



www.olympicuniversity.ru

декабрь № 3-4 (52-53) / 2024

ВЕСТНИК

Российского Международного
Олимпийского Университета



УНИВЕРСИТЕТУ 15 ЛЕТ

ВЕСТНИК

РОССИЙСКОГО
МЕЖДУНАРОДНОГО
ОЛИМПИЙСКОГО
УНИВЕРСИТЕТА

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

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

Владимир ВАСИН,
почетный вице-президент
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,
вице-президент
Московского
финансово-промышленного
университета «Синергия»,
профессор, д. э. н.

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

Олег ХОДЕНКОВ, директор издательских и медиапрограмм РМОУ

РЕДАКЦИЯ

Сергей МУРАВЬЕВ, главный редактор

Ольга БЛАГОДАТСКИХ, бильдредактор

Павел ЕРЕМИН, дизайн-макет

Павел МХЕИДЗЕ, дизайн и верстка

КОНТАКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

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

Адрес редакции: 119270, Москва, Лужнецкая набережная, д. 8, стр. 1

Тел.: +7 (495) 956-24-30; факс: +7 (495) 956-24-31

E-mail: vestnik@olympicuniversity.ru

www.olympicuniversity.ru

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

Номер заказа &&&-от ?? ? 2025 года.

Тираж 700 экземпляров.

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



СОДЕРЖАНИЕ

4

ОТ ПЕРВОГО ЛИЦА

**Лев Белоусов: «В пятнадцатилетнем возрасте
наивысшие достижения впереди»**

*Ректор РМОУ – о том, что достигнуто за эти годы
и чем сегодня живет университет*

10

УНИВЕРСИТЕТУ 15 ЛЕТ

Основные вехи в фактах и фотографиях

16

ОТ ПЕРВОГО ЛИЦА

**Дмитрий Чеканов: «Виды на Волгу у нас прекрасные,
такой же должна быть и спортивная инфраструктура»**

*Руководитель департамента физической культуры и спорта
городского округа Самара – о мотивации к учебе и конкретном
проекте*

22

ОЛИМПЕЙСКАЯ КОЛЛЕКЦИЯ

**Аудитория выставки «Покорившие Олимп» в Казани
превысила 25 тысяч человек**

26

РМОУ

Шаг за шагом, день за днем

Хроника деятельности университета

30

ПРАКТИКА УПРАВЛЕНИЯ

Сергей Муравьев. Остров сокровищ

*Как училище олимпийского резерва в Бронницах стало
модельным*

38

СПОРТИВНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Светлана Донцова. Привлечение зрителей

на соревнования по греко-римской борьбе
*Исполнительный директор Федерации спортивной борьбы
Республики Башкортостан изучает актуальную проблему*

50

ИНДУСТРИЯ СПОРТА

**Владимир Леднев. Российский спорт: новые
возможности и перспективы**

Перенастройка системы управления спортом

Лев Белоусов: «В пятнадцатилетнем возрасте наивысшие достижения впереди»

УНИВЕРСИТЕТ ОТМЕТИЛ 15-ЛЕТИЕ. ОСЕНЬЮ 2009 ГОДА ОН БЫЛ УЧРЕЖДЕН РАСПОРЯЖЕНИЕМ ПРАВИТЕЛЬСТВА РФ В СООТВЕТСТВИИ С МЕМОРАНДУМОМ О ВЗАИМОПОНИМАНИИ МЕЖДУ МЕЖДУНАРОДНЫМ ОЛИМПИЙСКИМ КОМИТЕТОМ, ОРГКОМИТЕТОМ «СОЧИ 2014» И ОЛИМПИЙСКИМ КОМИТЕТОМ РОССИИ. О ТОМ, ЧТО ДОСТИГНУТО ЗА ЭТИ ГОДЫ И ЧЕМ СЕГОДНЯ ЖИВЕТ УНИВЕРСИТЕТ, РАССКАЗАЛ РЕКТОР РМОУ АКАДЕМИК РАО ПРОФЕССОР ЛЕВ БЕЛОУСОВ.

Уже в течение 15 лет вы возглавляете Российский Международный Олимпийский Университет. В спорте эти пятилетки заметно отличались друг от друга. Согласитесь ли вы с этим? Ничего удивительного, ведь мы живем в быстро меняющемся мире – так я мог бы сказать, но это было бы слишком простым объяснением. Если уж мерить пятилетками, давайте вспомним и слово «план». С самого начала он был отражен в миссии университета: создать лучшее учебное заведение нового поколения

в сфере спортивного менеджмента, готовить лидеров для индустрии спорта, сохранять и развивать наследие Игр Сочи-2014. Все три задачи реализуются. Иначе говоря, все идет по плану. Это важно подчеркнуть, чтобы не сложилось впечатления, будто перемены, о которых вы говорите, заставляют нас плыть по воле волн.

Логично разделять историю университета скорее на два периода – до и после Олимпийских и Паралимпийских игр Сочи-2014. РМОУ включился в подготовку ка-



Фото: РМОУ

дров на предолимпийском этапе, а после Игр был признан ключевым элементом их гуманитарного наследия. И к этой очень лестной характеристике я бы добавил: сегодня университет обеспечивает качественный прорыв в области бизнес-образования в спорте.

Недавно вышла в свет книга «Сложные времена олимпийского спорта», в которой вы с соавторами анализируете причины и следствия бойкотов, санкций внутри олимпийского движения. Эта тема снова актуальна. Чему учит история?

Тому, что подобные демарши приводят разве что к эрозии олимпийского спорта. И наоборот, самыми успешными и яркими Олимпийские игры получались, когда в них наряду с другими лучшими командами принимала участие наша сборная. Россия – спортивная держава и всегда была таковой, без нее мировой спорт неполноценен. Это и сегодня понимают многие за рубежом. Конфронтация не приносит пользы никому, и поэтому она рано или поздно закончится.

Среди вызовов последнего времени была еще и пандемия, заморозившая спортивные соревнования почти повсеместно. В декабре 2021 года вы рассказывали, как перестраивался учебный процесс, как выросла доля онлайн-занятий. Используются ли они сегодня?

В период пандемии информационные технологии действительно получили мощнейший импульс, но тренд на цифровизацию образования

наметился еще раньше и в полном соответствии с пословицей «не было бы счастья, да несчастье помогло» был поддержан коммуникационным бумом.

Все, что делает обучение удобнее и доступнее, в конечном счете повышает его эффективность. Каждая наша программа включает элементы работы с использованием цифровых инструментов, будь то доступ к базам данных или онлайн-занятия. Но едва ли кто-то будет спорить с тем, что личное общение между студентами и преподавателями со временем только растет в цене. Мы соблюдаем баланс между занятиями в аудитории, самостоятельной работой слушателей и дистанционными занятиями. Для меня, как человека с более чем 40-летним опытом преподавания в МГУ имени М.В. Ломоносова, принципиально важен живой контакт между преподавателем и слушателем.

РМОУ привлекает едва ли не все аудитории, так или иначе имеющие отношения к спорту, от тренеров и атлетов до министров, директоров, менеджеров, координаторов антидопинговой работы. Можете ли вы назвать один универсальный тезис, характеризующий подход к каждому студенту?

Если задать вопрос: «Кто главный человек в университете?», с ходу обычно отвечают: «Ректор». Нет, главный человек – студент! С первых лет существования университета (который, напомним, является организацией дополнительно-

го профессионального образования) для каждого слушателя мы стараемся создавать максимально удобную среду. У нас учатся состоявшиеся люди, с высшим образованием. Это означает, что большинство из них вовлечены в профессиональную деятельность и для них принципиально важна «индивидуальная траектория». Это понятие в определенный момент стало в нашей работе ключевым. Для каждой аудитории мы разрабатываем учебные планы с учетом их потребностей, графика, ритма жизни. Это и есть индивидуальная траектория.

Вместе с тем для РМОУ изначально был важен социальный аспект: способствовать тому, чтобы по завершении соревновательной карьеры спортсмены получили возможность найти себя в новом качестве. Атлет может достичь многого на арене, на ковче, на треке, но впереди в его жизни всегда новые вызовы. Его конкурентные преимущества предопределены знанием

НАШИ СЛУШАТЕЛИ ПОЛУЧАЮТ НОВЫЕ ЗНАНИЯ, НО И МЫ ОБОГАЩАЕМСЯ ЗА СЧЕТ ЗНАКОМСТВА С ИХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫМ ОПЫТОМ. ЭТО ПОМОГАЕТ СДЕЛАТЬ СЛЕДУЮЩИЕ ПРОГРАММЫ ЕЩЕ БОЛЕЕ ПРАКТИКООРИЕНТИРОВАННЫМИ

спорта изнутри, но этого недостаточно, нужно подкреплять их навыками в управлении, бизнесе, аналитике, и университет дает ресурс для такого роста.

Спортсменов отличают смелость и воля к победе, дисциплинированность, здоровая амбициозность. Эти качества не менее важны и в управлении, ведь багаж знаний еще не гарантирует успеха. Необходимы креативность и при этом умение воплощать идеи в жизнь. Задача наших преподавателей состоит в том, чтобы раскрыть интеллектуальный потенциал каждого слушателя.

Среди наших выпускников сотни именитых атлетов, чемпионы Олимпийских и Паралимпийских игр, мира и Европы. Так, программа «Мастер спортивного управления» (МСУ) была разработана вместе с комиссией спортсменов ОКР для действующих и завершивших соревновательную карьеру спортсменов. Она обеспечивает новую

возможность для экс-атлетов – попробовать свои силы в отрасли спортивного менеджмента и государственного управления спортом. Программа реализуется в сотрудничестве с Фондом поддержки олимпийцев России, который предоставляет гранты для обучения спортсменов с высокими спортивными званиями.

А есть ли что-то общее, объединяющее ваших слушателей, к какой бы аудитории они ни относились?

Любовь и преданность спорту. И кое-что еще. «Больше практики!» – так нам говорят многие слушатели, когда мы собираем их отзывы об учебном процессе. Они хотят изучать менеджмент, маркетинг и другие дисциплины на конкретных примерах. Поэтому в нашу орбиту вовлечены преподаватели и эксперты, у каждого из которых за плечами серьезный практический опыт.

Мы также сотрудничаем с организациями, деятельность которых – это и есть та самая практика. Например, «Юг Спорт». РМОУ является надежным образовательным партнером администрации Краснодарского края с момента открытия кампуса в Сочи. Свыше 300 действующих и будущих управленцев Кубани, включая именитых спортсменов и тренеров, обучались у нас. Это и легендарное спортивное общество «Динамо», с которым нас связывают очень доверительные, партнерские

отношения. Руководство «Динамо» понимает необходимость повышения квалификации кадров и работает на перспективу.

Кстати, это улица с двусторонним движением: слушатели получают новые знания, но и мы обогащаемся за счет знакомства с их собственным профессиональным опытом. Это помогает сделать следующие программы еще более практикоориентированными. Ну а главный результат обучения – успешное применение знаний и навыков в ежедневной работе.

Вы сказали о преподавателях и экспертах. Среди тех, кого РМОУ приглашал к работе, всегда были иностранные специалисты. Вероятно, в последнее время привлекать их стало сложнее?

Сложнее, чаще по техническим причинам, иногда по политическим. Но я бы не сказал, что число международных экспертов крити-



Фото: РМОУ

чески снизилось. Мы убеждены, что образование должно интегрировать лучшие мировые практики, а это неразрывно связано с обменом знаниями между ведущими университетами и организациями, действующими в индустрии.

Каким сегодня вам видится статус РМОУ на международном уровне?

Мы сохранили интернациональный пул преподавателей (в разные годы представительство менялось, а в общей сложности мы приглашали профессоров из 12 стран со всех континентов), продолжаем нашу флагманскую международную мастерскую программу, преподаваемую на английском языке, «Мастер спортивного администрирования» (в досанкционные времена она котировалась в мировых и европейских рейтингах среди лучших программ образования в области спорта), ее выпускники – это сотни специалистов из 87 стран мира. В этом году среди иностранных слушателей наибольшее представительство получили Китай и Индия, а в целом ребята представляют десять стран.

Кроме того, с нами взаимодействует целый ряд международных спортивных федераций, на-

циональных олимпийских комитетов, обеспечивая в том числе экспертную поддержку.

Напомню, что с момента создания РМОУ является официально признанным МОК региональным центром олимпийских исследований, реализует образовательную и научную программу в интересах мирового олимпийского спорта. Наши слушатели и выпускники могут быть приняты в центре олимпийских исследований МОК в качестве стажеров. Это вклад университета в продвижение интересов российского спорта на международном уровне, работа на имидж России как мировой спортивной державы. Взаимодействуя с МОК, РМОУ проводит исследования, результаты трансформируются в формат кейсов, т. е. научно обобщенных материалов, предназначенных для обучения по программам бизнес-образования в спорте.

Университет продолжает анализ зарубежных практик, оценивает потенциал их использования в России. В рамках издательского проекта «Библиотека РМОУ» ежегодно публикуются книги и пособия по самым актуальным проблемам. А «Дайджест спортивного менеджмента», который мы издаем, получил наивысшую признательность от таких структур, как Всемирная органи-



Фото: РМОУ

зация спортивного менеджмента и Европейская ассоциация спортивного менеджмента.

Университет взаимодействует также и с российскими вузами. По каким направлениям?

Мы создали сетевые партнерства с элитными российскими вузами – МГУ и МГИМО. Вместе реализуем пять совместных магистерских программ в таких сферах, как спортивный менеджмент, спортивное право и в последнее время спортивный туризм.

