время нам удалось совершить, без преувеличения, качественный прорыв в сфере образования – в таких областях, как спортивный менеджмент и маркетинг. Очень важно, что работа университета не ограничена пределами России. За эти годы качественное образование в РМОУ получили сотни студентов из 50 стран мира, а в качестве преподавателей в университете работают профессора из 11 государств.

Как развивается сотрудничество университета с Олимпийским комитетом России?

Л.Б.: Задача РМОУ заключается в том, чтобы предоставить спортсменам возможность после завершения карьеры остаться в спорте, получив хорошее образование и новую квалификацию. Не все из них могут в течение года обучаться в нашем замечательном кампусе в Сочи. Именно поэтому была разработана новая программа, рассчитанная на очно-заочную форму обучения и адаптированная к интересам профессиональных спортсменов.



На протяжении вот уже трех лет благодаря поддержке ОКР к нам приезжают слушатели со всей страны. За это время у РМОУ появился аудиторный фонд в здании ОКР, где мы проводим занятия. Это расширило наши возможности, упростило логистику. Учебные посещения в столице позволяют ряду слушателей сэкономить на дороге, что немаловажно. Кроме того, для них это удобная возможность не только получить знания, но и решить свои вопросы, например, в спортивных федерациях, расположенных в здании ОКР.

Проявлением особого отношения РМОУ к российским олимпийцам и свидетельством постоянного поиска нами оптимального набора учебных курсов стал запуск в этом году программы «Мастер спортивного управления». Мы исходили в первую очередь из потребностей потенциальных слушателей. Кстати, олимпийцы отмечают, что, например, недельных курсов для полноценного освоения программ не хватает. Благодаря договоренности с ОКР часть средств, предназначенных на увеличение количества абитуриентов, РМОУ перебрасывает на новые, расширенные и углубленные программы, что позволяет повышать их качество.

Недавно ОКР и РМОУ объявили о запуске образовательной программы по повышению квали-

В КАМПУСЕ УНИВЕРСИТЕТА В СОЧИ
как заявил Станислав Поздняков, в обозримой перспективе состоится заседание комиссии по культуре и образованию АНОК..

Фото: РМОУ

фикации для тренеров. Готовы сообщить подробности?

Л.Б.: На данный момент мы подписали договор и согласовали принципы участия в проекте общероссийских спортивных федераций. На полную мощность программа заработает весной. Из летних видов спорта в пилотной версии примут участие федерации легкой атлетики и плавания, из зимних – федерации конькобежного спорта и лыжных гонок. Свою задачу мы видим в обучении молодых перспективных тренеров, способных в ближайшем будущем возглавить сборные команды России.

Что еще предложит РМОУ своим слушателям в 2019 году?

Л.Б.: Мы готовимся к открытию информационно-образовательного центра (музея) в Сочи. Ничего подобного в мире сейчас нет. Центр даст возможность посетителям не только узнать об истории олимпийского движения, но и на себе, при помощи самых современных симуляторов, ощутить эмоции, которые пережили спортсмены во время Игр в Сочи.

Будущее чистого спорта

28 сентября 2018 года в Инновационном центре Олимпийского комитета России состоялась Международная научно-практическая конференция «Будущее чистого спорта: актуальные вопросы, вызовы, решения». Ее организаторами выступили РАА «РУСАДА», РМОУ и юридический факультет МГУ им. Ломоносова при поддержке ОКР и Министерства спорта РФ. Российские и зарубежные специалисты в области антидопинга, ученые, исследователи, руководители спортивных организаций выступали с докладами и дискутировали в торжественный момент: буквально за несколько дней до конференции национальное антидопинговое агентство РУСАДА получило признание соответствия со стороны исполкома Всемирного антидопингового агентства (ВАДА). В этом выпуске «Вестник РМОУ» обращается к избранным материалам конференции.

Конференция началась с приветствия президента ОКР Станислава Позднякова в адрес участников, которое зачитала генеральный секретарь ОКР Анастасия Давыдова. «В самом названии конференции обозначена одна из главных проблем, с которой в последнее время столкнулся спорт высших достижений во всем мире, – отмечается в обращении. – Борьба с допингом давно перестала быть задачей отдельно взятой страны, национального олимпийского комитета или федерации по тому или иному виду спорта. Сегодня только общими усилиями мы можем вернуть доверие к спортивным достижениям, защитить права чистых спортсменов, остановить атаку на олимпийские ценности и целостность международного спортивного сообщества. Буквально несколько дней назад в этом направлении был сделан большой шаг. Восстановление исполкомом ВАДА статуса РУСАДА стало результатом многолетней работы всех организаций, которые в рамках своих полномочий отвечают за чистоту спорта, создание в России принципиально новой антидопинговой модели, спортивную пропаганду и образование. Однако было бы большой ошибкой сейчас успокоиться на достигнутом и почитать на лаврах. Впереди очень много работы. Нужно развивать сотрудничество с МОК и другими международными спортивными структурами для взаимодействия в борьбе с применением запрещенных препаратов. Сегодняшняя конференция – еще одна хорошая площадка для обмена мнениями и практическим опытом, поиска механизмов и направ-

лений для дальнейшей деятельности по защите и продвижению чистого спорта».

Генеральный секретарь Паралимпийского комитета России Андрей Строкин выразил уверенность, что результаты дискуссии найдут практическое применение в ближайшее время. «Проведение в Олимпийском комитете России международной конференции, посвященной борьбе с применением запрещенных препаратов, является важным шагом к решению глобальной задачи – защите чистого спорта от допинга, – отметил он. – Это очередной яркий пример той большой работы по формированию антидопинговой культуры, которую в последние годы проводит Россия. Надеюсь, что восстановление в правах РУСАДА позитивно скажется на ситуации во всем российском спорте».

Ректор Российского Международного Олимпийского Университета (РМОУ) Лев Белоусов отметил, что наша страна получила великолепный шанс создать лучшую в мире антидопинговую систему, на которую будут равняться другие. «В том, что Россия оказалась в эпицентре кризиса, есть один положительный момент: возникшая ситуация открывает перед нами большие возможности по созданию эффективной системы противодействия допингу, которая будет распространяться на все уровни подготовки спортсменов, – отметил он. – Подрастающее поколение должно, образно говоря, с молоком матери усваивать принципы честной игры. РМОУ как образовательная организация активно работает в этом направлении. Практически во



всех наших учебных программах есть курсы, посвященные антидопинговой тематике. Среди наших студентов много спортивных менеджеров, людей, вовлеченных в индустрию спорта. Просветительская работа с этой целевой аудиторией обязательно принесет свои плоды. Сегодняшняя конференция завершает цикл образовательных мероприятий, проходивших в московском филиале РМОУ в течение недели. Мы благодарны зарубежным коллегам, которые откликнулись на наше приглашение. Только используя международный опыт в борьбе с допингом, можно преодолеть кризис и выйти на такой уровень, который станет примером для всех».

Генеральный директор РУСАДА Юрий Ганус подчеркнул, что полное переформатирование организации в кратчайшие сроки было бы невозможно без помощи коллег из зарубежных антидопинговых агентств. «В том, что РУСАДА быстро восстановило свой функционал, а потом и статус в структуре ВАДА, большая заслуга наших международных партнеров, – заявил он. – Тем удивительнее было видеть по большей части негативную реакцию мирового сообщества на решение исполкома ВАДА от 20 сентября. Сегодня у нас есть возможность узнать точку зрения наших гостей, уважаемых зарубежных экспертов, и обменяться с ними мнениями по всем актуальным вопросам».

Для участия в конференции в Москву прилетели член медицинской и научной комиссии МОК профессор Яннис Питсиладис, главный исполнительный директор Антидопингового агентства Нидерландов Герман Рам, международный

эксперт ВАДА Ева Люкошюте-Станикуние, консультант начальника отдела расследований Международной ассоциации легкоатлетических федераций, офицер по этике Международного совета крикета, магистр права Питер Николсон, директор-основатель Британской олимпийской академии, доктор философии, профессор Джим Пэрри, президент Европейской ассоциации спортивного менеджмента Васил Гиргинов и другие зарубежные специалисты.

В рамках утренней и дневной сессий прозвучали доклады о деятельности Российского антидопингового агентства (спикер – заместитель генерального директора РАА «РУСАДА» Маргарита Пахноцкая), этике и логике спорта (Джим Пэрри), взаимодействии государства и антидопинговых организаций (проректор по научной работе РМОУ Николай Пешин), необходимых изменениях в антидопинговом кодексе (эксперт в области борьбы с допингом в паралимпийских видах спорта Грэм Артур), актуальных вопросах по терапевтическому использованию запрещенных субстанций и методов (председатель комитета по терапевтическому использованию РУСАДА Виктория Бадтиева), образовательной политике (Ева Люкошюте-Станикуние) – и это далеко не полный перечень спикеров и тем. Черту под насыщенной программой конференции подвела презентация книги почетного члена МОК профессора Арне Лjungквиста «Враг допинга» и документального фильма «Борьба против допинга» (The war on doping), которую провел продюсер картины Бьорн Бергтофт.



Генеральный директор РУСАДА Юрий Ганус:

«Мы руководствуемся национальными интересами и исповедуем ценности спорта»

28 сентября в Москве состоялась Международная научно-практическая конференция «Будущее чистого спорта: актуальные вопросы, вызовы, решения». О своих впечатлениях в связи с этим, а также о текущей деятельности Российского антидопингового агентства РУСАДА в интервью Сергею Муравьеву рассказал генеральный директор агентства Юрий Ганус.

Какую цель преследовали организаторы конференции?

Конференция была задумана как шаг к созданию постоянно действующего международного формата сотрудничества. Идея возникла у нас давно и была замечательно реализована в совместном проекте с РМОУ. Формат необходимо развивать, поскольку он позволяет каждой стороне быть услышанной и понятой. Необходимо сближать позиции. Именно в дефиците доверия и заключается главная на сегодняшний день проблема, как мне кажется. Представительство было очень серьезным. Со стороны РМОУ были очень уважаемые спикеры. В работе конференции приняли участие представители Совета Европы, Всемирного антидопингового агентства (ВАДА), МОК, Института национальных антидопин-

говых организаций (INADO), генеральный директор Нидерландского антидопингового агентства, одного из ведущих антидопинговых агентств мира, представители антидопингового фонда Арне Лjungkvиста, председатель Комитета по терапевтическому использованию и другие.

Буквально за пару дней до открытия конференции было объявлено: ВАДА проголосовало за подтверждение статуса соответствия РУСАДА. Наша миссия – обеспечить соответствие стандартам антидопинговой работы, и мы этого добились; а второе – поддержание этой работы в надежной коммуникации с международным антидопинговым сообществом, международным спортивным сообществом и с регулятором в лице ВАДА.



Фото: Евгений Одинокоев/МНА «Россия сегодня»

Приходится иногда слышать (например, от некоторых депутатов): мол, вы так долго общаетесь с ВАДА, что попали под их влияние... Неправильно, ни под чье влияние мы не попали. Мы руководствуемся общепринятыми ценностями олимпийского движения, руководствуемся национальными интересами, в центре которых – настоящее поколение наших спортсменов и будущие поколения.

Решение ВАДА вызвало неоднозначную реакцию, за рубежом его критиковали.

Действительно, были не только положительные эмоции, но и поток негодования за рубежом... Чем это вызвано? Недоверием.

Но не все так однозначно. К примеру, председатель наблюдательного совета INADO Даг Маккуэри специально написал обращение к участникам нашей конференции (INADO – как стражи у ворот, которые охраняют ценности спорта; ради этого они и ВАДА могут жестко критиковать, что и делают нередко). Даг поздравил нас с получением соответствия, несмотря на то что INADO как организация выступала против этого («Ты знаешь нашу позицию», – сказал он мне).

Получается, что проблема доверия-недоверия актуальна не только по отношению к спортив-

ной системе нашей страны, но и внутри антидопингового сообщества? Воспринимают ли вас всерьез, если говорить об отношении непосредственно к РУСАДА?

Воспринимают всерьез и относятся с уважением не только наши коллеги по антидопинговой работе, но и спортсмены, а также спортивные руководители. Я знаю позицию представителей МОК по определенным направлениям, они позитивно отзываются о работе агентства. С некоторыми из них, ответственными сотрудниками по зимним видам спорта (и не только), я общался лично. Они знают о положительной динамике, видят определенные результаты и связывают с этим определенные надежды.

Об отношении к РУСАДА можно судить хотя бы по представительству на конференции в Москве. В ее работе принимали участие представители разных стран, причем не только спикеры, но и слушатели. То есть приехали не только те, кто хотел говорить, но и те, кто хотел слушать и понимать, что происходит. Слушатели из Швеции, Азербайджана, Словакии и других стран... Если предположить, что теоретически могли быть те спикеры, кого организаторы, грубо говоря, ангажировали, то слушателей ангажировать невозможно. Хотя таких ангажированных спикеров у нас точно не было. Были спикеры, которые

приезжали при условии, что мы им позволим говорить то, что они считают необходимым.

Участник конференции в Москве Герман Рамм, директор антидопингового агентства Нидерландов и член наблюдательного совета INADO, – один из самых авторитетных людей в этой системе. Главный меседж его выступления заключался в том, что INADO и международное антидопинговое сообщество желают видеть РУСАДА полноправным членом этой системы. Было подчеркнуто, что Россия – великая спортивная держава. В связи с этим крайне важно, чтобы ни у кого не было сомнений: ценности у нас общие.

Отголоски антидопинговых разбирательств могут звучать очень долго. Обратите внимание, какая тенденция сейчас в мире: идет, по сути, пересмотр итогов соревнований, спустя несколько лет спортсмены лишаются золотых медалей. Нужно учиться защищать свои победы.

Давайте обрисует для наших читателей, что такое национальная антидопинговая система как таковая. Ведь это не только РУСАДА в нашем случае?

Базовые подходы, связанные с организацией антидопинговой деятельности, определяются конвенциями ЮНЕСКО, Совета Европы и другими документами, которые были подписаны представителями государств, включая Российскую Федерацию. В конвенции ЮНЕСКО четко оговорены обязательства по организации системы. Если конкретно о лабораториях, то определены требования по их организации, по обеспечению беспрепятственного доступа к этим лабораториям, включая взаимодействие при проведении исследований.

Что же касается статуса антидопинговых организаций, то им обладают национальная антидопинговая организация и международная федерация. Всё. Больше ни одна организация таким статусом не обладает.

Каковы дальнейшие шаги для нормализации ситуации вокруг РУСАДА?

Предоставление соответствия агентству РУСАДА было обусловлено. Есть конкретные условия. Технически это соответствие мы, по сути, получили еще в конце марта. 27 марта 2018 года мне прислали документ от руководства ВАДА, отвечающего за соответствие стандартам, в котором было написано: технически РУСАДА соответствует требованиям Всемирного антидопингового кодекса и всем соответствующим стандартам.

Но оставались два вопроса, которые выйдут за пределы нашей компетенции. Именно поэтому о соответствии объявлено осенью, после того как ВАДА приняло заявленную позицию Министерства спорта по первому вопросу и после того как фактически было дано подтверждение со стороны министра спорта по поводу того, что Россия готова выполнять условие по доступу к пробам из Московской лаборатории.

А почему этот доступ закрыт?

Потому что заведено несколько уголовных дел, работают следственные группы. Следственный комитет действует в рамках действующего законодательства. Наложены ограничения на доступ к пробам, хранящимся в Московской лаборатории, поскольку это вещественные доказательства. При этом существуют определенные ограничения по доступу к фигурантам этого дела (речь идет о бывшем руководителе Московской антидопинговой лаборатории Григории Родченкове, скрывающемся за границей. – Прим. ред.), поэтому оперативно завершить расследование сложно.

И такое ограничение на доступ к пробам входит в противоречие с запросами в рамках антидопинговых расследований?

Это нестандартная ситуация. Да, существуют правила. Но бывают и исключения из правил. Уголовно-процессуальный кодекс – документ одного из высочайших уровней. Необходимость соблюдать его требования в процессе следствия сомнению не подвергается. Но в нашем случае вопрос заключается в последствиях для всего российского спорта. Поэтому необходимо находить определенные пути решения.

И они, как я понимаю, принципиально уже найдены, если и министр спорта подтвердил

своим письмом намерение обеспечить доступ к пробам (объективности ради надо заметить, что министр спорта не может оказывать влияние на Следственный комитет, это за пределами его мандата. Таким образом, я делаю вывод, что согласованная позиция существует).

Вы говорите о негативных последствиях для всего российского спорта. Нет ли в этом преувеличения?

Когда идет разговор о соответствии РУСАДА, нужно помнить, что от этого напрямую зависит и восстановление в правах и Паралимпийского комитета России, и Всероссийской федерации легкой атлетики, и Всероссийской федерации тяжелой атлетики. Не так давно заседала Международная федерация биатлона, и вопрос о соответствии РУСАДА был также назван в качестве необходимого условия. Многие другие международные спортивные федерации тоже это подразумевают.

Отголоски антидопинговых разбирательств могут звучать очень долго. Обратите внимание, какая тенденция сейчас в мире: идет, по сути, пересмотр итогов соревнований, спустя несколько лет спортсмены лишаются золотых медалей... В основе лежит принцип неотвратимости наказания. А попутно теряется национальная составляющая этих побед как для наказанного спортсмена, так и для того, кому эта золотая медаль переходит.

Нужно учиться защищать свои победы. Крайне важно отдавать себе отчет, что мы, РУСАДА, должны делать все возможное для изменения культуры отношения к допингу, прививать нетерпимость к этому как внутри профессиональной спортивной среды и среды обеспечения сопровождения спортсменов, так и в обществе в целом.

Некоторое время назад антидопинговое тестирование российских спортсменов осуществлялось по договору с британским агентством UKAD. Получается, что эта деятельность конкурентная и такие услуги являются де-факто рыночными? Если так, насколько актуален финансовый аспект?

Финансовый аспект актуален. Мы работаем с 13 антидопинговыми лабораториями мира, вернее, выбираем для тестирования российских спортсменов – участников международных соревнований из этих 13 наиболее авторитетные, надежные, с нашей точки зрения (порядка

пяти – семи). Такое тестирование совсем дешево.

Восстановление аккредитации Московской лаборатории (надеюсь, оно произойдет в обозримом будущем) необходимо и с этой точки зрения. Мы беспокоимся о бюджете: дорого обходится работа с зарубежными лабораториями.

Авторитетная антидопинговая лаборатория зарабатывает очень приличные деньги, можно сказать, что мировые лаборатории конкурируют между собой. А теперь представьте себе лабораторию, которая на три года выпала из процесса. Как долго придется восстанавливать ее репутацию, чтобы на услуги этой лаборатории возник спрос?

В нашем новостном поле немало скептических суждений о ВАДА – из разряда «а судьи кто?». Рискну предположить, что косвенно этот скепсис может распространяться и на РУСАДА.

Кто бы что ни говорил, я глубоко убежден, что антидопинговая система и ВАДА как регулятор этой системы – это фильтр в мире спорта. Мы же не хотим, чтобы наши спортсмены, дети и внуки, соревновались с киборгами? Чистые спортсмены должны иметь все возможности для самореализации в достижении спортивных результатов, тем более когда они представляют Российскую Федерацию на международных соревнованиях.

Я много общаюсь со своими коллегами, потому что понимаю: наша задача – обеспечить необходимый, хотя бы минимально достаточный, но постоянно расширяющийся уровень доверия.

Международная антидопинговая среда – очень узкий круг. Лично у меня выстроились совершенно нормальные, доверительные отношения на международном уровне. Повторюсь: я руководствуюсь ценностями чистого спорта и, разумеется, национальными интересами нашей страны. Мы должны понимать, ради чего работаем, ради кого бьемся.

В чем состоят эти интересы?

В создании такой среды для развития спорта, где невозможна ситуация, когда достигшие высочайшего уровня спортсмены ограничены в праве выступать за свою страну под своим флагом. Россия – великая спортивная держава, и нам досталась честь принять и нести великую спортивную историю. Россия является правопреемницей Советского Союза, мы должны дорожить спортивным наследием страны, беречь и приумножать его.

А ценности?

Девиз прост и понятен: мы – за честный и здоровый спорт! По этому поводу всегда вспоминаю слова песни «Герои спорта», написанной Александрой Пахмутовой и Николаем Добронравовым перед мюнхенской Олимпиадой 1972 года: «В спорте надо жить ярко, надо побеждать честно!»

И Советский Союз был под санкциями, и очень многие страны в разное время находились под санкциями в тот или иной период. Но это область политических интересов. А когда мы говорим о спортивных ценностях, тема гораздо глубже и тоньше. Потому что ценности чистого спорта – это личное. Ведь это наши дети соревнуются с «киборгами»? Когда вопрос касается ценностей чистого спорта (в отличие от интересов в большой политике), именно ценностное противоречие нужно решать как можно скорее.

Может показаться: объединив антидопинговую проблему с политическими мотивами, мы упрощаем себе жизнь; так легче объяснить, почему на нас давят. Наоборот, это только усугубляет ситуацию, мы все глубже погружаемся в трясину. Ведь когда идет политическая борьба, ее двигатель – интересы, а в центре антидопингового кризиса – ценности чистого спорта. Получается сложение дробей с разными знаменателями...

С ДОПИНГОМ БОРОЛИСЬ И БОРЮТСЯ ВО ВСЕМ МИРЕ. ЧЕРЕЗ КРИЗИС ПРОШЛИ ШВЕЦИЯ, КАНАДА, ИНДИЯ, КЕНИЯ, ФИНЛЯНДИЯ, США, ФРАНЦИЯ, КИТАЙ, ПОРТУГАЛИЯ И ДРУГИЕ СТРАНЫ. МЫ В ПОДОБНОЙ СИТУАЦИИ ОДНИ ИЗ МНОГИХ.

С допингом боролись и борются во всем мире, отзываются аккредитации иностранных лабораторий, отзывается соответствие иностранных антидопинговых организаций, не соблюдающих требования по соответствию, это непрерывный процесс в мире, с очень насыщенной статистикой. Через кризис прошли Швеция, Канада, Индия, Кения, Финляндия, США, Франция, Китай, Португалия и многие, многие другие страны. Россия не является единственной страной, на которой сфокусирован весь антидопинговый мир. Мы в подобной ситуации одни из многих. Просто наш

масштаб кризиса определяется масштабами страны и спортивной организации, сроками разрешения кризиса и нашей переговорной позицией по выходу из него.

Выходя из системы ценностного ориентирования, из общей системы ценностных координат чистого спорта, сложно (если вообще возможно) интегрироваться и находить понимание на глобальном спортивном уровне. И если мы, таким образом, бросаем вызов, тогда давайте подумаем вот о чем.

Мы заявляем: против нас англосаксы. У англосаксов, как известно, прецедентное право. И вот мы создаем прецедент, на который смотрит весь мир. Любая другая страна может спросить: если России так можно, почему нам нельзя? Международные федерации в таком случае могут принципиально изменить отношение к сложившейся системе мирового спорта, и она будет подорвана изнутри.

Не самая позитивная картина вырисовывается...

Поиск обходных путей ведет к изоляции, причем искусственно создаваемой. Ох уж эта пресловутая борьба Востока и Запада... Через какой-то период может кончиться тем, что мы останемся в одиночестве. Вначале система будет сопротивляться, потом проблема будет переходить на один организационный уровень, на другой, наши спортсмены будут рефлексировать (боюсь, это уже происходит), делать выводы и искать новые возможности для себя. Удержать их будет очень сложно.

Мы в течение длительного времени создавали спортивную инфраструктуру, одну из лучших в мире, развиваем спортивное движение. А теперь своей же рукой, по сути, будем разрушать созданное – зачем?

Кроме того, а что мы будем делать с выполнением майских указов Президента, направленных на формирование спортивного резерва, на увеличение показателя доли занимающихся спортом? Складывается парадоксальная ситуация, когда, с одной стороны, мы пытаемся отрывать наших ребят от пороков улицы, наркотиков, алкоголя, направляя их в спорт, а с другой – что мы делаем, чтобы защитить их от допинга в спорте, куда мы их направляем, спасая от улицы?

И еще одно. Набирает силу движение спортсменов в мире. Растут вес и влияние спортсменов



в руководящих органах и национальных, и международных организаций, включая МОК. И для того чтобы, скажем так, оказывать влияние на это движение, нам необходимо в нем участвовать самим. Спортсмены – главная заинтересованная сторона и все более влиятельная. Этот факт не обойти стороной. Спортсменам не помочь, сваливая все в кучу и пытаясь объяснить ситуацию в спорте общим давлением на Россию, санкциями и т. п.

Часто звучит выражение «дорожная карта». В какой точке на этой дороге находится сейчас РУСАДА? Есть у этой дороги начало и конец или она кольцевая?

Конечно есть. Формальными пунктами дорожной карты сейчас являются обеспечение доступа к пробам в Московской лаборатории как к соответствующей электронной базе данных, а также физического доступа к пробам для проведения дополнительных проверок. Но выполнение формальных пунктов – только часть дела. Ведь наша конечная цель в том, чтобы российские спортсмены вновь стали полноправными участниками международных соревнований любого уровня.

С точки зрения требований соответствия остался один вопрос – о допуске к пробам. А с точки зрения восстановления доверия актуальным остается и вопрос, касающийся докладов Макларена. Признать полностью вы-

ГОСТИ КОНФЕРЕНЦИИ

«Будущее чистого спорта: актуальные вопросы, вызовы, решения». В центре – призер Олимпийских игр, чемпион мира по плаванию Евгений Коротышкин.

Фото: Наталья Пахаленко/ОКР

воды этих докладов уже невозможно, хотя бы по техническим причинам: были оспорены дела, свое право в суде защитили многие наши спортсмены, кроме того, защитил свое имя руководитель Лозаннской лаборатории.

Но это вопрос, который будут и дальше поднимать на знамя критики соответствия российской антидопинговой системы. Они будут говорить: слушайте, вы получили соответствие, от вас требовали признать доклады Макларена – вы не признали, ничего не дав в обоснование своей правоты. Значит, что тогда? Вас просто отпустили, но это не значит, что мы вам верим.

Поэтому при решении ценностных вызовов важно вести себя конструктивно и инициативно. Нужно дать ответы на все вопросы докладов Макларена. Они будут «преследовать» наш спорт, пока мы не ответим на все их вызовы. Если в игре ты не вылезает из обороны, то рано или поздно пропустишь. И уж точно не забьешь, не переходя на чужую половину поля. При такой игре максимум, на что можно рассчитывать, – это счет 0:0. Кого может удовлетворить этот счет в конечном итоге?





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

Взаимодействие государств и антидопинговых организаций

ОКОЛОСПОРТИВНЫЕ РАЗБИРАТЕЛЬСТВА, СВЯЗАННЫЕ С АНТИДОПИНГОВОЙ ПОВЕСТКОЙ, НЕРЕДКО СОПРОВОЖДАЮТСЯ В ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ ВОПРОСАМИ «ГДЕ ДОКАЗАТЕЛЬСТВА?», «НА КАКОМ ОСНОВАНИИ?» И Т. П. МОЖНО СКАЗАТЬ, ЧТО ТАКИЕ ВОПРОСЫ ПРОВОЦИРУЕТ СТРУКТУРНАЯ НЕОДНОЗНАЧНОСТЬ МЕЖДУНАРОДНОЙ СИСТЕМЫ АНТИДОПИНГОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ, В КОТОРУЮ ВОВЛЕЧЕНЫ ОДНОВРЕМЕННО И ГОСУДАРСТВА, И ЧАСТНЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ.

Сложившаяся на сегодняшний день система взаимоотношений государств и антидопинговых организаций порождает ряд серьезных правовых проблем, среди которых особенно выделяются следующие.

Возрастающее количество конкурирующих правовых актов, направленных на борьбу с допингом в спорте.

Принимаемые акты являются совершенно разнопорядковыми – и по уровню, и по юридической силе, и по территории действия, и по кругу субъектов, на которых они распространяются. Это корпоративные акты (*lex sportiva*), нормативные правовые акты, исходящие от государства, международные договоры.

Так, к примеру, в Российской Федерации официально действуют следующие нормативные правовые акты, содержащие перечень субстанций / методов, запрещенных для использования в спорте.

1. Приложение 1 к Международной конвенции ЮНЕСКО 2005 года «О борьбе с допингом в спорте». При-

чем нельзя не обратить внимание на то, что во всех официальных справочных правовых системах¹, в официальных источниках этот список содержится именно в редакции 2005 года, то есть в той самой редакции, в какой он был утвержден как приложение к Конвенции.

2. Постановление Правительства Российской Федерации от 28 марта 2017 года № 339 (приводится в редакции от 28 июля 2018 года) «Об утверждении перечня субстанций и (или) методов, запрещенных для использования в спорте, для целей статей 230.1 и 230.2 Уголовного кодекса Российской Федерации».

3. Приказ Минспорта России от 6 декабря 2017 года № 1052 «Об утверждении перечней субстанций и (или) методов, запрещенных для использования в спорте» (зарегистрировано в Минюсте России 09.01.2018 № 49580), который принят в развитие положений Федерального закона от 4 декабря 2007 года № 329-ФЗ (в редакции от 29.07.2018) «О физической культуре и спорте в Российской Федерации», в частности, ст. 26 «Пре-



дотвращение допинга в спорте и борьба с ним», и Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (КоАП), в частности, введенной в 2011 году ст. 6.18 «Нарушение установленных законодательством о физической культуре и спорте требований о предотвращении допинга в спорте и борьбе с ним».

Причем иерархия именно такова: на первом месте по юридической силе – перечень 2005 года, поскольку он ратифицирован нормами федерального закона и имеет приоритет над нормами национального российского права, далее – постановление Правительства Российской Федерации и далее – Приказ Минспорта России.

Иерархия, как известно, влияет на правоприменение и порождает коллизии. Не имеет значения, к примеру, тот факт, что Уголовный кодекс Российской Федерации (УК Российской Федерации) указывает, что перечень веществ и (или) методов, запрещенных для использования в спорте, определяет Правительство Российской Федерации. Положения Конвенции 2005 года, международного договора, имеют приоритет над нормами Постановления Правительства Российской Федерации; положения подзаконных актов, ей противоречащие, не применяются. А насколько изменился за 13 лет рассматриваемый перечень (напомним, Конвенцией он утвержден по состоянию на 2005

В МЕЖДУНАРОДНОМ
спортивном движении, когда речь заходит о «спортивной» (или корпоративной) ответственности, Всемирный антидопинговый кодекс явно указывает: основной субъект такой ответственности – спортсмен, в отношении которого применяется принцип «строгой ответственности» (*strict liability*), который более точно называть «объективным вменением», то есть ответственность наступает вне зависимости от наличия или отсутствия вины.

Фото: Александр Вильф/МИА «Россия сегодня»

год, постановлением – на 2018 год)? Кардинально, в этом нет каких-либо сомнений.

Но при этом в случае возникновения коллизии с участием международной антидопинговой организации (равно как и национальной) ни один из приведенных выше трех перечней применяться не будет, поскольку антидопинговые организации будут руководствоваться собственным перечнем, содержащимся в так называемом «Международном стандарте – запрещенном списке», принятом как составная часть Всемирного антидопингового кодекса (Кодекс ВАДА), к утверждению / имплементации которого Российская Федерация как государство никакого отношения не имела и который вследствие этого не действует в нашем формальном юридическом поле, поскольку не является нормативным правовым актом.

¹ Федеральный закон «О ратификации Международной конвенции о борьбе с допингом в спорте» от 27.12.2006 № 240-ФЗ. СПС «Консультант Плюс». http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_64829/ Здесь и далее нормативные акты приводятся по СПС «Консультант Плюс», онлайн URL: <http://www.consultant.ru/>



ЕСЛИ ПОСМОТРЕТЬ

на государственный подход, то при применении уголовной ответственности (согласно нормам УК РФ) спортсмен вообще выводится из круга субъектов: нормы УК преследуют абстрактных злоумышленников, которые «склоняют спортсменов к употреблению допинга или вводят ему допинг». При таком подходе субъект ответственности – это тренер, специалист по спортивной медицине, иной специалист в области физической культуры и спорта.