География работы университета широка, при этом есть два ключевых города с точки зрения учебного процесса: планы нередко верстаются под обучение как в Сочи, так и в Москве, олимпийских столицах нашей страны. Это нетипично для российского образования. Можно ли назвать это конкурентным преимуществом университета?

Безусловно. Отзывы наших слушателей это подтверждают. Для них возможность побывать в Сочи с профессиональными целями является дополнительным стимулом, ведь это не просто город-курорт, а олимпийская столица, и наши слушатели, в частности, проходят практику на

спортивных объектах горного и прибрежного кластеров. Это придает университету уникальность.

Кампус университета в Сочи – наша гордость. Вообще, хороший университет – не просто место, где преподаватели и студенты обмениваются знаниями. Здесь формируется интеллект во всех его формах, что предполагает целую систему многовариантных взаимодействий между участниками образовательного процесса. Этой задаче подчинен и наш кампус, открытый в 2013 году в преддверии белой Олимпиады. В его архитектурной концепции еще на стадии проектирования были заложены принципы многофункциональности, мультимедийности и технологичности.

РМОУ располагает превосходно оснащенным информационно-ресурсным центром, включающим уникальную коллекцию учебных пособий и книг на разных языках, и является хранителем архива оргкомитета «Сочи-2014». Наследие таких мегасобытий, как Игры Сочи – 2014 и чемпионат мира по футболу-2018, мы храним и изучаем. Они – вершина спортивного менеджмента, благодаря их проведению был обновлен фундамент, на котором базируется отечественный спорт.

Если говорить о Москве, то наши учебные аудитории располагаются на Лужнецкой набережной в здании Олимпийского комитета России. Здесь же – офисы подавляющего большинства всероссийских спортивных федераций. Мы работаем с коллегами на расстоянии рукопожатия, если можно так выразиться. Это удобно и продуктивно как с точки зрения рабочего взаимодействия, так и образовательного процесса. Цифры красноречивы: только за последние пять лет более тысячи сотрудников различных общероссийских федераций прошли курсы повышения квалификации в РМОУ.

Расскажите о культурных проектах университета. Какие из них вы бы выделили?

К олимпийскому багажу можно относиться как к полезному опыту менеджмента, но также этот багаж наполнен яркими эмоциями и образами – всем тем, что формирует понятие «слава спорта». Эта сторона, действительно, относится скорее к области просвещения и культуры, нежели профессионального образования. Она важна и много значит для нас.

Я отмечу в первую очередь создание в нашем кампусе центра OVAL (от англ. Olympic Virtual Athletic Land. – Прим. ред.) и выставочную деятельность с Олимпийской коллекцией Владимира Потанина. OVAL – единственный в России интерактивный информационно-образовательный центр, посвященный истории Олимпийского движения и сочинским Играм. Оказавшись там, посетитель заново переживает эмоции, наполнявшие его в памятные дни 2014 года. А если он помоложе и воочию Игр не видел, может вообразить себя на месте атлета: симуляторы позволяют спуститься по горнолыжной трассе или пройти биатлонную дистанцию и пострелять из винтовки.

Ну а выставки Олимпийской коллекции, которая является одним из крупнейших в мире частных собраний олимпийских артефактов (и публично демонстрируется, что большая редкость), – это яркое напоминание о гуманистических идеалах олимпизма. Минувшим летом экспозиция была открыта в течение 95 дней в Казани, где проходили Игры БРИКС. Ее посетили более 25 тыс. человек; это был уже шестой «передвижной» проект (мы употребляем это сравнение, т. к. устраиваем экспозиции в разных

городах, принимающих крупные спортивные мероприятия) вслед за выставками в Минске, Москве, Пекине, Сочи и Санкт-Петербурге. Каждая такая выставка – как напоминание о связи времен на более чем 120-летнем пути нашей страны в олимпийском движении.

Учитывая все это, не будет преувеличением сказать: деятельность университета способствует созданию гуманитарных условий для превращения Сочи в один из ведущих научных, образовательных, спортивных и культурных центров России и мира.

В завершение хочется спросить, каким вам видится будущее университета.

Мы стремимся быть динамичными, оперативно реагировать на запросы индустрии. Так должно быть и впредь. Приведу такой пример. Еще в 2017 году мы первыми среди учебных заведений России заключили соглашение с нацио-

ХОРОШИЙ УНИВЕРСИТЕТ – НЕ ПРОСТО МЕСТО, ГДЕ ПРЕПОДАВАТЕЛИ И СТУДЕНТЫ ОБМЕНИВАЮТСЯ ЗНАНИЯМИ. ЗДЕСЬ ФОРМИРУЕТСЯ ИНТЕЛЛЕКТ ВО ВСЕХ ЕГО ФОРМАХ, ЧТО ПРЕДПОЛАГАЕТ ЦЕЛУЮ СИСТЕМУ МНОГОВАРИАНТНЫХ ВЗАИМОДЕЙСТВИЙ МЕЖДУ УЧАСТНИКАМИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА

нальным антидопинговым агентством. Позднее, когда тема чистоты спорта приобрела особую актуальность, РМОУ без промедления масштабировал антидопинговую работу вместе с РУСАДА и ОКР, и в результате более 1,5 тыс. специалистов по всей стране прошли обучение и курсы повышения квалификации. Эта конкретная история показывает и наши возможности, и наш настрой.

А если говорить образно... В спорте 15-летний возраст – прекрасное время. На тренировках уже заложена база, на соревнованиях приобретен опыт, а расцвет атлета и его наивысшие достижения впереди. Эту аналогию уместно применить к университету. Мы в прекрасной форме, заслужили известность, заработали хорошую репутацию и сделали немало. Но хотим и можем добиться большего!

15 ЛЕТ РМОУ

Июль 2007

Сочи побеждает в борьбе за право на проведение Олимпийских игр 2014 года (Гватемала)

Август 2008

Подписание Меморандума о взаимопонимании между МОК, Оргкомитетом «Сочи 2014» и ОКР, согласно которому в России будет открыт олимпийский университет (Пекин)

Март 2009

Соглашение между МОК, Оргкомитетом «Сочи 2014» и ОКР о создании РМОУ (Лозанна)

Июнь 2009

Распоряжение Правительства РФ об учреждении Российского Международного Олимпийского Университета

Февраль 2010

Презентация РМОУ (Ванкувер)

Июнь 2010

Закладка капсулы с посланием Владимира Путина в фундамент строящегося кампуса университета (Сочи)

Июль 2011

Мемуары Пьера де Кубертена, ранее не издававшиеся на русском языке, – первое издание в серии «Библиотека РМОУ», которая сегодня насчитывает более 30 книг и учебных пособий. Вышел в свет первый номер научно-популярного журнала «Вестник РМОУ»

Ноябрь 2011

Старт международных программ

Июль 2012

Презентация программы «Мастер спортивного администрирования» (Лондон)

Ноябрь 2012

В партнерстве с Благотворительным фондом Владимира Потанина запущен международный стипендиальный конкурс «Олимпийские стипендии» (Москва)

Декабрь 2012

Начало сотрудничества с Фондом поддержки олимпийцев России (Москва)



Сентябрь 2013

Торжественное открытие кампуса и запуск программы «Мастер спортивного администрирования» (Сочи)

Сентябрь 2013

Соглашение с Оргкомитетом «Сочи 2014» о присвоении РМОУ статуса хранителя архива Игр

Февраль – март 2014

Стажировка на Олимпийских и Паралимпийских играх слушателей первого набора программы «Мастер спортивного администрирования» (Сочи)

Май 2015

Правительство КНР рекомендовало РМОУ для подготовки китайских специалистов (Пекин)

Ноябрь 2015

Создание Центра олимпийского наследия на базе архива Игр-2014 (Сочи)

Ноябрь 2016

Открыта Олимпийская образовательная программа, разработанная совместно с ОКР (Москва)

Июль 2017

Программа «Мастер спортивного администрирования» занимает второе место в Европе согласно авторитетному рейтингу SportBusiness International

Декабрь 2017

Соглашение о партнерстве и реализации образовательных проектов с РУСАДА (Москва)

Сентябрь 2018

Старт программы «Мастер спортивного управления» (Москва – Сочи)

Апрель 2019

Проводятся первые специализированные курсы для тренеров высшей квалификации, география которых охватила впоследствии Москву, Сочи, Волгоград, Коломну, Бронницы, Рузу и другие города

Июнь 2019

В управление РМОУ передана коллекция олимпийских артефактов Владимира Потанина. Первая выставка – в Минске в дни II Европейских игр



Декабрь 2019

Гостем торжественного собрания по случаю 10-летнего юбилея университета стал Владимир Путин (Сочи)

Декабрь 2019

Открыт интерактивный информационно-образовательный центр OVAL (Сочи)

Ноябрь 2020

Программа РМОУ и ОКР для представителей Международной ассоциации спорта для всех (TAFISA)

Июнь 2021

Соглашение с обществом «Динамо» дает старт долгосрочному сотрудничеству в области образования

Сентябрь 2021

Вышел в свет первый выпуск «Дайджеста спортивного менеджмента». Дайджест издается в партнерстве со всемирной и европейской ассоциациями

Октябрь 2021

Открыта совместная с Министерством спорта России образовательная программа «Команда-2030» для руководителей региональных и муниципальных органов власти в сфере спорта

Ноябрь 2022

РМОУ представил слушателям программы, посвященные развитию корпоративного спорта

Июнь 2023

Диплом о профессиональной переподготовке выдан 10-тысячному выпускнику

Февраль 2024

Серия образовательных и научных мероприятий навстречу празднованию 10-летия Олимпийских игр в Сочи

Декабрь 2024

Министр спорта России, президент ОКР Михаил Дегтярев посетил кампус в Сочи



Дмитрий Чеканов: «Виды на Волгу у нас прекрасные, такой же должна быть и спортивная инфраструктура»

В СОСТАВ ГРУППЫ СЛУШАТЕЛЕЙ, ОБУЧАЮЩИХСЯ В ЭТОМ ГОДУ ПО ПРОГРАММЕ «МАСТЕР СПОРТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ», ВОШЕЛ РУКОВОДИТЕЛЬ ДЕПАРТАМЕНТА ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА ГОРОДСКОГО ОКРУГА САМАРА ДМИТРИЙ ЧЕКАНОВ. МЫ ПОГОВОРИЛИ О МОТИВАЦИИ РУКОВОДИТЕЛЯ И КОНКРЕТНОМ ПРОЕКТЕ, КОТОРЫЙ ОН РЕАЛИЗУЕТ И РАССЧИТЫВАЕТ ОБКАТАТЬ ВО ВРЕМЯ УЧЕБЫ.

Расскажите, как вы узнали о РМОУ и как выбрали программу обучения.

Первым человеком, который несколько лет назад обратил мое внимание на университет, была Вера Константиновна Богуш, президент Федерации фигурного катания Самарской области, член исполкома всероссийской федерации. Она рассказала, кого и чему учат в РМОУ. Я заинтересовался, почитал бегло на сайте об учебных планах. Первым бросилась в глаза программа «Мастер спортивного администрирования» (МСА), и я даже расстроился, понимая, что не в состоянии буду оторваться от работы на 11 месяцев. Решил, что пока не время. А позже мы как-то разговаривали с одним из коллег, который у вас учился, Александром Легусом из Ярославля (мы хорошо об-

щаемся с коллегами по цеху – руководителями департаментов спорта в других городах, существует целое сообщество, где мы взаимодействуем). Он посоветовал обратить внимание на программу «Мастер спортивного управления», которая позволяет совмещать работу и учебу. И в этом году так совпали звезды, что у меня появилась возможность пройти обучение от нашего департамента как командующей организации.

Команда слушателей, которую я увидел здесь, и те регалии, которыми ребята обладают, очень впечатлили. Такого количества звезд мирового спорта я в одном месте еще ни разу не встречал, а здесь с ними непосредственно соприкасаешься в процессе учебы.



Фото: РМОУ

А у вас есть спортивный бэкграунд?

Никогда не был профессиональным спортсменом, но я из тех людей, про которых можно сказать «физкультурники». Все детство занимался спортом, это моя страсть. Какие только виды не пробовал, искал свою нишу. Хоккей, фехтование, потом тяжелая атлетика, оттуда ушел в вольную борьбу, а затем – в карате, когда оно у нас появилось, и задержался на четыре года (на тот момент карате еще не было официальным видом спорта, не проводились официальные соревнования и не присваивались звания). В 1994 году поступил в университет и на втором курсе, будучи в студенческой команде, понял, что совмещать толком не успеваю. Родители говорили: ты либо спортсмен, либо студент. Но в спортзал мы ходили по-прежнему регулярно, а по окончании университета спорт для себя сохранил. Занимаюсь в зале на тренажерах три раза в неделю, бегаю, в возрасте около 40 лет встал на сноуборд, продолжаю заниматься единоборствами.

Значит, спортивное хозяйство Самары вы знаете изнутри не только как руководитель, но и как потребитель.

Непосредственно в этой сфере работаю больше пяти лет. Одной из ключевых задач департамента является развитие массового спорта – того самого физкультурного направления, близкого мне. Конечно, все направления важны, ведь спорт высших достижений начинается с вовлеченности в массовый спорт. Люди понима-

ют, что у них прекрасно получается в спорте, и выбирают для себя направление, развивают свой талант. Поэтому радею и за спорт высших достижений, за те показатели, которые наш город и наша область должны достигать по количеству спортсменов – призеров не только всероссийских, но и международных соревнований. Чтобы больше самарских ребят было в вашем университете на обучении!

В Самарской области новый губернатор, а в Самаре – новый мэр. Вероятно, и в местном спортивном хозяйстве происходит что-то новое?

Если говорить про наш город и область относительно развития спорта, то перемены очень воодушевляющие. С приходом на пост губернатора Вячеслава Андреевича Федорищева возникли новые посылы, спорту уделяется большое внимание. Появились областные субсидии, разработан план на уровне области по развитию инфраструктуры. В индексе оснащенности спортивными объектами наш регион до сих пор находился на месте ближе к концу – 84-м из 89, а наименьшая обеспеченность спортивными объектами зафиксирована как раз в столице, городе Самара. Задача, которую декларировал губернатор и которая поддерживается новым главой города Иваном Николаевичем Носковым, состоит в том, чтобы исправлять ситуацию и увеличивать количество спортивных сооружений различного типа. Необходимо выполнение и даже перевыполнение показателей нацпроекта.



САМАРА
славится самой длинной речной набережной в России, равно как и самой длинной пляжной зоной у реки, протяженность которой превышает 5 км.
Фото: Департамент физической культуры и спорта городского округа Самара

Установки нацпроекта сформулированы достаточно давно. Мы завершили в 2024 году первый пятилетний этап (необходимо было до 55% увеличить количество регулярно занимающихся физкультурой и спортом), и по прошествии пяти лет я четко понимаю, что количество людей, для которых спорт стал нормой жизни, увеличилось кратно. Большой вклад внесла, пусть не покажется странным, пандемия: когда люди были ограничены в передвижениях, многие стали заниматься физкультурой дома. Сегодня у нас в городе очень много людей и на открытых площадках, и в фитнес-клубах. Как видно, и в Москве тоже: приехав на учебу, я приобрел абонемент в фитнес-клуб, чтобы не отрываться от тренировочного процесса, и удивился посещаемости. В 11 вечера (при условии, что фитнес закрывается в полночь) полный аншлаг с очередями на тренажеры. В Самаре такой же тренд на здоровый образ жизни.

Сейчас обучение по программе «Мастер спортивного управления» на экваторе. Слушатели поработали в Сочи, затем в Москве. Вероятно,

вы уже можете сказать, насколько программа отвечает вашим ожиданиям?

Здорово учиться и в Сочи, и в Москве: иметь возможность посмотреть на Олимпийский комитет России, познакомиться с ним изнутри дорогого стоит!

Принимая решение пойти учиться в РМОУ, понимал важность, во-первых, получения определенных теоретических знаний, а во-вторых, более широкого взгляда, чем мой основной профиль деятельности. С одной стороны, есть набор практических знаний, полученных «на земле», есть понимание, как система функционирует. Я отвечаю за муниципальный спорт и глубоко не касался вопроса, к примеру, олимпийского движения (точнее, касался настолько, насколько это было необходимо во взаимодействии с нашими олимпийскими и паралимпийскими призерами; паралимпиец пловец Кирилл Пульвер завоевал серебро и бронзу на Играх Париж-2024, члены сборной России по фехтованию братья Кирилл и Антон Бородачевы стали серебряными призерами в командной рапире на Олимпийских играх Токио-2020).

Есть еще немало аспектов, которые мне интересны и могут быть полезны в работе. Например, вопросы маркетинга – превосходно подает материал Андрей Малыгин. А в целом все преподаватели яркие и интересные. Незадолго до нашей с вами беседы слушали лекцию Демьяна Сидоренко. Столько тезисов я прежде не записывал



в свою тетрадь, чтобы в дальнейшем воспользоваться, осмысливая применительно к себе.

Вы уже выбрали тему выпускной квалификационной работы?

Еще до момента поступления понимал, какую тему ВКР хочу выбрать. У нас в городе реализуется физкультурно-спортивная акция под названием «Самара в движении». Действует она весь год, но основной акцент приходится на весенне-летний период. Мы создаем на общественных территориях временную спортивную инфраструктуру для жителей города, охватывая при этом парки, скверы, набережную и пляжи. Самара славится самой длинной речной набережной в России, равно как и самой длинной пляжной зоной у реки, протяженность которой превышает 5 км. К примеру, в рамках этой акции на пляже на площади более 8 тыс. кв. м создается инфраструктура на открытом воздухе, где мы организуем занятия с участием фитнес-тренеров из более чем 15 фитнес-центров. В городе сложилось крепкое фитнес-комьюнити, особенно мы все сдружились в пандемийный год. Каждый день по четыре часа проводятся бесплатные тренировки, в этом году локаций было четыре, а в следующем планируется увеличить их число, охватив все внутригородские административные районы.

Ежедневно с 17:00 до 21:00 любой желающий может прийти и согласно графику занятий бесплатно потренироваться. Есть функци-

ЗАДАЧА СОСТОИТ В ТОМ,
чтобы увеличивать в Самаре количество спортивных сооружений различного типа. Необходимо выполнение и даже перевыполнение показателей нацпроекта.

Фото: Департамент физической культуры и спорта городского округа Самара

ональные тренировки как по групповым видам (это может быть и зумба, и сенсейшн, и различные формы растяжек), так и по единоборствам (дзюдо, карате, капоэйра). Все абсолютно демократично, и многие люди свой путь в фитнесе начали с этих наших площадок: когда наступают холодное время года и акция заканчивается, люди уходят в фитнес-залы – многие именно за тем тренером, с которым начали заниматься на открытом воздухе. В парках на этих площадках мы еще принимаем нормативы ГТО, а на пляже один день посвящен киберспорту. Там каждый день работают ведущие, привлекающие людей. На пляже площадку в следующем году решено расширить, потому что перестало хватать места для всех желающих.

Но при этом остается актуальной задача широкого осведомления самарцев о программе. Понимая необходимость повысить уровень информированности, а также степень вовлеченности горожан, я пришел к идее создания цифровой платформы под названием «Самара в движении». И в такую платформу для мотивации жителей нашего города необходимо было



В РАМКАХ ФИЗКУЛЬТУРНО-СПОРТИВНОЙ АКЦИИ «Самара в движении» в летний период ежедневно любой желающий может прийти и согласно графику занятий бесплатно потренироваться.

Фото: Департамент физической культуры и спорта городского округа Самара

ввести элементы геймификации (это сейчас тренд, облегчающий мотивацию людей путем создания игрового элемента и вознаграждения за результаты).

Вы говорите о специальном приложении?

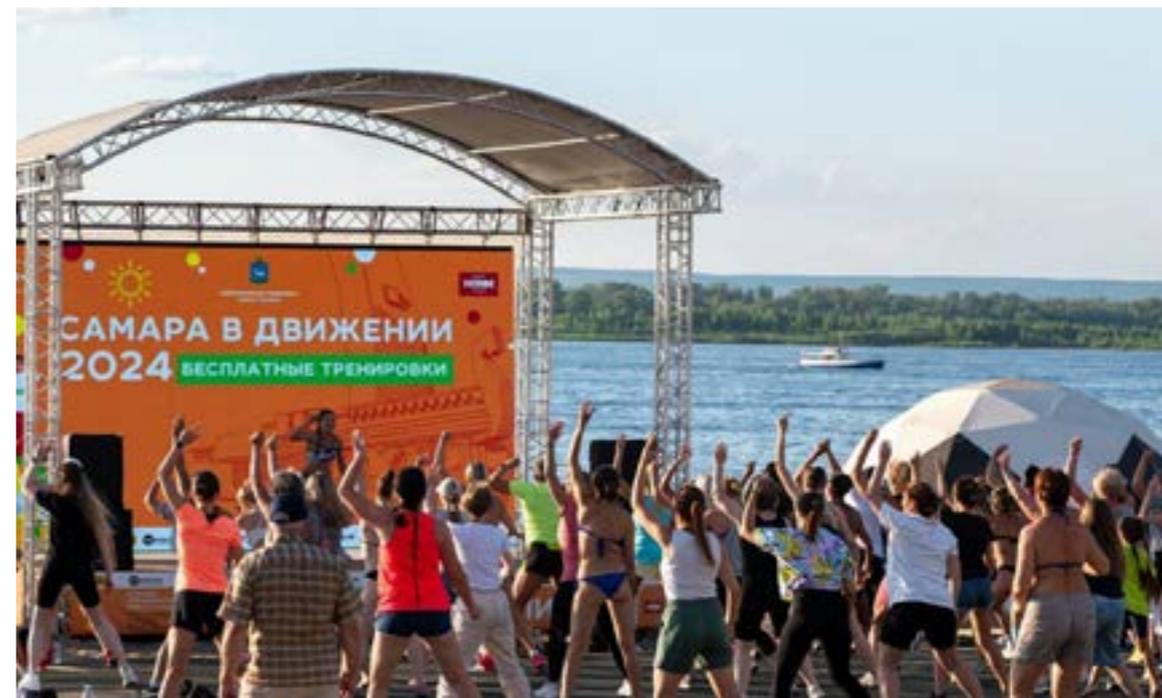
Приложение – часть платформы. Суть такова. Человек, приходя на нашу спортивную площадку, через мобильное приложение, которое является частью программной платформы, регистрируется по QR-коду у инструктора, и тренировка идет ему в зачет. Он копит эти зачетные тренировки, и за каждую ему начисляются баллы. Если ходит регулярно, начинает работать мультипликатор баллов; если пропускает тренировки, мультипликатор сбрасывается. Если человек приглашает другого для участия в тренировках, тоже получает дополнительные баллы. Нельзя назвать эту систему сетевым маркетингом, потому что она не приносит прямой выгоды, тем не менее определенные элементы присутствуют – это так называемая реферальная система.

Также в рамках платформы создается внутренний маркетплейс, на котором участники

смогут обменять эти баллы на товары и услуги. Мы говорили с фитнес-центрами, которые готовы предоставить для этого наборы своей продукции (например, абонементы), с магазинами-партнерами. Хотим также разработать свой мерч для этой программы. У программы вообще довольно много партнеров из разных секторов (например, у нас хорошие отношения с банковским сектором), которые готовы поддержать нас в этом начинании. Для партнеров это доступ к определенной качественной аудитории.

Рабочее название работы «Применение геймификации как инструмент формирования мотивации к систематическим занятиям физической культурой и спортом в городе Самаре». В начале 2025 года разработка этой программной платформы будет запущена, сейчас дорабатывается техническое задание, договор уже заключен. А непосредственно на защите квалификационной работы в РМОУ планирую представить ее как законченный продукт. В новом летнем сезоне она уже должна полноценно работать.

По сути дела я пошел учиться, чтобы иметь возможность, во-первых, получить мнение об этом проекте со стороны экспертов, которые преподают в РМОУ, и чтобы начать развивать этот проект. Осознаю, что едва ли не каждый регион страны пытается сделать что-то похожее, но нет единых подходов (по крайней мере, мне о них не известно). Возможно, когда эта плат-



ПИКОВЫЕ ЗНАЧЕНИЯ ПОСЕЩАЕМОСТИ отмечены в 2024 году, в 2025-м концепция будет пересматриваться и дополняться.

Фото: Департамент физической культуры и спорта городского округа Самара

форма будет запущена и апробирована, ее удастся масштабировать и применять в других городах на безвозмездной основе: бери, заполняй, участвуй.

Сама программа временной инфраструктуры под открытым небом началась в 2018 году, а новый этап с наполнением новыми смыслами мы отсчитываем с 2021 года, т. е. по окончании пандемии. Пиковые значения посещаемости отмечены в 2024 году, в 2025-м будем пересматривать концепцию и добавим новые смыслы (сейчас в пляжной зоне у нас есть около 16 волейбольных площадок, воркаут-зона, зоны для занятий единоборствами, для игры в пляжные футбол и регби, фрисби и т. д., а в 2025 году хотим добавить новый элемент в виде полосы препятствий, теннисные столы, ведем переговоры о спортзале под открытым небом – тренажерке с видом на Волгу).

Сейчас разрабатываем новую концепцию оформления, хочется сделать временную инфраструктуру максимально яркой и красивой. Смыслом объекты наполнены, хочется и впечатляющий внешний вид иметь, когда человек мог бы сказать не только «как это здорово!», но и «как это красиво!». Виды на Волгу у нас прекрасные, и площадка должна соответствовать.

По традиции в завершении интервью хочу попросить вас о напутствии студентам РМОУ.

Как человек, работающий в отрасли, со своей практической точки зрения могу сказать: многие ребята-олимпийцы рассматривают продолжение своей карьеры в плоскости спортивного менеджмента и госуправления. Это могут быть и органы исполнительной власти всех уровней. Если говорить про нашу группу, я безумно полюбил всех своих сокурсников, это замечательные ребята с большим потенциалом, с горящими глазами, каждый из которых многого добился в спортивной жизни, и я уверен, каждый из них сможет применить свои новые навыки, чтобы сделать не только свою жизнь, но и жизнь страны лучше. Надо дерзать, применять знания, приобретенные здесь. И никогда не останавливаться на достигнутом.

Ну а действующим спортсменам (и будущим вашим студентам) хочу пожелать всегда помнить, что есть у нас университет, который всегда поможет найти если не новый смысл, то как минимум дополнительное направление для самореализации. И поможет состояться уже в качестве спортивного управленца.