Фото: Владимир Песня/МИА «Россия сегодня»

В этом случае, конечно, возникает вопрос: почему такая ситуация сложилась и почему Российская Федерация вне этой системы? Ответ заключается в том, что Всемирное антидопинговое агентство (ВАДА), организация, которая утвердила Кодекс ВАДА, – это международная неправительственная (негосударственная, общественная) организация, МНПО (англ. International Nongovernmental Organization, INGO), как практически все организации, осуществляющие управление международным спортом. МНПО – это объединение частных лиц, членами которого являются субъекты из различных государств, зарегистрированных в государстве, законодательство которого позволяет иностранным физическим или юридическим лицам создавать общественные организации и быть избранными в состав руководящего органа такой организации.

Поэтому, несмотря на то что ВАДА по своей конструкции уникальна (как известно, в Совет

учредителей ВАДА входят представители государств), этот факт не влияет на международную правосубъектность ВАДА и не превращает ее в международную межправительственную организацию (ММПО) – такую, например, как ООН или Совет Европы, которые могут создавать нормы международного права. Связано это с тем, что в структуру управления ВАДА входят на равных с представителями государств субъекты частного права. Собственно, здесь вполне уместна полная аналогия с принципами российского права. У нас государство может войти в состав учредителей или участников юридического лица, даже иметь в нем преобладающую долю. Но этот факт вовсе не превратит такое юридическое лицо в институт публичной власти, который может издавать общеобязательные правила. Нет, речь может идти об издании только так называемых корпоративных норм. К которым и относится Кодекс ВАДА. Поэтому в своем национальном правовом поле государства должны формально подкреплять эти корпоративные нормы разного рода государственными решениями.

Но такой подход неизбежно приводит к вопросу о том, кто же определяет антидопинговую политику, особенно на национальном уровне. И здесь возникает очередная правовая проблема.

Действующая система, построенная в рамках международного спортивного движения в целях борьбы с допингом в спорте,



основана на принципе организационно-правовой автономии спорта.

Данный принцип означает прежде всего отделенность таких структур, как МОК, ВАДА или международная спортивная федерация, от государств, построение их на основе принципов самоорганизации, саморегулирования, самоконтроля и самообеспечения. Но следует со всей определенностью признать, что в формально-юридическом поле данный подход не является эффективным. Принцип организационно-правовой автономии замыкает спортивные организации внутри статуса МНПО, ограничивает их нормотворческую деятельность возможностью издания исключительно корпоративных норм, которые, как известно, распространяются исключительно на тех субъектов, что признают себя членами корпорации, то есть добровольно соглашаются принимать и выполнять данные нормы. Не случайно на всех этапах построения антидопинговой системы изначально предполагалось гораздо более высокая степень вовлечения государств.

Идеологи современной антидопинговой системы осознавали, что регулирование противодействия допингу не сможет обходиться лишь системой корпоративных норм, и именно поэтому одновременно разрабатывались два основных документа, направленных на противодействие допингу в спорте: антидопинговый кодекс ВАДА (позднее ставший Всемирным антидопинговым кодексом) и международная Конвенция о борьбе с допингом в спорте (кото-

ДЕЙСТВУЮЩАЯ СИСТЕМА,
построенная в рамках международного спортивного движения в целях борьбы с допингом, основана на принципе организационно-правовой автономии спорта. Данный принцип означает прежде всего отделенность таких структур, как МОК, ВАДА или международная спортивная федерация, от государств, построение их на основе принципов самоорганизации, саморегулирования, самоконтроля и самообеспечения.

Фото: Рамиль Ситдииков/МНА «Россия сегодня»

рая, как уже отмечалось, была ратифицирована в рамках Организации Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры – ЮНЕСКО 21 октября 2005 года в Париже). 29 декабря 2006 года Российская Федерация ратифицировала данную Конвенцию. Конвенция вступила в силу с 1 февраля 2007 года. И именно данная Конвенция содержит одно из приложений – запрещенный список – в редакции 2005 года, что и неудивительно: государства (их представители) обсуждали / утверждали / подписывали эти документы (проект Конвенции, приложения) в 2005 году. Таким образом, в Конвенции просто не может появиться запрещенный список в последней редакции, то есть 2018 года; это очевидная юридическая логика. Кстати, приложение 2 к указанной Конвенции – это международный стандарт по терапевтическому использованию, тоже в редакции 2005 года. Напомним, Конвенция, то есть международный договор Российской Федерации, в силу норм ст. 15 Конституции России является со-

ставной частью правовой системы государства. И если международным договором Российской Федерации установлены иные правила, чем предусмотренные законом, то применяются правила международного договора. Но при этом у Всемирного антидопингового кодекса – корпоративного акта, содержащего актуальные на сегодняшний день и запрещенный список, и стандарт по выдаче разрешений на терапевтическое использование запрещенных к употреблению в спорте препаратов, – совершенно иная логика: *«Кодекс должен толковаться как независимый и автономный текст, без отсылок к законам и нормам, принятым подписавшими сторонами или правительствами»*.

Все, что может в этой ситуации делать государство, чтобы придать нормативный характер указанным выше положениям, – это дублировать соответствующие тексты в актах национального права. Именно поэтому Приказ Минспорта России от 9 августа 2016 года № 947 (действует в редакции от 17 октября 2016 года) «Об утверждении Общероссийских антидопинговых правил» практически дословно дублирует антидопинговый кодекс в части установления правил. И это, пожалуй, тот редкий случай, когда дефект правового регулирования – дублирование – следует признать правильным и фактически единственно возможным способом согласовать государственный подход к противодействию допингу в спорте с нормами *lex sportiva*.

Серьезная правовая проблема – **определение субъекта ответственности в спорте в связи с нарушением антидопингового правила**.

Так, в международном спортивном движении, когда речь заходит о «спортивной» (или корпоративной) ответственности, всемирный антидопинговый кодекс явно указывает, что основной субъект такой ответственности – спортсмен, в отношении которого применяется принцип «строгой ответственности» (*strict liability*), который более точно называть «объективным вменением», то есть ответственность наступает вне зависимости от наличия или отсутствия вины. Если же посмотреть на государственный подход, то при применении уголовной ответственности (согласно нормам УК РФ) спортсмен вообще выводится из круга субъектов, нормы УК преследуют абстрактных злоумышленников, которые «склоняют спортсмена к употреблению допинга или вводят ему допинг». При таком подходе субъект админис-

тративной ответственности – это тренер, специалист по спортивной медицине, иной специалист в области физической культуры и спорта.

Спортсмен же как субъект ответственности появляется только при регламентации дисциплинарной ответственности: ст. 348.11 Трудового кодекса Российской Федерации (ТК) вводит дополнительные основания прекращения трудового договора со спортсменом, но их формулировка создает, пожалуй, не меньше проблем, чем разновекторность государственной антидопинговой политики и политики международных антидопинговых организаций. Так, названные нормы ТК устанавливают, что «помимо оснований, предусмотренных настоящим Кодексом и иными федеральными законами, основанием прекращения трудового договора со спортсменом может быть... (2) нарушение спортсменом, в том числе однократное, общероссийских антидопинговых правил и (или) антидопинговых правил, утвержденных международными антидопинговыми организациями, признанное нарушением по решению соответствующей антидопинговой организации». Очевидно, что такого рода положения легко и с высокой вероятностью успеха могут быть оспорены в национальном суде. Международная антидопинговая организация – это, как уже многократно подчеркивалось, МНПО, и ее решения не могут содержать общеобязательных правил поведения, то есть норм права: *nullum crimen – nulla poena sine lege*².

Возможно ли полное совпадение государственной политики и политики международных антидопинговых организаций в сфере противодействия допингу? Это представляется весьма маловероятным. Синхронизации, каким бы парадоксальным это ни показалось, будут препятствовать права человека, принципы правосудия и другие основные элементы, связанные с конституционным статусом личности в государстве, например, презумпция невиновности, пределы доказывания и др. Только внеправовые (с точки зрения формального права, поддерживаемого государством) механизмы, которые периодически задействуют МОК и спортивные федерации, позволяют им реализовывать принятую в практике международных спортивных организаций антидопинговую политику: отстранение спортсменов от соревнований; применение санкций за нарушение антидопингового правила и т. д.



² *Без преступления нет наказания (лат.).*

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

Маргарита Пахноцкая: «Проблема допинга лежит в области общей человеческой культуры»

СЕГОДНЯ ЭФФЕКТИВНАЯ АНТИДОПИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ СТОИТ НА ДВУХ КИТАХ: ЭТО ОБРАЗОВАНИЕ И РАССЛЕДОВАНИЕ (ИЛИ, ЕСЛИ ПО-АНГЛИЙСКИ, EDUCATION & INVESTIGATION). А ГЛАВНАЯ УГРОЗА ЧИСТОТЕ СПОРТА ЗАКЛЮЧАЕТСЯ В ТОМ, ЧТО НЕОТВРАТИМОСТЬ НАКАЗАНИЯ ОСТАНАВЛИВАЕТ ДАЛЕКО НЕ КАЖДОГО. ТАК СЧИТАЕТ ЗАМЕСТИТЕЛЬ ГЕНЕРАЛЬНОГО ДИРЕКТОРА РУСАДА МАРГАРИТА ПАХНОЦКАЯ. О РАЗНЫХ СТОРОНАХ РАБОТЫ НАЦИОНАЛЬНОГО АНТИДОПИНГОВОГО АГЕНТСТВА ОНА РАССКАЗАЛА В ИНТЕРВЬЮ СЕРГЕЮ МУРАВЬЕВУ.

Первое, с чего начинается антидопинговая работа?

Я уверена, что в любой деятельности ключевой фактор – это образование. Если человек этот этап пропустит или не завершит как следует, он очень отчетливо ощутит последствия на себе. На грабли он будет наступать снова и снова, и потребуются гораздо больше сил, времени и ресурсов, чтобы привести в соответствие свой уровень, чем бы он ни занимался.

В РУСАДА я чуть больше двух лет. Для себя определила так: мы начинаем с чистого листа, изучаем все, что есть – что делается в отношении спортсменов, персонала, что с тренерами, врачами, спортивными чиновниками, менеджментом федераций, что вообще на поле происходит. Пытаемся понять, как оценивается внутри страны деятельность агентства и как – за ее пределами (в сегодняшнем мире, даже если ты что-то делаешь, но об этом нет следа в Интернете, не важно, в СМИ или соцсетях, – считай, что ты не делаешь ничего).

Безусловно, важнейший момент – это восстановление доверия. Об этом прекрасно говорит директор нашего агентства, и я не скажу лучше. Доверия не только со стороны международных организаций, но и внутри страны. Многие наши спортсмены были очень напряжены, далеко не все понимали, верить ли РУСАДА, не заменят ли пробы, как встречать инспекторов допинг-контроля, которые начали к ним регулярно выезжать...

Наверное, антидопинговому агентству не только доверять должны, но и бояться его – как сурового контролера?

Думаю, должен быть баланс доверия, уважения и опасения. Совсем недавно на одном из международных симпозиумов выступал профессор-криминалист, который часто сталкивается с нарушителями закона, с преступниками. Он на примерах показывал, что даже условная неотвратимость наказания вовсе не гарантирует, что люди не станут нарушать закон. Развивая тему, можно сравнить



Фото: РYСАДА

область антидопинга с правилами дорожного движения. Человек для себя решает: «Я спешу, нужно успеть ко времени» – и принимает решение, выезжать или нет на ту полосу, по которой двигаться запрещено. Он понимает, что висят камеры и штраф придет, оценивает риски. Это и есть понимание неотвратимости наказания.

Я верю в людей. Личный опыт и природный оптимизм говорят мне, что человек разумный и здравый, особенно юный, вполне поддается воспитанию и образованию. Он способен воспринять ценности, которые ему демонстрируют, особенно если демонстрирующие являются авторитетными, уважаемыми, вдохновляющими своим примером.

В структурированной системе спорта на этого юного человека влияют тренеры, руководители, врачи...

Мы отдаем себе в этом отчет и выстраиваем работу с разными аудиториями. В преддверии конференции была реализована образовательная программа «Этика в спорте» (тема гораздо шире, чем просто антидопинговые правила; это моя авторская программа). Обучение прошли спортивные чиновники регионов Российской Федерации, две сессии мы провели в уходящем году, сначала совместно с МГИМО, затем – совместно с РМОУ, 80 регионов из 85 субъектов

охватили. На мой взгляд, это успех; мало кто верил, что получится. Делается это не для галочки, и реальный эффект мы уже наблюдаем: теперь я получаю отчеты от наших сотрудников, в каких регионах на каком уровне эта деятельность ведется.

Это были чиновники, которые прослушали курс, получили сертификаты и теперь ретранслируют на местном уровне?

Не просто ретранслируют. Они назначены ответственными за антидопинговое обеспечение в своих региональных министерствах спорта. Важно, что многие регионы были не одним лицом представлены: помимо чиновников были еще руководители учебных заведений, спортивных и неспортивных, из этого региона. Это позволит им на месте организовать актуальную образовательную работу. Только вспахав и засеяв это поле, мы сможем хотя бы в какой-то мере понимать и управлять ситуацией.

Хочу при этом уточнить: программа «Этика в спорте» задумана и сделана как универсальная, она подходит для разных аудиторий (а не только для спортивных руководителей). Она как конструктор, в котором есть константа и есть вариативная часть, порядка 30% от объема всей программы. Эта часть модифицируется в зависимости от целевой аудитории.

Образование – ключевой момент, и это не фигура речи. Приведу пример. РУСАДА на территории нашей страны оказывает услуги контрактного тестирования. Международной или всероссийской федерации нужно обязательно протестировать на каких-то соревнованиях на территории нашей страны, скажем, призеров. Она может заключить договор с РУСАДА, указать по своему усмотрению, кого конкретно тестировать. Вроде бы коммерческий контракт для нужд федерации, который они оплачивают. Но, несмотря на это, мы начинаем диалог с этой федерацией с того, что без обучения этих спортсменов мы их тестировать не готовы. Как можно подвергнуть процедуре допинг-контроля человека, который не отдает себе отчет, что это такое, или знает только понаслышке? С другой стороны, есть аксиома: незнание закона не освобождает от ответственности. И все же моя позиция такова: мы должны дать человеку знание, информацию, а дальше он сам решит, принимает он ее или не принимает.

Вопрос сознательного выбора каждого конкретного спортсмена?

Знаете, в начале года, накануне зимних Олимпийских игр в Пхенчхане, я увидела Шамиля Тарпищева в программе «Познер». Он рассказывал обо всей своей жизни: с какими президентами играл, как тренировал победителей. Несколько минут посвятили чистому спорту и проблеме допинга. Шамиль Анвярович сформулировал великолепно: проблема допинга лежит в области человеческой культуры.

Я к тому моменту работала в агентстве чуть больше года, но это было созвучно моему пониманию. В некотором смысле то же самое, как бросить бумажку мимо урны. Или не бросить. Толкнуть или не толкнуть, когда спешить. Но отличие заключается в том, что в случае с допингом ни о каком общественном договоре речь не идет (как если бы мы договорились, условно, не курить в метро, и каждый это знает). Эта область урегулирована, закреплена законодательно, нормативными актами – и национальными, и международными.

Насколько заинтересованными в таком просвещении выглядят спортивные организации, по вашему опыту?

Спрос на наши образовательные услуги оказался велик. В РУСАДА регулярно обращаются разные организации: «Приезжайте, пожалуйста, выступить, мы хотим начать с руководства

федерации и аппарата, и это уже согласовано с президентом...» На мой взгляд, это стратегически верный подход – обеспечить контакт с руководящими органами, их информирование и образование. Без истерик, которые мы видим в информационном пространстве, без «фейк-ньюс». Вообще, складывается ощущение, что существовала огромная лакуна из-за дефицита информации о том, что такое антидопинговые правила, кто за что несет ответственность. Это чувствуется даже по тому, как реагируют СМИ, не только отечественные, но и зарубежные. Далеко не все они, что называется, в теме.

Если вспомнить случай Марии Шараповой, там тоже все началось то ли с дефицита информации, то ли с элементарной невнимательности. Хотите анекдот? «В вашей крови нашли ноль промилле мельдония, вы дисквалифицированы!» – «Но ведь ноль промилле!» – «Но ведь мельдоний!»

А если серьезно, у меня в голове не укладывается, как в 2018 году спортсмены российских команд все еще попадают на мельдонии. Вот что делать с этими врачами, тренерами, спортсменами? Часто говорят: ну, они совсем юные... Но понятие «юные спортсмены» довольно условное. На самом деле это люди, более зрелые психологически, чем большинство их сверстников. Они быстрее взрослеют, находясь далеко от дома – на соревнованиях, на сборах, на регулярных тренировках. Проблема спортсменов в их несамостоятельности и инфантилизме, они как будто не умеют (или не хотят) думать, анализировать, принимать решения, отвечать за них. Это мои впечатления от дисциплинарных слушаний, которые проводят в случае возможного нарушения антидопинговых правил. Как будто это не субъекты, а объекты деятельности: их куда-то везут, одевают, кормят, поят...

Могу предположить, что в работе, связанной непосредственно с проверкой спортсменов на допинг, вашим коллегам приходится сталкиваться с неприятными вещами.

Бывает разное, как в жизни. У меня есть личный опыт, и сразу скажу, положительный. Я занимаюсь среди прочего мониторингом работы наших инспекторов допинг-контроля. Например, недавно, будучи в Сочи, без предупреждения участвовала в процедуре допинг-контроля спортсменов. Это было целевое (его еще называют «умным») тестирование четырех спортсменов во внесоревновательный период.

Оценила работу инспекторов. Они очень достойно работали. А спортсмены и спортсменки порадовали своей благожелательностью. Они, конечно, гипотетически могли предположить, что к ним придут инспекторы (так как заранее указали временное окно в своем расписании), и все равно в вечернее время люди занимались личными делами, но процедура забора проб не вызвала у них негатива. Двух спортсменов сопровождал тренер – тоже никакой агрессии или раздражительности.

Конечно, так бывало далеко не всегда в последние полтора года, когда сотрудники и инспекторы обновленного РУСАДА приступали к работе «в поле». Случалось, сотрудники некоторых спортивных объектов навстречу идти не хотели, даже пытались не пускать инспекторов или заранее выяснить, о каких спортсменах идет речь, но это некорректно (предварительное уведомление – одна из претензий к работе предыдущей команды РУСАДА; хотя, если мы обратимся к международному стандарту тестирования, там это жестко не регламентируется и оставлено на усмотрение тестирующей организации). Хочу отметить помощь Министерства спорта: сейчас не возникает проблем с доступом на объекты. РУСАДА, как тестирующая организация, инструктирует своих инспекторов, чтобы предварительного уведомления не было ни в коем случае. Неудивительно, что увеличилось количество так называемых флажков (предупреждений. – *Прим. ред.*), которые выставляются спортсменам, нарушившим правило доступности в одночасовое окно: кто-то спал, у кого-то звонок сломался или домофон и т. п. Но мы всегда даем спортсмену срок, в который он может предоставить объяснения, почему так вышло. Ни к чему разводить конспирологию: часто дело в элементарной недисциплинированности или в том самом невежестве, основе многих бед.

Очень интересно. То есть вы осуществили своего рода контрольную закупку внутри организации?

Да. Я хочу понимать уровень того, что мы предоставляем. И вообще, процедура допинг-контроля – это показательная ситуация, она позволяет посмотреть и на спортсмена, и на тренера, и на врача. Очень многие идут на допинг-контроль с представителем, спортсмен имеет на это право. Это допустимо и даже очень хорошо, если есть врач: в протоколе нужно указать, какие медикаменты спортсмен принимал за последние семь дней, и врач всегда это контролирует.

С другой стороны, я вижу, как работают наши инспекторы допинг-контроля, к которым у РУСАДА сегодня очень высокие требования. Тут «комсомольские» собрания с предупреждениями исключены. Если человек не выполняет инструкции, не соблюдает процедуры, делает грубые ошибки или неподобающим образом себя ведет, он не работает в РУСАДА.

Эти инспекторы – кадровые сотрудники агентства?

Они работают на гражданско-правовом договоре. Сегодня их 92 человека.

Около сотни инспекторов – стабильная цифра? Этого достаточно для российской антидопинговой системы, с учетом размеров страны и спортивной географии?

Мы предполагаем, что с таким количеством инспекторов реальна эффективная антидопинговая работа. Если говорить о географии, то Москва не является хабом, в котором все инспекторы находятся и из которого выезжают по всей стране. Другое дело, что московский регион насыщен спортивными базами, здесь много спортсменов живет постоянно, много соревнований. Поэтому московских инспекторов можно считать довольно продвинутыми, скажем так, в тестировании (соревновательном и внесоревновательном). А вообще, наши инспекторы живут в разных городах: помимо Москвы и Санкт-Петербурга – на юге России, в Казани, в Сибири, на Урале. Логистика проверок предполагает разумное транспортное плечо, чтобы инспектор не мотался, условно говоря, из Краснодара во Владивосток. Мы очень внимательны к бюджету.

Недавно зашел на сайт РУСАДА. Он очень изменился по сравнению с прежними годами, особенно новостная лента: там появилось немало сообщений о дисквалификациях за допинг. Это ведь тоже показатель работы агентства, не так ли?

Конечно. Информация такого рода сначала проходит через наши каналы специальных коммуникаций, но также публикуется на сайте агентства и в социальных сетях – в «Фейсбуке», «ВКонтакте» и др.

Много ли у агентства подписчиков в соцсетях?

Давайте посмотрим прямо сейчас. Итак, «Инстаграм» – 980. Около 500 в «Фейсбуке». Наиболее популярны мы в сети «ВКонтакте» –

свыше 2000 подписчиков. Это органическая аудитория, никакими ботами не накрученная. Многие спортивные агентства, в том числе международные, подписаны на наши сети, сообщения дублируются на русском и английском (при том, что это все еще зона нашего развития).

Интернет – прекрасная среда для обучения. Я знаю, что у РУСАДА есть онлайн-продукт такого рода. Недавно авторы одного популярного медиаресурса, не зарегистрированного в качестве СМИ, прошли этот курс, получили сертификат и вынесли вердикт: это фейк...

На нашем сайте есть бесплатный онлайн-курс, это относительно новый информационный продукт, запущенный в марте 2017 года. Прежде у РУСАДА никогда не было онлайн-обучения. Разработан курс европейской компанией «Тригонал» по нашему заказу. Почему именно ею? Потому что готовы были сделать русскоязычную версию, имеют опыт работы с «Формулой-1». Оригинальные национальные программы онлайн-обучения есть у немцев, испанцев и т. д. В нашем онлайн-курсе широко используется аудиоформат, потому что курс универсален и рассчитан среди прочего на слепых или слабовидящих спортсменов. К настоящему моменту этот курс прошло уже более 30 тыс. человек.

А насчет фейков... Многие международные федерации, озабоченные проблемой допинга, ставят прямое условие в «дорожных картах»: чтобы не только спортсмены, но и тренеры и врачи обязательно имели сертификат, подтверждающий, что они прошли как минимум онлайн-программу обучения. Это – не бином Ньютона, это «АБВГДейка» работы агентства.

Интересно узнать, как вы работаете со специалистами в области спортивной медицины. Ведь именно от них во многом зависит, какое медицинское и фармацевтическое сопровождение получает спортсмен по ходу карьеры.

У нас есть специальный курс для врачей. Его вполне можно назвать инструментальным: например, в рамках курса разъясняется, как оформить руководство по терапевтическому использованию. Мы оповестили о появлении такого курса и федерации, и ФМБА. Правда, я не могу сказать, что появление такого образовательного продукта вызвало у этой аудитории большой энтузиазм, к сожалению.

В последние годы широкая публика узнала, что антидопинговые организации не просто собирают пробы, но и ведут расследования, поощряют информаторов. Тут есть элемент детектива. Если говорить глобально, на мой взгляд, в мировом антидопинге произошел сдвиг. Начиналось все с тестирования: после своего возникновения и ВАДА, и национальные антидопинговые агентства поначалу работали, исходя из принципа «контроль и наказание». А сейчас тренд сместился: важнейшими моментами становятся образование и расследование. Пожалуй, это два кита антидопинговой парадигмы сегодня.

При этом расследование базируется на разведке (intelligence). Поступает анонимное сообщение: «В сумке у такого-то я видел шприцы, ампулы и пачку мельдония» – и срывается группа захвата... Это шутка. На самом деле расследования в сфере антидопинга – серьезная интеллектуальная работа, в том числе и кабинетная. В отделе РУСАДА, которое занимается расследованиями, работают люди с богатым опытом, офицеры полиции и различных правоохранительных структур. Там даже есть сотрудник Интерпола.

Тема работы с информаторами оказалась очень чувствительной. У нас на сайте есть кнопка «Сообщи о допинге», и она работает: люди пишут, звонят. Количество обращений растет. Журналисты, и не только они, в связи с этим регулярно задают вопрос: «Вы считаете, это нормально?» Хочу успокоить: это «умное» расследование с тщательной проверкой, которая исключает использование такого канала связи с неблагоприятными целями, скажем, из мести.

Новую команду агентства РУСАДА можно назвать антикризисной.

Из каждой ситуации, даже кризисной, даже когда твоя позиция кажется слабой, есть выход. Выходить из кризиса, возможно, проще, чем переламывать нейтральную ситуацию. И это позволяет показать характер. По РУСАДА судят о целом сообществе, в какой-то мере даже по стране, и я горжусь тем, как работает наша команда. Один в поле не воин: без поддержки, которую мы чувствуем на каждом этапе со стороны Паралимпийского комитета России, Олимпийского комитета России, других российских и международных структур и организаций, наверное, сделанного за два прошедших года могло и не быть.



Электронное обучение – важный инструмент в работе по предотвращению допинга

В 2017 году Российское антидопинговое агентство РУСАДА начало сотрудничество в рамках проекта по созданию программного продукта для дистанционного обучения, который охватывал бы все направления, указанные в ст. 18 Кодекса ВАДА. В качестве партнера была выбрана компания Triagonal из Лихтенштейна. С 2002 года Triagonal работала в качестве подразделения издательской компании, специализируясь на электронных образовательных продуктах. После инцидента на Олимпийских играх 2006 года в Турине Triagonal получила заказ на разработку электронного курса, который позволил бы антидопинговым агентствам распространять знания и вести мониторинг действий пользователей (спортсменов) в ходе обучения.

Поскольку спортсменам международного уровня приходится много путешествовать, нужно было создать программный продукт, который был бы доступен в любой точке мира и в любое время. То есть нужно было предложить решение на основе сети Интернет – в области электронного обучения. С самого начала Triagonal старалась задействовать в своей программе все три канала восприятия (зрение, слух и чтение), которые считаются самыми эффективными для обучения. С момента запуска первой версии продукта в 2009 году было выпущено четыре масштабных обновления для повышения его функциональности.

Самая серьезная техническая сложность связана с тем, что пользователям необходим гибкий продукт, доступный практически на любом устройстве (ПК, планшет, мобильный телефон). Эта трудность была преодолена в 2012 году с помощью технологии HTML 5, и с тех пор благодаря респонсивному веб-дизайну

пользователи могут получать доступ к курсу, где бы они ни находились.

Другая важная составляющая успеха – язык. Каждый человек хочет, чтобы с ним говорили на его родном языке. Кроме того, крайне важно избегать любого недопонимания в отношении того, что такое допинг и как следует проводить антидопинговые мероприятия. Triagonal предлагает свои услуги на многих языках. Помимо РУСАДА этим курсом пользуются антидопинговые агентства других европейских стран – Австрии, Франции, Германии, Люксембурга, Лихтенштейна, Словакии, Турции. Программа также установлена в ряде спортивных федераций – Международной автомобильной федерации (FIA), Международной федерации хоккея на льду (ИИHF), Немецком футбольном союзе (DFB) и Федерации лыжных видов спорта Австрии. Важной для РУСАДА характеристикой продукта является продвинутая система анализа и статистики, которая позволяет анализировать действия пользователей при использовании программы.

За короткий период, с марта 2017-го по сентябрь 2018 года, почти 30 тыс. пользователей в России узнали о том, как можно бороться с допингом. Вместе с тем РУСАДА будет повышать информированность об антидопинговом движении не только посредством этого курса для спортсменов. Существуют также специальные курсы для медицинских работников и тренеров, которые либо уже используются в России, либо будут представлены в начале 2019 года. Кроме того, планируется в скором будущем выпустить курсы, ориентированные на конкретные виды спорта и/или сферы (например, фитнес-клубы), с помощью которых можно будет охватить всех людей, разделяющих идею чистого спорта.



*Герман Рамм,
исполнительный директор Антидопингового
агентства Нидерландов, член совета директоров
Института национальных антидопинговых
организаций (iNADO)*

Двигаясь вперед в направлении общей цели

БЛАГОДАРИЮ ЗА ВОЗМОЖНОСТЬ НАПИСАТЬ ЭТУ НЕБОЛЬШУЮ СТАТЬЮ ОТ ИМЕНИ СОВЕТА ДИРЕКТОРОВ ИНСТИТУТА НАЦИОНАЛЬНЫХ АНТИДОПИНГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ (INSTITUTE OF NATIONAL ANTI-DOPING ORGANISATIONS, iNADO). ДЛЯ МЕНЯ ЭТО – БОЛЬШАЯ ЧЕСТЬ.

Двигаясь...

На протяжении своей истории антидопинговая политика формировалась как реакция на возникающие инциденты, проблемы и кризисы. Если бы не было проблем, не было бы и движения вперед. Здесь можно привести много примеров, но я хотел бы остановиться на пяти.

В 1967 году мир потрясла гибель велосипедиста Тома Симпсона на склонах горы Мон-Ванту во время велогонки «Тур де Франс», которая случилась практически в прямом телеэфире. После смерти Симпсона (вызванной, по всей видимости, приемом амфетаминов и алкоголя в сочетании с усталостью и жарой) Медицинский комитет МОК занялся проблемой допинга и опубликовал свой первый «запрещенный» список. Список не был обязательным для международных федераций, однако его появление можно рассматривать как первый важный шаг на пути к гармонизации антидопинговой политики во всем мире.

Следующим определяющим событием стало обнаружение станозолола в пробе канадского атлета Бена Джонсона после его победы в финальном забеге на стометровке на Олимпиаде 1988 года в Сеуле. После этого случая в 1989 году Совет Европы принял Конвенцию против применения допинга, которую Российская Федерация ратифицировала в 1991

году. Впервые в истории правительства стран приняли непосредственное участие в решении проблем допинга в спорте.

Третий пример – допинговый скандал, разразившийся во время велогонки «Тур де Франс» в 1998-м (соревнования того года часто называют «Тур де допинг»). Систематическое употребление запрещенных препаратов велогонщиками «Фестины» и других команд подтолкнуло к следующим действиям: в 1999 году было создано Всемирное антидопинговое агентство, в 2003-м был принят первый Всемирный антидопинговый кодекс, а в 2005-м ЮНЕСКО приняла Международную конвенцию по борьбе с допингом в спорте (ратифицирована РФ в 2006 году).

Четвертый пример – дело Лэнса Армстронга, а точнее, события, позволившие подтвердить его злоупотребления допингом после многих лет подозрений и обвинений. Армстронг употреблял запрещенные препараты на протяжении большей части своей спортивной карьеры, однако многие годы его допинговые нарушения оставались невыявленными. В связи с этим была разработана политика ВАДА в отношении разведки и расследований (Intelligence & Investigations), которая стала дополнительным инструментом борьбы с допингом.

И последнее – это хитросплетенный допинговый сговор в российском спор-



те, действовавший до Олимпийских игр Сочи – 2014 и раскрытый уже после окончания Игр. Мы пока не знаем, как допинговые нарушения в период до, во время и после сочинских Олимпийских игр повлияют на глобальную борьбу с допингом в долгосрочной перспективе. Однако сегодня сложившаяся ситуация вызывает серьезные противоречия среди участников антидопингового движения, а также противоречия между антидопинговыми организациями и спортивным миром.

Мы не знаем, как события будут развиваться дальше, но ясно одно: мы находимся в кризисе.