Аудитория выставки «Покорившие Олимп» в Казани превысила 25 тысяч человек

МИНУВШИМ ЛЕТОМ В КАЗАНЬ СЪЕХАЛИСЬ АТЛЕТЫ И БОЛЕЛЬЩИКИ ИЗ 85 СТРАН, ЧТОБЫ СТАТЬ УЧАСТНИКАМИ СПОРТИВНЫХ ИГР СТРАН БРИКС. СОПУТСТВОВАЛА ЭТОМУ МУЛЬТИСПОРТИВНОМУ СОБЫТИЮ ЯРКАЯ КУЛЬТУРНАЯ ПРОГРАММА, ЧАСТЬЮ КОТОРОЙ БЫЛА ВЫСТАВКА «ПОКОРИВШИЕ ОЛИМП». В ТЕЧЕНИЕ 95 ДНЕЙ ЭКСПОЗИЦИЮ В НАЦИОНАЛЬНОЙ БИБЛИОТЕКЕ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН ПОСЕТИЛИ СВЫШЕ 25 ТЫС. ЧЕЛОВЕК. ЭТО РЕКОРДНАЯ АУДИТОРИЯ ДЛЯ ВЫСТАВОЧНЫХ ПРОЕКТОВ ОЛИМПИЙСКОЙ КОЛЛЕКЦИИ ВЛАДИМИРА ПОТАНИНА.

Отличительной чертой выставки в Казани, организованной совместно с Министерством спорта Республики Татарстан, был не только рекорд посещаемости. Экспозиция практически полностью охватила всю олимпийскую историю современности, от первых Игр в Афинах 1896 года до последних, состоявшихся на момент ее открытия (Пекин-2022). Зрителям была предоставлена редчайшая возможность не просто познакомиться с оригинальными медалями, дипломами, факелами олимпийского огня и другими артефактами, но и проследить эволюцию их дизайна на протяжении трех веков. Кроме того, впервые в оформлении были задействованы технологии искусственного интеллекта. Отдельный зал, где оказывались зрители, представлял собой пространство оживших полотен: боги Олимпа и атлеты, которых художники изобразили на наградных дипломах Игр более ста лет назад, приглашали совершить завораживающее путешествие во времени.

Олимпийские награды в качестве арт-объектов, безусловно, представ-

ляют немалый интерес, однако куда весомее их символическое значение. Они напоминают нам о выдающихся людях и достижениях, о развитии олимпийского движения, в котором наша страна всегда играла выдающуюся роль. Именно такой взгляд лежит в основе творческой концепции выставки.

Экспозицию составили несколько тематических зон. Первая, под названием «Мечтатели», рассказывала о временах возрождения Олимпийских игр и «виновниках» этого события – легендарном Пьере де Кубертене и его соратниках, в том числе генерале Алексее Бутковском из Санкт-Петербурга, который входил в состав Международного олимпийского комитета первого созыва. Следующая зона посвящена рождению зимних Игр: в минувшем году исполнилось ровно 100 лет этому событию. «Выше знамя советского спорта!» – этот призыв приглашал в послевоенные 50-е, когда на мировой карте возникла новая спортивная супердержава; с акцентом на памятные вехи (дебют сборной Советского Союза сначала на летних Олимпийских



играх, в Хельсинки-52, а затем на зимних – в итальянском местечке Кортина-д’Ампеццо в 1956 году) разворачивалась повесть о четырех десятилетиях ярких побед и героях спорта, в которых, как в песне поется, мы верим твердо. Следующая зона под названием «На пороге нового века» была посвящена спорту 90-х годов, знаковые события здесь – дебюты под флагом Российской Федерации на зимних Играх в Лиллехаммере-1994 и летних в Атланте-1996. Название завершающего раздела, «Покорившие Олимп», повторяет название выставки: он посвящен спорту современной России и его героям.

Еще один аспект в оформлении экспозиции – почетная возможность отдать дань месту проведения выставки и событию, к которому она приурочена. Республику Татарстан и ее столицу отличают спортивный характер и богатое наследие в этой области. В свою очередь, спортивная история стран БРИКС хранит немало сокровищ. Достаточно напомнить, например, о нескольких поколениях выдающихся стайеров из Эфиопии и их кумире – легендарном босоногом марафонце Абебе Бикиле, первом в истории чернокожем олимпийском чемпионе, представлявшем африканскую страну; о сборной Индии по хоккею на траве, в активе которой золото восьми Олимпиад; о бразильском футболе и волейболе...

Иногда эти нити переплетаются. Вспомним, как в олимпийском финале Лондона-2012 волейболисты сборной России в драматичном поединке одолели сборную Бразилии. У этой победы есть «казанский след»: в команду входили несколько игроков волейбольного клуба «Зенит» (Казань), а возглавлял сборную Владимир Алекно, тренировавший этот клуб.

Еще одно такое переплетение связано с фигуристкой Евгенией Тарасовой, в паре с Владимиром Морозовым завоевавшей серебряные медали на Играх Пхенчхан-2018 и Пекин-2022. Уроженка Казани, Евгения получила свое спортивное образование в Республиканской спортивной школе олимпийского резерва по фигурному катанию на коньках и шорт-треку. И когда учащиеся этой школы пришли на выставку, их встречала здесь легендарная спортсменка, обе олимпийские медали которой украшают часть экспозиции, посвященной новейшей истории. Десятитысячным посетителем стала чемпионка Республики Татарстан по фигурному катанию среди юниоров Риана Кадырова, а Евгения Тарасова, выпускница Российского Международного Олимпийского Университета, вручила будущей звезде фигурного катания каталог олимпийской коллекции.

Сергей Муравьев



КУРСЫ «ЭКСПЛУАТАЦИЯ ЛЕДОВЫХ АРЕН» В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ



вершенствования хоккейного мастерства спортсменов системы петербургского клуба. Среди слушателей были управляющие ледовыми аренами, главные инженеры, технологи, энергетики, специалисты служб эксплуатации, ответственные сотрудники хоккейных клубов, в том числе системы КХЛ. В качестве спикеров были приглашены эксперты, имеющие опыт проектирования, строительства и эксплуатации ледовых арен, ведущие ученые, работники спортивных объектов, представители общероссийских спортивных федераций по ледовым видам спорта. Помимо занятий в классах были организованы и практические занятия с посещением ледовых арен Санкт-Петербурга: Ледового дворца на проспекте Пятилеток, СК «Ледовая арена» на улице Передовиков и ФОКа с катком «Динамо» на Крестовском проспекте.

Более 60 специалистов ледовых арен из 27 регионов России и Беларуси 25–29 ноября 2024 года прошли обучение на курсах повышения квалификации «Эксплуатация ледовых арен» в Санкт-Петербурге. Организаторами выступили РМОУ и Российская ассоциация спортивных сооружений (РАСС) при поддержке Федерации хоккея России, Федерации керлинга России и Континентальной хоккейной лиги. Место проведения соответствовало тематике программы: «Хоккейный город» СКА является современной учебно-тренировочной базой для со-

тудентов-единомышленников – это один из самых ценных ресурсов, который я приобрела благодаря курсу». Руководитель конного клуба «Вестерн Сити» Юлия Яхнюк: «Курс превзошел ожидания. Очень высокий, профессиональный уровень и курса, и ведущей, и организации обучения».

РУКОВОДИТЕЛИ РЕГИОНАЛЬНЫХ ВОЛЕЙБОЛЬНЫХ ФЕДЕРАЦИЙ ОБУЧАЛИСЬ В СОЧИ

29 руководителей региональных федераций по волейболу стали в декабре в Сочи участниками курса повышения квалификации «Развитие волейбола на региональном уровне в современных условиях», который был организован совместно с Всероссийской федерацией волейбола (ВФВ). Участники смогли обменяться опытом и приобрести новые знания в таких областях, как стратегическое и проектное управление, поиск и привлечение партнеров для продвижения волейбола в регионе. Преподавателями выступили спортивный предприниматель, наставник коммерческих проектов в сфере спорта и здоровья Владимир Волошин, руководитель отдела дирекции ВФВ по формированию и реализации стратегии развития волейбола в РФ на период до 2032 года Михаил Колесников, директор департамента государственного регулирования в сфере спорта Минспорта России Людмила Сараева, директор проектов АО «Ситроникс», эксперт Аналитического центра при Правительстве РФ Марина Шаповал, член Президиума ВФВ

заслуженный тренер России Сергей Шляпников, член президиума ВФВ заслуженный работник физической культуры России Юрий Юрьев. После завершения обучения проректор РМОУ по учебной работе доктор педагогических наук Ирина Бадаев вручила всем участникам удостоверения о повышении квалификации.



ПРОФИЛАКТИКА ДОПИНГА В ДЕТСКО-ЮНОШЕСКОМ СПОРТЕ

16–20 декабря в Москве в седьмой раз прошел курс «Профилактика допинга в детско-юношеском спорте», проводимый РМОУ совместно с РУСАДА. В нем приняли участие представители

спортивных школ и других спортивных организаций, включая победительницу чемпионата России, бронзового призера чемпионата мира по пулевой стрельбе Анну Юшкову. Обучение прошли ответ-



ственные сотрудники из шести регионов России. Курс был бесплатным для слушателей. Преподавателями выступили руководитель РУСАДА Вероника Логинова, сотрудники антидопингового агентства, антидопинговые специалисты Всероссийской федерации волейбола и Всероссийской федерации легкой атлетики. Темы, в частности, касались изменений в антидопинговых правилах, системы профилактики допинга применительно к детско-юношескому спорту.

ПРОГРАММА ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛОВ КОННОСПОРТИВНОЙ ИНДУСТРИИ

Минувшей осенью стартовала программа повышения квалификации, направленная на развитие управленческих навыков в сфере конного спорта. Она проводится совместно с компанией PRADAR Consulting при поддержке Федерации конного спорта России. В рамках программы изучается полный цикл – от создания и эффективного управления конноспортивным клубом (КСК), целеполагания и брендинга до мотивации сотрудников и формирования корпоративной культуры КСК. Учебный план охватывает ключевые аспекты управления, такие как построение организационной структуры клуба, работа со спонсорами и организация мероприятий. Теоретическую часть дополняют интерактивные командные занятия и практические занятия в олимпий-

ском комплексе «Битца». Автором и преподавателем курса является Вита Козлова – доктор социологических наук, мастер делового администрирования, мастер спорта по выездке, основатель международного конноспортивного клуба.

В анкетах обратной связи слушатели выразили высокую удовлетворенность учебным процессом и его результатами. Ирина Флегентова, владелец конной базы (Ленинградская область): «Я первый раз на обучении такого высокого качества подготовки курса. Огромная благодарность автору курса Вите Козловой за

ее опыт, трудолюбие и перфекционизм во всем». Основатель конной академии «Эквитрип» Ксения Бебуришвили: «Это было долгожданное событие. Организация была на высоте, и было приятно находиться в среде профессионалов спорта. Сообщество студентов-единомышленников – это один из самых ценных ресурсов, который я приобрела благодаря курсу». Руководитель конного клуба «Вестерн Сити» Юлия Яхнюк: «Курс превзошел ожидания. Очень высокий, профессиональный уровень и курса, и ведущей, и организации обучения».



РМОУ – ПАРТНЕР ВСЕРОССИЙСКОГО КОНКУРСА «ТЫ В ИГРЕ»

28 ноября стартовал прием заявок на участие в пятом, юбилейном сезоне Всероссийского конкурса спортивных проектов «Ты в игре». Университет является давним образовательным партнером конкурса и в течение нескольких сезонов организует образовательный акселератор для его полуфиналистов. Каждый раз благодаря признанным в индустрии спорта экспертам и инновационным методикам обучения прохождение акселератора получает высокие оценки от его участников. Лауреатам народного голосования университет дарит образовательные сертификаты на обучение по программам повышения квалификации РМОУ.

Основные номинации конкурса:

- ◆ «Точка старта» – локальные инициативы, которые охватывают до 500 участников;
- ◆ «Масштаб» – массовые проекты или инициативы федерального уровня;

- ◆ «Дети в спорте» – проекты, вовлекающие в спорт детей;

- ◆ «Трансформация в спорте» – технологии и цифровые решения в сфере спорта;

- ◆ «Безграничные возможности» – проекты в области адаптивного спорта и инклюзии.

Специальные номинации:

- ◆ «Корпоративный спорт» – программы, стимулирующие заниматься спортом вместе с коллегами;

- ◆ «Спортивный туризм» – проекты, развивающие активный отдых и спортивный туризм в нашей стране;

- ◆ «Медиа» – информационные и блогерские проекты, посвященные спорту.

Гран-при конкурса составляет 1 млн рублей.

Узнать подробности и подать заявку можно на сайте tyvigre.pf, а следить за ходом конкурса – на странице <https://vk.com/ty.v.igre>.

РУКОВОДИТЕЛИ СПОРТИВНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ КУБАНИ ПОВЫШАЮТ КВАЛИФИКАЦИЮ

В ноябре в Краснодаре 72 слушателя (руководители государственных краевых спортивных учреждений и объектов спорта Кубани, а также сотрудники регионального министерства спорта) прошли обучение на курсе «Современное управление государственной физкультурно-спортивной организацией». Курс реализован РМОУ по заказу Министерства физической культуры и спорта Краснодарского края. Министр физической культуры и спорта Краснодарского края Серафим Тимченко сказал в обращении к слушателям: «Развитие кадрового потенциала, повышения уровня специалистов, спортивных менеджеров и управленцев – одна из главных задач, которая стоит перед нами.

Эффективность работы на местах влияет на развитие отрасли в целом, именно поэтому мы поддерживаем подобные образовательные практики».

Авторы и преподаватели программы – ведущие эксперты РМОУ: первый вице-президент Российской ассоциации спортивных сооружений, член исполкома Паралимпийского комитета России Леонид Жестяников, генеральный директор компании Business Set, эксперт-практик в области организационного развития Антон Антипин, заместитель директора правового департамента Минспорта России Борис Бочков, начальник отдела законопроектной деятельности правового департамента Минспорта России Анастасия Макаревич.