...вперед

Антидопинговая политика всегда развивалась посредством разработки, введения, поддержания и защиты антидопинговых правил. Такие правила были впервые применены в легкой атлетике в 1928 году (во время летней Олимпиады в Амстердаме). С тех пор многие спортивные федерации последовали этому примеру и ввели антидопинговые правила в своих видах спорта. Борьба с допингом невозможна без определенных правил, так же как без правил невозможен спорт.

В 2004 году на смену всем предыдущим сводам антидопинговых правил пришел единый Всемирный антидопинговый кодекс ВАДА. Первая версия кодекса, утвержденная Советом учредителей ВАДА в 2003 году, была пересмотрена в 2007 и 2013 годах и будет вновь пересмотрена в 2019-м. На сегодняшний день кодекс подпи-

ПРЕОДОЛЕТЬ БАРЬЕРЫ

на пути к общей цели – чистому спорту – непросто, но мы должны этого хотеть.

Фото: Антон Денисов/МНА «Россия сегодня»

сали около 550 организаций, включая Олимпийский и Паралимпийский комитеты России и РУСАДА.

Важность этих шагов трудно переоценить.

Конечно, отдельные аспекты кодекса всегда были и будут предметом дискуссий. Кроме того, совершенно очевидно, что в разных частях мира существуют разные точки зрения. В связи с этим желательно и целесообразно периодически пересматривать кодекс, предоставляя всем заинтересованным сторонам возможность принять участие в этом процессе.

Тем не менее следует признать, что при всем разнообразии существующих мнений и позиций разработка и введение кодекса стали огромным достижением. Трудно найти другую систему правил, которой удалось бы в столь короткий срок привести к единым стандартам целую область деятельности. Мы сумели гармонизировать систему правил в сфере борьбы с допингом, и это позволяет нам сотрудничать друг с другом в масштабах всего мира и находить общий язык в общении.

Представители разных стран могут обсуждать проблемы допинга на основе единого, взаимно понятного подхода. Без наличия согласованных правил добиться этого было бы крайне сложно.

Вместе с тем мир, в котором мы живем, далек от единства.

...в направлении

Наличие единых правил ставит перед нами по меньшей мере два серьезных вопроса.

Вопрос первый: мы действительно верим, что общепринятая система антидопинговых правил может работать эффективно в нашем разделенном мире?

Сложность этого вопроса можно проиллюстрировать многочисленными примерами. Позвольте мне указать на три трудности, стоящие на нашем пути.

Пример 1.

Сбор информации о местонахождении спортсмена в стране с хорошо налаженными коммуникациями, Интернетом, точными адресами и системой почтовых индексов значительно отличается от сбора информации в стране, не имеющих таких систем. Тем не менее в отношении всех стран применяются одинаковые обязательные правила.

Пример 2.

Тестирование спортсменов в столь крупных странах, как Российская Федерация, значительно отличается от тестирования в маленьких странах – например, в Люксембурге. Несмотря на это, к ним применяются одинаковые правила.

Пример 3.

Просвещение спортсменов – трудная задача, однако степень трудности различается в зависимости от культуры страны (с учетом доступности финансирования, уровня грамотности и т. п.). Тем не менее правила везде одинаковые.

Эти трудности стоят перед всеми антидопинговыми организациями. Выполнение всех обязательств в рамках кодекса ВАДА – задача непростая. Все страны должны решать те или иные проблемы, чтобы получить и сохранить статус соответствия. Могу вас заверить, что и моя организация прилагает большие усилия, чтобы отвечать необходимым критериям.

Разные страны сталкиваются с разными проблемами, однако трудности везде остаются трудностями. Вместе с тем с трудностями стоит бороться, если мы надеемся, что гармонизированные правила помогут сделать спорт лучше, здоровее и честнее. Если мы не верим в чистый спорт, нет смысла утруждать себя созданием глобальных правил. Если же мы верим в этот идеал, другого пути у нас нет.

Я знаю, как много людей в России считают, что в вопросах допинга к ним относятся пред-

взято по сравнению с другими странами. Такое впечатление может действительно возникнуть, учитывая то колоссальное внимание, которое сегодня уделяется проблемам с допингом в вашей стране. Однако впечатление это ложное: отношение к России не отличается от отношения к другим странам. Просто мы все должны соответствовать кодексу.

Принимаемые сегодня меры направлены не против России, они направлены против обмана в спорте.

...общей

Вопрос второй: действительно ли мы хотим, чтобы эта гармонизированная система правил работала в нашем разделенном мире?

Мой ответ вас не удивит: я считаю, что мы должны этого хотеть. Не ради гармонизации как таковой (это только инструмент), но ради ценностей спорта.

Фундаментальное обоснование необходимости Всемирного антидопингового кодекса опирается на следующую цель: сохранить то, что действительно важно и ценно для спорта:

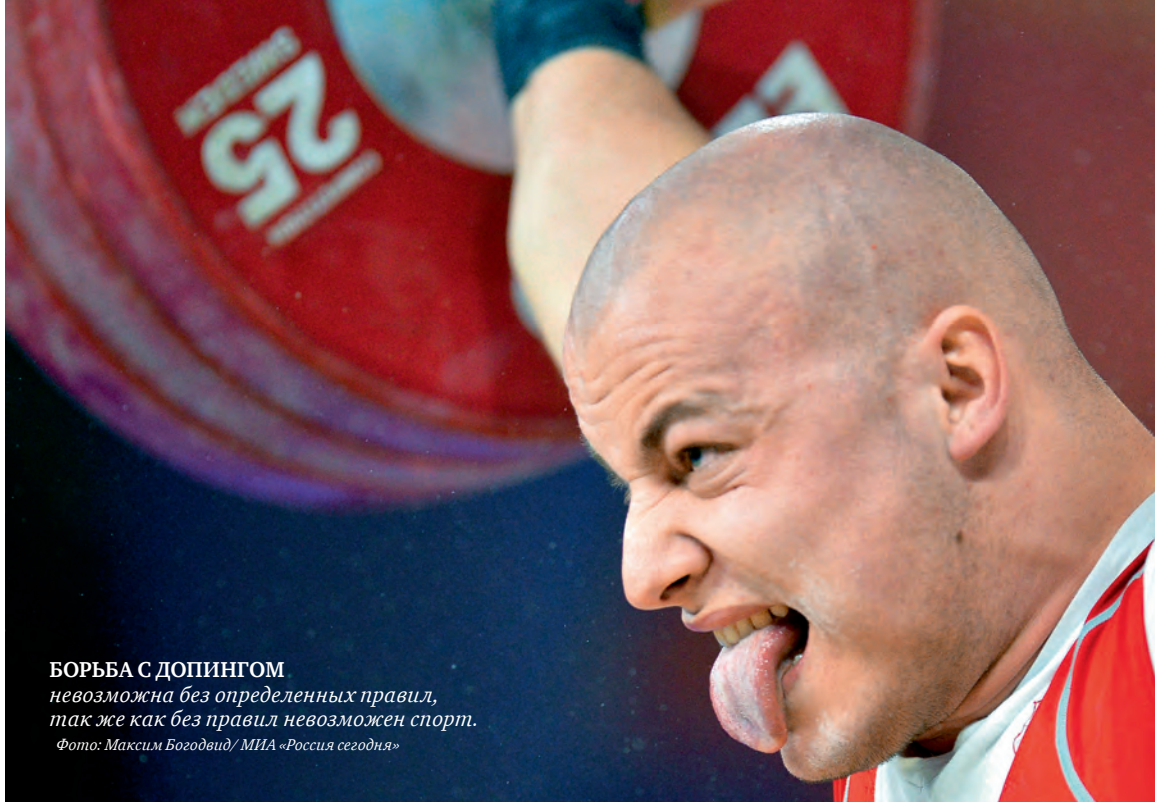
- ◆ этика, справедливость и честность;
- ◆ здоровье;
- ◆ высочайший уровень выступления;
- ◆ характер и образование;
- ◆ удовольствие и радость;
- ◆ коллективизм;
- ◆ преданность и верность обязательствам;
- ◆ уважение к правилам и законам;
- ◆ уважение к себе и другим участникам соревнований;
- ◆ мужество;
- ◆ общность и солидарность.

Не сомневаюсь в том, что эти ценности разделяют все спортивные страны мира, включая Российскую Федерацию и других членов IADO. И я знаю наверняка, что все мои коллеги в сфере борьбы с допингом считают так же. Эти ценности являются общими для всех нас. Эти ценности связывают нас в одно целое.

И если какая-либо страна мира, будь то Российская Федерация или любая другая, не разделяет этих ценностей, ей не нужно участвовать в спортивных соревнованиях.

...цели

Пусть никто не сомневается: мировое антидопинговое сообщество хочет, чтобы РУСАДА вернулось в наши ряды и чтобы российские атлеты могли соревноваться вместе с нашими. Нам очень не хватает ваших спортсменов.



БОРЬБА С ДОПИНГОМ

*невозможна без определенных правил,
так же как без правил невозможен спорт.*

Фото: Максим Боговид / МИА «Россия сегодня»

Россия может гордиться многими достижениями, но, к сожалению, вопросы, которые мы сегодня пытаемся решить, не дают никакого повода для гордости. Борьба за ценности спорта и успешное решение возникших проблем – вот чем вы можете и должны гордиться. Уверю вас, мы будем рады вашему возвращению. Мы хотим, чтобы вы и ваши спортсмены могли вновь испытать чувство гордости. Однако это возможно только в том случае, если мы будем разделять одни и те же фундаментальные ценности и если мы будем следовать одним и тем же правилам, вытекающим из этих ценностей.

Минувшей осенью исполком ВАДА принял решение вернуть РУСАДА статус соответствия, и я уверен, что многие россияне были рады услышать это.

Вместе с тем вы, возможно, слышали или читали, что IADO и большинство ее членов восприняли эту новость с меньшим воодушевлением. Мы не согласны с решением ВАДА, поскольку, по нашему убеждению, требования дорожной карты должны быть удовлетворены до восстановления РУСАДА в правах. Два пункта по-прежнему не выполнены, и это неизбежно вызовет острые дискуссии на протяжении многих недель и месяцев после восстановления статуса агентства. Более того, это вызовет длительный раскол среди участников антидопингового движения.

Как вам известно, восстановление соответствия РУСАДА предполагало соблюдение определенных условий. Предоставление WADA копии данных московской системы управления лабораторной информацией (Laboratory Information

Management System, LIMS), предоставление доступа к базе образцов московской антидопинговой лаборатории и перепроверка всех спорных проб в строго ограниченный период – вот те условия, которые РУСАДА должно выполнить. Повторюсь: здесь нет никаких антироссийских настроений. Само собой разумеется, что такие же требования должны применяться и применялись бы к любой стране, оказавшейся в подобной ситуации.

Сегодня никто не может сказать, что произойдет в будущем. Если условия будут соблюдены, Россия вернется туда, где ей надлежит быть, – в самый центр спортивного мира. Если требования не будут выполнены, мне будет искренне жаль.

РУСАДА

В завершение я хотел бы сказать несколько слов о главе Российского антидопингового агентства Юрии Ганусе и его коллегах. Я знаю Юрия как отважного защитника России и российского спорта. Вы можете гордиться Юрием и сотрудниками агентства. Как бы в итоге ни обернулось дело, РУСАДА заслуживает нашей поддержки – и вашей тоже.

РУСАДА прошло большой путь, и мы весьма впечатлены прогрессом, достигнутым главой агентства и его сотрудниками. Надеемся, что в ближайшем будущем РУСАДА сможет вновь стать важным членом нашего сообщества, если оно будет работать независимо, как и следует всем антидопинговым организациям.





Яннис Пициладис, профессор, Центр спортивной медицины, Университет Брайтона, Истборн, Великобритания; кафедра наук о движении, человеке и здоровье, Римский университет «Форо Италико», Рим, Италия; Международная федерация спортивной медицины (FIMS), Лозанна, Швейцария

Олимпийский спорт, самый дорогой бренд мира, нуждается в ребрендинге

СПОРТ КАК АВТОРИТЕТНЫЙ БРЕНД ПЕРЕЖИВАЕТ КРИЗИС. ЭТО ОЩУЩЕНИЕ ПОДКРЕПЛЯЕТСЯ РАЗОБЛАЧЕНИЯМИ ПОСЛЕДНИХ ЛЕТ, В РЕЗУЛЬТАТЕ КОТОРЫХ СТАЛО ИЗВЕСТНО О ШИРОКОМ РАСПРОСТРАНЕНИИ ДОПИНГА В СПОРТЕ ВЫСШИХ ДОСТИЖЕНИЙ¹, И НЕ ТОЛЬКО В РОССИИ. ОЧЕВИДНО, ЧТО СЕГОДНЯ БОРЬБА С ДОПИНГОМ ДАЛЕКО НЕ ТАК ЭФФЕКТИВНА, КАК ХОТЕЛОСЬ БЫ ЗАИНТЕРЕСОВАННЫМ СТОРОНАМ В СПОРТИВНОМ МИРЕ, А ТАКЖЕ ОБЩЕСТВЕННОСТИ В ЦЕЛОМ (ВЗЯТЬ, НАПРИМЕР, ТОТ ФАКТ, ЧТО ОЧЕНЬ НЕМНОГИЕ ЭЛИТНЫЕ СПОРТСМЕНЫ, ВОВЛЕЧЕННЫЕ В ДОПИНГОВЫЕ СКАНДАЛЫ, БЫЛИ ПОЙМАНЫ НА ДОПИНГЕ БЛАГОДАРЯ ПОЛОЖИТЕЛЬНЫМ ПРОБАМ, НЕСМОТРИ НА МНОГОКРАТНОЕ ТЕСТИРОВАНИЕ). ТЕМ НЕ МЕНЕЕ ВРЯД ЛИ ИМЕЕТ СМЫСЛ НАЧИНАТЬ С НУЛЯ, ОСОБЕННО ЕСЛИ ПРИНЯТЬ ВО ВНИМАНИЕ ДОСТИГНУТЫЙ В ПОСЛЕДНЕЕ ВРЕМЯ ПРОГРЕСС. НАМ НУЖНА ЭВОЛЮЦИЯ, А НЕ РЕВОЛЮЦИЯ.

Нужно развивать успехи относительно молодого агентства (ВАДА было основано в 1999 году) и одновременно проводить серьезную модернизацию с учетом новых культурных, экономических и социальных реалий. Такая эволюция в спорте требует нестандартного мышления².

Например, использования комплексного подхода в борьбе с запрещенными препаратами на основе как минимум трех ключевых компонентов – трех «П»: профилактика допинга, поддержка и защита чистых спортсменов и повышение спортивных результатов без применения допинга (см. рис. 1).



Кодекс ВАДА, принятый в 2003 году, а также последующие изменения и дополнения 2009-го и особенно 2015 годов создают необходимую основу для реализации двух первых направлений борьбы – предотвращения допинговых нарушений и защиты чистых спортсменов. Новые положения кодекса вооружают антидопинговые агентства инструментами «интеллектуального» тестирования и «умного» повторного тестирования (пробы хранятся на протяжении 10 лет), расширяют возможности сотрудничества и предусматривают более быстрые и жесткие санкции.

Необходимо также вести просветительскую работу, основанную на доказательном подходе и высоком уровне информированности. Например, в спорте высших достижений широко распространено мнение, что успешное выступление на соревнованиях невозможно без применения запрещенных препаратов и методов подготовки. Процесс модернизации должен поддержать передовые исследования,

ШИРОКОЕ РАСПРОСТРАНЕНИЕ ДОПИНГА
в спорте высших достижений, о котором стало известно в результате разоблачений последних лет, бросает тень на спорт как бренд.

Фото: Константин Чалабов/ МНА «Россия сегодня»

РИСУНОК 1

Комплексный подход к борьбе с допингом



¹ Ulrich R, Pope HG, Cleret L, et al. Doping in two elite athletics competitions assessed by randomized-response surveys. *Sports Medicine*. 2018; 48:211-219.

² Pitsiladis Y, Ferriani I, Geistlinger M, et al. A Holistic Anti-doping Approach for a Fairer Future for Sport. *Current Sports Medicine Reports*. 2017; 16(4):222-224

нацеленные на разработку более эффективных антидопинговых тестов нового поколения, с помощью которых в ближайшем будущем антидопинговые агентства смогут вводить более жесткие санкции, вплоть до пожизненной

НЕОБХОДИМО ПОДДЕРЖИВАТЬ РАЗРАБОТКУ ЭФФЕКТИВНЫХ ДИАГНОСТИЧЕСКИХ МЕТРИК ПОКАЗАТЕЛЕЙ СПОРТСМЕНА, С ПРИМЕНЕНИЕМ ИННОВАЦИОННЫХ НОСИМЫХ УСТРОЙСТВ И ВОЗМОЖНОСТЬЮ АНАЛИЗА ДАННЫХ В РЕАЛЬНОМ ВРЕМЕНИ.

дисквалификации, в тех случаях, когда будут выявляться неопровержимые доказательства долгосрочного эффекта применения допинга (например, мышечная память).

ВАДА и другие организации (например, Международный олимпийский комитет) вложили значительные инвестиции в разработку антидопинговых тестов нового поколения с использованием современных методов, так называемых «омик» (геномика, транскриптомика, метаболомика и протеомика), с улучшенной селективной способностью по сравнению с доступными протоколами детекции. Недавние исследования целого ряда лабораторий подтвердили высокий потенциал транскриптомных микрочипов, позволяющих выявлять явные изменения в экспрессии генов после манипуляций с кровью, для повышения надежности биологического паспорта спортсмена³.

Вместе с тем необходимо активизировать исследования с использованием современных технологий, таких как секвенирование нового поколения (РНК-секвенирование), а также новых подходов из области искусственного интеллекта, машинного обучения, глубокого обучения для поиска новых, еще более эффективных методов выявления допинга, которые могли бы быть использованы в сочетании с биологическим паспортом спортсмена или стероидным модулем, а также, что особенно интересно, в качестве самостоятельного теста.

Более высокий уровень компьютеризации можно было бы обеспечить в том числе с помощью России, учитывая наличие в Москве суперкомпьютера «Ломоносов», содержащего 94 тыс. процессорных ядер и занимающего 13-е место в списке самых производительных компьютеров мира. Использование этого ресурса позволит России внести свой вклад в международные усилия по разработке технологического решения проблемы допинга. В будущем эти новые подходы могут оказать существенное влияние на антидопинговые обязательства спортсменов, в частности, в отношении требований по предоставлению информации о местонахождении.

Помимо реализации действенной антидопинговой программы необходимо привлечь все заинтересованные стороны к процессу модернизации, нацеленному на разработку и внедрение более эффективных методов спортивной науки и спортивной медицины, позволяющих добиваться максимально высоких результатов в элитном спорте без нарушения антидопинговых и/или спортивных правил. Это третья составляющая предлагаемого комплексного подхода – «повышение спортивных результатов без применения допинга».

СОВРЕМЕННЫЙ СПОРТ – ЭТО БОЛЬШОЙ БИЗНЕС. ЭТО НЕ ПРИЯТНОЕ ВРЕМЯ ПРЕПРОВОЖДЕНИЕ ДЛЯ НЕМНОГИХ ИЗБРАННЫХ, КАК БЫЛО В ПРОШЛОМ, А ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ЗАНЯТИЕ ДЛЯ ТЫСЯЧ СПОРТСМЕНОВ И ИХ ОБШИРНЫХ КОМАНД ПСИХОЛОГОВ, ДИЕТОЛОГОВ, БИОМЕХАНИКОВ И ДРУГИХ СПЕЦИАЛИСТОВ.

Современный спорт – это большой бизнес. Это не приятное времяпрепровождение для немногих избранных, как было в прошлом, а профессиональное занятие для тысяч спортсменов и их обширных команд психологов, диетологов, биомехаников и других специалистов. Необходимо также поддерживать разработку эффективных прогнозирующих/диагностических



метрик показателей спортсмена, с применением инновационных носимых устройств и возможностью анализа данных в реальном времени.

Внедрение подобных инноваций кардинальным образом изменит подходы к повышению спортивных результатов и откроет гораздо более широкие возможности, чем «традиционные» – в отношении запрещенных препаратов и методов. Такие технологические решения вполне доступны всем спортсменам и отвечают спортивному принципу универсальности. С их помощью спортсмены, тренеры, врачи и исследователи могли бы принимать более информированные решения в отношении спортивной подготовки, лечения или профилактики травм.

Комбинированное использование этих инноваций позволит усовершенствовать методы оценки изменений показателей спортсмена до такого уровня, при котором будет возможно выявлять применение допинга посредством «интеллектуального антидопинга» (то есть путем

ВНЕДРЕНИЕ ИННОВАЦИЙ

способно кардинально изменить подходы к повышению спортивных результатов и открыть гораздо более широкие возможности, чем «традиционные», в отношении запрещенных препаратов и методов.

Фото: Константин Чалабов/МИА «Россия сегодня»

целенаправленного антидопингового тестирования с использованием метрик показателей).

Кроме того, можно использовать технологии реального времени для повышения качества трансляции спортивных соревнований. Передача в реальном времени данных о показателях спортсменов сделает трансляцию более интересной и увлекательной как для энтузиастов спорта, так и для профессионалов в сфере вещания. Такие научно-технические достижения, способные изменить личный опыт и восприятие спортивных соревнований, открывают беспрецедентные новые возможности для спортсменов, зрителей и всех заинтересованных сторон в мире спорта¹.



¹ По данным на июнь 2011 года.

³ Wang G, Durussel D, Shurlock J, et al. Validation of whole-blood transcriptome signature during microdose recombinant human erythropoietin (rHuEpo) administration. *BMC Genomics*. 2017; 18(Suppl 8):817. doi: 10.1186/s12864-017-4191-7.

⁴ Duking P, Stammel C, Sperlich B, et al. Integrating Wearable Sensors into Recreation and Competitive Sports. *Current Sports Medicine Reports*. 2018; 17(6): 178-182.

К выходу в свет книги «Враг допинга» Арне Лjungквиста на русском языке

Книга «Враг допинга», рассказывающая о борьбе профессора Арне Лjungквиста с допингом в спорте, вышла в свет 28 сентября 2018 года в Москве. Публикация была приурочена к Международной научно-практической конференции «Будущее чистого спорта: актуальные вопросы, вызовы, решения». Профессор Лjungквист получил приглашение посетить презентацию книги, но, к сожалению, не смог лично принять участие. Генеральный директор РУСАДА Юрий Ганус выступил с приветственным словом, рассказал о деятельности профессора Лjungквиста и представил русское издание его книги. После этого к участникам с видеоприветствием обратился профессор Лjungквист. «Я рад, что РУСАДА решило организовать международную конференцию по проблемам борьбы с допингом, — сказал он. — Кроме того, для меня большая честь, что РУСАДА решило перевести мою книгу «Враг допинга» на русский язык и что ее презентация состоялась на конференции в Москве в столь значимых обстоятельствах. Искренне надеюсь, что книга окажется ценной для тех, кто занят важной работой по борьбе с допингом».

После презентации продюсер документального фильма «Война против допинга» Бьерн Бертофт поделился своим мнением о книге и рассказал о сотрудничестве с профессором Лjungквистом. Фильм «Война против допинга» с участием Арне Лjungквиста был впервые показан в штаб-квартире ЮНЕСКО в Париже в 2012 году, накануне летних Олимпийских игр в Лондоне. Затем он прошел в широком прокате по всему миру и был удостоен приза «Лучший документальный фильм» на Фестивале спортивного кино, организованном Международной федерацией спортивного кино и телевидения (FICTS). Краткая версия фильма была показана на конференции в Москве.

Книга повествует об истории борьбы с допингом начиная с раннего этапа. Первые антидопинговые мероприятия относят к разным периодам, однако современный этап этой борьбы, по общему мнению, начался примерно в начале 1970-х годов – в частности, на Олимпийских играх 1972 года в Мюнхене. Это была первая Олимпиада, на которой действовала широкомасштабная программа антидо-

пингового контроля. Вначале антидопинговые меры не встречали понимания в спортивном мире, и понадобилось много времени, чтобы люди осознали, что допинг в спорте является серьезной проблемой, разрушающей его изнутри и негативно влияющей на здоровье спортсменов. Антидопинговая кампания набирала силу и в конечном итоге получила должную международную поддержку.

Мотивом к написанию книги послужило убеждение в том, что нам необходимо понимать, как начиналась борьба с допингом и как она развивалась на протяжении последних 45–50 лет. Можно надеяться, что история этого движения, рассказанная человеком, принимавшим в нем личное участие, позволит понять и объяснить современное положение дел в этой области. Кроме того, по мнению профессора Лjungквиста, более глубокое понимание ситуации позволит нам разработать успешную стратегию для будущего. Книга может быть использована в образовательных целях, а также будет интересна любому читателю, желающему узнать, как антидопинговое движение преодолело невежество и непонима-



ние, приобрело высокое международное значение, выразившееся, в частности, в создании в 1999 году уникальной всемирной организации (Всемирного антидопингового агентства), и даже получило поддержку ООН – с принятием в 2005 году Конвенции ЮНЕСКО о борьбе с допингом в спорте.

Книга «Враг допинга» была издана на шведском языке в 2008 году. С тех пор она претерпела несколько редакций и была переведена на многие другие языки – китайский, английский, французский, арабский, корейский и теперь на русский.

В фильме «Война против допинга» показаны разные истории, начиная с первых допинговых скандалов 1970-х годов и заканчивая последним подготовительным этапом к Олимпийским играм 2012 года в Лондоне. Участники фильма – знаменитые спортсмены, ученые, спонсоры, журналисты; победители и проигравшие. Истории и события комментирует профессор медицины Арне Люнгквист – самый опытный в мире антидопинговый эксперт, который в свои 80 с лишним лет продолжает играть важную роль в работе крупнейших спортивных организаций, таких как Международный олимпийский комитет и Всемирное антидопинговое агентство, и на протяжении 30 лет, до 2007 года, занимал ведущие позиции в Международной ассоциации легкоатлетических федераций.

Дополнительная информация об Антидопинговом фонде профессора Арне Люнгквиста – www.arneljungqvist.com

Дополнительная информация о документальном фильме «Война против допинга» – www.thewarondoping.com



Профессор Арне Люнгквист

Арне Люнгквист, врач, ученый, бывший спортсмен, международный спортивный деятель, посвятил свою жизнь медицине и спорту. Он начал заниматься прыжками в высоту в раннем возрасте, стал чемпионом Швеции, принял участие в Олимпийских играх 1952 года в Хельсинки, однако был вынужден завершить свою спортивную карьеру из-за травмы.

20 лет спустя Люнгквист вернулся в спорт в качестве успешного врача и ученого. На этот раз он столкнулся с миром, в котором спортсмены принимали стимулирующие препараты для повышения своих физических характеристик. Обеспокоенность влиянием допинга на здоровье спортсменов, а также нравственные аспекты этой проблемы заставили его в начале 1970-х годов включиться в борьбу против допинга в спорте. Сегодня Арне Люнгквист считается одним из наиболее авторитетных антидопинговых экспертов в международном спортивном сообществе.

На протяжении своей жизни Арне Люнгквист занимал многочисленные руководящие должности – в спорте, обществе и шведской королевской семье. Он получал награды и другие знаки признания и уважения от различных организаций и университетов всего мира. Профессор Люнгквист состоит на службе у его величества короля Швеции. С 2015 года он не занимает официальных должностей в спортивных организациях и активно работает в рамках собственного фонда (Антидопинговый фонд профессора Арне Люнгквиста основан в 2011 году). Миссия фонда состоит в пропаганде здорового образа жизни в обществе и защите чистого спорта.



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

Систематизация процесса управления маркетингом спортивного события

СПОРТИВНЫЕ СОБЫТИЯ – ЦЕНТРАЛЬНЫЙ КОМПОНЕНТ СПОРТИВНОЙ ИНДУСТРИИ. ОНИ ПРИВЛЕКАЮТ ВНИМАНИЕ МИЛЛИАРДОВ ЧЕЛОВЕК ВО ВСЕМ МИРЕ. СРЕДИ НАИБОЛЕЕ АКТУАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ СОВРЕМЕННОГО СПОРТИВНОГО МАРКЕТИНГА – ПРЕВРАЩЕНИЕ БАНАЛЬНЫХ «СПОРТИВНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ» В ЭФФЕКТИВНЫЕ РЫНОЧНЫЕ ПРОДУКТЫ. В ДАННОЙ СТАТЬЕ РАССМАТРИВАЮТСЯ НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ СИСТЕМАТИЗАЦИИ УПРАВЛЕНИЯ СПОРТИВНЫМИ СОБЫТИЯМИ ЗА СЧЕТ КЛАССИФИКАЦИИ, ВЫДЕЛЕНИЯ И ПОСЛЕДУЮЩЕГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИХ АТРИБУТОВ.

Спортивные события – центральный компонент спортивной индустрии. Они привлекают внимание миллиардов людей во всем мире. Именно события оказывают наибольшее влияние на развитие рынков спортивных товаров, услуг и сооружений, на формирование систем научных исследований и специального образования.

За последние десять лет в России накоплен серьезный опыт успешного проведения спортивных соревнований самого разного масштаба, но вместе с тем далеко не

все из них стали экономически эффективными. Административных и организационных навыков оказалось явно недостаточно. Необходимо уметь создавать эффективные бизнес-модели, событийные продукты, способные конкурировать с другими формами досуга и приносить организаторам доходы. Спортивные события становятся важной частью экономики регионов и отдельных городов, интегрируются с развлекательными и деловыми мероприятиями, создают сотни тысяч рабочих мест. Управление событиями требует сегодня



от менеджеров глубоких маркетинговых знаний и навыков.

Среди наиболее актуальных проблем современного спортивного маркетинга – превращение банальных «спортивных мероприятий» в эффективные рыночные продукты. Эта задача может быть решена только в том случае, если спортивные события станут привлекательными для болельщиков, рекламодателей, спонсоров, телевидения и других¹. Решить эту непростую задачу возможно лишь при условии глубокого понимания специфики спортивного события как рыночного продукта и систематизации процесса маркетинга.

В данной статье рассматриваются некоторые аспекты систематизации управления спортивными событиями за счет классификации, выделения и последующего использования их атрибутов.

Виды спортивных событий

По своей экономической сути спортивное событие как зрелище представляет собой нема-

СПЕЦИФИКА СПОРТИВНЫХ ШОУ –

приоритет зрелищности. Спортивные результаты в данном случае вторичны. В ходе развлекательных событий зрителям предлагаются дополнительные развлечения и услуги. На фото – участники матча звезд КХЛ – 2018.

Фото: Алексей Куденко/МНА «Россия сегодня»

териальную выгоду для клиента, то есть является специфической услугой.

По целевому признаку спортивные события можно разделить на четыре вида.

1. Соревновательные спортивные события, которые проводятся с целью определения сильнейших спортсменов. К их числу можно отнести, например, чемпионаты, первенства и кубковые состязания по различным видам спорта. Их участники борются за титулы, за попадание в состав сборных команд, за призы и награды. Именно соревнования составляют ядро спортивной индустрии, стимулируют развитие рынков тренировочных услуг и спортивных товаров.

Специфика этого типа события заключается в том, что безусловным приоритетом здесь

¹ Pitts B., Stotlar D. *Fundamentals of Sport Marketing (Third edition). Fitness Information Technology, 2007.*
Smith Aaron C.T. *Introduction to Sport Marketing. Elsevier Ltd., 2008.*

Мастерман Г. *Стратегический менеджмент спортивных мероприятий. М.: Национальное образование, 2015.*

Леднев В. *Индустрия спорта: разберемся в понятиях и терминах // СМ: Все о спортивном менеджменте и маркетинге. Выпуск 1. М.: Синергия, 2016.*



КЛЮЧЕВАЯ ОСОБЕННОСТЬ

маркетинга событийных продуктов заключается в том, что здесь идет конкуренция не только за деньги клиентов, но в первую очередь за их свободное время.

Фото: Александр Вильф/МИА «Россия сегодня»

являются спортивные результаты. В связи с этим соревнования проводятся в строгом соответствии с правилами и регламентами вида спорта, забота о зрелищности иногда отходит на второй план. При этом очень высока степень непредсказуемости результатов, что повышает интерес со стороны зрителей.