ПЕНЗА: ПРЫЖКИ В ВОДУ



В октябре в Пензе были реализованы мероприятия совместной программы дополнительного образования РМОУ и Российской федерации прыжков в воду. Курс «Повышение эффективности тренировочного процесса при подготовке резерва сборной национальной команды по прыжкам в воду» привлек в качестве слушателей 27 ведущих российских тренеров, среди которых призер Олимпийских игр, заслуженный мастер спорта России Виктор Минибаев, чемпион Европы, заслуженный мастер спорта СССР Алла Тарасова, мастера спорта России международного класса Любовь Абросимова, Алексей Летуновский, Анна Лифантьева, Ольга Перекусихина.

На лекциях и семинарах рассматривались вопросы, связанные с подготовкой и проведением соревнований, особенностями судейства (в частности, использование цифровой аппаратуры в ходе соревнований), обсуждались современные тенденции в развитии теории и практики прыжков в воду, вопросы планирования многолетнего тренировочного процесса, комплексной системы контроля подготовленности спортсменов, инновационные подходы к силовой и скоростно-силовой подготовке и т. д.

В процессе практических занятий преподаватели и слушатели анализировали основы техники и методики обучения прыжкам в воду I–IV классов с трамплина и вышки, а также совершенствование прыжков V–VI классов и использование дополнительного инвентаря и оборудования в подготовке прыгунов в воду. Большое внимание было уделено средствам восстановления работоспособности спортсменов после физических нагрузок, а также профилактике, восстановлению и реабилитации после травм, выявлению причин и особенностей травматизма.

Были привлечены ведущие специалисты-практики, большинство из которых работает тренерами сборной национальной команды: главный тренер сборной команды России по прыжкам в воду Светлана Моисеева, старший тренер Андрей Бекетов, председатель судейской коллегии общероссийской федерации, тренеры сборной команды и представители ее штаба. Все 27 слушателей успешно сдали аттестационные работы, по итогам которых проректор РМОУ Александр Паршиков и главный тренер сборной команды России по прыжкам в воду Светлана Моисеева вручили им удостоверения о повышении квалификации.



СЕРГЕЙ МУРАВЬЕВ,
главный редактор «Вестника РМОУ»

Остров сокровищ

ДАЖЕ ДАЛЕКИЙ ОТ СПОРТА ЧЕЛОВЕК МОГ СЛЫШАТЬ О ГОСУДАРСТВЕННОМ УЧИЛИЩЕ ОЛИМПЕЙСКОГО РЕЗЕРВА В БРОННИЦАХ, ВЕДЬ ЕГО «РЕКЛАМИРОВАЛА» СБОРНАЯ АРГЕНТИНЫ, КОГДА ГОТОВИЛАСЬ ЗДЕСЬ К ИГРАМ ФИНАЛЬНОГО ТУРНИРА ЧЕМПИОНАТА МИРА ПО ФУТБОЛУ – 2018. СЕГОДНЯ ЭТО ОДНА ИЗ САМЫХ ЯРКИХ ТОЧЕК НА КАРТЕ СПОРТИВНОЙ ПОДГОТОВКИ И ОБРАЗОВАНИЯ: НА ОСТРОВЕ, ПОДАЛЬШЕ ОТ СОБЛАЗНОВ БОЛЬШОГО ГОРОДА, РАСТУТ БУДУЩИЕ ЧЕМПИОНЫ, А ЧЕМПИОНЫ ДЕЙСТВУЮЩИЕ (ПРИЧЕМ КАК В СПОРТЕ, ТАК И В МЕНЕДЖМЕНТЕ) ДЕЛЯТСЯ СЕКРЕТАМИ УСПЕХА С КОЛЛЕГАМИ.

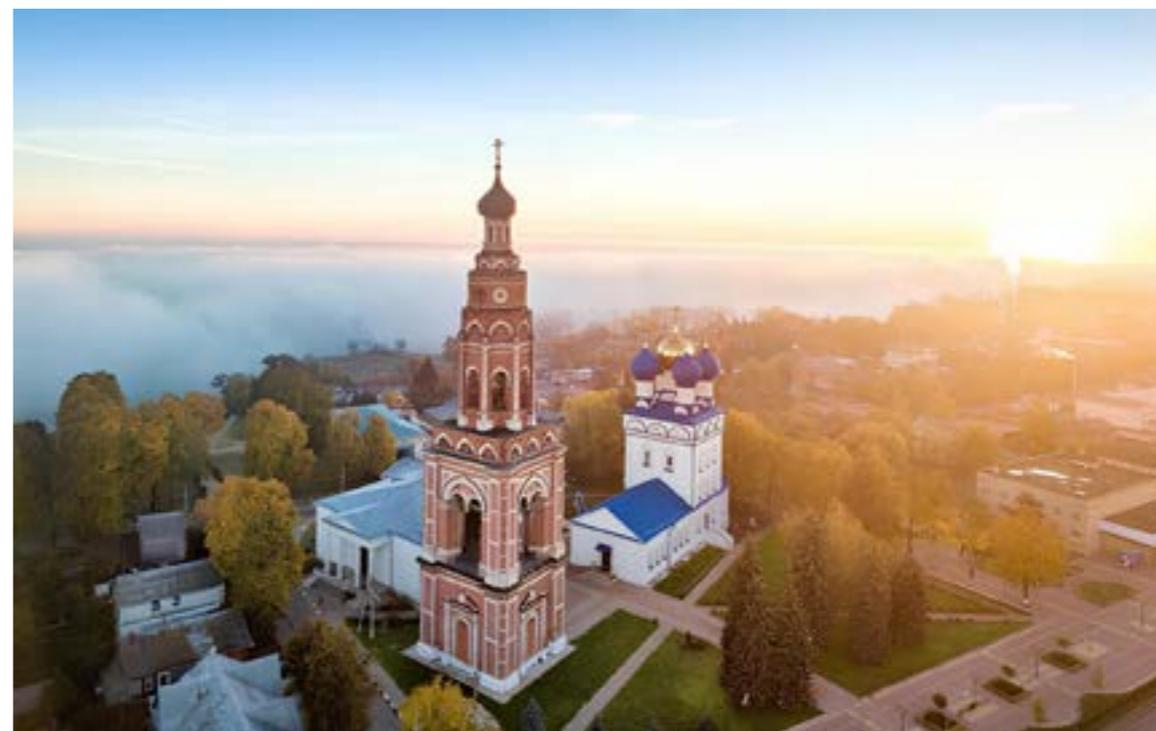
Подмосковный город Бронницы, до которого от столицы около 40 км на юго-восток, в онлайн-путеводителях называют живописной провинцией. Храмы, могилы декабристов, пешеходный Крымский мост через Бельское озеро, спортивные объекты у воды, мурал с изображением Месси в футболке сборной Аргентины на торце пятиэтажки – такой набор кочует в зарисовках от сайта к сайту. Это на первый взгляд неожиданное соседство мы расшифруем. И поскольку наша тематика не краеведение, а практика управления в спорте, расскажем об этих самых «базах» и человеке, приложившем руку к тому, чтобы Лионель Месси стал местной достопримечательностью.

Государственное училище олимпийского резерва (ГУОР) в городе Бронницы было создано в 1995 году, а в 2014 году его возглавил Сергей Викторович Верлин, пятикратный чемпион мира по гребле на байдар-

ках, бронзовый призер Олимпийских игр 1996 года в Атланте. После Сиднея-2000 он завершил соревновательную карьеру и перешел на тренерскую работу. Рестарт состоялся в родном Воронеже в СДЮШОР № 6, а продолжился в Москве – с назначением сначала старшим, а затем главным тренером национальной сборной по гребле на байдарках и каноэ.

«Команда занимала тогда 14-е место в мировом рейтинге, нам были поставлены более амбициозные цели, и всем коллективом мы начали движение вперед, – рассказывает о том периоде Верлин. – Через восемь лет сборная стала первой в рейтинге, по всем возрастам. А дальше я перешел в родственник вид, академическую греблю. Там была похожая картина, тоже начали поднимать».

«Золотая декада российского спорта» – такое понятие ввели в оборот исследователи применительно к этому



периоду. Второе десятилетие XXI века, когда страна принимала Олимпийские игры в Сочи, финальный турнир чемпионата мира по футболу, всемирные универсиады и чемпионаты мира по различным видам спорта, отмечено инфраструктурными улучшениями экстраординарного масштаба. Чтобы эти мегасобытия стали реальностью, материально-техническая база отечественной индустрии спорта была воссоздана фактически заново взамен той, что существовала на просторах Советского Союза, и перестала быть единой сетью (включавшей, например, высокогорный каток Медео в Казахстане, санно-бобслейные трассы в Прибалтике, олимпийские тренировочные комплексы в Цахкадзоре, Армения, и Раубичах, Беларусь).

За последние десятилетия в России построено и реконструировано более тысячи физкультурно-оздоровительных комплексов, появились новые современные футбольные стадионы, гребные каналы, бассейны, биатлонные трассы, трамплины, горнолыжные склоны, хоккейные и конькобежные арены. На этой обновленной базе работают 14 спортивных вузов, 56 училищ олимпийского резерва, включая 12 федеральных, а также 5,5 тыс. спортивных школ. Все они готовят спортивный резерв, атлетов высокого класса и служат развитию широкого физкультурно-спортивного движения.

Множество работ написано о наследии мегасобытий, отраженном в самых разных сферах; вопросы использования наследия исследовате-

ОТ МОСКВЫ ДО БРОННИЦ
всего около часа пути, но жизнь здесь кажется совсем другой, размеренной и спокойной. Для спортивной подготовки это то, что нужно.
Фото предоставлено ГУОР

ли продолжают изучать, и в этом смысле опыт ГУОР в Бронницах трудно переоценить.

На фоне больших преобразований тиражировался архетипический образ чемпиона, который был успешен на арене, а по завершении спортивной карьеры преуспевает в новом качестве (во власти или на госслужбе, в шоу-бизнесе или просто бизнесе). Карьера Сергея Верлина этому образу полностью соответствует, а самое главное, она органично продолжается внутри спорта. Под его руководством училище в Бронницах стало модельным: это показательный пример для других спортивных организаций, как воспитывать новые поколения чемпионов и находить возможности для развития там, где другие разводят руками.

Именно поэтому на базе училища в Бронницах Российский Международный Олимпийский Университет организует работу курсов повышения квалификации, куда съезжаются руководители, специалисты и тренеры со всей страны. В течение последних трех лет здесь реализуется программа дополнительного профессионального образования «Управление спортивной школой в новых реалиях».

Минувшей осенью проводился очередной цикл программы, и ваш автор получил при-



УЧИЛИЩЕ В БРОННИЦАХ – показательный пример эффективного использования наследия спортивных мегасобытий, которые принимала Россия.
Фото предоставлено ГУОР

глашение понаблюдать за учебным процессом, познакомиться с ГУОР и его директором. Процесс, надо сказать, неподготовленного зрителя может удивить. Мне происходящее напомнило битву команд клуба знатоков «Что? Где? Когда?», это было уже в заключительной части, когда разбившиеся на группы слушатели защищали свои проектные работы. Темы у них серьезные, а вот атмосфера – веселая, креативная, как и должно быть при настоящей командной работе.

Но вернемся к старту. «Здесь сидят директора, люди, берущие на себя ответственность, – обращается к аудитории со вступительным словом Сергей Верлин. – Делясь нашим опытом, я покажу, как материально-техническая база и бюджеты были увеличены в разы, и покажу коллектив, который этого добился. Ни в коем случае не сравниваем «у кого-то лучше, а у кого-то хуже»: если один из десяти описанных механизмов вы возьмете на заметку или же сами расскажете о механизме, который окажется

полезен коллегам, можно считать, мы достигли цели».

К слову, преподавательскую деятельность Сергей Викторович начинал под эгидой РМОУ, на совместных с университетом курсах, вошел во вкус и сегодня является преподавателем по шести дисциплинам в Московской государственной академии физической культуры. «Руководитель просто обязан преподавать, – говорит он. – Когда на тебя смотрят 150 пар глаз выпускников магистратуры, что попало не пройдет, тебя быстро поправят. Поэтому надо тщательно готовить материалы, обосновывать тезисы, корректно работать с источниками». Добавим, что помимо первого образования, полученного в Воронежском институте физкультуры, Сергей Верлин – выпускник РАНХИГС по специальности «экономист» и продолжает обучение в академии на факультете государственного управления.

Итак, урок первый.

Сердце Аргентины

Июнь 2018-го, стартовал финальный турнир чемпионата мира по футболу. Училище в Бронницах на время превратилось в базу для одной из национальных команд. Здесь квартирует сборная Аргентины, выбираясь в Москву на автобусе в дни игр.



СВОЙ 31-Й ДЕНЬ РОЖДЕНИЯ летом 2018 года Лионель Месси отметил в Подмоскowie.
Фото предоставлено ГУОР

Директор ГУОР, по его собственным словам, в полчетвертого утра впервые за месяц заехал домой. Прилег, а минут через двадцать – телефонный звонок: скорее, тут ЧП. Пришлось вернуться. В «лавандерии» (прачечной; вся навигация на базе на испанском) распорядитель Хуан Карлос, метр пятьдесят два ростом, выступает, как тореадор на корриде, перед группкой оторопевших девушек. Монолог на испанском. «Прачечная – это сердце Аргентины! Как, как вы могли?! – вопрошает он. – Я же показывал, рукава у халатов складывать вот так, а вы?» Выступление продолжалось минут десять, пока тореадор не сдулся. «Ладно, – говорит, – не обращайтесь внимания, я не ору, я так разговариваю»...