Финансирование соревновательных событий осуществляется в основном за счет средств организаторов (в том числе бюджетных средств), взносов участников, вкладов меценатов и продажи рекламы, спонсорских пакетов, телевизионных прав и т. п.

2. Развлекательные спортивные события преследуют цель дать зрителю больше ярких эмоций и переживаний. В центре внимания здесь интересы болельщиков. Так, более десяти лет среди самых популярных развлекательных спортивных событий свое место заняли ледовые шоу в исполнении известных российских спортсменов, использующие эстетизм фигурного катания. Они интересны как зрите-

лям, покупающим билеты во дворцы спорта, так и многочисленным телезрителям. К числу развлекательных событий относятся и матчи всех звезд ведущих мировых лиг. Но, пожалуй, самым ярким примером развлекательных спортивных событий являются популярные в США шоу рестлинга. Они выстраиваются организаторами по специально разработанным сценариям и профессионально режиссируются.

Специфика спортивных шоу – приоритет зрелищности. Ради этого могут быть введены даже специальные правила. Собственно спортивные результаты в данном случае вторичны. В ходе развлекательных событий зрителям предлагаются дополнительные развлечения и услуги.

Доходы от развлекательных событий поступают в основном из рыночных источников: продажи билетов, рекламы, спонсорских пакетов, лицензий, медиаправ и т. п.

3. Досуговые спортивные события нацелены на то, чтобы их участники, спортсмены-любители, могли получить максимум удовольствия. Примерами являются многочисленные корпоративные турниры по различным видам спорта, где и сами спортсмены, и болельщики в первую очередь ценят качество проведения своего свободного времени.

Спецификой досуговых событий являются приоритет участия (а не результатов или зрелищ-



ности), зачастую более простые правила, корпоративная специфика (ритуалы, традиции и т. п.).

Финансирование досуговых событий обычно осуществляется организаторами, стремящимися установить более тесные отношения с сотрудниками, сплотить их вокруг ценностей компании и в итоге повысить лояльность.

4. Спортивные события социальной направленности привлекают внимание к определенным общественно значимым проблемам и создают возможности для фандрайзинга. Примеры таких событий – турниры для воспитанников детских домов или ветеранов спорта, имеющие отчетливый благотворительный характер. Специфика социально ориентированных событий определяется их целями, в соответствии с которыми выбираются формы и разрабатываются программы соревнований. Они обычно финансируются из средств меценатов, спонсоров и доноров.

В современном спорте мы все чаще встречаем события смешанного типа. Так, Олимпийские игры, чемпионаты мира по самым разным видам спорта уже давно не просто соревнование сильнейших спортсменов, а еще и увлекательное и зрелищное шоу, привлекающее внимание миллионов человек на всей планете.

В ЗАВИСИМОСТИ

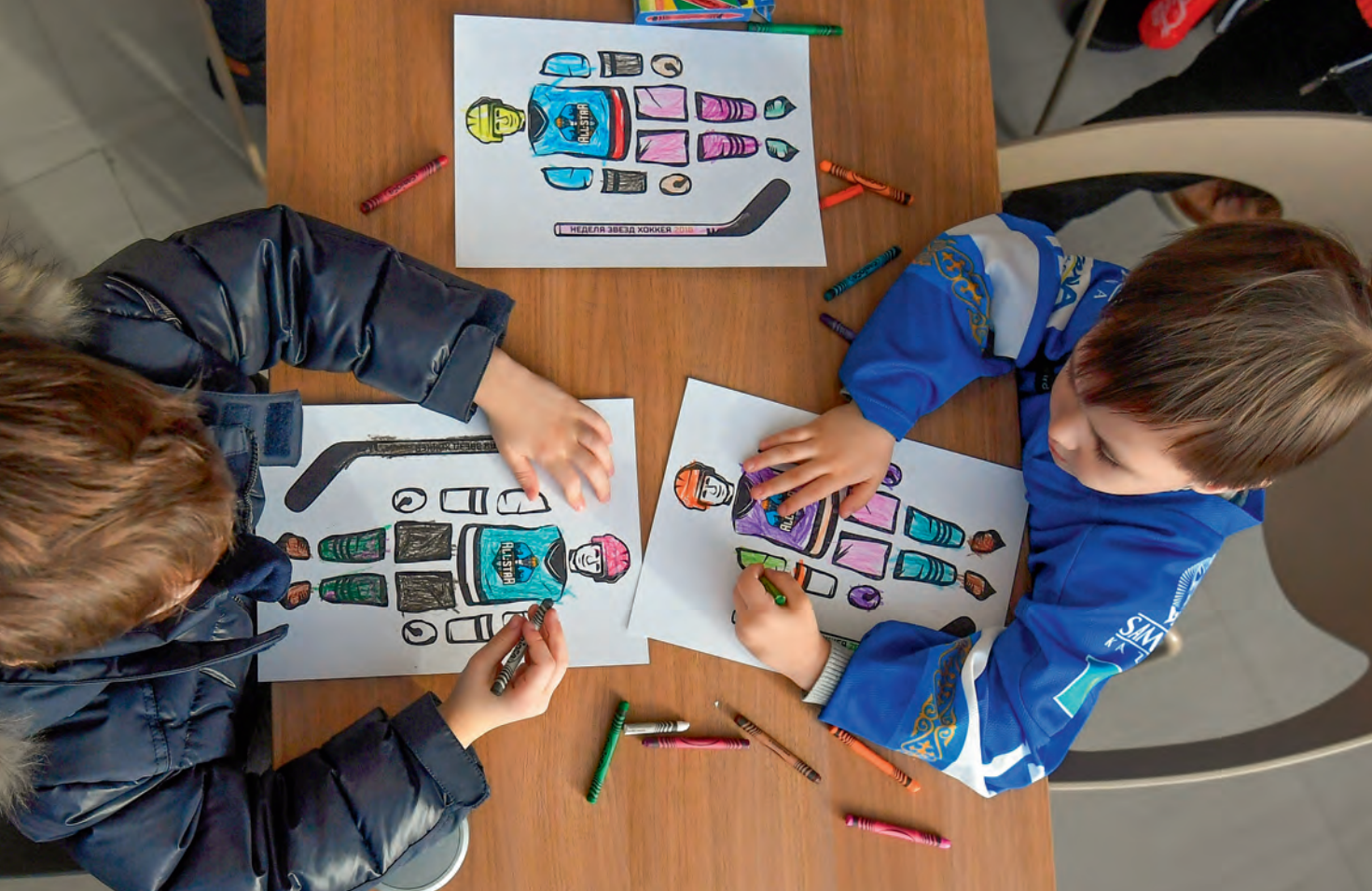
от целей спортивного события и особенностей его финансирования выстраивается система отношений с клиентами, поставщиками, всеми группами заинтересованных лиц. Задача менеджмента – сделать событие максимально привлекательным для каждой из них, и в первую очередь для клиентов.

Фото: Александр Вильф/ МНА «Россия сегодня»

В зависимости от целей спортивного события и особенностей его финансирования выстраивается система отношений с клиентами, поставщиками, всеми группами заинтересованных лиц (стейкхолдеров; англ. stakeholders). Задача менеджмента – сделать событие максимально привлекательным для каждой из них, и в первую очередь для клиентов.

Необходимо добавить, что в ходе своей маркетинговой деятельности спортивные организации имеют дело не только со спортивными событиями. Часть из них носит деловой характер, другие – рекламный, третьи – образовательный и т. п. Поэтому не менее важной является классификация событий, которая учитывает то, какие типовые маркетинговые функции они выполняют². По этому признаку их можно разделить на

² Малыгин А. Маркетинг спортивного события: анализ ключевых характеристик и типовых маркетинговых функций // Современная конкуренция. Т. 11. № 6 (66), 2017.



СПОРТИВНЫЕ СОБЫТИЯ

социальной направленности привлекают внимание к определенным общественно значимым проблемам и создают возможности для фандрайзинга.

Примеры таких событий – турниры для воспитанников детских домов или ветеранов спорта, имеющие отчетливый благотворительный характер. Они обычно финансируются из средств меценатов, спонсоров и доноров.

Фото: Алексей Куденко / МИА «Россия сегодня»

два вида (рис. 1) – на те, которые представляют собой самостоятельные маркетинговые продукты, и те, которые используются в качестве инструмента продвижения.

Во-первых, выделим события, которые представляют собой самостоятельные маркетинговые продукты, предназначенные для удовлетворения потребностей клиентов в информации или развлечениях. Мы назовем их событиями первого типа (event 1).

РИСУНОК 1

Характеристики двух видов событий по типовым маркетинговым функциям

	События первого типа (event 1)	События второго типа (event 2)
Понятие	Событие, представляющее собой самостоятельный маркетинговый продукт, способный удовлетворить значимые потребности	Событие, используемое в качестве инструмента позиционирования и продвижения идей, продуктов, брендов, организаций или персон
Субъекты маркетинга	Спортивные организации	Бренды (лица), заинтересованные в продвижении через события
Объекты маркетинга	Событие как рыночный продукт	Продвигаемые товары, услуги, идеи, персоны, организации
Цели маркетинга	Создание конкурентоспособного событийного продукта	Создание эффективного событийного инструмента продвижения брендов клиентов
Инструменты маркетинга	Весь комплекс маркетинга (4P)	Маркетинговые коммуникации (promotion)
Примеры	Профессиональные спортивные турниры и матчи, бизнес-семинары, конференции и т. п.	Специальные маркетинговые события: презентации, праздники, пресс-конференции



К их числу относятся спортивные события, предлагаемые болельщикам в качестве досуговых и развлекательных продуктов, деловые и образовательные мероприятия (профессиональные спортивные события, тематические выставки, фестивали, семинары, конференции и т. п.).

Ключевая особенность маркетинга событийных продуктов заключается в том, что здесь идет конкуренция не только за деньги клиентов, но в первую очередь за их свободное время. К примеру, организаторы городского марафона крайне заинтересованы, чтобы у него была обширная аудитория зрителей из числа горожан и туристов. При этом каждый из них может посмотреть соревнования совершенно бесплатно. Организаторы хотят получить лишь около одного-двух часов их времени, в течение которых организовывается маркетинговая коммуникация со спонсорами и рекламодателями.

При работе с событиями первого типа следует придерживаться следующих принципов:

- ◆ принцип отношения к событию как к самостоятельному маркетинговому продукту, способному эффективно удовлетворять конкретные потребности определенных клиентов;
- ◆ принцип учета массового характера потребления события как продукта;

ВРАТАРЬ НАЦИОНАЛЬНОЙ СБОРНОЙ

Владимир Габулов во время матча в рамках благотворительного футбольного турнира бывшего защитника московского ЦСКА и сборной России Сергея Игнашевича на стадионе «Лужники».

Фото: Виталий Белоусов/МИА «Россия сегодня»

- ◆ принцип интеграции события с другими продуктами – атрибутикой, услугами, информацией;
- ◆ принцип использования полноценного маркетинга в отношении событийного продукта.

Во-вторых, спортивные организации имеют дело с маркетинговыми событиями, которые предназначены для решения коммуникационных задач по позиционированию и продвижению идей, продуктов, брендов, организаций или персон. Это события второго типа (event 2).

Такие события являются коммуникационным инструментом маркетинга и предлагаются юридическим и физическим лицам, заинтересованным в продвижении своих брендов через спорт или другие центры притяжения аудиторий. Презентации, пресс-конференции, коммерческие выставки – все эти маркетинговые мероприятия используются в качестве событий второго типа.

В качестве субъектов маркетинга, инициирующих создание таких событий, могут выступить

пать по сути любые организации или персоны, заинтересованные в продвижении своих продуктов и имиджа. Специальные маркетинговые события для них не бизнес, а всего лишь один из инструментов маркетинговых коммуникаций.

Эффективнее построить отношения с событиями второго типа помогают следующие принципы:

- ◆ принцип приоритета собственного маркетинга – специальные события не должны быть самоцелью, они лишь компонент продвижения;
- ◆ принцип адекватности события возможностям, целям и стратегиям организации;
- ◆ принцип маркетинговой активации в процессе участия в событии;
- ◆ принцип согласованности участия в событии с остальными инструментами маркетинга.

Деление событий на две группы (event 1 и event 2) весьма относительно, поскольку довольно часто мы встречаем признаки обеих групп в одном событии. Более корректным является использование этой классификации для определения ключевой маркетинговой функции каждого конкретного события. При этом одно и то же событие может одновременно выполнять функции событий первого и второго типов.

Так, Уимблдонский теннисный турнир является полноценным маркетинговым продуктом, приносящим доход его организаторам. Налицо очевидный приоритет признаков события первого типа (event 1). Вместе с тем турнир является

важным инструментом популяризации как его организатора, Ассоциации лаун-тенниса (LTA), так и тенниса в целом.

Матчи всех звезд, которые проводят ведущие профессиональные лиги (NBA, NHL, КХЛ), – типичные события второго типа (event 2). Их миссия – продвижение самой лиги. Но матчи звезд являются вполне самостоятельными и прибыльными событийными продуктами.

Атрибуты спортивного события

Спортивные события обладают рядом общих для всех неотъемлемых характеристик (атрибутов), которые составляют его конструкцию: целью, местом, временем, участниками и определенными действиями (рис. 2).

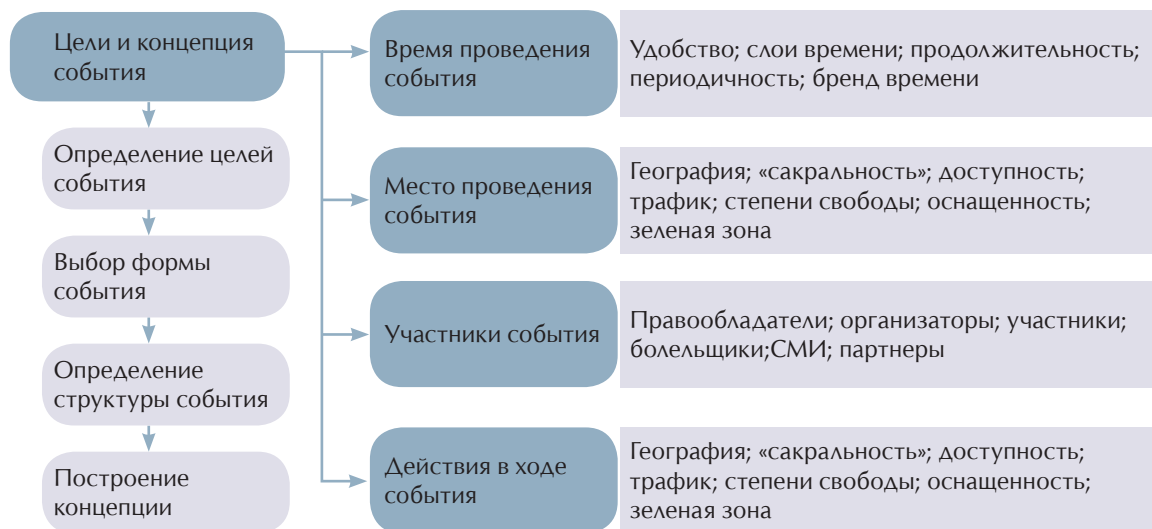
Правильная работа с ними позволяет оптимизировать процесс построения конкурентоспособного события, контролировать его состояние и своевременно адаптировать к изменениям рынка³.

По содержанию атрибутов события существенно отличаются друг от друга (рис. 3), именно эти специфические компоненты способны создавать им конкурентные преимущества и делать эффективными.

Использование атрибутивного подхода помогает провести адекватный рыночной среде анализ спортивного события как системы взаимосвязанных компонентов, обнаружить ее сильные и слабые стороны и корректировать их. Рассмотрим каждый из атрибутов подробнее.

РИСУНОК 2

Атрибуты спортивного события





Цель, замысел и концепция события

Каждое спортивное событие отличается прежде всего целями его проведения. Но каждый раз в начале работы над созданием нового события необходимо очень четко определить, чего и как мы хотим достичь. Здесь же определяются функциональные приоритеты будущего события – будет ли оно рыночным продуктом (event 1) или инструментом маркетинга (event 2).

При этом следует различать публичные и маркетинговые цели. Первые обнародуются: используются в маркетинговых коммуникациях, упоминаются в публикациях, обычно раскрывают социальную значимость мероприятия. А вот маркетинговые цели обычно формулируются в экономических показателях, в этом случае речь идет об уровне доходов и прибыли, доле рынка, стратегиях. Об этих целях знает весьма ограниченный круг лиц, которые используют их в качестве важного стратегического инструмента управления.

Например, организаторы марафона хотят воспользоваться наметившимся недавно трендом – ростом популярности бега и беговых событий среди молодых горожан, готовых платить за участие в них. Их цель – создание современно и экономически выгодного проекта, который станет одним из символов города. Такая концеп-

В СОВРЕМЕННОМ СПОРТЕ

мы все чаще встречаем события смешанного типа. Так, Олимпийские игры, чемпионаты мира по разным видам спорта уже давно не просто соревнования сильнейших спортсменов, а еще и увлекательное шоу.

Фото: Илья Питалев/МНА «Россия сегодня»

ция будет отличаться от другой – по проведению бегового события в форме фестиваля, ориентированного на широкую аудиторию горожан. А концепция пресс-конференции национального чемпионата выстраивается в соответствии с миссией спортивной федерации, главная идея которой – всестороннее развитие вида спорта. Поэтому она будет выполнять функции продвижения не только самого чемпионата, но и вида спорта и ведущих спортсменов.

В построении замысла события хорошо помогает знание их типов, рассмотренных выше. Так, концепция коммерческого события подразумевает создание востребованных рынком продуктов и их продажу клиентам для получения прибыли. В то время как благотворительные спортивные события должны помочь определенным группам людей путем краудфандинга.

Процесс построения концепции включает определение целей и ключевой идеи события,

³ Малыгин А. Спортивный маркетинг. М.: Планета, 2018.

РИСУНОК 3

Характеристики атрибутов событий разного типа

	Цели, концепция	Место	Время	Участники	Действия
ЧМ по футболу	Соревнования лучших сборных команд. Событийный рыночный продукт. Event 1	Россия: 10 городов, 12 стадионов	14.06–15.07. 2018	FIFA 32 сборные Спонсоры СМИ Власти Болельщики	Церемония открытия Матчи сборных Активации спонсоров Фанзоны Конференции
Первенство области по дзюдо	Соревнования спортсменов из районов области. Отбор в сборную области. Event 1	Дворец спорта в областном центре	20–22.04. 2018	Областная федерация дзюдо Спортсмены	Схватки спортсменов Церемония награждения
Благотворительный турнир по гольфу	Сбор средств на поддержку социальных проектов. Event 2	Московская область, гольф-клуб	26.05.2018	Организаторы турнира Менеджмент гольф-клуба Участники турнира Партнеры Гости	Любительский турнир Аукцион Сбор пожертвований Коктейль
Пресс-конференция спортивной федерации	Презентация нового спонсора журналистам. Event 2	РИА Новости	9.11, четверг, 14:00	Пресс-служба федерации Менеджеры спонсора и федерации Журналисты	Выступления участников Ответы на вопросы журналистов
Конференция по спортивно-маркетингу	Обсуждение актуальных вопросов спортивного маркетинга. Обмен опытом маркетинга. Event 1	Стадион «Открытие Арена»	11–12.04.2018	Специалисты спортивных организаций и маркетинговых агентств	Выступления спикеров Конкурсы проектов Нетворкинг
Вебинар для спортивных менеджеров	Образовательное событие. Event 1	Онлайн-платформа Webinar.ru	4.04, среда, 18:00	Организаторы вебинара Спикер Слушатели	Выступление спикера Вопросы слушателей

выбор его типовой формы (турнир, матч, пресс-конференция, семинар, конференция и т. п.) и определение структуры события. Все последующие атрибуты события должны разрабатываться на основе сформулированных целей, замысла и концепции.

Время проведения спортивного события

Любое событие имеет начало, конец и продолжительность, эти характеристики должны быть максимально удобными для участников. Временные параметры целесообразно строить в нескольких слоях.

Первый из них – время в масштабах года. Его выбор зависит от отраслевых или видовых особенностей события. Проведение сессии предварительных оптовых заказов спортивных товаров поставщиками проводится дважды в год, обычно в декабре и августе, в соответствии с деловым ритмом рынка. В течение нескольких декабрьских дней зимняя коллекция будущего сезона представляется закупщикам (оптовики и крупные ритейлеры), которые выбирают среди образцов те, которые, на их взгляд, будут пользоваться спросом, делают заказ по объему будущей закупки и вносят предоплату. Сформировав таким образом весь заказ, поставщик размещает его на фабриках, где происходит изготовление товаров. После этого товары перемещаются на склады, распределяются между закупщиками и поступают в продажу в начале следующей осени. То же происходит и с предварительным заказом летней коллекции.

Для проведения товарищеских или выставочных футбольных турниров с участием топ-клубов обычно выбирается межсезонье – промежуток между официальными чемпионатами.

Деловые события чаще проводятся в период максимальной деловой активности – осенью или весной.

В годовом календаре есть максимально сконцентрированное досуговое время (рождественские и новогодние каникулы, майские праздники, летние месяцы отпусков), которое обязательно учитывают в своем маркетинге туристические компании, организаторы музыкальных фестивалей, владельцы курортов и авиаперевозчики.

Вторым слоем является время в масштабах недели. Максимальная концентрация досугового времени болельщиков – конец недели, когда они могут посетить спортивные соревнования, театр, ресторан, торговый центр или просто сходить в гости к друзьям. Конкуренция различных событий за эти дни недели максимальная. Имеют значение и определенные традиции, сложившиеся в отношении дней проведения тех или иных спортивных событий. Например, матчи Лиги чемпионов УЕФА проходят по вторникам и средам, а матчи Лиги Европы УЕФА – по четвергам. Тем самым учитывается то, что матчи в своих национальных первенствах клубы играют по выходным.

Деловые события, наоборот, обычно предлагаются в рабочие дни, но с учетом специфики и потребностей участников. Например, принято считать, что наиболее удачным днем для прове-

дения важных презентаций с участием прессы является четверг.

Третий слой – время в масштабах дня. Здесь тоже есть свои особенности. Во сколько начинается событие – утром, в середине дня или вечером, зависит от самых разных факторов: его целей и концепции, участников, дня недели, действий конкурентов и даже от наличия свободных помещений. В течение дня время также отчетливо распределяется на рабочее и досуговое. Пресс-конференции, бизнес-завтраки, конференции обычно проходят в первой половине дня для соответствия деловому настрою участников, а посетить баскетбольный матч лучше вечером, после работы.

Что касается продолжительности событий, то и здесь есть связь с тремя слоями времени. Так, национальные чемпионаты по игровым видам спорта проходят в течение нескольких месяцев, чемпионаты мира могут продолжаться несколько недель, этапы кубковых турниров – несколько дней или несколько часов. Как показывает анализ наиболее популярных спортивных событий, оптимальная продолжительность матча или однодневного турнира составляет 2–4 часа, ее достаточно, чтобы зрители поняли, что заплатили свои деньги за весомый продукт. И в то же время такая продолжительность вполне приемлема для того, чтобы болельщики не потеряли интерес к событию.

В случаях, когда продолжительность матча или схватки коротка и исчисляется минутами, устраивают события турнирного типа, включающие большее количество соперников. Например, матч по регби-7 состоит из двух таймов по 7 минут каждый и одно- или двухминутного перерыва. Поэтому соревнования по этому виду спорта проводятся в формате турнира с участием нескольких команд. Еще более сложная ситуация может складываться в единоборствах. Турниры по боксу и ММА обычно проводятся в формате «бойцовского вечера» (fight night), включают несколько боев и завершаются главным боем. При этом никогда не известно, сколько продлится каждая конкретная схватка. Организаторы решают эту проблему за счет расширения списка участников и добавляя дополнительные развлекательные компоненты.

Важно также определить, будет спортивное событие разовым либо регулярно повторяющимся. Это имеет значение в том числе при построении отношений с болельщиками, спонсорами и телевидением.

Есть еще один аспект, имеющий отношение ко времени. Выбирая день проведения события, можно воспользоваться эффектом «бренда

времени». Например, российская компания Fight Nights проводила бойцовские шоу 23 февраля и 8 марта, используя при этом маркетинговый потенциал этих дат. Сами турниры, их рекламные кампании были созданы в антураже мужского и женского праздников, чем привлекли дополнительное внимание болельщиков и прессы.

Место проведения спортивного события

Пространственные характеристики события важны не только для его успешного проведения, но и для правильного позиционирования. При разработке этого атрибута следует учитывать несколько ключевых аспектов.

Выбор места всегда должен усиливать выбранную концепцию предстоящего мероприятия. Так, если планируется презентация для потенциальных партнеров спортивной федерации, необходимо продемонстрировать респектабельность, серьезную готовность к сотрудничеству, для чего обычно выбирается конференц-зал отеля или престижного бизнес-центра. Для болельщиков же более важна транспортная доступность события, трафик, наличие станций метро, автобусных маршрутов и парковок.

Географическое расположение имеет значение для маркетинга события. Организаторы, как правило, используют репутацию страны, региона или города при создании и продвижении своих продуктов, придавая им уникальность и привлекая внимание местных аудиторий клиентов. Здесь же следует иметь в виду и сложившийся имидж спортивного или иного сооружения, его историю. Эта своеобразная «сакральность», связанная, например, с посещениями этого объекта знаменитостями, проведением в этом месте олимпийских соревнований, известных конференций или шоу.

Функциональная готовность места (участок местности, улицы города и т. п.), сооружения или помещения для проведения событий различного типа характеризуется наличием необходимого пространства, оборудования, возможностей для обслуживания болельщиков и активации спонсорства, работы журналистов и торговли. Например, для проведения пресс-конференции по поводу подписания договора со спонсором обычно выбирают один из четырех вариантов места проведения: офис организаторов, спортивные сооружения, информационные агентства или редакции СМИ, а также отели и бизнес-центры. Каждый из них обладает своими преимуществами и недостатками.

Современные средства коммуникации позволяют проводить некоторые события на онлайн-платформах, без необходимости участникам преодолевать большие расстояния и собираться в определенном месте. В таких случаях в качестве атрибута «место» используются специальные интернет-сервисы. Онлайн-события могут быть событиями как первого, так и второго типа.

В большинстве случаев места проведения событий арендуются в зависимости от конкретных потребностей в техническом оснащении, предполагаемого числа участников, пространства для действий партнеров. При этом имеет значение соотношение цены и предоставляемых возможностей, степень свободы действий арендатора по обслуживанию болельщиков и спонсоров.

Участники спортивного события

Без них невозможно представить себе проведение события. К их числу нужно отнести всех, кто готовит и проводит событие, обеспечивает его проведение, находится во время его проведения на месте его проведения. В зависимости от типа маркетингового события конкретные участники могут быть разными, но обычно всех их можно распределить по следующим группам:

- ♦ организаторы (правообладатели, подрядчики, волонтеры и т. д.);
- ♦ непосредственные участники (спортсмены, спикеры, презентеры, экспоненты и т. п.);
- ♦ клиенты (зрители, слушатели, посетители, VIP и т. п.);
- ♦ партнеры и спонсоры;
- ♦ представители массмедиа.

Только благодаря участникам события могут выполнить свои маркетинговые функции. Определение тех, кто должен принять участие в мероприятии, – важное стратегическое решение, влияющее на его качество и позиционирование. Помимо качественных характеристик участников нужна и их количественная оценка, поскольку от этого будет зависеть, например, выбор места проведения события.

Действия, происходящие во время спортивного события

Этот атрибут раскрывает процессную сущность события: что именно будут делать представители каждой из групп участников в уста-



новленном месте, в установленное время для достижения поставленных целей.

Четкое планирование и организация таких действий – залог успеха проведения события. При том, что невозможно (да и не нужно) расписывать как по нотам каждый шаг каждого болельщика или волонтера, организаторам необходимо хорошо представлять себе, что происходит до начала события, во время его проведения и по его окончании (принцип BDA: before – during – after). Для этого используются инструменты планирования и мониторинга.

Участники различных категорий играют разную роль в событии, но все они должны быть проинформированы о необходимых и возможных действиях с помощью инструкций, навигации, памяток, программ, мобильных приложений, рассылок, мультимедийных средств стадиона, при поддержке волонтеров и стюардов. Особое внимание при проведении массовых событий обращается на вопросы безопасности, управление потоками людей (crowd management).

Классификация событий по типовым маркетинговым функциям на event 1 и event 2 позволяет определять ключевые приоритеты маркетинга – создание рыночного событийного продукта либо платформы для продвижения идей, брендов или персон. Правильное понимание сущности событий, с которыми имеет дело каждая спортивная организация, является неотъемлемым условием для создания эффективной программы маркетинга и вместе с использованием атрибутивного подхода помогает определению конкурентных преимуществ событий, помога-

В ХОДЕ

своей маркетинговой деятельности спортивные организации имеют дело не только со спортивными событиями. Часть из них носит деловой характер, другие – рекламный, третьи – образовательный и т. п. Поэтому не менее важной является классификация событий, которая учитывает то, какие типовые маркетинговые функции они выполняют.

Фото: Илья Пяталев/МИА «Россия сегодня»

ет менеджменту систематизировать процесс управления маркетингом.

Литература

1. Aaron C.T., 2008. Smith Introduction to Sport Marketing. Elsevier Ltd.
2. Pitts B., Stotlar D., 2007. Fundamentals of Sport Marketing (Third edition). Fitness Information Technology.
3. Schwarz E., Hunter J., 2017. Advanced Theory and Practice in Sport Marketing. London: Routledge.
4. Леднев В., 2016. Индустрия спорта: разберемся в понятиях и терминах // СМ: Все о спортивном менеджменте и маркетинге. Выпуск 1. М.: Синергия.
5. Малыгин А., 2017. Маркетинг спортивного события: анализ ключевых характеристики и типовых маркетинговых функций // Современная конкуренция. Т. 11. № 6 (66).
6. Малыгин А., 2018. Спортивный маркетинг. М.: Планета.
7. Мастерман Г., 2015. Стратегический менеджмент спортивных мероприятий. М.: Национальное образование.





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

Боевые искусства под влиянием коммерциализации: международный опыт и тенденции

КАК ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ПРАКТИК БОЕВЫХ ИСКУССТВ И РУКОВОДИТЕЛЬ СПОРТИВНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ, Я ИСКРЕННЕ ЗАИНТЕРЕСОВАН В ПОНИМАНИИ ТОГО, КАК РАЗЛИЧНЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ ИНИЦИАТИВЫ ВЛИЯЮТ НА КУЛЬТУРУ БОЕВЫХ ИСКУССТВ, А ТАКЖЕ НА ИНДУСТРИЮ ЕДИНОБОРСТВ. НАСТОЯЩАЯ СТАТЬЯ ПРЕДСТАВЛЯЕТ СОБОЙ ПОИСК ОТВЕТОВ НА СЛЕДУЮЩИЕ ВОПРОСЫ: КАК СОВРЕМЕННЫЙ МАРКЕТИНГ ВЛИЯЕТ НА ВОСПРИЯТИЕ МАСТЕРОВ БОЕВЫХ ИСКУССТВ СРЕДИ УЧЕНИКОВ, НЕ ПРОИЗОШЛО ЛИ НА ФОНЕ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ ПЕРЕОСМЫСЛЕНИЕ САМОГО ТЕРМИНА «БОЕВЫЕ ИСКУССТВА», КАК В СВЯЗИ С ЭТИМ МЕНЯЕТСЯ УРОВЕНЬ КАЧЕСТВА СРЕДИ ПРАКТИКУЮЩИХ ШКОЛ И, БОЛЕЕ ШИРОКО, КАК КОММЕРЦИАЛИЗАЦИЯ ВЛИЯЕТ НА ТРАДИЦИОННУЮ КУЛЬТУРУ БОЕВЫХ ИСКУССТВ?

Единоборства представляют собой уникальное явление в мировом спортивном движении и в массовом спорте, который по факту терминологически заменил более привычное нам словосочетание «физическая культура». В последней четверти XX века, особенно в последние годы, существенно расширились спектр, формат и география различных соревнований по контактным единоборствам, в том числе и различным направлениям восточных единоборств.