На следующее утро после тренировки снова шум: «Я же просил воду 4 градуса!» Наводит телевизор – 4,7. «Охлаждение – вот что приведет нас к победе! Мы не должны подвести команду, не должны подвести страну!»... Так в УОР появился льдогенератор производительностью полтонны льда в сутки, чтобы игроки быстрее восстанавливались после тренировок, стоя по колено в воде четко контролируемой температуры.

Ну а сцену, после которой латиноамериканский темперамент окончательно стал привычным, исполнил шеф-повар сборной, огромный

чернявый бородач. Размахивая тесаком, он громогласно комментировал предпочтительную разделку мяса оторопевшим работникам столовой.

«Что, кухня – сердце Аргентины?» – спросил директор у переводчика.

«Откуда вы знаете?»

Но что это за девушки, перед которыми выступал Хуан Карлос? Студентки УОР, через одного – мастера спорта. И они, и мальчишки, с энтузиазмом согласившиеся на предложение поработать в сервисных службах в период, когда родное училище будет базой сборной Аргентины по футболу. С каждым учащимся был заключен срочный трудовой договор, а приобретенный ими опыт позволяет теперь запросто выступать экспертами в сфере гостеприимства.

Развитие через проекты

Этот пример возвращает нас в «золотую декаду». За право разместить ту или иную футбольную сборную – участницу финального турнира чемпионата мира 2018 года боролись



ВЫХОД НА ВОДУ.
Фото предоставлено ГУОР

около 140 организаций. Процесс отбора претендентов и принятия решений был длительным и занял не один год. Руководитель ГУОР в Бронницах увидел в этом возможность капитальной реновации. Предлагая свои услуги и убеждая, почему нужно выбрать именно их, он не скрывал, что оценивает такой проект как единственный шанс разом изменить всё. «Состояние хозяйства было плачевным, – говорит Сергей Верлин. – Подсчеты выявили потребность в 300–400 млн рублей на реконструкцию и обновление фондов. Таких денег не найдешь, а сделать надо. Поэтому мы просили оргкомитет: дайте нам любую сборную; создавая условия для нее, мы будем реконструировать наш объект на будущее».

Наверное, такой проект можно сравнить с подготовкой команды к выступлению на Олимпийских играх: сроки не сдвинешь, результат необходим. Работы, на которые в обычном ритме потребовалась бы пара лет, были сделаны за три месяца. На объект вышли 180 строителей. «Работали без пауз, а я никуда не уходил вообще, это не имело смысла,

пока не закончим», – вспоминает директор. Когда в мае 2018-го в Бронницы на вертолетах прилетела ответственная делегация, чтобы оценить ход работ, ее члены при виде голых бетонных стен разводили руками: «Не понимаем, как 10 июня он (Лионель Месси. – Прим. ред.) сюда заедет».

Но ровно в срок на новеньком фасаде учебного-тренировочного центра гостей встречала надпись Bienvenidos. Сотрудникам училища от этапа подготовки предстояло перейти к взаимодействию с аргентинскими звездами. Которые оказались вполне дружелюбными. Однажды ребята случайно побеспокоили находившихся в номере Месси и Серхио Агуэро, и те, захватив игровые приставки, не поленились спуститься в холл и поиграть на диване, пока их номер убирают.

До и после

Жизнь коллектива училища поделилась на до и после Аргентины. «Мы едва не чокнулись от этих требований, и в результате народ пересмотрел отношение к труду, к объекту, к ответственности», – говорит директор. Этот проект стал импульсом, энергия которого продолжает двигать ГУОР вперед. Кто-то скажет, что условия «золотой декады» были



СЕРГЕЮ ВЕРЛИНУ
есть о чем рассказать коллегам по цеху.
Фото: Рамиль Ситдиков/МИА «Россия сегодня»

уникальны и прикладывать этот опыт к сегодняшней деятельности спортивных организаций некорректно. Однако практика работы училища показывает жизнеспособность подхода «развитие через проекты» и в нынешних реалиях.

«Если человек придет и заявит: «У меня в спортшколе нет ресурсов и условий, дайте мне денег», на нем почти наверняка поставят крест, – говорит Сергей Верлин. – Трудно представить более недалекое высказывание. Ресурсы не выделяются без осмысленной концепции, финансирование идет под проекты. Варианты: давайте создадим школьную лигу, организуем образовательные курсы – вот такими шагами можно двигаться вперед».

Он признает, что для коллектива это тяжелый путь и повышенная нагрузка, ведь вдобавок к регулярной профессиональной деятельности появляется необходимость формулировать обоснованные проектные концепции и в случае одобрения сопровождать их реализацию. Получается, что таким образом ты инициируешь расширение фронта работ для самого себя.

Конечно, умение оформить свою инициативу как законченный проект – не универсальный рецепт успеха. Много, если не все, в конечном

счете зависит от человеческих качеств руководителя. Главным качеством Сергея Верлина, как говорят хорошо знающие его коллеги, является целеустремленность. И даже когда цель достигнута, он не успокаивается и ставит себе новую. Он демонстрировал это качество на соревнованиях, демонстрирует и на директорском поприще. Сейчас, в отличие от олимпийских стартов, вместе с ним идет от цели к цели коллектив из 200 человек.

Настоящая гремучая смесь образуется, если к такому характеру добавляются опыт управления, широта взгляда и понимание связей между всеми сторонами, вовлеченными в процесс. Верлин входит в исполкомы общероссийских и региональных спортивных федераций, а еще председательствует в совете директоров училищ олимпийского резерва (избрание на этот пост было бы невозможно без кредита доверия других коллег-руководителей). Остается добавить, что в его еженедельном графике работы обязательно предусмотрены день или два на консультации со специалистами Министерства спорта РФ.



БРОННИЦЫ – связующее звено для нескольких поколений чемпионов. На фото – спортсмены и тренеры национальной сборной по гребному спорту перед стартом Олимпийских игр Рио – 2016. Фото предоставлено ГУОР

Гребля, лук, коньки

Сейчас ГУОР в Бронницах является опорной точкой для спортсменов гребных видов: академической гребли, гребли на байдарках и каноэ. На эффективности подготовки сказываются помимо прочего местные особенности: Бельское озеро, на воде которого тренируются гребцы, долго не замерзает, поскольку его чаша сложена из грунта с высоким содержанием торфа. На берегу гребного канала в 2023 году были сданы в эксплуатацию новые эллинги.

Не так давно к гребцам присоединились лучники. Такое на первый взгляд неожиданное соседство объясняется строительством на территории ГУОР лукодрома мирового уровня, с круглогодичным режимом использования. Его возведение тоже можно считать продолжением проектного подхода. Спортсмены и тренеры национальной сборной под предводительством

многолетнего президента Российской Федерации по стрельбе из лука Владимира Николаевича Ешеева облюбовали его в качестве основного места для подготовки.

Добавим, что в соседней Коломне функционирует филиал ГУОР, в котором учатся и тренируются на базе конькобежного центра «Колонна» конькобежцы и шорт-трекисты.

Функциональность спортивного комплекса ГУОР впечатляет. Здесь есть универсальный спортивный зал, бассейн, тренажерные залы, медико-восстановительный центр с необходимым оборудованием для диагностики и реабилитации. И вся эта система задействована. Как пример – в ноябре, когда этот номер готовился к печати, в Бронницы съехалось более 270 гребцов из 17 регионов России, чтобы принять участие в первом контрольно-тестовом мероприятии зимнего сезона 2024/25.

Инновационная площадка

Выступая перед коллегами-директорами, Сергей Верлин не раз повторил тезис о важности проектного мышления и умения обосновать конкретную инициативу. Опыт училища демон-



ВЫПУСКНИК УЧИЛИЩА ЗАХАР ПЕТРОВ минувшим летом достойно показал себя на Играх в Париже, пусть и не вошел в тройку призеров. А вскоре после Игр Захар стал трехкратным чемпионом мира, и это, будем надеяться, только начало. Фото: Виталий Белоусов/МИА «Россия сегодня»

стрирует интересные возможности инновационной деятельности.

ГУОР в Бронницах имеет статус площадки для федеральных экспериментальных программ (ФЭП) по нескольким направлениям. Первое официально называется так: «Формирование системы отбора спортивно одаренных детей в условиях государственных училищ олимпийского резерва». Второе направление именуется более лирично – «Вторая жизнь» – и касается привлечения к подготовке в гребном спорте атлетов, имеющих тренировочный опыт в других (смежных) видах.

Остров сокровищ

Учебно-тренировочный комплекс ГУОР расположен на острове между Бельским озером и Москвой-рекой. Такое расположение выгодно с точки зрения обеспечения безопасности: нет проблем выставить круговой кордон, если нужно обеспечить покой особо важных персон типа знаменитых аргентинцев. А еще эта топография провоцирует рассказчика на художественные сравнения.

На ум приходит остров сокровищ, где в уединении, подальше от суеты шумной столицы, оттачивают навыки по завоева-

нию золота представители новых поколений спортивной державы. Их внимательно сопровождают: на стендах училища можно увидеть плакаты с выкладками показателей того или иного воспитанника, его результатами не только в спортивной подготовке, но и в учебе. Это видят учащиеся и их родители. Такая открытость мотивирует и дисциплинирует. И нет никаких сомнений, что со временем кто-то из этих ребят станет знаменитостью в своем виде спорта, как Лионель Месси – в футболе.

Возможно, это будет гребец на каноэ Захар Петров, уроженец рязанской деревни Лашма, выпускник Бронницкого училища олимпийского резерва. Минувшим летом на Играх в Париже он занял четвертые места на двух дистанциях, а вскоре завоевал три золота на чемпионате мира. Ему только 22 года, время есть. ♦

*См. статью «Ледовары» в № 3–4 «Вестника РМОУ» за 2023 год



СВЕТЛАНА ДОНЦОВА,
исполнительный директор Федерации спортивной борьбы Республики Башкортостан

Привлечение зрителей на соревнования по греко-римской борьбе: проблемы и перспективы

ОБЕСПЕЧЕНИЕ СОРЕВНОВАНИЙ ЗРИТЕЛЬСКОЙ АУДИТОРИЕЙ – ОДИН ИЗ АКТУАЛЬНЫХ ВОПРОСОВ В СПОРТИВНОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ СЕГОДНЯ ПОЗВОЛЯЮТ СОЗДАВАТЬ ЭФФЕКТ ВИРТУАЛЬНОГО УЧАСТИЯ ДЛЯ МИЛЛИОНОВ ЗРИТЕЛЕЙ, БЛАГОДАРЯ ЧЕМУ СОЦИАЛЬНО-ПЕДАГОГИЧЕСКОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ СПОРТА МОЖЕТ БЫТЬ МНОГОКРАТНО УСИЛЕНО. АВТОР СТАТЬИ В СВОЕЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ РАБОТЕ* ИЗУЧАЛА СОРЕВНОВАНИЯ ПО ГРЕКО-РИМСКОЙ БОРЬБЕ, НАИБОЛЕЕ РАСПРОСТРАНЕННОЙ И ВОСТРЕБОВАННОЙ ОЛИМПИЙСКОЙ ДИСЦИПЛИНЕ В РЕСПУБЛИКЕ БАШКОРТОСТАН, НА ПРЕДМЕТ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ДЛЯ ЗРИТЕЛЕЙ. СОБРАННЫЕ НАРАБОТКИ МОГУТ БЫТЬ ПОЛЕЗНЫ В ДРУГИХ ДИСЦИПЛИНАХ БОРЬБЫ И, ШИРЕ, В ДРУГИХ ВИДАХ СПОРТА.

Региональная спортивная общественная организация «Федерация спортивной борьбы Республики Башкортостан» (далее – федерация) имеет богатый опыт проведения соревнований на высоком организационном уровне, от республиканских до всероссийских, в том числе первенства мира

по греко-римской борьбе среди юниоров в 2021 году. Ежегодно федерация проводит более 100 соревнований (по всем четырем дисциплинам вида спорта «спортивная борьба»), которые включены в календарный план физкультурно-массовых и спортивных мероприятий Республики Башкортостан,



а также от четырех до восьми соревнований по федеральному единому календарному плану.

Помимо достижений есть и негативный момент, который федерация изучает и рассчитывает искоренить: практически полное отсутствие зрителей на соревнованиях. Проблемой, решаемой в ходе данного исследования, является выработка комплекса мер в целях повышения интереса зрителей, т. е. создание концепции проведения соревнований по греко-римской борьбе с высоким уровнем посещаемости. Цель работы – разработка соответствующего плана.

Греко-римская борьба: история и современность

Борьба является одним из самых древних видов единоборств. На протяжении тысячелетий люди использовали борцовские навыки для выживания или развлечения, для физического и духовного развития. Со временем борьба закрепилась в жизни как отдельный комплекс действий для самообороны.

Борьба как спортивная дисциплина получила развитие в начале XIX века во Франции. В тот же период были сформированы правила, сохраняющие актуальность сегодня. Огромную популярность французская борьба, как ее называли тогда, приобрела у простого народа и циркачей. Устраивались первенства городов, а затем

НА ПРОТЯЖЕНИИ ТЫСЯЧЕЛЕТИЙ
люди использовали борцовские навыки для выживания или развлечения. Со временем борьба закрепилась в жизни как комплекс действий для самообороны.

Фото: Федерация спортивной борьбы Республики Башкортостан

и чемпионат страны – с приглашением атлетов со всего мира. В 1896 году французская борьба, переименованная в греко-римскую, была включена в программу первых современных Олимпийских игр в Афинах. В 1898 году впервые состоялся чемпионат Европы, а в 1904-м – чемпионат мира. На Играх IV Олимпиады в Лондоне в 1908 году среди атлетов были впервые представлены российские борцы. Николай Орлов и Александр Петров завоевали серебро и бронзу соответственно.