На 129-й сессии Международного олимпийского комитета в августе 2016 года принято решение о введении карате в программу летних Олимпийских игр в Токио (2020 год). По данным Всемирной федерации карате (WKF), во всем мире на рубеже XXI века различными школами и разновидностями было увлечено более 100 млн человек на всей планете¹. Чемпионат мира по смешанным единоборствам UFC насчитывает более 70 млн болельщиков: теле-трансляции этих соревнований смотрят более чем в 175 странах на 20 языках².



Наиболее динамично коммерциализация боевых искусств – в разных формах и с использованием различных маркетинговых инструментов – происходит в США. В Соединенных Штатах клубов/студий единоборств больше, чем где-либо в мире (к примеру, там в 16 раз больше таких клубов, чем в Австралии, которая занимает второе место в мировой индустрии)³.

Речь идет о доступных широкой публике занятиях в клубах, которые конкурируют за внимание потребителя, например, с универсальными фитнес-клубами. Впрочем, доступность эта относительная: по статистике, 28% детей, которые участвуют в занятиях боевыми искусствами, приходят из семей, зарабатывающих по крайней мере 50 тыс. долларов в год, а вот из семей, доход в которых ниже этой цифры, почти втрое меньше (10% детей)⁴.

В США

насчитывается около 3,6 млн человек, являющихся активными участниками регулярных занятий боевыми искусствами, а если говорить об эпизодических упражнениях, цифры существенно выше. Так, одно только карате опробуют для себя более 18 млн американцев по крайней мере один раз за год.

Фото: Михаил Воскресенский / МИА «Россия сегодня»

В США насчитывается около 3,6 млн человек, являющихся активными участниками регулярных занятий боевыми искусствами (участники в возрасте до 6 лет не отслеживаются в статистических целях)⁵. А если говорить об эпизодических упражнениях, цифры существенно выше. Так, одно только карате опробуют для себя более 18 млн американцев по крайней мере один раз за год. При этом взрослые в три

¹ <https://www.wkf.net/thebook/>

² Хойя Р. Спортивный менеджмент. Принципы и применение. 3-е издание: пер. с англ. / Рассел Хойя, Аарон С.Т. Смит, Мэтью Николсон, Боб Стюарт, Ганс Вестебрик. М.: ООО «Издательство «Рид Медиа», 2013. 352 с. (Библиотека Российского Международного Олимпийского Университета).

³ Martial Info; <https://brandongaille.com/19-martial-arts-industry-statistics-trends-analysis/>

⁴ Simmons Market Research; <https://brandongaille.com/19-martial-arts-industry-statistics-trends-analysis/>

⁵ Simmons Market Research; <https://brandongaille.com/19-martial-arts-industry-statistics-trends-analysis/>

раза чаще пробуют заниматься карате по сравнению с детьми⁶.

По видам единоборств занимающиеся распределяются следующим образом (данные за 2014 год⁷):

- ◆ ММА (смешанные единоборства) – 34,9%;
- ◆ карате – 22,2%;
- ◆ тхэквондо – 12,8%;
- ◆ дзюдо – 10,2%;
- ◆ джиу-джитсу – 6,3%;
- ◆ другие виды – 13,6%.

В свою очередь, в России наблюдается рост популярности единоборств и расширяются возможности для занятий. На сегодняшний день в России боевыми искусствами и спортивными единоборствами занимается свыше 5 млн человек. В 75 регионах России от Калининграда до Владивостока имеет свои филиалы Российский союз боевых искусств (РСБИ)⁸.

Этот союз был создан в июне 2005 года. Сегодня РСБИ объединяет 63 всероссийские спортивные федерации и организации, которые представляют различные стили и направления боевых искусств и спортивных единоборств. Задачей РСБИ является поддержка своих членов – спортивных федераций и организаций, а также продвижение боевых искусств и спортивных единоборств в целом. Деятельность РСБИ реализуется в соответствии со следующими направлениями:

- ◆ создание благоприятной среды для профессионального развития спортивных федераций и организаций;
- ◆ проведение национальных и международных спортивных мероприятий на территории РФ;
- ◆ продвижение принципов здорового образа жизни и массового спорта;
- ◆ создание платформы для обмена опытом между российскими спортивными федерациями и международным сообществом;
- ◆ защита, сохранение и продвижение культурного наследия боевых искусств и спортивных единоборств;
- ◆ поддержка спортивного образования;
- ◆ продвижение ценностей боевых искусств и спортивных единоборств среди молодежи.

Российский союз боевых искусств является инициатором и учредителем целого ряда крупных проектов, которые направлены на популяризацию боевых искусств и спортивных единоборств. Многие из них получили широкую

известность за пределами нашей страны. Это форум боевых искусств «Битва чемпионов», ежегодная церемония вручения национальной премии в области боевых искусств «Золотой пояс», всероссийская патриотическая акция «Эстафета побед», Открытые всероссийские юношеские игры боевых искусств. Мероприятия такого уровня активно освещаются СМИ.

Как говорилось выше, в России насчитывается свыше 5 млн занимающихся боевыми искусствами и спортивными единоборствами. При этом, согласно статистическому отчету Минспорта РФ по форме № 5-ФК, в ведомственных учреждениях министерства тренируется только около 900 тыс. занимающихся спортивными единоборствами⁹. Соответственно, более 4 млн человек практикуют различные направления боевых искусств и спортивных единоборств в других спортивных организациях различных правовых форм (коммерческие клубы, общественные организации, некоммерческие партнерства, секции при учреждениях образования, в том числе в вузах и т. п.).

Таким образом, общее количество занимающихся боевыми искусствами в США и Российской Федерации сопоставимо. В США отсутствует система государственных спортивных школ в области боевых искусств, деятельность по преподаванию единоборств носит исключительно коммерческий характер. В нашей стране, как и в США, около 4 млн занимающихся спортивными единоборствами являются потребителями услуг коммерческого характера вне системы Минспорта РФ. Однако, в отличие от США, мы не находим в открытом доступе данных об объемах данного рынка, хотя по объему он сопоставим (например, в части экипировки для спортивных единоборств: объем этого рынка в США в 2017 году составил 418 млн долларов)¹⁰.

Учитывая широкое распространение в России организаций различных форм собственности, ориентированных на занятия единоборствами на коммерческой основе, можно предположить, что использование маркетинговых инструментов, применяемых в индустрии единоборств в США, актуально и в отечественной экономической системе.

Под влиянием маркетинга

Как профессиональный практик боевых искусств и руководитель спортивной организации, я искренне заинтересован в понимании того, как различные маркетинговые инициативы влияют на культуру боевых искусств, а так-



же на индустрию единоборств, для того чтобы надлежащим образом оценить влияние современной маркетинговой практики на сферу боевых искусств, а также применение маркетинга в популяризации данной области. В этой статье постараемся ответить на следующие вопросы.

- ◆ Как современный маркетинг повлиял на восприятие мастеров боевых искусств среди учеников?
- ◆ Переосмыслил ли маркетинг термин «боевые искусства»?
- ◆ Повысил или понизил маркетинг уровень качества среди практикующих и школ?
- ◆ Как коммерциализация влияет на традиционную культуру боевых искусств?

Ответы на эти вопросы могут быть полезны для разных аудиторий. Во-первых, для тех практикующих, кто интересуется развитием собственного бизнеса в боевых искусствах, может быть ценной информация о технологиях привлечения (и удержания) клиентов. Во-вторых,

В РОССИИ

налицо рост популярности единоборств и расширения возможностей для занятий. На сегодняшний день в России боевыми искусствами и спортивными единоборствами занимается свыше 5 млн человек. В 75 регионах России от Калининграда до Владивостока имеет свои филиалы Российский союз боевых искусств. На фото: мастер спорта международного класса по тхэквондо, чемпионка мира 2001 года Елена Асеева во время тренировки с племянником Владимиром Асеевым.

Фото: Виталий Аньков/МИА «Россия сегодня»

такая информация полезна тем, кто стремится получить больше знаний и понимания практики боевых искусств. Наконец, возможно, наиболее важное: такая информация полезна для специалистов, выясняющих, какое влияние коммерциализация традиционной деятельности по организации досуга оказывает на культуру, практику и развитие в обсуждаемой области.

Как маркетинг изменил роль боевых искусств в обществе? Исторические сведения

⁶ Simmons Market Research; <https://brandongaille.com/19-martial-arts-industry-statistics-trends-analysis/>

⁷ IBIS World; <https://www.sportsclubadvisors.net/martial-arts-clubs-industry-snap-shot/>

⁸ <http://rsbi.ru>

⁹ <https://www.minsport.gov.ru/sport/podgotovka/82/1452/>

¹⁰ IBIS World; <https://brandongaille.com/19-martial-arts-industry-statistics-trends-analysis/>

свидетельствуют о том, что боевые искусства практиковались в Азии в основном в целях самообороны¹¹. Современный мир иначе рассматривает боевые искусства. Люди обычно практикуют боевые искусства по одной из трех причин. Во-первых, они занимаются боевыми искусствами для личного удовольствия. Во-вторых, практика боевых искусств является отличной формой упражнений, которые могут способствовать здоровому образу жизни. В-третьих, многие люди решают заниматься боевыми искусствами по соревновательным причинам.

Рост интереса к боевым искусствам совпал с большей визуальной доступностью спортивных соревнований. Интерес средств массовой информации к боевым искусствам начался в 1970-х годах, и это вызвало рост индустрии. Фильмы из Азии и Голливуда стали включать элементы боевых искусств в самые различные сюжетные линии. С развитием соревнований по смешанным единоборствам (ММА) индустрия боевых искусств вышла на новый уровень неослабевающего интереса к столь давно сложившимся традициям.

Привлекательность единоборств: основные мотивы

Исследователи отмечают, что современные системы боевых искусств, такие как дзюдо и карате, имеют тенденцию ассоциировать «номинально физические техники с четко определен-

ными философскими и духовными идеями»¹². Вместе с тем спортивная и развлекательная направленность современного обучения боевым искусствам также является одной из особенностей, явно отличающих эти искусства от более традиционного определения¹³.

В США большинство современных школ боевых искусств фокусируются на когнитивности и восстановлении здоровья и сил (в противоположность самодисциплине). Так, 77% занимающихся американских подростков говорят, что участие в боевых искусствах помогает им сохранять здоровье. Эта цифра на 10% выше в сравнении с аналогичным показателем для подростков, которые занимаются видами спорта, отличными от боевых искусств¹⁴.

Распространено мнение о следующих преимуществах занятий боевыми искусствами: они позволяют стать сильнее и увеличить возможности тела; многие участники сообщают об улучшении гибкости и координации; такие занятия снимают напряжение, в результате чего, в частности, снижается уровень кровяного давления. 73% американцев, которые практикуют боевые искусства или посещают занятия в клубах/студиях, занимаются этим для физической подготовки. В 2018 году боевые искусства, вероятно, займут третье место по физической активности среди американских детей в возрастной группе 6–12 лет¹⁵.

В России, с ее богатыми традициями в развитии единоборств, помимо оздоровительной

ТАБЛИЦА 1

Ответы на вопрос «Ради какой цели вы занимаетесь физкультурой и спортом в свободное время?» (опрос участников Всероссийских юношеских игр боевых искусств, ответы в процентах)

Варианты ответа	Юноши	Девушки
Поддержать, улучшить здоровье	32,2	35,9
Сохранить, улучшить телосложение	13,4	15,7
Развить силу, ловкость и другие физические качества	27,2	27,9
Улучшить настроение, самочувствие, получить удовольствие от занятий	12,5	14,1
Встречаться, общаться с друзьями и знакомыми	11,3	12,5
Испытать свои силы, проверить себя	17,6	17,6
Нравиться, быть привлекательным	5,7	6,6
Снять усталость, поддержать работоспособность	4,4	5,6
Уметь постоять за себя	18,1	22,1
Достигнуть определенных спортивных показателей, званий и побед	22,6	34,0
Вести здоровый образ жизни	13,9	18,6
Другое	1,5	1,1

Примечание: можно было указывать не один ответ.

популярна и спортивная направленность боевых искусств. Так, опрос, проведенный среди участников Всероссийских юношеских игр боевых искусств, выявил следующие мотивы занятий¹⁶. Всего опрошено 2183 человека, в том числе 80% юношей и 20% девушек.

Стремление достигнуть определенных спортивных показателей, званий и побед как ключевой мотивирующий фактор назвали 22,6% опрошенных юношей (третий по популярности мотив среди юношей) и 34% девушек (второй по популярности ответ среди девушек, при этом количественно мало отличающийся от наиболее популярного (35,9%) ответа о поддержке/улучшении здоровья как основном мотиве).

Влияние коммерциализации на традиционную культуру боевых искусств

Коммерциализация переопределила роль инструктора боевых искусств. Инструкторы боевых искусств на Западе, и в США в частности, не имеют семейной или культурной основы обучения. Эта бизнес-среда очень сильно отличается от прежних практик инструкторов, передаваемых из поколения в поколение. Коммерциализация радикально меняет динамику отношений «учитель – ученик». Раньше от учеников ожидали полной покорности своим учителям. Теперь же учителя должны искать одобрения учеников – или рискуют потерять бизнес. «Люди в современной потребительской культуре привыкли



РАСПРОСТРАНЕНО МНЕНИЕ

о следующих преимуществах занятий боевыми искусствами: они позволяют стать сильнее и увеличить возможности тела; многие участники сообщают об улучшении гибкости и координации; такие занятия снимают напряжение, в результате чего, в частности, снижается уровень кровяного давления.

Фото автора

¹¹ Friman H.R. (1998). *The Art of Regulation: Martial Arts as Threats to Social Order*. *Journal of Asian Martial Arts*. 7 (3). P. 11–23.

¹² Donohue J. (1994). *Warrior dreams: The martial arts and the American imagination*. Westport, CT: Bergin and Garvey.

¹³ Дрэггер Д. *Классические буддзюцу*. Пер. с англ. Киев: София, 2000. 112 с.

¹⁴ Simmons Market Research; <https://brandongaille.com/19-martial-arts-industry-statistics-trends-analysis>

¹⁵ IBIS World; <https://brandongaille.com/19-martial-arts-industry-statistics-trends-analysis/>

¹⁶ *Результаты опроса участников Всероссийских юношеских игр боевых искусств* // <http://askarate.ru/documents.html>

сравнивать покупки. Они выбирают продукты и услуги, которые подходят именно им. Если их врач, стоматолог, парикмахер или церковь не прислушивается к ним, не удовлетворяет их потребности, они найдут другого. В глазах среднестатистического американского потребителя вы можете быть подвергнуты замене. Но если вы продолжите прислушиваться и удовлетворять потребности своих учеников, вы останетесь важной частью их жизни»¹⁷.

Это утверждение подтверждается словами мастера тайцзицюань Нью Шэн Сяня. Мастер Нью живет и преподает в Пекине, но он, как и исследователи на Западе, также считает, что ученики приходят и уходят, основываясь на скуке и полезности. «Мне не нужно рекламироваться. Я никогда не снимался в рекламе. Я хорошо учу своих учеников, и они приводят больше учеников. Многие студенты уходят, потому что им надоедает или становится скучно. Некоторые не хотят работать. Я не беспокоюсь об этом. Я беспокоюсь только о том, чтобы сделать моих учеников как можно лучше. Если я хорошо к ним отношусь и показываю, как им стать лучше, другие люди захотят учиться и придет больше учеников»¹⁸.

В США занятие боевыми искусствами рассматривается в первую очередь в качестве рекреационной деятельности: новички ждут, что это будет здорово, и их предположение поддерживается большинством обучающих практиков. Ким (2003) предостерегает в отношении монотонности в тренировках, объясняя, что «скука – враг ваших учеников и ваш собственный, ваш самый большой враг как инструктора боевых искусств»¹⁹. Проведение занятий каждый день, год за годом быстро становится однообразным». Как результат, авторитетный мастер боевых искусств в наше время открыт для постоянных распросов со стороны учеников, которые с относительной легкостью могут отыскать другого наставника.

Другой важный фактор – возможность публики видеть боевые зрелища очень часто; это уникальная составляющая современной культуры²⁰. Раньше непрaktикующие отстранялись от наблюдения за практикой, соревнований было мало, и они были приватными. Широкое разглашение событий в боевых искусствах через маркетинг – пожалуй, один из самых мощных факторов, влияющих на изменение практики боевых искусств.

Прошлые поколения мастеров воздерживались от преподавания своих навыков широкой

публике из-за распространенного убеждения в том, что такие знания могут быть опасными, если будут переданы злонамеренным или безответственным людям. В таких случаях были опасения, что навыки боевых искусств высокого уровня могут быть использованы в разрушительных целях. Знание в боевых искусствах тщательно охранялось и преподавалось только тем, кто считался достойным его использования в полезных целях... Приостекающий риск того, что навыки могут быть потеряны, считался предпочтительным в сравнении с риском того, что злонамеренный человек может изучить навыки боевых искусств и использовать их для осуществления злых умыслов»²¹.

Но в коммерциализированной среде такой аргумент уже неактуален. Инструкторы боевых искусств больше не боятся, что их боевые техники будут использоваться против них; вместо этого многие преподаватели рассматривают себя в качестве бизнес-исполнителей. Они выигрывают в финансовом отношении от распространения своего бренда боевого искусства среди максимально широкой аудитории. Это приводит к большей известности через практику, позволяет охватить больше кругов в цикле, закрепляя приоритет физической практики дисциплины боевых искусств, однако при этом многими из философских основ практики боевых искусств приходится пожертвовать.

Как маркетинг меняет практику боевых искусств

Во-первых, маркетинг повлиял на количество практикующих. То, что начиналось как интерес избранной группы людей, проявляющих склонность к культуре (или лиц, прошедших военную подготовку), превращается в область, которая привлекает сотни тысяч практикующих.

Маркетинг повлиял также на качество самих боевых искусств и на качество обучения. Боевые искусства эволюционировали от рекреационной активности с множеством тренеров на общественных началах до прибыльной индустрии, где заинтересованные стороны могут стимулировать карьерный рост в области тренировки клиентов.

Оценка влияния маркетинга на культуру боевых искусств не так однозначна. Поскольку маркетинг является деловой практикой, использование маркетинговых инструментов является одним из аспектов более широкой коммерциа-



лизации деятельности. Потенциальные ученики склонны «прицениваться», чтобы увидеть, какой стиль инструктора или дисциплины лучше всего соответствует их потребностям. В данном случае наиболее очевидный эффект использования маркетинга – влияние на роль инструктора. В то время как прежние учителя боевых искусств, вероятно, наслаждались полным послушанием в тренировочной среде, сходной с военной, зрелищно-развлекательная природа современных боевых искусств, а также деловые цели отдельных школ принуждают инструкторов адаптироваться к желаниям учеников. Например, выбор в пользу обучения только детей может не создать достаточного финансового интереса в некоторых областях. Учителя, которые не проявляют гибкости или не оценивают потребности своего местного населения, рискуют потерпеть неудачу

БОЛЕЛЬЩИКИ

во время встречи с бойцом смешанного стиля Хабیبом Нурмагомедовым на стадионе «Анжи-Арена» в Каспийске. Накануне Хабіб Нурмагомедов одержал победу над ирландцем Конором Макгрегором в Лас-Вегасе, защитив титул чемпиона в легком весе.

Фото: Саид Царнаев/ МНА «Россия сегодня»

в бизнесе. Такой коммерческий интерес сильно отличается от традиционной подготовки или военных условий.

В научных журналах встречается очень немного публикаций о специфическом маркетинге в отношении боевых искусств; большая часть научной литературы затрагивает либо аспекты задействования звезд спорта для продвижения на рынке конкретных товаров, либо концентрируется на вопросах наиболее популярной рекреационной деятельности.

¹⁷ Peterson S. and Vactor K. (2002). *Starting and Running Your Own Martial Arts School*. Boston, MA: Tuttle Publishing.

¹⁸ Niu Sheng Xian (November, 2006). *Personal Interview*. Conducted and translated by Joseph D. McNamara. Beijing, China.

¹⁹ Ким Санг Х. Преподавание боевых искусств. Путь мастера / Серия «Мастера боевых искусств». Ростов-на-Дону: Феникс, 2003. 240 с.

²⁰ Green T. and Svinth J., 2003. *Martial Arts in the Modern World*. Westport, CT: Praeger Publishing.

²¹ Shengli L. and Yun Z., 2006. *Combat Techniques of Taiji, Xingyi, and Baqua: Principles and Practices of Internal Martial arts*. Berkeley, CA: Blue Snake Books.



ОСОБЕННО ПОПУЛЯРНЫ

в последнее время смешанные единоборства (ММА – mixed martial arts). ММА можно назвать продуктом коммерциализации боевых искусств. ММА представляет собой сплав многих видов, таких как бокс, бразильская джиу-джитсу, борьба, дзюдо, карате и кикбоксинг. На фото – боец смешанных боевых искусств Халиб Нурмагомедов (вверху) во время тренировки в Москве.

Фото: Антон Денисов/МИА «Россия сегодня»

Смешанные единоборства

Особенно популярны в последнее время смешанные единоборства (ММА – mixed martial arts). ММА можно назвать продуктом коммерциализации боевых искусств, наиболее ярким примером использования маркетинга в глобальном масштабе. ММА представляет собой сплав многих видов, таких как бокс, бразильская джиу-джитсу, борьба, дзюдо, карате и кикбоксинг. Аналитики Technavio выделяют три основных рыночных фактора, которые способствуют росту мирового рынка снаряжения для смешанных единоборств: рост популярности этого вида, рост количества турниров по ММА, а также включение ММА в фитнес-программы.

С точки зрения фитнеса ММА – это форма боевых искусств, которая обеспечивает тренировку всего тела, улучшает сердечно-сосудистую выносливость и повышает тонус мышц. ММА прорабатывает все основные мышцы и улучшает равновесие, координацию и гибкость.

Также ММА является эффективной формой упражнений для сброса веса. За 45 минут занятий ММА сжигается 590–600 калорий в среднем. Программы потери веса ММА включают в себя движения из бокса, боевых искусств и аэробику типа ударов кулаками, ногами и прыжки. Включение таких движений делает ММА более эффективным в потере веса, чем любые другие упражнения типа бега или бега трусцой. Сегодня многие ведущие школы боевых искусств и тренажерные залы предлагают ММА как часть своих программ фитнеса и похудения. Такое позиционирование ММА – ключевой фактор для рынка экипировки ММА во многих странах.

Факторами, которые повышают популярность ММА и делают его одним из самых быстроразвивающихся видов спорта, являются многоплановость, усиленные рекламные кампании и привлекательная оплата бойцов ММА.

ММА включает различные весовые категории и категории женщин-бойцов. Такие спортивные организации, как UFC (Ultimate Fighting Championship, штаб-квартира в Лас-Вегасе) и Bellator MMA (Нью-порт-Бич, Калифорния), уделяют много внимания рекламе ММА через агрессивные многоканальные маркетинговые кампании, продвигая свои бои для зрителей по схеме pay per view (с оплатой за просмотр). Широко используются для рекламы Instagram, Facebook, Twitter и другие социальные сети. Лучшие бойцы ММА являются одними из самых высокооплачиваемых в спортивной индустрии. Средняя зарплата 10 лучших бойцов UFC превышает \$4 млн в год (без учета их спонсорских контрактов с различными известными брендами).

В 2015 году UFC впервые провела свои мероприятия в Сеуле, Мельбурне, Кракове, Маниле, Монтерее и Глазго. В настоящее время бойцы ММА состоят из участников из более чем 45 стран, с телевизионной аудиторией в 158 различных странах. UFC в настоящее время имеет офисы в Торонто, Лондоне и Пекине. В Абу-Даби прошли мероприятия UFC с участием бойцов со всего мира. Открытые чемпионаты по ММА 2016 года в Бангалоре, Индия, также продемонстрировали, что в странах с развивающейся экономикой, подобных Индии, есть интерес к ММА.

Заключение

Динамика развития рынка клубов единоборств в глобальном масштабе в настоящее время положительная. При этом, несмотря на обилие клубов и студий в данном сегменте, спрос пока превышает предложение. Но из-за своей специфики такие клубы все же привлекают меньшую аудиторию, чем универсальные спортивные клубы и полноформатные фитнес-клубы: центры, специализирующиеся только на нескольких видах единоборств, демонстрируют низкую рентабельность. В связи с этим наблюдается тенденция внедрения в уже действующие клубы иных фитнес- и спортивных направлений. Это позволяет клиентам заниматься не только единоборствами, но и различными видами фитнеса.



ПРЕЖНИЕ УЧИТЕЛЯ БОЕВЫХ ИСКУССТВ

наслаждались полным послушанием в тренировочной среде, сходной с военной, однако зрелищно-развлекательная природа современных боевых искусств (а также деловые цели отдельных школ) принуждают инструкторов адаптироваться к желаниям учеников.

Фото: Григорий Сысов/МИА «Россия сегодня»

Имеется много потенциальных областей для изучения и исследований в будущем. Например, с исследовательской точки зрения интересно оценить конкретные формы и комбинации различных маркетинговых стратегий, чтобы продемонстрировать наиболее эффективные средства маркетинга в области боевых искусств. Поскольку гендерные и расовые стереотипы все еще играют заметную роль как в боевых искусствах, так и в маркетинге, исследователь может изучить уровень распространения стереотипов в рамках конкретных маркетинговых кампаний. Может быть рассмотрено экономическое влияние маркетинга в данной области в различных странах и регионах, в том числе в сравнении.



*Джеймс Скиннер,
директор Института спортивного бизнеса,
профессор Университета Лафборо,
Великобритания, приглашенный профессор РМОУ*



*Боб Стюарт,
профессор спортивного менеджмента в Колледже
физической культуры и спорта Университета
Виктории, Австралия*

Организационное поведение в спорте

В СЕРИИ «БИБЛИОТЕКА РОССИЙСКОГО МЕЖДУНАРОДНОГО ОЛИМПЕЙСКОГО УНИВЕРСИТЕТА» – НОВИНКА. ВЫШЛА В СВЕТ КНИГА ДЖЕЙСА СКИННЕРА И БОБА СТЮАРТА «ОРГАНИЗАЦИОННОЕ ПОВЕДЕНИЕ В СПОРТЕ» (ORGANIZATIONAL BEHAVIOUR IN SPORT; ПЕРЕВОД С АНГЛИЙСКОГО). «ВЕСТНИК» ПУБЛИКУЕТ ОТРЫВОК ИЗ КНИГИ, В КОТОРОМ АВТОРЫ ОБЪЯСНЯЮТ, О ЧЕМ В НЕЙ РАССКАЗЫВАЕТСЯ И КАКОМУ ЧИТАТЕЛЮ ОНА АДРЕСОВАНА.

Предлагаемая вниманию читателей книга начинается с детального анализа контекстуальных факторов, которые не только связывают, но и разграничивают мир спорта и мир бизнеса. Далее рассматриваются теории, лежащие в основе традиционного организационного анализа, при этом основное внимание уделяется наиболее удачным моделям, наглядно демонстрирующим, как функционирует сфера спорта и как сделать ее работу более эффективной. Нельзя забывать

и о том, что спорт – это клиентоориентированная отрасль, следовательно, роль спортивных менеджеров состоит в том, чтобы помочь организовать спортивное мероприятие, привлекающее как можно больше зрителей. В книге исследуются различные типы индивидуального, межличностного и организационного поведения, наблюдаемые при подготовке и проведении спортивных мероприятий.

Наша главная задача состоит в том, чтобы познакомить читателя с типами поведения, существующими в спор-



тивных организациях (как функциональными, так и неэффективными), и соответствующими теориями, предоставив, таким образом, возможность разработать способы управления поведением, позволяющие достигнуть наилучших результатов спортивной деятельности. С этой целью в книге обсуждаются не только вопросы управления людьми, но и проблемы и возможности, имеющие центральное значение для функционирования спортивных организаций. Некоторые из приведенных примеров вымышленные и носят иллюстративный характер, тогда как другие основаны на конкретных источниках, что указано в тексте. Мы считаем, что такой подход дает книге преимущество перед более традиционными изданиями, посвященными организационному развитию, и привлечет к ней внимание специалистов, интересующихся управлением людьми в спорте. Книга предназначена для специалистов, желающих усовершенствовать свои навыки в области спортивного менеджмента и приобрести теоретические и практические знания, помогающие принимать решения в сфере управления людьми.

В книге рассматриваются следующие вопросы.

СПОРТСМЕНЫ

живут практически под колпаком, они на виду, как рыбы в аквариуме, и их поведение тщательно отслеживается день ото дня. Кроме того, клубы, команды и лиги все более чувствительны к любой негативной публичности, которая возникает из-за несоответствующего поведения игрока. Они создают множество правил и кодексов поведения, которые предусматривают санкции для спортсменов за их прегрешения.

Фото: Алексей Филиппов/МНА «Россия сегодня»

Часть I. Контекстуальные, структурные и операционные особенности спортивного предпринимательства

Глава 1. Характерные особенности спорта. Что отличает спортивное предпринимательство от других сфер бизнеса? Как влияют эти отличия на управление персоналом спортивной организации?

Глава 2. План и структура. Каковы возможности разработки плана для сферы спортивного предпринимательства? Существует ли наилучшая структура или она зависит от стратегических и оперативных потребностей конкретных спортивных организаций или мероприятий?

Глава 3. Культура и климат. Являются ли культура и рабочий климат спортивных

организаций важными в свете характерного для них состязательного духа? Как различаются культура и климат в сферах спортивного предпринимательства? Существуют ли идеальные культура и климат спортивного предпринимательства и каких создать?

Часть II. Рабочие процессы в спортивном предпринимательстве

Глава 4. Анализ и выбор работы. Почему анализ работы является такой важной частью процесса найма персонала? Как организовать процесс найма сотрудников, чтобы обеспечить организацию кадрами нужной квалификации?

Глава 5. Ориентация и ознакомление. Что делает процесс ориентации и ознакомления настолько важным для спортивного предпринимательства? Что включает в себя процесс социализации и как он должен быть организован? Как социализация и интеграция должны быть адаптированы к потребностям оплачиваемого персонала, с одной стороны, и волонтеров – с другой?

Глава 6. Системы вознаграждения. Что побуждает человека усердно работать и превосходить остальных сотрудников? К какому вознаграждению стремятся люди в сфере спортивного предпринимательства? Есть ли различия между оплачиваемыми сотрудниками и волонтерами? Должно ли предоставляемое поощрение уравновешивать применяемые меры взыскания?

Глава 7. Обучение и развитие. Какова цель обучения и развития? Каковы ключевые компоненты программы подготовки и развития? Что необходимо сделать для обеспечения эффективного осуществления программы обучения в спортивном предпринимательстве? Как оценить эффективность программы обучения?

Часть III. Черты характера, склонности и поведение сотрудников

Глава 8. Личность. Что такое личность? В какой степени личностные черты влияют на поведение человека? Должны ли учитываться личностные черты при подборе сотрудников спортивных организаций? Являются ли личностные черты прогностическим фактором выполнения работы?

Глава 9. Восприятие. Что такое восприятие? Почему разные люди неодинаково воспринимают одни и те же социальные явления?

Что такое перцептивная установка и как она может привести к ошибке восприятия? Каковы некоторые ошибки восприятия и как они могут подорвать эффективное управление в сфере спортивного предпринимательства?

Глава 10. Мотивация. Почему не все сотрудники работают с полной отдачей? Что заставляет людей трудиться с разной степенью усердия в разных условиях? Чем внутренняя мотивация отличается от внешней и как эти виды мотивации могут использоваться в спортивном предпринимательстве? Какую роль играют личностные особенности в мотивации персонала спортивной организации?

Глава 11. Отношение к работе, эмоции и удовлетворенность работой. Что понимается под удовлетворенностью работой? Какие эмоциональные состояния связаны с разным уровнем удовлетворенности работой? Какие факторы в спорте обуславливают удовлетворенность или неудовлетворенность работой? Способствует ли удовлетворенность сотрудников своей работой эффективной деятельности спортивных организаций?

Часть IV. Системы коммуникации и социальные процессы

Глава 12. Групповое поведение. Какие виды групп существуют в сфере спортивного предпринимательства? Каковы сильные и слабые стороны рабочих групп? Какие этапы развития проходят рабочие группы? Чем отличается групповое принятие решений от индивидуального? При каких условиях групповое принятие решений обычно дает наилучшие результаты?

Глава 13. Командная работа. Что отличает команды от групп? Как команды, работающие в области спортивного предпринимательства, различаются по структуре и назначению? Что необходимо учитывать при формировании команды? Какие внутренние и контекстуальные факторы способствуют ее эффективной работе?

Глава 14. Межличностное общение. Каковы особенности межличностного общения? Какие формы может принимать процесс коммуникации? Существует ли оптимальный способ коммуникации, подходящий для любой ситуации? Какие факторы приводят к смешанному обмену сообщениями и иска-



женному общению? Что можно сделать для улучшения межличностной коммуникации в сфере спортивного предпринимательства? Какую роль играют социальные медиа-средства в сфере спортивного предпринимательства?

Глава 15. Лидерство. В чем именно состоит лидерство? Что делает лидера эффективным? Можно ли воспитать лидерские черты или они являются врожденными? Чем лидеры, считающие приоритетом выполнение конкретной задачи, отличаются от лидеров, заботящихся о членах своей команды? Что отличает харизматичного лидера от трансформационного? Какие стили лидерства приводят спортивные организации к успеху?

Часть V. Управление проблемными структурами, операциями и поведением

Глава 16. Безопасность и риск. Какое понятие риска существует в современной спортивной среде и как оно соотносится с вопросами безопасности? Насколько в сфере спортивного предпринимательства важен безопасный климат с низким риском? Как создать безопасную среду с осознанным риском в сфере спортивного предпринимательства?

СПОРТ КАЧЕСТВЕННО ОТЛИЧАЕТСЯ от мира «нормального» бизнеса. Эта идея получила дополнительный толчок в «Белой книге» Европейского союза 2007 года, посвященной спорту. При обсуждении места спорта в современном обществе особое внимание уделялось его специфичности. Этот термин использовался, чтобы выделить значительные особенности спорта, отличающие его от областей торговли и промышленности.

Фото: Максим Богодвид / МИА «Россия сегодня»

Глава 17. Стресс и агрессия. Что такое стресс и каковы его причины? Каковы источники и симптомы стресса на рабочем месте? Как связаны стресс и агрессия? Какие формы может принимать агрессия на рабочем месте? Как дискриминация и оскорбительное поведение порождают агрессию? Что можно сделать, чтобы уменьшить агрессию на рабочем месте? Какую роль играют образование, профессиональная подготовка и консультирование в искоренении агрессии на рабочем месте?

Глава 18. Урегулирование конфликтов и разрешение проблем. Что вызывает конфликты? Каковы различные модели управления конфликтами? При каких условиях следует использовать жесткие подходы, а при каких – мягкие? Насколько полезным



КЛЮЧЕВАЯ ОСОБЕННОСТЬ СОВРЕМЕННОГО СПОРТА –

его все более замысловатые связи с бизнесом. Этот процесс акционирования нередко проблематичен и назван парадоксом коммерциализма. Хотя стратегические рекомендации, как правило, направлены на укрепление коммерческого успеха спортивных брендов, существует постоянная напряженность между спортом-бизнесом и спортом – социальным институтом, ориентированным на игру или соревнование. На фото – хоккеисты Евгений Малкин и Илья Ковальчук во время церемонии закладки именных звезд на территории торгово-развлекательного комплекса «Vegas Кунцево» в Москве.
 Фото: Алексей Филиппов / МИА «Россия сегодня»

является разрешение споров при урегулировании конфликтов в сфере спортивного предпринимательства? Как неправомерное и ненадлежащее поведение приводит к конфликту? Как можно управлять неправомерным и ненадлежащим поведением спортсменов?

Часть VI. Власть, контроль и изменения

Глава 19. Власть и политика. Что такое власть? Чем обусловлена власть в сфере спортивного предпринимательства? Почему отдельные люди в спортивных организациях обладают обширной властью? Может ли власть в сфере спортивного предпринимательства распределяться более равномерно? Как расширение полномочий может исполь-

зоваться в качестве стратегии повышения эффективности организации? Как связаны власть и лидерство? При каких условиях дополнительная власть сделает руководителя более авторитетным?

Глава 20. Переговоры и договоренности. Какие теории и принципы лежат в основе переговорных процессов и достижения договоренностей? Какие конкретные виды деятельности в сфере спортивного предпринимательства чаще всего предполагают ведение переговоров? Что означает понятие «переговоры с нулевой суммой»? Что подразумевается под взаимовыгодными переговорами и договоренностями? Как выглядит модель переговоров, позволяющая спортивной организации получить беспроигрышный результат?

Глава 21. Изменение и реорганизация. Какие внешние факторы вынуждают пересмотреть существующую структуру, ценности, политику и повседневную деятельность спортивных организаций? Как эти факторы влияют на взаимодействие персонала, спортсменов и волонтеров? Какие изменения можно осуществить, чтобы решать проблемы, связанные с технологическими изменениями и культурным и социальным разнообразием в спорте? Можно ли избежать неэффективных стереотипов и дискриминации?

Давление внешней среды на спортивное предпринимательство

Когда мы оцениваем место спорта в современном обществе, первый момент, который следует отметить, заключается в том, что спорт существует в мире, заметно отличающемся от того, каким он был 50 лет назад. А значит, спорт тоже изменился за этот период. Вторая особенность состоит в том, что спорт не существует в социальном, культурном и экономическом вакууме, но скорее формируется его контекстом. Это и будет основной темой данной книги.

Многие из этих контекстуальных сил были очевидны и в 1960-х годах. Тогда было более неторопливое, менее сложное и во многих отношениях консервативное время, когда традиции диктовали социальное поведение как в коммерческой деятельности, так и в спортивной игре. Однако одновременно это была эпоха перемен, когда западный мир переживал стремительный рост индустриализации, урбанизации, привыкал к высокому уровню потребления и масштабной международной миграции. Также 1960-е годы – время значительных технологических изменений. Разрабатывались новые модели реактивных пассажирских авиалайнеров, быстро развивался международный туризм. Но роскошествовать могли себе позволить только богатые представители среднего класса. Сельское хозяйство и обрабатывающая промышленность обеспечивали рост экономик большинства стран, а сферу услуг представляли розничные торговцы и служащие государственного сектора. Все изменилось к 1980-м годам, когда экономика начала развиваться за счет потребления, а не производства, а сектор услуг быстро рос. В 1990-х годах национальные экономики стали менее регулируемы по мере приватизации государственных предприятий, устранения торговых барьеров, перестройки банковского сектора и экспоненциального расширения мировой торговли.

Управляемый капитализм и всеобщее благосостояние привели к новой форме экономического управления, которую чаще всего называют неолиберализмом. Минимальная заработная плата стала регламентироваться рынком, системы социальной защиты ослабли, и освободившиеся пространство было немедленно занято силами либерализма и технического прогресса.

Более того, стремление к постоянным изменениям не только ускорило моральное устаревание продуктов, но и побудило людей исполь-

зовать потребление в качестве определителя своей роли, социального положения, статусных отношений и идентичности. На каком-то уровне перемены сделали людей свободнее, поскольку позволили им переосмыслить собственную индивидуальность и изменить социальную идентичность. Но для некоторой части общества возникли проблемы, так как привычное ощущение преемственности и социальной связанности разрушалось.

Этот сдвиг в экономике и социальной жизни лег в основу интроспективного анализа, который заставил многих критиков капитализма утверждать, что современные западные страны вступили в новую фазу своего развития. Жизнь в период с 1940-х до 1960-х годов основывалась на рациональном и линейном взгляде на мир, на предположении, что реальное производство сосредоточено на материальных продуктах, важности четко определенных иерархий и направлений, центральном месте нуклеарных семей, верности и прочном браке, а также идеологии, которая была сосредоточена на государственном регулировании рынков. Все изменилось в 1970-х и позже. В новом мире доминировали постоянные изменения, навязчивая идея потребления товаров для досуга, разрушение всех типов иерархий, приватизация государственных услуг и стремление к большей индивидуальной свободе. Процессу, характеризующемуся серьезным разрывом с прошлым, присваивались различные наименования. В 1970-х годах было достигнуто общее согласие в том, что мир вступил в постмодернистскую фазу, но к 1990-м годам термин «поздний модерн» стал применяться для определения меняющегося мирового контекста. В новом тысячелетии, то есть после 2000 года, для описания происходящего начали использовать термин «гипермодернизм». Это был тот мир, в котором оказался спорт.

Таким образом, западное общество вошло в эпоху переизбытка, когда повышенный потребительский спрос сдерживается расширением индивидуальных прав и обязанностей. Это гипермодернизм в действии. Но не все из происходящего целиком устраивало некоторых комментаторов. Распад традиционных иерархий и ценностей означал, что индивидуальные отношения и поведение больше не были ограничены жесткими социальными и моральными требованиями семьи, церкви и государства. Люди оказались перед лицом разнообразия выбора и практически неограниченного числа вариантов. Одна из возможностей заключалась в том,

как наилучшим образом определить чувство собственного «я» и как подчеркнуть идентичность, которая больше не определяется семейными связями, религиозной принадлежностью, культурными традициями и профессиональной привязанностью. Другая возможность, сосредоточенная на проблеме потребительского выбора, состояла в принятии гедонистического образа жизни, при котором удовольствие человека и социальное позиционирование являются высшим благом и смыслом жизни. Как оказалось, двойная проблема идентичности и определения образа жизни слита воедино взрывным использованием практик потребления, направленных на формирование идентичности вокруг опыта досуга. Именно здесь спорт стал важным определяющим фактором личной и социальной идентичности. Но, как и в случае с экономическими и социальными изменениями, не все смогли извлечь выгоду из этих вновь завоеванных свобод: в то время как некоторые люди разумно оценивали свой выбор образа жизни, а затем повышали ее качество в ответ на технический прогресс и экономический рост, других поглотила разрушительная безответственность. В мире, лишенном традиций, ответственность за социальные и нравственные действия лежит на личности, а заявления авторитетных лиц, которые до сих пор имели моральную ценность, отвергаются как пуританские и предвзятые. Многие были ошеломлены моральным и социальным пространством, которое они заняли, и их растущая тяга к легким удовольствиям вытесняла любую приверженность самодисциплине, общественным интересам и идее большего блага. Неудовлетворенность жизнью, отрыв от прошлого и неуверенность в будущем были сопряжены с бессимптомно развивающимся неудобством, которое проявлялось в виде хронической тревожности.

Это цена, которую нужно было заплатить за гарантии социальной и экономической системы, которая прежде всего ценит амбиции, свободу и индивидуальность. Акцент на индивидуализм и свободу заметен не только в социальных взаимоотношениях людей, будь то на работе или в спортивной игре, он очевиден в экономическом и политическом толчке, направленном на регулирование рынков, которое шло под маркой неолиберализма. Неолиберализм и сопровождающий его состязательный гедонизм иногда подрывали картину всеобщего благосостояния, ранее представлявшуюся неблагополучным общинам государством, и часто разрушали со-

циальные институты, которые обеспечивали смысл и безопасность. По мнению многих критиков, гипермодернизм поспособствовал огромному количеству социальных крушений. В то же время он закрепил права человека в качестве основополагающего идеала и помог получить ресурсы целому ряду учреждений и групп, главная роль которых заключалась в защите прав людей.

Великие альтернативные видения рухнули под тяжестью безудержного индивидуализма, который заключил брак с потребительством, ориентированным на личность. Общество стало более гибким, чем когда-либо прежде. В настоящее время оно является еще более сложным, поскольку Интернет делает почтовую систему устаревшей, а стационарные телефонные сети – избыточными. И как будет более подробно объяснено ниже, разграничение между спортом и бизнесом оказалось еще более размытым. Хотя коммерческие предприятия берут на себя ряд социальных вопросов и тратят время на защиту окружающей среды, а в сфере спортивного бизнеса дополняют заботу о социальном развитии и общественных ценностях такими вещами, как стратегическое планирование, организационная эффективность, корпоративное партнерство, развитие персонала и производительность труда сотрудников, они часто, кажется, больше обеспокоены прибылью, чем судьбой спортсменов, социальной интеграцией и успехом в конкурентной борьбе.

Значение для спорта

Спорту, как и любой другой человеческой деятельности и практике досуга, оказалось трудно противостоять гипермодернизму и неолиберализму в значительной степени из-за уступки требованиям новых, эффективных и коммерческих подходов. Адаптивность – это ключ к выживанию и устойчивости, таким образом, гибкие структуры и системы стали центральными для коммерческой жизнеспособности и социальной значимости спорта. Мы видим, что спорт совсем не та деятельность, которая была раньше. Спорт больше не в состоянии управлять делами в рамках минималистской структуры и не полагается на добрую волю нескольких энтузиастов-добровольцев, готовых оказывать услуги. В спорте больше нельзя узаконить описание работы, записав ее на обратной стороне конверта. Спортивные клубы сейчас не могут ожидать, что люди будут помогать работе спортивного клуба только из любви к игре.



И клубы не могут предполагать, что должностные лица станут рассматривать жалобы и споры или заявления о внутренних проступках лишь потому, что они заботятся об успехе клуба. Дело в том, что требования к спортивным чиновникам выше, чем когда-либо прежде, и независимо от того, каков их уровень, ключ к хорошей работе спортивной организации сейчас и в обозримом будущем – это высококвалифицированный набор навыков управления людьми.

Как уже было отмечено, управление спортивными организациями дополнительно осложняется их все более гибридным качеством. Спорт имеет ряд особенностей, отличающих его от большинства сфер общественной и коммерческой деятельности. Речь идет не только об организации спортивных мероприятий, но и о коммерческой выгоде. Гибридное качество спорта – обоюдоострый меч. Некоторые из его особенностей адаптируются к изменяющимся обстоятельствам легче, другие – нет.

Но в своей совокупности они обеспечивают контекст для более четкого понимания того, как спортивные организации осуществляют свою деятельность, как сотрудники, игроки и участники соревнований могут себя вести, а также как решаются внутриорганизационные, межличностные и индивидуальные проблемы, с которыми им приходится сталкиваться в повседневном

СПОРТИВНЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ

не просто занимаются зарабатыванием денег и выигрыванием турниров. Перед ними стоит задача обеспечить болельщиков качественным продуктом, который несет положительные впечатления. Кроме того, такие впечатления и связанный с ними опыт не только доставят краткосрочное удовольствие, но и обеспечат долгосрочные социальные связи и личный интерес.

Фото: Алексей Мальгаво/ МИА «Россия сегодня»

взаимодействии друг с другом. Дополнительный уровень сложности возникает, когда рассматриваются требования внешних заинтересованных сторон, особенно правительств, корпоративных спонсоров, теле- и радиовещателей и болельщиков. Вот почему важно тратить время на изучение особенностей спорта и размышления о том, как они влияют на управление людьми в сфере спортивного предпринимательства. Эти особенности перечислены ниже.

Разнообразие

Спорт отличается многообразием форм. Например, основой спорта во многих странах является общинный клуб, который опирается на поддержку своих членов для обеспечения деятельности. Клубы могут складываться на основе одного вида спорта, например теннисные и плавательные, но также могут быть



ИГРОКИ И УЧАСТНИКИ СОРЕВНОВАНИЙ –

основа спорта. Это особенно заметно в профессиональном спорте, где болельщики платят большие деньги, чтобы посетить игры, наблюдать за соревнованиями и получать удовольствие от выступлений любимых спортсменов.

На фото: зрители с книгой «Неудержимая. Моя жизнь» теннисистки Марии Шараповой на турнире «ВТБ Кубок Кремля» в Москве осенью 2017 года.

Фото: Алексей Куденко/МИА «Россия сегодня»

многофункциональными и представлять ряд видов спорта. Клубами часто управляют волонтеры, которые в качестве оплаты получают привилегию заниматься интересующим их видом спорта. Существуют также спортивные ассоциации, основная роль которых заключается в оказании административной поддержки клубам, организации соревнований и общем развитии того вида спорта, который они представляют, будь то нетбол, настольный теннис или волейбол. Несмотря на наемных работников, организации такого рода также полагаются на сотрудников-добровольцев для осуществления тех или иных программ и управления делами.

Также необходимо упомянуть коммерческие центры отдыха, предоставляющие спор-

тивные услуги по принципу платы за обслуживание или за пользователя. Спортивные залы и центры для плавания, находящиеся в частной собственности или в собственности местных советов, нередко попадают в эту категорию. Кроме того, есть множество профессиональных спортивных клубов и лиг, которые проводят турниры на больших стадионах, привлекают тысячи зрителей и генерируют охват средствами массовой информации. Эти спортивные организации часто поддерживаются, во первых, правительством и его агентствами, во вторых, средствами массовой информации и спортивными мерчендайзерами, продвигающими спорт и использующими его звездных игроков для привлечения клиентов.

Таким образом, занятия спортом можно рассматривать с двух разных точек зрения. Для некоторых это связано с игрой ради игры, участием в соревнованиях для развития характера и лидерских качеств. Другими словами, спорт служит средством улучшения жизни людей и общин. В этих случаях коммерциализм часто рассматривается как проблема из-за его тенденции к чрезмерному акценту на выигрыш, стимулиро-

ванию азартных игр и подрыву ценностей любительского участия. Другие считают, что спорт может реализовать потенциал, только если его хорошо финансировать. Другими словами, коммерциализированный спорт не только повышает стандарты соревнований, поддерживая профессиональные спортивные лиги, но и способствует росту производительности человеческого капитала, то есть оплачиваемого персонала и должностных лиц-волонтеров. В то же время выгоды от коммерческого спорта не разделяются поровну, так как некоторые виды спорта по своей сути более популярны, чем другие, и привлекают больше средств. В результате такие виды спорта, как гребля, гребля на каноэ и водное поло, всегда будут в неблагоприятном положении, пока они остаются в тени столь популярных зрелищных видов спорта, как различные виды футбола (мировой футбол, американский, австралийский, гэльский, регби, регби-юнион), теннис и крикет.

По сути, спортивная практика состоит из двух отличающихся, но связанных направлений. Первое – это любительский спорт, ориентированный на местные клубы, с добровольными администраторами, простой организационной структурой и игроками любительского уровня. В то время как отдельные талантливые спортсмены используют местные клубы в качестве трамплина для выхода в мир элитного спорта, большинство спортсменов-любителей сосредотачивают энергию на межклубных соревнованиях и местных организациях. Второе направление – профессиональный спорт, основные участники которого элитные спортсмены и который нацелен на зрителей, являющихся катализатором коммерческого развития спорта. Это привлекает СМИ, что в свою очередь дает рекламный толчок для дальнейшего зрительского интереса. Транслируются мероприятия, оговариваются гонорары, корпоративные спонсоры видят преимущества привязки брендов к спортивной лиге или клубу, и внезапно профессиональные спортивные лиги и мегаспортивные мероприятия занимают все большие участки спортивного ландшафта. Когда спорт становится скорее коммерческим, чем рекреационным, чиновники, игроки и болельщики начинают воспринимать его очень серьезно.

Корпоратизация

Ключевая особенность современного спорта – его все более замысловатые связи с бизнесом. Этот процесс акционирования нередко проблематичен и назван парадоксом коммерци-

ализма. Хотя стратегические рекомендации, как правило, направлены на укрепление коммерческого успеха спортивных брендов, существует постоянная напряженность между спортом-бизнесом и спортом – социальным институтом, ориентированным на игру или соревнование. В этом непростом балансе спорт сталкивается с проблемой извлечения коммерческой ценности из своих брендов без ущерба их внутренней целостности и соревновательному духу. Подпитывая бренд привлечением знаменитостей и позиционируя в качестве развлечения, его легко подорвать и обесценить статус, сложившийся изначально как героическое преодоление трудностей человеческими усилиями в стремлении к успеху.

Сама природа спорта подвергается риску, когда он коммерциализуется, чтобы привлечь рынок. Однако в то же время, если спорт не будет встраиваться в рынок, он не сможет существовать в современном конкурентном ландшафте. Но, несмотря на зловещие заявления, связанные с коммерциализацией спорта, опасения, что атлеты и болельщики откажутся от профессионального спорта, оказались необоснованными.

В то же время такая корпоративная трансформация не уменьшила напряженности между необходимостью получения прибыли и желанием добиться успеха на местах. Главное, что она сделала, – подчеркнула многочисленные требования, которые современный спорт предъявляет к участникам и управлению составляющими его организациями. Заинтересованные стороны имеют разнообразный набор потребностей, но все они считают, что их потребности обладают наивысшим приоритетом. Руководство же понимает, что устремления заинтересованных сторон будут достигнуты только в том случае, если потоки доходов сильны, персонал профессионально обучен и социально умен, все следуют организационным задачам. Это требует не только стратегических и технических умений, но и высоко развитых навыков управления людьми.

Размывание коммерческих и некоммерческих границ

Сорок лет назад представления о цели коммерческих и некоммерческих предприятий были другими. Коммерческий бизнес превалировал в строительстве, продаже услуг и получении прибыли. Некоммерческие предприятия в большей степени занимались формированием общественных организаций, оказанием поддержки обездоленным, взаимной помощи

и предоставлением государственных услуг, таких как образование. Помимо нескольких профессиональных лиг спорт в значительной степени был частью некоммерческого сектора. Он получал большую часть финансирования от собственных членов и исполнял эти средства для осуществления целого ряда программ, ориентированных на спорт и активный отдых.

Сегодня границы размыты. Многие коммерческие организации осуществляют целый ряд программ социального развития, направленных на оказание помощи нуждающимся людям, на поддержку социальных вопросов, которые варьируются от осуществления программ по ликвидации неграмотности в развивающихся странах до сбора средств на поддержку исследований, касающихся рака молочной железы. И, как отмечалось в предыдущем параграфе, спорт также расширил свои параметры деятельности. В настоящее время функционеры спорта глубоко озабочены созданием базы доходов и покрытия расходов. Деятельность должна быть финансово благоразумной. Также считается, что спорт несет ответственность не только за предоставление людям возможности проявлять физическую активность, но и за оказание в той или иной форме помощи людям, находящимся в неблагоприятном положении, или инвалидам. Спорт поддерживает социальные инициативы, и, следовательно, средства инвестируются в программы, направленные на борьбу с расизмом и гомофобией и просвещение молодежи по проблемам психических заболеваний и социальной изоляции. В последнее время основным вопросом спортивных пропагандистских кампаний стало сексуальное насилие. Спортивные организации в настоящее время, как правило, многофункциональны, и предоставление своим участникам возможности для физической активности является лишь одной из многих из их гражданских обязанностей.

Специфика спорта

Вопрос размытия границ предполагает понимание, что спорт качественно отличается от мира «нормального» бизнеса. Эта идея получила дополнительный толчок в «Белой книге» Европейского союза 2007 года, посвященной спорту. При обсуждении места спорта в современном обществе особое внимание уделялось его специфичности. Этот термин использовался, чтобы выделить значительные особенности спорта, отличающие его от областей торговли и промышленности. Одновременно признава-

лись тысячи сложных экономических и социальных процессов, необходимых для развития спорта и привлечения новых участников. В-первых, деятельность спортивной организации выстраивается вокруг большого количества внутренних законов, правил и традиций. Они не только определяют, что допустимо, а что нет в различных играх и соревнованиях, но и устанавливают параметры, кому разрешено или не разрешено участвовать. Кроме того, для обеспечения справедливой и сбалансированной конкуренции используются всевозможные правила и положения, что позволяет избегать ситуаций, когда неравенство настолько велико, что исход соревнования не вызывает сомнений. Таким образом, молчаливое одобрение предоставляется организаторам спортивных мероприятий более широким сообществом и особенно правительством, чтобы придать результатам турниров высокую степень неопределенности, которая привлечет как игроков, так и зрителей. Это можно сделать, предоставляя наиболее быстрым бегунам гандикап (в традиционных формах профессионального бега), определяя весовые категории (как это сделано в боксе, боевых искусствах и гребле), разделяя соревнования на мужские и женские.

Во-вторых, спорт не только хорошо структурирован, но и обладает четкой иерархией. Он соответствует модели пирамиды, в основании которой спорт для широких масс; средний уровень включает те виды спорта, которые конкурентоспособны, в них иногда вкладывают деньги; а вершина пирамиды – элитные игроки, многие из которых имеют международную репутацию и получают весьма приличные гонорары. Вершина каждой спортивной пирамиды также имеет единый руководящий орган, планирующий и устанавливающий параметры деятельности для всех ассоциаций и клубов под его управлением.

В-третьих, такая спортивная пирамида тесно связана набором внутренних зависимостей, которые соединяют ее различные уровни, хотя и не всегда позитивными способами. Например, молодые спортсмены из нижней части пирамиды нуждаются в постоянном обучении, потому что они неизбежно станут кадровым резервом, из которого будет набрана группа элитных атлетов. В то же время вышедшие в отставку элитные игроки могут повторно включиться в иерархию на низовом уровне и предоставить опыт и знания, чтобы помочь в воспитании кадрового резерва – молодых игроков.

Спортсмены в центре общественного внимания

Игроки и участники соревнований – основа спорта. Это особенно заметно в профессиональном спорте, где болельщики платят большие деньги, чтобы посещать игры, наблюдать за соревнованиями и получать удовольствие от выступлений любимых спортсменов. История показывает, что спортивные герои, особенно выступающие на самом высоком уровне, привлекают огромное количество людей. Например, Бейб Рут в американском бейсболе, Стэнли Мэтьюз в английском футболе, Дональд Брэдмен в международном крикете, Пеле в Бразилии и мировом футболе и Майкл Джордан в американском баскетболе. Есть много эквивалентных примеров и в современном спорте: Усэйн Болт в легкой атлетике, Серена Уильямс в теннисе, Тайгер Вудс в международном гольфе, Лионель Месси в мировом футболе.

Средства массовой информации подробно освещают не только профессиональную деятельность, но и частную жизнь даже не столь известных спортсменов. Становясь центром внимания СМИ, атлеты теперь местные знаменитости, и информация об их неподобающем поведении попадает на первые полосы газет и журналов.

Это означает, что спортсмены живут практически под колпаком, они на виду, как рыбы в аквариуме, и их поведение тщательно отслеживается день ото дня. Кроме того, клубы, команды и лиги все более чувствительны к любой негативной публичности, которая возникает из-за несоответствующего поведения игрока. Они создают множество правил и кодексов поведения, которые предусматривают санкции для спортсменов за их преступления.

Спортивные объединения нанимают адвокатов, консультантов, агентов и психологов, чтобы помочь игрокам управлять поведением, и когда последние выходят за пределы строго очерченных границ, команда экспертов и специалистов неизменно присутствует, чтобы провести их сквозь дебри пристального медийного внимания и сформулировать нужные комментарии. Давление на игроков, заставляющее их вести себя надлежащим образом, а не подрывать репутацию клубов, более тягостно, чем почти в любой другой профессии. В то время как от музыкальных, кино- и телевизионных знаменитостей ждут, что они не станут скрывать незаконное употребление наркотиков, сексуальную распушенность и финансовую расточитель-

ность, звезды спорта, как ожидается, должны быть образцовыми гражданами и надежными образцами для подражания, особенно для детей. Скрупулезное внимание СМИ становится потрясающе интенсивным, когда дело касается сексуальных домогательств или употребления наркотиков.

Тем не менее давление на спортсменов, заставляющее их соответствовать рекомендуемому поведению, не связано только с возможностью оказаться в центре внимания СМИ. В частности, профессиональные спортивные организации ввели соответствующие положения о поведении в контракты с игроками; такие же пункты появляются во все большем числе коллективных договоров. Всемирное антидопинговое агентство также имеет власть и контроль над судьбами спортсменов. Превалирующий политический подход к употреблению запрещенных стимуляторов в спорте основывается на предположении, что карательные санкции будут сдерживать применение допинга и устранять мошенников, использующих допинг, из конкурентной борьбы.

Имена спортсменов постоянно присутствуют в репортажах СМИ. Это также вызывает проблемы у некоммерческих организаций, имеющих определенную социальную цель. Поведение спортсмена, отклоняющееся от нормы, неизбежно попадет в поле бдительного внимания участников кампании по борьбе с насилием, сторонников равных возможностей, должностных лиц по борьбе с дискриминацией, активистов гендерного равенства и сотрудников допингового агентства. Повестка дня, связанная с социальными вопросами, сделалась настолько важной для спортивных организаций, что многие из них учредили ведомства для управления медиакомментариями. И вновь спортивные менеджеры несут основную тяжесть, а их навыки межличностного общения становятся необходимы для решения вопросов, связанных с проблематичным поведением спортсменов.

Спортсмены как бизнес-активы

Еще одной особенностью современного спорта является массовое увеличение зарплат спортсменов и расходов на покупку новых игроков для команд и то, как это влияет на процесс управления в профессиональном спорте. Сегодня клубы решают проблемы с игроками, зарабатывающими больше высшего руководства, и пытаются справиться с трансферными расходами.

В этих случаях игроки все чаще учитываются как активы и фактически получают определенную стоимость, то есть приравниваются к предметам техники или офисного оборудования.

Отношение к спортсменам как к активам может заставить людей думать, что управленческий состав клуба не сопереживает проблемам игроков и воспринимает последних как машины, которым требуется лишь легкое обслуживание, чтобы поддерживать производительность.



В дополнение можно сделать вывод, что спортсмены, имея огромную силу в переговорном процессе, нередко рассматриваются как скот и продаются по прихоти тренеров и менеджеров. Как покажут последующие главы, спортивные менеджеры, верящие, что игроки работают лучше всего, находясь под постоянным давлением, и их нужно хвалить только в очень редких случаях, сильно ошибаются. Спортсмены любят, когда их хвалят, и тщательно продуманные награды и стимулы не только повышают уверенность игроков, но и поощряют их выступать интереснее и действовать на поле умнее. Похвала также

может сбалансировать критику, которая часто исходит от основных средств массовой информации, социальных медиа и поклонников.

Соревновательная ценность

Дискуссии о спортсменах подчеркивают то, что спортивные организации не просто занимаются зарабатыванием денег и выигрышем турниров. Перед ними стоит проблема обеспечить болельщиков качественным продуктом, который несет положительные впечатления. Кроме того, такие впечатления и связанный с ними опыт не только доставят краткосрочное удовольствие, но и обеспечат долгосрочные социальные связи и личный интерес.

Хотя для предоставления качественных спортивных услуг необходимы эффективные структуры и операции, ключом к устойчивости спортивной организации является способность удовлетворять разнообразные потребности не только людей, получающих услуги, но и тех, кто их предоставляет. Это означает, что менеджеры от спорта, желающие эффективно управлять делами, должны искать баланс в создании жестких и систематических структур, которые будут обеспечивать эффективные действия сотрудников, спортсменов и болельщиков, вовлеченных и мотивированных внести вклад в работу спортивной организации.

Сопоставление спорта и бизнеса

Авторы книги «Бизнес спорта» (Foster et al., 2006) затронули связь спорта и бизнеса, составив перечень их общих черт. Они пришли к выводу, что спорт и бизнес разделяют общую заботу о создании ценностей, брендинге, поиске новых источников дохода, инновациях продукта и расширении рынка, но в спорте более озабочены победой над соперниками, завоеванием трофеев, разделением доходов и направлением в нужное русло страстной привязанности как игроков (сотрудников), так и болельщиков (клиентов).

Другой важный момент, на который обратили внимание Фостер и соавторы, заключается в том, что спортсмены в настоящее время являются бизнес-активами, которые выполняют важную роль в привлечении поклонников, спонсоров и СМИ. И поэтому неудивительно,

что, в отличие от бизнеса, поставщики спортивных услуг (спортсмены) зарабатывают гораздо больше, чем их непосредственные руководители (руководители клубов). Это имеет важные последствия для структурирования заработной платы в сфере спортивного предпринимательства и соотношения оплаты труда между различными категориями работников.