В Российской империи борьба греко-римского стиля появилась 90-х годах XIX века, а первые соревнования прошли в Санкт-Петербурге в 1897 году. Победителем стал Александр Шмелинг. В 1898-м на первом чемпионате Европы в Вене чемпионом стал российский спортсмен Георг Гаккеншмидт, а на чемпионате мира в Германии 1913 года победил борец из Петрограда Георгий Бауман. Олицетворением российских успехов в греко-римской борьбе стала история великого борца Ивана Максимо-

* Данная статья представляет собой краткую адаптированную версию выпускной квалификационной работы Светланы Донцовой, выпускницы программы «Мастер спортивного управления» РМОУ.

вича Поддубного, карьера которого продолжалась около 40 лет в первой половине XX века.

Отечественная школа борьбы по праву гордится своими воспитанниками: в советский период и в современной России наши соотечественники завоевали сотни медалей Олимпийских игр, чемпионатов мира и Европы. Одним из самых знаменитых борцов мира является Александр Карелин, который девять раз брал золото на мировых чемпионатах, 12 раз – на европейских, является трехкратным олимпийским чемпионом, многократным чемпионом СССР и России.

Борьба развивается во всем мире, и российская школа, можно с гордостью сказать, остается лучшей. При этом на международной арене греко-римская борьба сталкивается с вызовами. В кругах, близких к Международному олимпийскому комитету (МОК), на протяжении уже нескольких олимпийских циклов не прекращаются дискуссии о целесообразности ее исключения из программы Игр. Сторонники такого шага приводят два аргумента: о якобы низкой зрелищности, а также о несоответствии принципу гендерного равенства (нет женской дисциплины). Второй момент представляет собой серьезный недостаток с точки зрения МОК, которому ежедневно нужно общаться с многочисленными и очень шумными активистами – борцами за равноправие. Однако, по нашему мнению, отсутствие женской дисциплины порождает определенные преимущества: самобытность и принципиальное отличие дисциплины спортивной борьбы от других, а также возможность по праву называть греко-римскую борьбу самым мужественным видом спорта.

Что же касается зрелищности, не умаляя достижений и значимости других видов спорта и дисциплин, заметим: достаточно сравнить с этой точки зрения привлекательность борьбы, например, со спортивной ходьбой или метанием диска, и этот аргумент был развенчан. Скорее мы имеем дело с общим «проседанием» популярности многих олимпийских видов спорта и дисциплин в сравнении, например, с футболом или смешанными единоборствами (ММА). Почему оно происходит – отдельный разговор, не являющийся вопросом данной статьи.

Типичные подходы: зритель не в приоритете

Посмотрим на сложившуюся организационную практику и попытаемся оценить, можно ли ее назвать ориентированной на зрителя.

В греко-римской борьбе выстроена строгая структура турниров, в которую включаются всероссийские, региональные и муниципальные соревнования. Некоторые из них внесены в соответствующие календарные планы, и организаторы несут ответственность за их проведение. Что касается тех соревнований, которые не включены в календарные планы, таковые проводятся исходя из целей и возможностей организаторов. Данная система складывалась на протяжении многих лет, ее рамки прописаны в законодательных и нормативных документах по физической культуре и спорту.

Для проведения соревнований разработаны технические задания, которые изменяются в соответствии с новыми техническими возможностями либо новыми требованиями в международном спорте. Любой организатор, приняв на себя ответственность о проведении и организации соревнований, понимает эти требования и следует им. К сожалению, организаторы не имеют аналогичного уровня понимания алгоритма работы со зрителями.

Основными регионами Российской Федерации, которые проводят самые крупные соревнования по греко-римской борьбе, на постоянной основе являются Республика Башкортостан, Владимирская, Нижегородская, Самарская области. Соответственно, в них сложилась наиболее устойчивая система проведения и организации соревнований.

Но даже в этих регионах устоявшейся практикой является лишь программа «Зритель», когда на открытие соревнований или при визитах высокопоставленных лиц приглашаются сотрудники и воспитанники организаций, подведомственных региональному министерству спорта или администрации муниципалитета, где проводятся соревнования. А на большее, как правило, не рассчитывают, и трибуны в остальное время соревнований оказываются заняты лишь частично (нередко самими участниками соревнований и единицами фанатов спортивной борьбы).

Общепринятый подход к организации и проведению соревнований включает следующие основные этапы.

1. Разработка положения и регламента.
2. Финансовое обеспечение (составление смет, поиск спонсоров, бюджетное финансирование).
3. Разработка рекламного плана.
4. Разработка плана взаимодействия со СМИ.



5. Разработка планов (и/или технического задания) для участников по питанию, проживанию, транспортному обслуживанию, медицинскому обеспечению, безопасности, церемоний открытия и закрытия, церемоний награждения.

6. Разработка технического задания для волонтеров. Подбор кандидатур.

7. Создание условий для почетных гостей соревнований (разработка программы пребывания, подготовка писем-приглашений, взаимодействие при необходимости с протокольными службами, согласование сценариев участия, маршрута передвижения, рассадки).

8. Реализация плана соревнований (день приезда, открытие соревнований, соревнования, награждение, день отъезда).

9. Подведение итогов.

К работе со зрителями, за исключением высокопоставленных персон, можно с оговорками отнести пункты 3 и 4 (реклама и взаимодействие с медиа). Наполнение практическими шагами, как правило, не расшифровывается и обычно сводится к афишам и постам в социальных сетях.

Между тем привлечение зрителей на соревнования в качестве наиболее распространенной проблемы вне зависимости от вида спорта называют более 70% специалистов по организации мероприятий (они же называют ее главной среди сложностей, с которыми сталкиваются в работе).

В ГРЕКО-РИМСКОЙ БОРЬБЕ

выстроена строгая структура турниров, в которую включаются всероссийские, региональные и муниципальные соревнования.

Фото: Федерация спортивной борьбы Республики Башкортостан

Знай своего зрителя

Решение задачи привлечения зрителей требует проработки по широкому спектру направлений, включая следующие элементы:

- изучение потенциальной зрительской аудитории и ее классификация (с учетом пола, возраста, социальных групп и др.);
- изучение особенностей региона, где предстоят соревнования (климато-географических, национальных и др.);
- изучение потребностей зрителей;
- моделирование вовлечения зрителей на разных этапах соревнований.

Приступать к этому желательно, имея багаж знаний, который формируется из трех составляющих: рекомендации профессиональных организаторов, обзор лучших практик, опрос потенциальной аудитории.

Рекомендации организаторов

Профессиональные организаторы рекомендуют несколько простых инструментов, использование которых не требует больших денежных вложений и при этом позволяет эффективно выстраивать коммуникацию с аудиторией:

РИСУНОК 1

Нахождение подходящих практик для организации и проведения соревнований помощью пересечения известных данных



- официальный сайт, на котором размещается вся информация о мероприятии;
- рассылка анонсов о мероприятии;
- собственный блог организатора мероприятия;
- тематические блоги в социальных сетях;
- привлечение информационных партнеров.

Кроме того, все крупные организаторы говорят о важности привлечения звезды для продвижения мероприятия, что способствует росту лояльности потребителя к рекламируемому событию (потребитель переносит эмоциональное восприятие личности звезды на рекламируемый ею продукт, что положительно сказывается на продажах).

Лучшие практики

Среди российских спортивных соревнований с точки зрения высокой посещаемости выделяются игры хоккейных лиг, а также турниры смешанных единоборств. Отнесем их к лучшим практикам и рассмотрим подробнее.

По опросам на хоккейных матчах, исследователи выделяют пять основных причин высокой посещаемости.

Первая: независимость от погоды. Игры проходят на закрытых аренах. Температура на хоккейных трибунах всегда стабильная, около 17 градусов. Если добавить немного теплых аксессуаров в виде шарфа и кепки с логотипом любимой команды, то просмотр матча станет еще более комфортным.

Вторая: культура поведения. На матчах КХЛ, ВХЛ, МХЛ и ЖХЛ действуют строгие правила относительно мата, оскорбительных высказываний и оголенных тел на трибунах. Команды, болельщики которых нарушают регламент, наказываются серьезными денежными штрафами и даже дисквалификацией. Поэтому клубы уделяют много внимания работе с фанатами, проводят беседы с лидерами движений. Да и сами болельщики стараются соблюдать правила. Никому не хочется, чтобы следующие матчи проходили при пустых трибунах.

Третья: зрелищная и динамичная игра. Матч состоит из трех периодов по 20 минут чистого времени каждый. В паузах включается веселая музыка, проводятся активности для детей и взрослых. Перед началом матча зрителям могут показать лазерное шоу, выступление фигу-

ристов, а также порадовать торжественными мероприятиями с участием легендарных хоккеистов разных эпох.

Четвертая: наличие перерывов. Между периодами предусмотрены перерывы по 15 минут. За это время можно перекусить, приобрести хоккейную атрибутику или поучаствовать в конкурсах и розыгрышах сувениров. Причем относительно еды волноваться не стоит: помимо стандартной картошки фри, хот-догов и сэндвичей в зонах питания можно найти что-то более полезное. На некоторых хоккейных аренах есть полноценные рестораны с видом на лед.

Пятая: возможность выплеснуть эмоции. Даже если вы не поддерживаете какую-то определенную команду, все равно во время хоккейного матча трудно усидеть на месте. Просмотр игры – это лучший способ разделить друг с другом эмоции разного спектра, от разочарования до эйфории.

В связи с тем, что в рамках данной работы мы прорабатываем пути и возможности привлечения зрителей на соревнования по греко-римской борьбе, обязательно нужно изучить опыт проведения соревнований по наиболее популярному на сегодняшний день виду единоборств – смешанным единоборствам (ММА, от англ. mixed martial arts).

Пожалуй, ключевое различие между олимпийской дисциплиной греко-римская борьба и ММА касается ролей атлетов. Помимо обладания боевыми качествами спортсмен ММА должен уметь продавать себя как персону и свои бои. Заработок профессионального бойца, выступающего в главном карде, напрямую зависит от успешности продаж его боев по системе pay-per-view (англ. «плата за просмотр») на платных каналах. Чем больше внимания он привлечет к себе и своему поединку, тем больше будет заказов от зрителей на просмотр боя по различным системам теле- и онлайн-вещания.

Став полноценным видом спорта со своими правилами и регуляциями, смешанные единоборства приобрели высокую популярность у букмекерских компаний. Они предлагают делать ставки не только на победу одного из двух бойцов, но и на характер окончания боя (боле-вые или нокаут), время его проведения, число раундов и так далее.

Нельзя не упомянуть и влияние кино и телевидения. Специализированные тематические телеканалы ММА с круглосуточным вещанием – пожалуй, один из самых сильнодействующих рекламных векторов привлечения зрителей.

Еще один немаловажный пункт – популярный в настоящее время тренд на «разнообразии». Сегодня в мире смешанных единоборств, и, в частности, в UFC (англ. Ultimate Fighting Championship, лидирующей организации в этой области), отсутствуют ограничения по полу, гражданству и весовой категории. Выступают бойцы со всех концов земного шара, представляя не только свои таланты, но и свою страну. Повод для гордости за «своего/нашего» бойца всегда прибавляет популярности тому виду спорта, в котором он или она выступает.

Кроме этих причин популярности ММА есть еще несколько бесспорных пунктов, недоступных другим видам спорта, ограниченных строгими регламентами, нормативами и правилами:

- динамичность и разнообразие, в результате чего зрители наслаждаются непредсказуемостью соревнований, так как каждый боец может применять свои уникальные приемы и стратегии;
- интенсивность и адреналин, которые сопровождают каждый бой, привлекая зрителей;
- продвижение в медиа способствует формированию популярности и узнаваемости как отдельных бойцов, так и всей индустрии ММА;
- аутентичность (бойцы демонстрируют истинное мастерство, а зрители соперничают им).

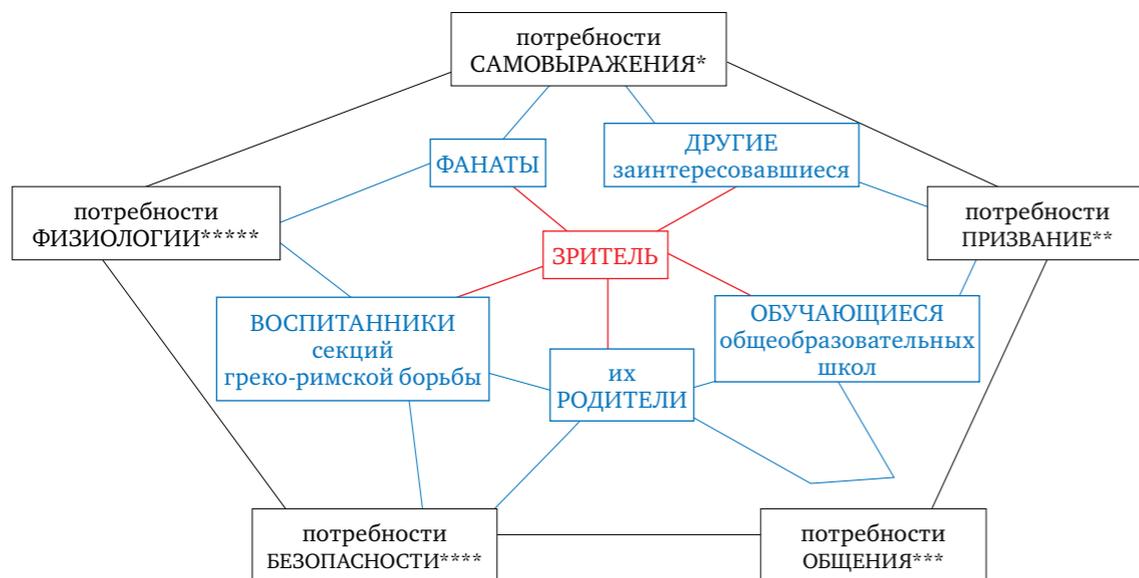
Подбор подходящих практик, отталкиваясь от итогов опроса

Постараемся собрать воедино те практики, которые могут помочь уже сейчас при проведении и организации соревнований по спортивной борьбе, и выделим пункты, которые возможно будет использовать при внесении корректировок в совместную работу Федерации спортивной борьбы России и региональных федераций. Имеются, безусловно, моменты, которые станут приемлемыми в греко-римской борьбе только при условии изменения нормативных документов.