Компетенции сотрудников

Спорт не просто еще одна форма предпринимательства, но и не настолько отличающаяся сфера, чтобы не иметь никакого отношения к бизнесу. Хотя мы уже упоминали особенность спорта и говорили, что он должен управляться таким образом, чтобы в полной мере соответствовать своим уникальным ценностям и структуре, спортивная организация лучше всего работает с использованием сильных бизнес-моделей и принципов рационального управления. Одним из слабых мест спортивной организации на уровне сообщества является ее неспособность понять теорию управления и лучшие модели практики и использовать их для улучшения производительности спортивной системы. В то же время особенности и самобытные практики спорта имеют важное значение для управления спортивными организациями, особенно когда речь идет об отношениях между профессиональными сотрудниками, волонтерами, спортсменами и болельщиками.

И повторим, спортивные организации обычно не стремятся получить прибыль, которая не является их основной целью. Поскольку большинство из них юридически созданы как некоммерческие организации, они не имеют акционеров и не могут распределять прибыль или дивиденды между своими владельцами. Их основные цели в большей степени связаны с предоставлением услуг членам организации или, в более общем плане, сообществу. Это имеет последствия для навыков и возможностей, которые ценятся клубами, ассоциациями и агентствами, особенно в том, что касается руководства.

Спортивные организации также часто полагаются на добровольцев, помогающих планировать и организовывать мероприятия и разные виды деятельности. Это означает, что они должны обладать опытом обучения людей тому, как проводить мероприятия эффективно и с энтузиазмом. В наши дни спортивным организациям следует уметь обеспечивать ресурсы и привлекать людей.

Средств зачастую бывает недостаточно, и в результате членство в организации явля-

ется основным источником поступлений доходов, особенно для общинных клубов, ассоциаций и учреждений. Кроме того, факт, что спорт связан с результатами, которые не так хорошо отработаны в мире бизнеса, означает, что тому часто приходится удовлетворять самые разнообразные, часто особые, потребности. Разнообразие оказывается большой проблемой в спорте и рассматривается как способ обеспечить социальную интеграцию. Однако, чтобы успешно осуществлять такой проект, требуется наличие широкого круга управленческих навыков и компетенций. И когда все особенности спорта собраны воедино, понятно, что приоритетными являются высокоразвитые межличностные навыки. По итогам обсуждения на сегодняшний день необходимы следующие умения:

- ◆ деловая хватка, такая как хорошее знание стратегии и правовых принципов;
- ◆ коммуникативные навыки, в том числе грамотная устная и письменная речь, острый маркетинговый ум;
- ◆ чувствительность к общественным отношениям, например, умение работать с общественностью и волонтерами;
- ◆ навыки межличностного общения, такие как умение справляться с конфликтами и способность внимательно слушать окружающих;
- ◆ навыки решения проблем, связанные с персоналом, такие как заключение соглашений, контроль, планирование и мотивация других людей;
- ◆ навыки планирования и оценки, включая навыки разработки стратегий и измерение успешности деятельности, особенно на уровне отдельных сотрудников и волонтеров.

Хотя можно сказать, что это действительно общие (то есть обобщенные) умения, которые нужны любому хорошему менеджеру спортивной организации, важно отметить, что они в значительной степени ориентированы на человека. Эффективное применение этих навыков требует, во первых, глубоких прикладных знаний о характере, настроениях и склонностях людей и, во вторых, четкого понимания того, как энергия и возможности персонала, будь то административные работники, тренеры или спортсмены, могут быть использованы для достижения наилучших результатов для сообщества, которому они служат.



ВИДЫ СПОРТА: ТРЕЙЛРАННИНГ

Екатерина и Дмитрий Митяевы: «Горы объединяют. Если в гонке упадешь, тебе помогут, даже если это твои конкуренты»

Трейлраннинг (бег по пересеченной местности) – популярный за рубежом вид спорта, в нашей стране пока только набирающий обороты. Но армия поклонников трейлраннинга растет в России год от года, причем российские спортсмены показывают очень высокие результаты. О том, как пробежать гонку в 120 километров в горах, а затем научить этому других, рассказывают в интервью Екатерина и Дмитрий Митяевы. С обладателями самого высокого среди россиян индекса Международной Ассоциации Трейлраннинга (INTERNATIONAL TRAIL RUNNING ASSOCIATION, ITRA) корреспондент Ирина Сизова встретила на курорте Роза Хутор в Сочи, где спортсмены провели специальный тренировочный лагерь для всех желающих.

Дмитрий, Екатерина, расскажите, пожалуйста, что же такое трейлраннинг и как вы начали заниматься этим видом спорта.

Дмитрий: Трейлраннинг – это разновидность знакомого всем горного бега. Только дистанции в нем гораздо длиннее. Есть еще скайраннинг. Те же гонки, только более техничные. По правилам они должны начинаться на высоте более 1000 метров, но сейчас все немного перепуталось, гонки начинаются с нулевой отметки. На самом деле все это просто старты в разных календарях. Трейлраннинг и горный бег относятся к легкой атлетике, а скайраннинг – к скалолазанию. Мы особой разницы в этом не видим. В этот спорт мы пришли из спортивного ориентирования. Я в детстве занимался футболом, но однажды в школе нам предложили поучаствовать в соревнованиях по спортивному ориентированию вместо урока географии. Естественно, я пошел. Хотя никаких знаний бега по местности у меня не было, со-

ревнования выиграл. Меня позвали тренироваться в секцию. А потом на очередных стартах познакомился с Катей.

Екатерина: А я очень хотела путешествовать. Занималась спортивным ориентированием в Анапе и однажды познакомилась с девчонками, которые уже входили в сборную, жили в Москве. Они рассказывали, как ездят по соревнованиям, на сборы. Тогда-то я решила, что буду учиться в институте и стану профессиональным спортсменом.

Д.: Мы начали бегать шоссейные марафоны, выступали хорошо, ездили за границу на коммерческие старты. Однажды так сложилось, что Катя бежала марафон в Китае, а я готовился к горному марафону «Конжак» на Урале, который стартовал через неделю после ее гонки. В итоге Катя приехала меня поддержать и... тоже вышла старт. Гонку мы пробежали хорошо и поняли, что, несмотря на то что бегать шоссейные марафоны материально более выгодно, наша любовь к горам сильнее.

80



Вы лучшие из россиян в трейлраннинге сегодня, являетесь обладателями самого высокого индекса. Как вы достигли таких успехов?

Д.: Перформанс-индекс, который показывает уровень спортсмена, набирается по сумме гонок. Мы бегаем самые топовые гонки в мире – мировую серию Skyrunner World Series. Например, в 2016 году было объявлено десять гонок, ты должен был пробежать четыре обязательные из них. По сумме гонок в этом году у меня второе место в мире. В самой высотной гонке в Европе, во французском Валь-д’Изере, где средняя высота – 3000 метров, Катя стала третьей. Буквально недавно закрыли сезон соревнований. В этом году он был длинным: начался в январе гонкой в Португалии, а завершился в конце октября забегом в Болгарии. Катя выиграла гонку «Ультра Пиреней» в Испании, пробежала 110 километров с набором высоты 6000 метров за 15 часов.

Бежать 15 часов? А как же попить-поесть, туалет? Это вообще реально?

Е.: На статусных гонках все очень хорошо организовано. Через каждые 10 километров – пункты питания, есть санитарные комнаты, летают вертолеты, операторы снимают. Очень внимательно следят за необходимым оборудованием. На каждую гонку выдают список снаряжения, которое ты обязан взять. Его проверяют по дистанции. Спрашивают: покажи ветровку, покажи свисток.

Если нет, штраф или дисквалификация. Некоторые думают, что это лишний вес, хотя ветровка весит 60 граммов, а свисток – 2 грамма. Но снаряжение – это очень важно. Погода в горах меняется за секунду. Первые пробегут в хорошую погоду, а остальных может настичь ненастье.

Д.: Трейлраннинг сегодня очень популярен. На топовые старты выходят тысячи человек, на них не так просто попасть. Возьмем самую главную гонку – «Ультра Трейл де Монблан». В ее рамках проходят пять стартов, на каждый из которых определен лимит участников. Чтобы подать заявку на эту гонку, человек должен до нее пробежать три старта – порядка 100 километров, набрать определенные баллы. Только тогда он сможет участвовать в лотерее на эту гонку, и далеко не факт, что победит. «Безумцев» много: люди ищут, как разнообразить свою жизнь и получить от этого эмоции. И дело не в призовых, на трейловых гонках они не очень высокие: например, за первое место на «Ультра Пиренее» – 1000 евро.

О какой гонке мечтаете? Или уже все вам понравилось?

Д.: Мечта любого трейлраннера – «Ультра трейл де Монблан». Протяженность дистанции составляет до 170 километров, дистанция вокруг горы, набор высоты – 10 тысяч метров. Старт в Шамони и финиш в Шамони, по горам пробегаешь через территорию трех стран: Италии, Швейцарии,



Франции. Катя побежит на этой гонке в следующем году, а я уже бежал там на 120 километров.

Как вы готовитесь к гонкам, сколько времени занимают тренировки?

Д.: Как и у всех спортсменов, наш год делится на несколько циклов: тренировочный, соревновательный и небольшой отдых. Поэтому в разное время у нас разное количество тренировок. Максимально – 30 часов в неделю, минимально, в период отдыха, – 5–6 часов. Мы выступаем за международную команду Adidas и делаем все, чтобы прогрессировать как атлеты: ведем здоровый образ жизни, правильно питаемся.

Вы тренируетесь вместе. Бывает такое, что устаете? В чем находите мотивацию?

Е.: Конечно, бывают моменты, когда ты выходишь на тренировку и накатывает бессилие. Но в таком случае просто нужно помнить, что сейчас все может казаться сложным, но если тренироваться, результаты обязательно придут. Нужно потерпеть, чтобы на соревнованиях ты мог получать удовольствие. Наша главная мотивация – предстоящий сезон. Очень приятно, когда наблюдаешь собственный рост. Например, бежишь какую-то гонку минут на 40 быстрее, чем в прошлом году. Ну и когда видишь вокруг всю красоту в горах, настроение сразу поднимается.

Чем трейлраннинг отличается от обычных марафонов?

Д.: Горы объединяют. Мы к этому относимся так: если ты проиграл, это означает, что победитель лучше готовился и он больше достоин победы. У нас есть опыт занятий легкой атлетикой на стадионе. Так вот в горах совсем другая атмосфера. Было много случаев, когда бежишь в группе, и если упадешь, другие спортсмены останавливаются, спрашивают, помогают. При этом конкуренция растет с каждым годом. Нет такого, чтобы человек постоянно выигрывал. На гонке в 120 километров разница между первыми местами бывает меньше минуты.

Е.: В этом виде спорта нет зависти, злости. Я бежала 90-километровую гонку во Франции и догнала девушку, которая была третьей. В подъем я обгоняю, на спуске – она, идет контактная работа. В итоге Люси прибежала второй, я третьей. На финише мы обнялись и поблагодарили друг друга.

Сегодня вы не только выступаете на соревнованиях, но и помогаете другим любителям бега освоить трейлраннинг. Расскажите, пожалуйста, о своей школе.

Д.: По образованию мы тренеры. Я окончил Адыгейский государственный университет, Катя – Кубанский. По завершении учебы работали в Геленджике в спортивной школе, тренировали

детей. Потом это стало немного мешать спортивной карьере, и мы прекратили нашу тренерскую деятельность. Однако к нам стали обращаться люди, которым нужна была помощь в тренировочном процессе. Так появился проект Trail Running School. Мы создали сайт, стали писать полезные статьи о том, как прийти в трейлраннинг, занимались с людьми в режиме онлайн.

Этот формат тренировок очень удобен, экономится очень много времени. Человек может заниматься спортом, когда ему удобно. Сейчас технологии шагнули вперед: есть пульсометры, часы, с которых можно скинуть данные о тренировке, а мы можем отследить, где были нарушения, как и где наш подопечный бегал. Живого общения никто не отменял, можно вести переписку в чате, можно в скайпе. Сейчас онлайн у нас занимается 100 человек. Желающих больше. Но пока для нас это лимит, чтобы мы могли уделить время всем. Мы и так проводим за компьютерами часов по восемь в день, иногда даже после гонки работаем. Причем мы разделили обязанности: Катя занимается с девушками, я работаю с парнями.

Горному бегу все возрасты покорны? Кто ваши ученики?

Е.: В основном у нас занимаются люди 35–40 лет. Самому взрослому ученику 64 года. Люди

приходят абсолютно разного уровня, с разными целями: кто-то хочет похудеть, кто-то – добиться спортивных результатов. Мы не просто даем тренировку, мы ведем человека в комплексе: разрабатываем программу питания, контролируем динамику. У нас есть ученики, которые выигрывают международные старты. Вот, например, Леша Толстенко. У него есть семья, работа, но он достаточно одарен и находит время на тренировки. Уже выигрывал гонки и в Греции, и в Турции.

Д.: Помимо онлайн-школы мы проводим и тренировочные лагеря. Это тоже очень удобно. Стараемся выбрать место так, чтобы человек мог совместить свой отпуск с занятиями спортом. Многие ведь приезжают с семьями. Лагеря проходят в разных местах мира, но пока самое любимое место у наших участников – Турция: там и отели хорошие, и море рядом, и горы красивые.

Вы проводите лагеря только за рубежом? А в России?

Д.: К сожалению, пока в России очень немного мест, где можно заниматься трейлом. Взять Эльбрус: природа прекрасная, но нет хорошей инфраструктуры. Основная проблема – недостаток подготовленных троп, обустроенных, маркированных. Чтобы они были с указателями, смотровыми площадками, лавочками, как в Италии,





Франции, Швейцарии. В этом плане мы отстали от Европы лет на 15–20.

В этом году мы провели тренировочный лагерь на курорте Роза Хутор. Это замечательное место, где можно не только зимой на лыжах кататься, но и заниматься летом пешим туризмом и прочими активностями. Здесь создана хорошая инфраструктура, качественные отели, близко аэропорт. Есть тропы, но по сравнению с зарубежными странами этого мало. Мы знаем о планах развития здесь пешего туризма, и это очень здорово! Сегодня трейлраннинг становится все более популярным в нашей стране, люди активно занимаются спортом, и постепенно просто бег по шоссе им надоедает. А горы дарят совсем другие эмоции: перед тобой нет границ во времени, ты вышел, и нужно преодолеть маршрут, а не километр за столько-то минут.

Необходимо создавать условия для занятий. Вот, например, чтобы в Красной Поляне пробежаться на «Газпроме», нужно специально пойти и купить билет в заповедник. Это определенные сложности, а любые сложности человека только отпугивают. Но я уверен, что со временем все эти вопросы решатся. Знаю, что уже в следующем году в планах – проведение на курорте Роза Хутор одной из топовых мировых гонок.

Как организованы тренировки в ваших лагерях?

Д.: Лагерь на Роза Хутор был достаточно короткий, шесть дней. Это связано с нашей плотной соревновательной загрузкой. Но мы все успели. Первый день – легкая короткая тренировка на полтора часа. Второй день – тренировка с забегом на Каменный столб с остановками, во время которых отработывали технические элементы, вечером – легкая разминка, отработывали технику бега «по ровному». Третий день – занятие на три с половиной часа с двумя остановками, на Роза Пик, отработывали технику бега. Вечером – лекция по питанию, подготовке, различные вопросы обсуждали. На четвертый день участники нашего лагеря попробовали свои силы в гонке на горнолыжный трамплин Red Bull 400. Затем тестирование, взяли пробы крови на лактат во время нагрузки. А финальный день – развлекательный, наши собственные соревнования. Их мы всегда проводим по системе гандикапа: сначала на старт выходят самые слабые, затем сильные, и в таком случае победить может любой. Приз – дорогие часы «Суонто».

Все участники выдержали?

Е.: Некоторые думают, что человеку сложно выдержать такие нагрузки. Но у нас ни разу (а мы провели уже более 15 лагерей) не бывало, что кто-то сказал: «Все, больше не могу!» В первые дни многих даже приходится подтормаживать, чтобы на финале хватило сил и все себя хорошо



чувствовали. В лагеря приходят люди очень разного уровня подготовки, поэтому работа идет индивидуальная, мы не берем больше 20 человек в смену.

А можно ли подготовиться к гонке самостоятельно? С чего начать? Какую подобрать экипировку, как питаться?

Д.: Прежде всего – грамотный тренировочный процесс. Если вы хотите заниматься самостоятельно, логично сначала поинтересоваться, как это делать. Мы выкладываем очень много роликов в Интернете, даем советы, пишем статьи для тех, кто не имеет возможности обратиться к тренеру.

Может показаться странным, но никому не интересно пробежать 10 километров, все сразу хотят пробежать 40 километров по горам. И поэтому многие думают: раз так, буду каждые выходные бегать 40 километров. Но это слишком. Тренировочный процесс – сложная система, и нужно разобраться, зачем и для чего нужна та или иная тренировка, почему мы не должны бегать с одной и той же интенсивностью, почему иногда нужно побегать быстрее, иногда медленнее, иногда какие-то упражнения поделаться.

Самый главный совет, если вы готовитесь к гонке в горах, – стараться тренироваться именно в горах или хотя бы создать такие условия. Это, например, беговая дорожка, на которой выставляется уклон. Перед стартами нужно акклиматизироваться. Это сложные индивидуальные вопросы, но есть два варианта. Первый – приехать и сразу бежать, когда организм еще насыщен кислородом. Второй – бежать спустя пять дней пре-

бывания в горах. На второй, третий и четвертый день организм начинает активную фазу акклиматизации, поэтому в это время лучше избегать нагрузок, иначе мы просто угнетаем нервную систему.

Е.: Очень важен режим. Ни в коем случае нельзя жертвовать сном, это лучшее восстановление для человека. Спать нужно обязательно восемь часов. У многих также страдает качество питания – и чаще всего из-за большого потребления углеводов, а не белка. Человек должен съедать минимум грамм белка на килограмм веса. Практически 90 процентов людей недопивают воды, нужно пить 2,5 литра в день. Обязательно сдавать анализы. Перед тем как заняться спортом, нужно посмотреть, нет ли анемии, с этим у многих проблемы. Это нездоровое состояние, если на таком фоне еще и спортом заниматься, получишь только усталость и проблемы (а после тренировок мы должны получать эмоциональный подъем).

Д.: Важна правильная экипировка. Это должна быть специализированная спортивная обувь с хорошим протектором, который не проскальзывает. Обувь должна быть настолько стабильной, чтобы ты мог ею управлять. В своих лагерях мы учим, например, тому, как мягче упасть, чтобы не было травм. Но самое важное – ставить реализуемые цели. И обязательно иметь цель долгосрочную. Если только начал заниматься, не нужно заставлять себя в первый же год пробежать марафон, лучше двигаться постепенно. Потому что главная задача – посредством физических занятий улучшить здоровье.





*Елена Долгополова,
доцент кафедры истории физической культуры,
спорта и олимпийского образования Российского
государственного университета физической
культуры, спорта, молодежи и туризма
(ГЦОЛИФК), г. Москва, к. п. н.*

Борец и доктор Александр Петров

Впервые на Олимпиаде 1908 года российский борец и по основной профессии доктор Александр Петров выиграл серебряную медаль. В статье отражена многогранная деятельность А. Петрова как спортсмена, ученого, преподавателя, основателя театральной традиции.

Российские борцы впервые вышли на олимпийский ковер в 1908 году на лондонской Олимпиаде. Схватка тяжело-весов Александра Петрова и англичанина Фредерика Хемфиса продолжалась недолго. Борец из Туманного Альбиона довольно скоро ощутил силу соперника и резво бегал от него минут 20, опасаясь железных рук русского. А потом сник. Победа Александру Петрову досталась легко. Вторую схватку он провел с венгром Пайпером. Этот соперник оказался сложнее. Но эффектный технический прием принес новую победу Петрову. Как он был счастлив в те минуты! Значит, недаром до мелочей изучал приемы и правила французской (классической) борьбы. Даже разработал свою диету и перед

Олимпиадой строжил себя во всем. Вел сугубо праведный образ жизни, отрешившись от всех соблазнов.

В финале за звание олимпийского чемпиона опять предстояла встреча с венгерским спортсменом. Вейс Рихард обладал особым преимуществом: был значительно тяжелее, что затрудняло задачу Александру. В этот день солнце палило нещадно. И схватка на этот раз тоже была жаркой – длилась долго, 50 минут. Борьба шла на равных. Русский начал активно, сделав несколько попыток бросить на ковер могучего Вейса. Но судьбы в абсолютно равном поединке, как казалось многим, отдали победу венгру.

Обидно было всей команде. Александр тем более остался недовольным оценками. Анализируя поединки по минутам,



Петров отчетливо понял, что его просто засудили. По тогдашним правилам после одного поражения спортсмен выбывал из соревнований. В случае ничьей арбитры на своей вкус выбирали лучшего. Судейский произвол на борцовских турнирах был явлением распространенным. На этой, IV Олимпиаде судейская коллегия уже показала себя не с лучшей стороны. Так, русскому борцу Григорию Демину присудили победу, а через некоторое время отменили свое же решение. Но с судьями не поспоришь. И уроженец города Ельца 32-летний Александр Петров, так мечтавший о золоте, стал серебряным призером Олимпиады 1908 года.

Александр Петрович Петров происходил из купеческого сословия. Но с одной оговоркой: из звания почетных купцов. Эта привилегия открывала дорогу к серьезному образованию. Родители определили сына во Вторую московскую гимназию, а потом Саша поступил на естественнонаучное отделение Московского университета. Затем была Военно-медицинская академия, где он уже серьезно увлекся спортом. Успешно прошел стажировку в Гейдельбергском университете, старейшем в Германии, и даже вступил в местное гимнастическое общество.

В 1901 году занимал должность младшего врача Седьмого запасного пехотного полка. С 1902-го работал ассистентом Военно-медицинской академии по кафедре нормальной анатомии. В 1905-м стал прозектором на кафедре судебной медицины и токсикологии, специализировался на судебной медицине.

ФИНАЛЬНЫЙ ПОЕДИНОК

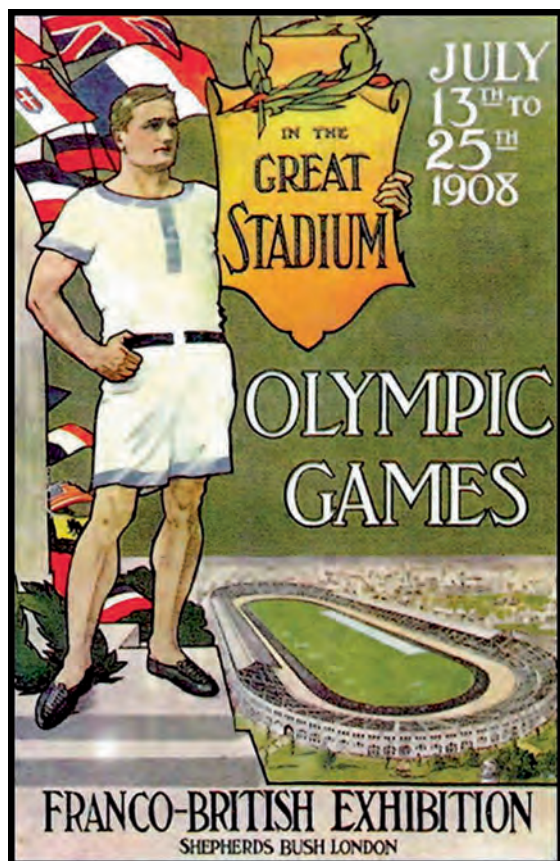
борцов греко-римского стиля Рихарда Вейса из Венгрии и Александра Петрова (справа) на Играх 1908 года в Лондоне. Золото досталось Вейсу, серебро – Петрову.

В Петербурге его привлекали разные виды спорта: гимнастика и тяжелая атлетика. Бокс и борьбу он совершенствовал в знаменитом Санкт-Петербургском атлетическом обществе, учрежденном графом Рибопьером. Свои знания в медицине старательно применял в тренировках.

В дореволюционном прошлом в тяжелую атлетику входили одновременно бокс, борьба (классическая, вольная) и поднятие тяжестей – упражнения со штангой. В 1896 году граф Григорий Иванович Рибопьер учредил Санкт-Петербургское атлетическое общество, где занимались борьбой, гиревым спортом, боксом, стрельбой и фехтованием. В манеже, принадлежавшем Рибопьеру, в 1897 году состоялся первый чемпионат России по тяжелой атлетике. В дальнейшем чемпионаты проводились регулярно до 1913 года. В своей книге «Тяжелая атлетика» Иван Владимирович Лебедев пишет: «Если врач В.Ф. Краевский был «отцом русской атлетики», то граф Г.И. Рибопьер был ее «кормильцем». Этот энтузиаст атлетического спорта отдал из своего кармана больше 100 000 рублей. Благодаря меценатству графа Георгия Ивановича Рибопьера российский атлетический спорт миновал тяжелое время, окреп и встал на ноги». Поездку и проживание четырех борцов на Играх IV Олимпиады в Лондоне оплатил тоже граф Рибопьер.

Петрову многое удавалось в спорте. Из него мог получиться отличный боксер. Но случилось так, что он сам запретил себе заниматься этим видом спорта. Однажды случилось драматическое событие. На тренировке его спарринг-партнер действовал, как обучали, прикрыв лицо боксерскими перчатками. Но то ли устал, то ли не ожидал... И вдруг мощный нокаутирующий удар Петрова свернул противнику челюсть. Раздался раздирающий душу стон. Дальше Петров действовал уже как врач. Сбросил перчатки и умелым движением поставил челюсть на место. Две недели травмированный боксер не мог жевать. Александр чувствовал себя виновником несчастья и посчитал не вправе больше надевать боксерские перчатки. Теперь только борьба...

В 1906 году он занял второе место во Всероссийском чемпионате любителей французской борьбы. В 1907-м победил знаменитого голландца Мариуса Ван-Риля. Тот, любимец публики, особенно дам, гордился своим накачанным торсом, «сотканым из мышц», и был чересчур самонадеянным. Выступая в Атлетическом кабинете Ивана Лебедева, одного из основоположников тяжелой атлетики, голландец заявил, что русским не под силу бороться с европейцами. Слабоваты они еще.



Петрова это развеселило и подзадорило. Наш богатырь не только успешно защищался, но и придавил иностранца к ковру. Тогда-то его метко окрестили елецким Поддубным. Помогли и родительские гены, природные данные – вес и рост, идеальный для борца. Добавим доскональное знание приемов в сочетании с силой. Все это предопределило выбор Петрова на первую для России Олимпиаду.

Олимпийский праздник прошел. Теперь он все больше увлечен лыжами, коньками, греблей, плаванием, велоспортом. И даже гимнастикой.

Петров поддержал революцию. Свое отношение к новой власти доказал: обучал красноармейцев основам борьбы и приемам джиу-джитсу. Благодаря ему джиу-джитсу овладели члены личной охраны Ленина и его ближайших соратников.

Профессиональная деятельность доктора была необычайно насыщенной. В 1909–1915 годах вел курс лечебной гимнастики в Психоневрологическом институте, созданном Владимиром Михайловичем Бехтеревым. Работал в Гимнастическом институте, учрежденном обществом телесного воспитания «Богатырь». Здесь обучались только мужчины – будущие преподаватели физического воспитания, и Петров читал им курс анатомии. При институте открыли женские курсы, где доктор вел так называемую тогда педагогическую гимнастику.

Его послужной список значителен. В 1919 году сотрудничал с Лабораторией труда, организованной Институтом мозга на Точном машиностроительном заводе. Трудился в Ортопедическом институте. Разработал две программы физического воспитания – одну для школьников, другую для слушателей Ленинградской военно-медицинской академии. За его вклад в развитие науки академия присвоила Петрову звание профессора. Он преподавал и в Институте физкультуры имени П.Ф. Лесгафта. С 1924 года стал ведущим экспертом-биологом в городском бюро судебно-медицинской экспертизы. А в Педагогическом институте им. А.И. Герцена профессор не только читал теоретические курсы, но и вел кружок «гимнастических танцев».

Его ученица Ольга Чкалова вспоминала: «Профессор Петров читал у нас в Герценовском институте лекции по физическому воспитанию. Тогда посещение было свободным. Александр Петрович выглядел внушительно: высокий, широкоплечий, плотный. Он всегда собирал полную аудиторию. А кроме того, я ходила к нему на кружок «гимнастических танцев». Он шел от

пластики, но не от балетной. Это были танцы, поставленные гимнастом и анатомом. Наши показательные выступления неизменно проходили с большим успехом. Мы танцевали чардаш, голак, вальс, тирольский танец. Но никто из нас даже не догадывался, что наш профессор был таким славным спортсменом».

Однажды доктор Петров получил приглашение от известного театрального режиссера Всеволода Эмильевича Мейерхольда поступить на службу в организованный им Институт сценических искусств. Здесь начинается новая страница, связанная с биомеханикой.

Приложение законов механики к строению и функционированию организма появилось в медицине в 1890-х годах. В Россию термин «биомеханика» попал благодаря Петру Францевичу Лесгафту в начале XX века. Лесгафт читал лекции по теоретической анатомии и «теории движений» в разных учебных заведениях Петербурга, в том числе на основанных им Курсах подготовки руководителей физического воспитания и в Высшей вольной школе его имени.

В мастерской Мейерхольда актеры работали над этюдами, впоследствии названными биомеханическими. Весной 1918 года Мейерхольд выступил с проектом экспериментального театрального института. Рассматривались три кандидатуры на должность преподавателя гимнастики и спорта. Выбрали Петрова – автора первой «Программы-минимум по физическому воспитанию» для советских школ и последователя Лесгафта.

В возникновении биомеханики сыграли свою роль события и люди, чьи имена в истории театра упоминаются нечасто: теоретик медицины и педагог П.Ф. Лесгафт, врач и спортсмен А.П. Петров, революционер и глава Всевобуча П.И. Подвойский, поэт Ипполит Соколов.

Слушатели курсов ставили «массовые действия» на улицах и площадях Ленинграда. Передвижные уличные представления разыгрывались прямо на трамвайных площадках или даже на грузовиках. Поэтому от актеров требовалась крепкая физическая подготовка. «У Мейерхольда была возможность оценить гимнастическую систему, которую преподавал доктор Петров, и сам термин «биомеханика» с его чеканностью».

Весной 1919 года было утверждено Положение о курсах мастерства сценических постановок. Теперь фамилия А.П. Петрова была в разделе сценического движения, где биомеханика значилась уже как практическая дисциплина вместе с фехтованием, танцами и пантомимой.



Итак, доктор Петров внес свой вклад в развитие «театральной биомеханики», или, как ее еще называют, «сценической биомеханики», связанной с новой для Мейерхольда эстетикой конструктивизма.

В 1928 году в возрасте 52 лет Петров еще выступал на соревнованиях ветеранов спорта по конькам. В воспоминаниях отмечают, что Александр Петрович становился призером по многим видам спорта.

Но шли годы. Начало подводить здоровье. Как врач он все понимал. Огромный вес и сахарный диабет убивали сосуды. К сожалению, в те годы эта болезнь трудно поддавалась лечению. И случилась трагедия. В 1938 году у Александра Петровича обострилось заболевание сосудов, и, чтобы сохранить жизнь, он согласился на ампутацию правой ноги. Для него, такого деятельного и неутомимого, это стало приговором. Он переживал и угасал.

В феврале 1941-го Александр Петрович ушел. Вдова Серафима Зверева вынуждена была обменять награды на еду, чтобы выжить в тяжелое время блокады Ленинграда.

В память о великом человеке, призере первой для России Олимпиады власти города Ельца в 2014 году приняли решение установить мемориальную доску на доме, где Александр Петрович Петров родился и провел счастливые годы детства.





*Елена Долгополова,
доцент кафедры истории физической культуры,
спорта и олимпийского образования Российского
государственного университета физической
культуры, спорта, молодежи и туризма
(ГЦОЛИФК), г. Москва, к. п. н.*

Как защитник стал шпионом

ФУТБОЛИСТ ПЕТР СОКОЛОВ ПРОСЛАВИЛСЯ КАК ИМЕНИТЫЙ ИГРОК В ДЕРЕВОЛЮЦИОННОЙ РОССИИ. В ДАЛЬНЕЙШЕМ ОН СТАЛ НЕУЛОВИМЫМ ШПИОНОМ, РАБОТАВШИМ В ПОЛЬЗУ ФИНСКОЙ, АНГЛИЙСКОЙ И НЕМЕЦКОЙ РАЗВЕДОК.

На Олимпиаде 1912 года в Стокгольме 21-летний студент юрфака Петр Соколов выступал в футбольной команде Российской империи крайним защитником. Перед пробитием штрафных и угловых ударов имел странную привычку сплевывать на поле, за что получил у болельщиков прозвище Петя-сплюнь.

Быть может, эта привычка появилась, когда 15-летний гимназист престижной петербургской гимназии имени Александра I начал играть в футбол. И однажды сделав этот жест, неприемлемый для мальчика из семьи статского советника, удачно забил свой первый гол. А дальше пошло как суеверие...

18



Он был хорошо образован, в спортивных кругах известен как талантливый борец, боксер и футболист. «Игрок высокого класса. Отлично бегают при отражении атак противника. Дает мастерские удары с заворотом. Умело принимает мяч на голову, не теряется даже в самые опасные моменты. Мастер забивать голы с пенделя. Почти 99 процентов верных попаданий. Участвовал почти во всех международных матчах сборной команды России».

Петр выступал за клубы «Удельная» и «Унигас» до 1917 года. Был обладателем Весеннего кубка с 1911 по 1913 год, в 1912-м стал чемпионом России и Санкт-Петербурга. Он прошел отбор в команду на Олимпиаду 1912 года. Правда, рассчитывал стать капитаном, но тренер поставил в защиту. Перед Олимпиадой Георгий Дюперрон, наставник команды, занимавший ключевые посты во Всероссийском футбольном союзе и Российском олимпийском комитете, предрек: «Команда подготовлена настолько, чтобы проиграть с честью».

Благодаря удачной жеребьевке наши футболисты сразу же попали в четвертьфинал. Им предстояло играть с футболистами Финляндии.

БУДУЩИЕ УЧАСТНИКИ

Олимпийских игр на борту парохода «Бирма», отплывающего в Стокгольм. Июнь 1912 года. Третий слева – футболист Петр Соколов.

Из фондов Центрального государственного архива кинофотофонодокументов, Санкт-Петербург.

30 июня в пригороде Стокгольма на стадионе «Траненберг» начался матч. В оранжевых рубашках с гербом на груди, в синих брючках, наша команда впервые выступала вне пределов России. До хавтайма нападают все время русские. Игру финляндцев прямо-таки не узнаешь. Куда делась вчерашняя хорошая игра с планомерным нападением, хорошо работавшей защитой? Финляндцы играли до того скверно, что казалось: они проиграют России. Но... У нас всегда бывает это «но»: русская команда не выиграла. На 34-й минуте Фаворский берет мяч, мяч отскакивает недалеко от его груди, и правый инсайд Вибберг забивает гол. На 72-й минуте капитан сборной Василий Бутусов сравнял счет, внося мяч в ворота соперников грудью, частые атаки россиян были плохо налажены. Несыгранная линия форвардов, где было три москвича и два петербуржца,

СТОКГОЛЬМ-1912.

Олимпийская сборная России по футболу (второй слева – Петр Соколов). В олимпийском турнире команда провела два матча: в первом уступила финнам 1:2, а во втором оказалась разгромлена немцами со счетом 0:16.
Из фондов Центрального государственного архива кинофотофонодокументов, Санкт-Петербург.



никак не могла найти общий язык. Несмотря на это, моменты у нашей команды возникали: Василий Житарев зарядил в штангу, неутомимый Бутусов сотряс каркас ворот. А затем наступила развязка. Второй гол, который решил судьбу встречи, финны неожиданно провели минут за десять до конца. После удара метров с пятнадцати голкиперу Льву Фаворскому и защитникам показалось, будто мяч уходит за пределы поля. Но случилось невероятное: внезапный порыв ветра круто изменил траекторию его полета – он ударился о дальнюю штангу и предательски закатился в ворота.

Команда России сыграла в Стокгольме только два матча, причем второй – утешительный. На следующий день российские игроки провели матч с командой Германии, также выбывшей из борьбы. Встреча на стадионе «Росунда» при 2 тысячах зрителей закончилась полным фиаско россиян.

Игра на утешительный кубок дала России мало утешения. Поражение 16:0 – высокий рекорд этих Олимпийских игр. Против России германцы выставили не лучших своих игроков, и только форварды взяты все сыгранные. Тихий бег русских игроков, медленная тактика, если

вообще она была у русских, позволили Германии забивать нам гол за голом. Все три наших хавбека (петербуржцы Хромов, Уверский, Яковлев) задались целью держать одного центрфорварда и действительно в этом преуспели. Но оставленные без внимания остальные четыре форварда легко обыграли наших тихих, сравнительно с иностранными, беков и, несмотря на довольно удачную игру голкипера Фаворского, вбили в обеих половинах игры поровну по 8 сухих голов.

Голы следовали в таком порядке: 5 м, 6 м, 10 м, 21 м, 27 м, 28 м, 29 м, 31 м, итого 8:0; 1 м, 6 м, 8 м, 9 м, 11 м, 20 м, 21 м, 23 м, итого 8:0. Общее поражение – 16:0.

Прогноз Дюперрона не оправдался. Вылетели с треском. В российской прессе появились серьезные статьи с анализом плачевного выступления нашей команды. Вот выдержка из одной из них.

«Главный недостаток нашей сборной команды – полная ее несыгранность. Ей пришлось сыграть уже в Стокгольме на решительных матчах. Можно усомниться в том, что выступление русских футболистов на Олимпийских играх было разумно организовано. На всех играх прекрасные судьи. Они всегда у мяча, видят ошиб-



ки и немедленно свистят. Здесь совершенно запрещены наши толчки. Голькипера вовсе нельзя толкать. У нас же постоянно стараются свалить голькипера, и получается дикая игра. Запрещение толкать игроков поднимает технику игроков. Сравнение игры русских команд с иностранными, к сожалению, показывает, что мы – еще дети в футболе, но... уже грубые дети».

Самым грубым в команде мог быть Петр Соколов. Почему? Он всегда шел напролом и был в таких ситуациях жесток. «Среди любителей футбола имеет почти равное число друзей и недругов. Последние ставят ему в вину то, что многие игроки боятся к нему близко подходить».

Ему сулили карьеру в спорте. Но все разом изменили война и революция. В разгар Первой мировой он решил идти на фронт. В 1917-м окончил 3-ю Петергофскую школу прапорщиков. Но на боевые действия не успел. Началась Февральская революция, а за ней – Великий Октябрь. Временное правительство не справилось с анархией. Расстрелы, конфискация, разруха. И вся власть – Советам. Рабочим отдавали заводы, крестьянам – землю.

Монархист Соколов смотрел на новый строй с ненавистью. И принял решение бороться. Ему было все равно, с кем идти, главное – он знал,

против кого. 1918 год стал переломным. В Петрограде он становится членом белогвардейской организации, связанной с английской разведкой. И выполняет первое задание: доставляет в оккупированный англичанами Архангельск нужные им сведения об обстановке в революционном Петрограде.

Бесстрашного, образованного и убежденного, да еще с железными нервами, Петра сразу же заметили иностранные спецслужбы. Его пригласили в Стокгольм, затем в Гельсингфорс (Хельсинки) на встречу с резидентом британской разведки капитаном Эрнстом Бойсом, который поручил русскому важное задание. Петр стал связным между разведпунктом в финском городке Териоки и резидентом-нелегалом в Петрограде Полом Дюксом. Соколов получал от новой работы удовольствие. Много раз незримо для советских пограничников переправлял нужных людей на катере, оснащенном самолетным двигателем, со скоростью 40 узлов. Или лесом переходил советско-финскую границу. Он спас от ареста знаменитого тайного агента британской разведки Дюкса, который успел поработать в режимных учреждениях: Политбюро ЦК ВКП (б), Коминтерне и ВЧК.

Конечно, спортивная закалка пригодилась новоявленному шпиону, взявшему оперативный псевдоним Голкипер. На своем катере совершал бесчисленные рейсы между Териоки и Петроградом. Перевозил литературу, флакончики с быстродействующим ядом, фальшивые керенки... Только однажды чуть не попался. Эта поездка едва не стала последней в его жизни. Артиллеристы Кронштадта доложили штабу обороны города, что обстрелы таинственной быстроходной лодки безрезультатны. Но на самом деле они достигли цели. Катер затонул вместе с командиром экипажа. Только Голкиперу повезло, он единственный доплыл до берега.

Наши спецслужбы не бездействовали. Биография неуловимого агента им была известна. В декабре 1924 года на стол начальнику Контрразведывательного отдела (КРО) ОГПУ А.Х. Артузову легло очередное донесение из Гельсингфорса. «По наружному виду ему около 35 лет, – сообщал источник ОГПУ. – Служил офицером в старой армии. В период 1919–1922 годов служил в английской разведке и ходил курьером в СССР. В 1922 году купил дачу в 5 километрах от Териоки, где сейчас и проживает, женившись на дочери терюкского купца Носова. В данное время делает вид, что политикой не интересуется, а занимается крестьянским хозяйством, ходит в рваном костюме и даже не отказывается от поденной работы...»

Деятельностью Соколова заинтересовались и финские спецслужбы. Тайво Салокорпи, возглавлявший разведку против России, берет ценного агента на работу. Под крылом финнов ему многое дозволяется.

Говорят, что Соколов никогда не мог пройти мимо мальчишек, играющих в футбол. Он сразу же включался в игру. В 1923 году даже создал свою футбольную команду «Териоки» из русской эмигрантской молодежи. Голкипер оказался хорошим психологом. Футболисты уважали и, главное, доверяли ему. А он наблюдал за каждым и вдалбливал ненависть к советскому строю. Потом из этих завербованных юношей тренер формировал новую команду для нелегальной работы.

В СССР началась кампания против англо-финских шпионов. После разоблачения засланных в нашу страну шпионов власти СССР потребовали выдворения Соколова с Карельского перешейка. Финляндия выполнила этот ультиматум, Петр Петрович Соколов перебрался в Хельсинки.

Финляндское правительство, давая приют русским беженцам, относилось к ним благожелательно, лишь требуя невмешательства во внут-

ренние дела страны. Антисоветская деятельность приветствовалась, пока она не переходила в активные выступления против советской власти, с которой Финляндия была связана Юрьевским договором (1921 год).

По совпадению Соколов жил улице Спортивной, из окна его квартиры был виден стадион. Совсем рядом находилась табачная фабрика, которую называли «эмигрантской академией». Фирменные папиросы «Рабочий» делали выходцы из России. Соколов работал на табачной фабрике грузчиком. Нет, Петр Петрович совершенно не нуждался. Ему хорошо платили. Не только за шпионскую работу, но и за агитацию среди соотечественников, активное участие в эмигрантских обществах. Он член Русского общевойскового союза, Братства русской правды (антисоветская организация монархически-черносотенного толка), Союза младороссов. С 1931 года возглавлял белогвардейскую организацию «Иван Сусанин», участвовал в работе так называемого нового русского правительства, редактировал эмигрантскую газету «Русское слово», был председателем Русского благотворительного общества...

Особенно востребованным финскими спецслужбами стал во время советско-финской войны 1939–1940 годов. Шпион Соколов творил чудеса, изводя ленинградских чекистов. Он придумывал разнообразные способы нелегального перехода тщательно охраняемой границы. Ему везло, как заговоренному. Почему-то всегда его видели, но никогда не могли задержать. «Честолюбивый, властный, жестокий, двуличный человек, способный на любые деяния ради своих интересов... Хороший актер в жизни. Умеет представлять из себя добродушного, веселого, компанейского человека. Хитрый, опасный и сильный враг... Пользовался большой популярностью среди эмигрантской молодежи, знавшей его только с одной стороны – как боксера, борца, тяжелоатлета и отличного футболиста. Организовывал эмигрантскую молодежь в спортивные, театральные и хоровые кружки, при этом сам имел хорошо поставленный голос... Тщательно конспирирует свою личную жизнь и семейное положение... Спиртные напитки употребляет умеренно, женщинами не увлекается... Всегда имеет при себе пару браунингов, хороший большой нож и морскую свайку».

В конце 1939 года Соколов в звании капитана допрашивал советских военнопленных и служил в отделе пропаганды Главного штаба финской армии. Он же редактировал газету «Северное сло-

во» для военнопленных (до сентября 1944 года). Готовил листовки. Потом пришла звуковая агитация. Уверенный бас Петра Соколова, диктора финской радиовещательной компании «Лахти», раздавался по всей линии фронта. Он начинал каждое свое выступление словами: «Слушайте! Слушайте! Говорит Финляндия. Красноармейцы...» В эмигрантских кругах Петра считали лучшим русскоязычным радиокомментатором в Европе. На противоположной стороне в красных войсках он получил прозвище Белый чекист. Служба «Би-Би-Си», отслеживающая пропагандистское воздействие, пришла к выводу, что финская пропаганда на русском кардинально отличается по содержанию от других стран, захваченных Гитлером. Она качественнее, и в ней «сильный русский дух».

Финны проиграли в этой войне. 12 марта 1940 года в Москве был подписан мирный договор между СССР и Финляндией. Финляндия начала готовиться к реваншу.

22 июня 1941 года подразделения финской армии совместно с частями вермахта вторглись на советскую территорию. Петр Соколов, не прекращая своей работы в финском Главном штабе и на радио, стал сотрудником немецкой военной разведки (абвера).

Абвер – орган военной разведки и контрразведки Третьего рейха, входил в состав верховного командования вермахта.

Конечно, он рассчитывал, что немцы захватят Ленинград. Его включили в состав зондеркоманды «Ленинград», перед которой поставили задачу войти в город вместе с частями немецких войск и вывезти архивы областного комитета ВКП(б) и Управления НКВД.

Зондеркоманды – оперативные специальные команды на оккупированной территории, которые должны были выявлять и ликвидировать партийный и комсомольский актив, евреев, советских партийных работников, сотрудников НКВД, армейских политработников и офицеров, бороться с проявлением антинемецкой деятельности.

Через Эстонию шпион подобрался совсем близко к когда-то родному городу. Но планы немцев, а заодно и Соколова рухнули. Ленинград не сдался. Бывший связник Пола Дюкса до последнего не терял надежды вернуться в поверженную Россию. Поэтому на оккупированной фашистами территории северо-западной части СССР он с энтузиазмом помогал создавать абверовские разведшколы в эстонских поселениях Кумна, Летсе и Кейла-Юа. По его плану в 1942 году

была организована разведшкола и в оккупированном Петрозаводске. Соколов, работавший на английскую, финскую, а потом и немецкую разведку, делился опытом, раскрывал методы НКВД и даже знакомил слушателей с историей ВКП (б). С курсантами говорил поставленным голосом, не терпящим возражений. У будущих диверсантов представительный господин Кольберг, или господин Симолин, или Соловьянов, или капитан Эриксон, или господин Соколовский (псевдонимы шпиона) вызывал трепет и уважение. Говоря современным языком, он умело создавал свой имидж благодаря интеллекту, умению общаться и, конечно, благодаря спорту. Во время Второй мировой войны Соколов часто приезжал в Германию. Ему организовали встречу с перешедшим на сторону Гитлера бывшим советским генералом А.А. Власовым. И бывший защитник пошел на повышение. Власов назначил Соколова руководителем Северного отделения так называемой Русской освободительной армии (РОА). Ему предложили подбирать из советских военнопленных солдат для РОА.

Наша контрразведка искала Петра Соколова, но безрезультатно. Директивой ГУКР «Смерш» и НКГБ СССР он был объявлен во всесоюзный розыск как особо опасный государственный преступник, подлежащий при обнаружении немедленному аресту. Он стал одним из первых в списках «Смерш».

Катастрофическое поражение на советско-финском фронте заставило Финляндию выйти из войны в сентябре 1944 года. Соколов понимал, что его ожидает. Поэтому в сентябре сразу же ушел в нейтральную Швецию, которая не выдает преступников. Шпион поселился в тихом провинциальном городке Энчёпинге, что в 70 км от Стокгольма.

О том, что он под наблюдением спецслужб, Соколов не забывал до последнего часа своей жизни. Правда, в 1954 году дело шпиона Соколова было закрыто: он уже был не интересен нашим спецслужбам.

Соколов женился на шведке Ютте Салин и стал Паулем Салиным. От этого брака родились двое сыновей. Господин Салин жил тихой жизнью. Только одно его беспокоило: вдруг за ним придут? Типичная болезнь шпиона со стажем. Его последнее место работы – массажист в спортивном клубе. Скончался в 1971 году, в возрасте 80 лет, от опухоли мозга в Стокгольме, куда в далеком 1912 году впервые приехал защищать честь России.



2019

Январь –
май

Календарь спортивного менеджера

Международные соревнования, форумы и мероприятия

- 10–15 января.** Чемпионат мира по гандболу среди мужских команд. Дания – Германия.
- 25–27 января.** Чемпионат мира по санному спорту. Винтерберг, Германия.
- 5–17 февраля.** Чемпионат мира по горнолыжному спорту. Оре, Швеция.
- 20 февраля – 3 марта.** Чемпионат мира по лыжным видам спорта. Зеефельд, Австрия.
- 2–12 марта.** XXIX Всемирная зимняя универсиада. Красноярск, Россия.
- 7–17 марта.** Чемпионат мира по биатлону. Эстерсунд, Швеция.
- 10–17 марта.** Чемпионат мира по биатлону. Эстерсунд, Швеция.
- 10–17 марта.** Ежегодное общее собрание ассоциации национальных олимпийских комитетов Океании (The Oceania National Olympic Committees, ONOC). Нанди, Фиджи.
- 13–14 марта.** Ежегодный симпозиум Всемирного антидопингового агентства (ВАДА) и Всемирная конференция ВАДА о допинге в спорте. Лозанна, Швейцария.
- 14–21 марта.** 15-я Специальная летняя олимпиада. Абу-Даби, Объединенные Арабские Эмираты.
- 16–24 марта.** Чемпионат мира по керлингу среди женских команд. Силькеборг, Дания.

28–29 марта. Сессия Межправительственного комитета по физической культуре и спорту ЮНЕСКО (CIGEPS UNESCO). Женева, Швейцария.

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.

20–27 апреля. Чемпионат мира по керлингу среди смешанных пар. Ставангер, Норвегия.

5–10 мая. Международная конвенция «СпортАккорд». Голд-Кост, Австралия.

10–11 мая. Семинар европейских олимпийских комитетов (ЕОС). Дуррес, Албания.

10–26 мая. Чемпионат мира по хоккею с шайбой среди мужских команд. Братислава/Кошице, Словакия.

15–19 мая. Чемпионат мира по таэквондо. Манчестер, Великобритания.

28–29 мая. Конференция *The Spot*. Организатор – *ThinkSport*. Лозанна, Швейцария.

30 мая – 15 июля. Кубок мира по крикету. Англия/Уэльс.

Выставки и ярмарки.

Январь – март 2019

7 января. Фестиваль семейного досуга «Рождественский Спортлэнд – 2019». Москва, Россия.

9–13 января. Международная выставка яхт *London Boat Show 2019*. Лондон, Великобритания.

- 10–13 января.** Международная выставка туризма, путешествий и отдыха *Ferien Messe Wien 2019*. Вена, Австрия.
- 11–14 января.** Международная выставка дайвинга *Paris International Dive Show 2019*. Париж. Франция.
- 12–13 января.** Выставка парапланеризма *Thermik 2019*. Штутгарт, Германия.
- 16–19 января.** Китайская международная выставка оборудования и технологий для горнолыжных курортов *Alpites China 2019*. Пекин, Китай.
- 16–19 января.** Китайская международная выставка спортивных товаров, одежды и обуви *ISPO Beijing 2019*. Пекин, Китай.
- 21–23 января.** Выставка-презентация спортивной, повседневной и туристической одежды, обуви, аксессуаров и оборудования *Sport Casual Moscow 2019*. Москва, Россия.
- 23–24 января.** Международная выставка туризма, индустрии встреч и event-менеджмента *Conventa 2019*. Словения, Любляна.
- 24–27 января.** Выставка товаров и услуг для спорта и фитнеса *Wellness and Fitness 2019*. Братислава, Словакия.
- 25–27 января.** Международная выставка туризма и активного отдыха *Adventur 2019*. Вильнюс, Литва.
- 26 января – 2 февраля.** Спортивно-музыкальный фестиваль *Rosafest 2019*. Роза Хутор, Сочи, Россия.
- 30 января – 3 февраля.** Выставка товаров для спорта и активного отдыха *Aktiv & Fit 2019*. Ганновер, Германия.
- 31 января – 3 февраля.** Выставка *Moscow Dive Show 2019*. Москва, Россия.
- 6–9 февраля.** Международная выставка спортивных товаров, одежды и обуви *ISPO Munich 2019*. Мюнхен, Германия.

7–9 февраля. Международная велосипедная выставка-шоу «ВелоПарк 2019». Москва, Россия.

1–7 марта. Международный фестиваль йоги *International Yoga Festival 2019*. Римикеш, Индия.

1–7 марта. Международная выставка подводного спорта (европейское дайвинг-шоу) *EudiShow 2019*. Болонья, Италия.

7–9 марта. Международная выставка товаров для здоровья, велнес и фитнес *IWF Shanghai 2019*. Шанхай, Китай.

8–11 марта. Международная выставка охотничьего и спортивного оружия, средств самообороны и товаров для отдыха на открытом воздухе *IWA OutdoorClassics 2019*. Нюрнберг, Германия.

9–11 марта. Международная туристская выставка «Интурмаркет 2019». Москва, Россия.

12–14 марта. Московская международная туристическая выставка *МИТТ 2019*. Москва, Россия.

15–17 марта. Выставка здорового образа жизни, велнеса, активного отдыха *GO Expo 2019*. Хельсинки, Финляндия.

16–17 марта. Международный фестиваль фитнеса *Fitexpo 2019*. Москва, Россия.

21–24 марта. Международная выставка товаров для гольфа *Salon du Golf 2019*. Париж, Франция.

24–26 марта. Международная выставка горнолыжного туризма *International Ski Travel Market (ISTM) 2019*. Эцталер-Ахе, Австрия.

27–28 марта. Выставка спортивных товаров и услуг *Sportec. Greentec. Gymtec. Fysiotec (SGGF) 2019*. Хельсинки, Финляндия.

29–31 марта. Выставка велосипедов и велоспорта *The London Bike Show 2019*. Лондон, Великобритания.

Summary

The Future of Clean Sport

This issue of RIOU Herald looks at selected materials from the International Research and Practice Conference ‘The Future of Clean Sport: Current Issues, Challenges, Solutions»

«We are guided by national interests and believe in the values of sport»

RUSADA Director General Yuri Ganus talks about the current work of the Russian Anti-Doping Agency.

Interaction between States and Anti-Doping Organisations

The international system of anti-doping regulation has an ambiguous structure involving both states and private organisations, argues RIOU Vice-Rector for Research Nikolay Peshin.

«The doping problem is part of the general human culture»

Effective anti-doping work today rests on two pillars: education and investigation, says RUSADA Deputy Director General Margarita Pakhnotskaya in this interview to Sergey Muravyev.

Moving Forward Towards a Common Goal

Herman Ram, CEO of the Anti-Doping Authority the Netherlands, member of the Board of Directors of the Institute of National Anti-Doping Organisations (iNADO), discusses current challenges facing Russia and sport across the world.

Olympic Sport – The World’s Most Valuable Brand Needs Re-Branding

Sport, as a credible brand, is in crisis. This sentiment was reinforced by recent doping investigations. But what is needed is an evolution of sport rather than a revolution, argues Professor Yannis Pitsiladis.

Launch of the book Doping’s Nemesis by Arne Ljungqvist in Russian

The Russian language version of the book Doping’s Nemesis, describing Professor Arne Ljungqvist’s fight against doping in sports, was released on September 28, 2018 in Moscow.

100

Вестник РМОУ | № 4, 2018

Systematisation of the Process of Sports Event Marketing Management

Andrey Malygin looks at some ways to systematise the management of sports events through classifying, identifying and further using their attributes.

Martial Arts under the Influence of Commercialisation: International Experience and Trends

Oleg Zakharov explores how various marketing initiatives affect the culture and industry of martial arts.

Organizational Behaviour in Sport

The RIOU Library publishing series has seen the release of a new book – the Russian language edition of Organisational Behaviour in Sport authored by James Skinner and Bob Stewart.

«Mountains unite people. If you fall, you are sure to get help, even from your opponents»

Though popular abroad, trail running is just gaining momentum in Russia. The specifics of the sport are explained in this interview by Yekaterina and Dmitry Mityaev, runners with the highest performance index of the International Trail Running Association (ITRA) among Russian athletes.

Wrestler and Doctor Alexander Petrov

Alexander Petrov, a Greco-Roman wrestler and a doctor by profession, won Russia's first silver Olympic medal at the 1908 Olympic Games. Petrov's multifaceted work is discussed by sports historian Yelena Dolgoplova.

How a Defender Became a Spy

Pyotr Sokolov rose to fame in pre-revolutionary Russia as an acclaimed football player, and later became an uncatchable spy. In this article sports historian Yelena Dolgoplova looks at his life and activity.

Annotation

The Future of Clean Sport

On 28 September 2018, the Innovation Center of the Russian Olympic Committee (ROC) hosted the International Research and Practice Conference «The Future of Clean Sport: Current Issues, Challenges, Solutions». This event was organised by the Russian Anti-Doping Agency (RUSADA), RIOU and Moscow State University's Faculty of Law, with support from the ROC and the Russian Ministry of Sport. The conference brought together Russian and international anti-doping experts, researchers and sports leaders at a remarkable moment: just a few days before the event the Executive Committee of the World Anti-Doping Agency (WADA) decided to reinstate RUSADA as compliant with the WADA Code. This issue of RIOU Herald looks at selected materials from the conference.

RUSADA Director General Yuri Ganus: «We are guided by national interests and believe in the values of sport»

In this interview to Sergey Muravyev, RUSADA Director General Yuri Ganus shares his impressions of the conference «The Future of Clean Sport: Current Issues, Challenges, Solutions» held recently in Moscow, and talks about the current work of the Russian Anti-Doping Agency.

Interaction between States and Anti-Doping Organisations

Doping-related investigations often spark media and public debate posing questions such as: Where is the evidence? Are there any substantiated grounds? etc. These questions might be provoked by the structural ambiguity of the international system of anti-doping regulation involving both states and private organisations, as discussed in this article by Nikolay Peshin, RIOU Vice-Rector for Research, Doctor in Law, Professor of the Department of Constitutional and Municipal Law at Lomonosov Moscow State University.

Margarita Pakhnotskaya: «The doping problem is part of the general human culture»

Effective anti-doping work today rests on two pillars: education and investigation. And the main threat to clean sport lies in the fact that the inevitability of punishment will not deter everyone, according to RUSADA Deputy Director General Margarita Pakhnotskaya. In this interview to Sergey Muravyev, she talks about various aspects of the work of the Russian Anti-Doping Agency.

Moving Forward Towards a Common Goal

This article by Herman Ram, CEO of the Anti-Doping Authority the Netherlands, member of the Board of Directors of the Institute of National Anti-Doping Organisations (iNADO), provides an overview of the development of anti-doping policies and discusses current challenges facing Russia and sport across the world.

Olympic Sport – The World’s Most Valuable Brand Needs Re-Branding

Sport, as a credible brand, is in crisis. This sentiment was reinforced by recent revelations of the high doping prevalence at the very elite level of sport, not confined only to Russia. It is clear that anti-doping today is nowhere near as effective as stakeholders in sport and the public at large desire (e.g., the fact that only a small minority of the frequently tested elite athletes among the numerous doping scandals were caught through a positive drug), yet it makes little sense to start afresh, especially given recent signs of progress. What is needed is an evolution of sport rather than a revolution, argues Professor Yannis Pitsiladis, Collaborating Centre of Sports Medicine, University of Brighton, Eastbourne, UK; Department of Movement, Human and Health Sciences, University of Rome Foro Italico, Rome, Italy; International Federation of Sports Medicine (FIMS), Lausanne, Switzerland.

Launch of the book Doping’s Nemesis by Arne Ljungqvist in Russian

The Russian edition of the book *Doping’s Nemesis*, describing Professor Arne Ljungqvist’s fight against doping in sports, was released on September 28, 2018 in Moscow on the occasion of the RUSADA anti-doping conference «The Future of Clean Sport: Current Issues, Challenges, Solutions». Professor Ljungqvist was invited to attend but could unfortunately not be present in person. RUSADA Director General Yuri Ganus delivered an opening speech introducing the work by Professor Ljungqvist and the new Russian version of his book. The presentation was followed by a personal video greeting from Professor Ljungqvist.

Systematisation of the Process of Sports Event Marketing Management

Sports events are the core element of the sports industry. They attract the attention of billions of people around the world. One of the most important challenges for modern sports marketing is turning trivial «sports events» into successful market products. This article by Andrey Malygin, Chair of Sports Marketing at the Synergy University, looks at some ways to systematise the management of sports events through classifying, identifying and further using their attributes.

Martial Arts under the Influence of Commercialisation: International Experience and Trends

As a professional martial arts practitioner and head of a sports organisation, I am deeply interested in understanding how various marketing initiatives affect the culture and industry of martial arts, says Oleg Zakharov, Master of Sport Administration, top-level coach and president of the Rostov Kyokushin Association. In this article he discusses how modern marketing influences the perception of masters among students, how commercialisation may possibly change the very notion of martial arts and quality of training, and – more broadly – how commercialisation affects the traditional culture of martial arts.

Organizational Behaviour in Sport

The RIOU Library publishing series has seen the release of a new book – the Russian language edition of Organisational Behaviour in Sport authored by James Skinner and Bob Stewart. This article explains what the book is about, and which audience it targets.

Yekaterina and Dmitry Mityaev: «Mountains unite people. If you fall, you are sure to get help, even from your opponents»

Though popular abroad, trail running is just gaining momentum in Russia. Yet, this sport has a growing army of fans in the country, and Russian trail runners show impressive results at competitions. Yekaterina and Dmitry Mityaev have the highest performance index of the International Trail Running Association (ITRA) among Russian athletes. In this interview, they tell the readers how to run a 120-km race in the mountains and then teach others to do it. The Mityaevs met with journalist Irina Sizova at the Rosa Khutor resort in Sochi, where they ran a specialised training camp for everyone.

Wrestler and Doctor Alexander Petrov

Alexander Petrov, a Greco-Roman wrestler and a doctor by profession, won Russia's first silver Olympic medal at the 1908 Olympics in London. Petrov's multifaceted work as an athlete, researcher, teacher and founder of a theatrical tradition is discussed in this article by Yelena Dolgopolova, Associate Professor of the Department of History of Physical Culture, Sport and Olympic Education at the Russian State University of Physical Education, Sport, Youth and Tourism (Moscow).

How a Defender Became a Spy

Pyotr Sokolov rose to fame in pre-revolutionary Russia as an acclaimed football player. He joined the Russian national team to compete at the Stockholm 1912 Olympic Games. Later he became an uncatchable spy working for the intelligence services of Finland, Germany and the UK. This article by sports historian Yelena Dolgopolova describes his life and activity.



РОССИЙСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОЛИМПИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ



**Интерактивные лекции
лучших преподавателей
и экспертов отрасли**

**Программы повышения
квалификации
для руководителей
и специалистов:**

- Спортивный менеджмент
- Спортивный маркетинг
- Управление объектами
- Формирование безбарьерной среды
- Спортивное право и безопасность в спорте



**Примеры из российской
и зарубежной практики**

**Знакомство с работой
спортивных объектов**



**Наследие Игр:
опыт, знания,
навыки**

**Программы
учитывают
потребности
профессиональной
аудитории. По итогам
обучения выдается
сертификат РМОУ**



Более подробная информация о содержании образовательных программ:

тел. +7 (495) 956-24-30

e-mail: programs@olympicuniversity.ru

www.olympicuniversity.ru