Для формирования набора подходящих практик в части работы со зрителями, применением к организации в проведении соревнований по греко-римской борьбе используем ответы проведенного нами опроса. Указанный опрос проводился в течение трех месяцев в социальных сетях Федерации спортивной борьбы

РИСУНОК 2

Портрет зрителя соревнований по греко-римской борьбе



* САМОВЫРАЖЕНИЕ	**ПРИЗВАНИЕ	***ОБЩЕНИЕ	****БЕЗОПАСНОСТЬ	*****ФИЗИОЛОГИЯ
Самоутверждение Эмоции Знакомство	Самоутверждение Знакомство	Количество людей Персонал Волонтеры Получение новой информации	Охрана, ЧОП Медицинское обеспечение Парковка Логистика	Питание Водоснабжение Туалет

России и Республики Башкортостан (его итоги мы приводим ниже частично из соображений экономии места).

Для получения желаемого результата не подойдет простое копирование положительных практик из других видов спорта, учет рекомендаций крупных организаторов и итоговый опрос. Скорее в результате анализа всех этих данных необходимо найти точки пересечения.

Как видим, результат данного объединения дает нам три вектора работы: реклама, сопровождение, спортивный. Каждый вектор дифференцируется на составные части. Данные для этой дифференциации мы извлекли из ответов респондентов.

Вопрос: что вы хотите видеть на соревнованиях?

- Борьба (красивая, зрелищная)
- Зрелищность (выход борцов, шоу, интерактивы со зрителями)
- Справедливое судейство
- Участие известных спортсменов (после открытия – показательные поединки, участие ветеранов борьбы)
- Призы (финансовое награждение)

- Трансляции (профессиональные комментаторы, прямой эфир в соцсетях)
 - Фотовыставки
 - Автограф-сессии и знакомство с почетными гостями/спортсменами
 - Точки питания (кафе)
 - Профессиональные волонтеры
 - Мастер-классы известных борцов
- Вопрос: что, по вашему мнению, необходимо сделать, чтобы на соревнования ходило больше зрителей?
- Реклама (торговые центры, транспорт, телевидение, афиши на остановках, в подъездах и лифтах, информация в образовательных учреждениях, видеоприглашения)
 - зрелищность (шоу-открытия, шоу-финалы, розыгрыши, артисты во время перерывов)
 - Фан-зоны
 - Интерактивы для зрителей (конкурс фото из зала, конкурс «Лучший борец», лотереи и т. д.)
 - Доступность (общеобразовательные учреждения, спортивные школы)

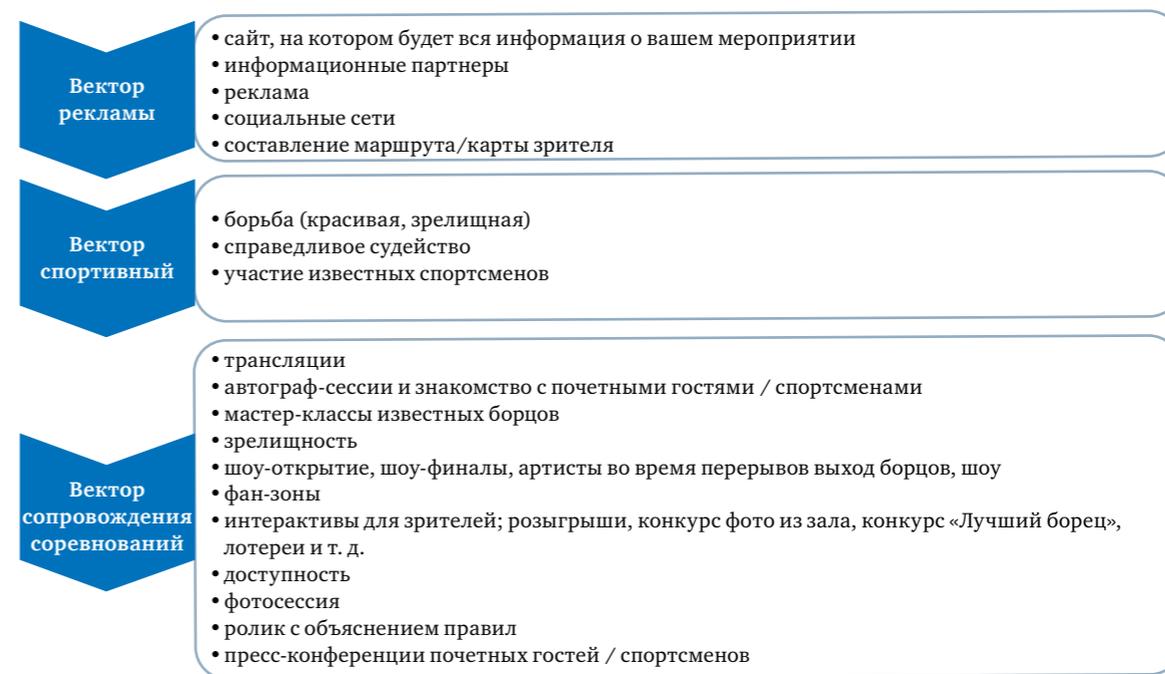
РИСУНОК 3

Структура плана работы со зрителями на соревнованиях



РИСУНОК 4

Содержание векторов работы плана работы со зрителями на соревнованиях



- Фотосессия (с наградной продукцией, с олимпийскими чемпионами)
- Ролик с объяснением правил
- Пресс-конференции почетных гостей / спортсменов

Портрет зрителя, для привлечения которого мы будем готовить план мероприятий, также составлен, отталкиваясь от результатов опроса, а кроме того, изученного материала в процессе обучения в РМОУ.

План мероприятий организации и проведения соревнований по греко-римской борьбе с высоким зрительским спросом

План представляет собой алгоритм мероприятий для повышения зрительского интереса к соревнованиям по греко-римской борьбе. Следовательно, целью является привлечение зрителей на соревнования, а решаемые задачи – это

Расклад составляющих векторов по направлениям

	Мероприятия для реализации	Временные характеристики
Вектор рекламы		
Сайт с полной информацией о мероприятии	Статьи и любая другая информация, подходящая под анонс соревнования	За 12–16 недель до соревнования, размещение 1–2 раза в неделю
Информационные партнеры	Подключить основные СМИ региона, муниципалитета, министерства спорта	За 12–16 недель до соревнования, размещение согласно договоренности
Реклама	Рассылка анонсов соревнований: в торговые центры, на транспорт, на телевидение, афиши на остановках, в подъездах и лифтах, информация в образовательных учреждениях, видеоприглашения	За 10–12 недель до соревнования, размещение согласно договоренности
Социальные сети	Посты, розыгрыши, опросы и т. д.; любая информация, подходящая под анонс соревнования	За 6–8 недель до соревнования, размещать 1–2 раза в неделю
Составление маршрута / карты зрителя	Выявить самые интересные моменты в соревнованиях и удобства, которые мы можем предложить зрителю	За 6–8 недель до соревнования, размещать 1–2 раза в неделю
Вектор спортивный		
Борьба (красивая, зрелищная)	Составлять программу соревнований, чтобы в афишах и рекламе указывать время, распределять финальные поединки в прайм-тайм	
Справедливое судейство		
Участие известных спортсменов	После открытия – показательные поединки, например, с участием ветеранов борьбы, тренеров и т. д.	
Вектор сопровождения соревнований		
Трансляции	Профессиональные комментаторы, прямой эфир ВК, WrestlingTV	За 1–2 дня до соревнований проверить подключение, согласовать с правообладателями эфиров
Автограф-сессии и знакомство с почетными гостями/спортсменами	Подготовить автограф-карты, согласовать с гостями время и формат встреч	За 3–4 недели до соревнований, чтобы успеть сделать анонс
Мастер-классы известных борцов	Согласовать время и формат мастер-классов, определиться с известными спортсменами	За 3–4 недели до соревнований, чтобы успеть сделать анонс
Зрелищность; шоу-открытие, шоу-финалы, артисты во время перерывов, выход борцов, шоу	Разработать сценарий, обговорить с партнерами и спонсорами, решить вопросы с техническими делегатами, включить в программу соревнований	За 5–6 недель до соревнований, чтобы успеть сделать анонс
Фан-зоны		
Интерактивы для зрителей; розыгрыши, конкурс фото из зала, конкурс «Лучший борец», лотереи и т. д.	Разработать сценарий, обговорить с партнерами и спонсорами, решить вопросы с техническими делегатами, включить в программу соревнований	За 5–6 недель до соревнований, чтобы успеть сделать анонс

Доступность	Пригласить обучающихся общеобразовательных учреждений, среднепрофессиональных заведений – через Министерства образования и науки РБ, воспитанников секций греко-римской борьбы муниципалитета – через спортивные управления	За 2–3 недели до соревнований
Фотосессия	С наградной продукцией, с олимпийскими чемпионами	Подготовить в удобных местах большого скопления зрителей
Ролик с объяснением правил	Ролик разработан Федерацией спортивной борьбы Республики Башкортостан	Показывать каждый час во время соревнований и во время перерывов
Пресс-конференции почетных гостей / спортсменов	Согласовать время и формат пресс-конференций, пригласить СМИ, определиться с известными спортсменами	За 3–4 недели до соревнований, чтобы успеть сделать анонс

повышение интереса к греко-римской борьбе у населения России, повышение качества обслуживания зрителей соревнований по греко-римской борьбе, повышение спроса к занятиям греко-римской борьбой.

Актуальность плана обусловлена ослаблением интереса к занятиям греко-римской борьбой детей и подростков. Тому есть несколько причин, в частности, конкуренция со стороны новых единоборств, которые привлекают своей новизной, яркой экипировкой, неординарностью правил и условий проведения соревнований, а также зачастую «необычностью» самих спортсменов. Другая, не менее важная, причина в том, что зачисление детей в спортивные группы по греко-римской борьбе ведется с семи лет, а до этого возраста ребенок может выбрать другой вид спорта. Есть и ряд других причин, связанных с кадрами (тренерский состав), влиянием родителей юных спортсменов и др.

Используя наши исследования, мы получаем структуру плана (см. рис. 3).

Далее, отталкиваясь от итогов опроса и собственного опыта по проведению мероприятий, наполняем каждый вектор содержанием (см. рис. 4).

Имея структуру плана и описав содержание векторов работы, рассмотрим каждый вектор с точки зрения необходимых шагов и временных характеристик.

Опыт Федерации спортивной борьбы Республики Башкортостан

Хотим рассказать о том, какие пункты Федерация спортивной борьбы Республики

Башкортостан реализует, а над какими ведет работу.

ВЕКТОР РЕКЛАМЫ

Сайт федерации работает давно, постоянно обновляется, содержит всю необходимую информацию. Но мы считаем, что для рекламы удобнее работать с социальными сетями. В данный момент федерация имеет два официальных мессенджера: «ВКонтакте» и «Telegram». Заметен прирост подписчиков в периоды освещения и проведения соревнований; также статистика показывает, что именно в это время возрастает просмотр социальных сетей. Но есть над чем работать, например, в части онлайн-розыгрышей с награждением по ходу соревнований.

Впервые в этом году мы разработали «Маршрут зрителя Всероссийских соревнований по греко-римской борьбе среди юношей до 16 лет памяти заслуженного тренера СССР Владимира Бормана» (см. рис. 5). Эта идея себя оправдала, поэтому инструмент будет использоваться и дальше.

Вектор спортивный реализуется федерацией в полной мере, ведь основным принципом нашей работы является создание условий для спортсменов, судей, тренеров, гостей/зрителей. Именно в этом порядке, никак не в другом. В связи с тем, что проводимые соревнования являются официальными и массовыми с количеством участников от 250 до 700 спортсменов и необходимо строго соблюдать программу соревнований, не просто добавить еще и показательные поединки известных спортсменов, но федерация этот вопрос не отпускает и прорабатывает.

ВЕКТОР СОПРОВОЖДЕНИЯ СОРЕВНОВАНИЙ

Трансляция соревнований ведется на специальном интернет-канале Федерации спортивной борьбы России WrestlingTV, контент предоставляется региональным федерациям бесплатно. Также региональные соревнования максимально стараемся транслировать на платформе «ВКонтакте». Это дает прирост подписчиков.

Федерация по доброй традиции приглашает именитых спортсменов на соревнования не только в качестве почетных гостей, но и для передачи опыта спортсменам и тренерам через проведение мастер-классов. Во время соревнований гости проводят автограф-сессии, которые анонсируются в афишах и маршрутах зрителей.

Церемонии открытия соревнований яркие и красочные, имеют элементы шоу. Каждое соревнование посвящено определенной теме, и эта тематика просматривается от оформления до наградной атрибутики, включая приглашенных гостей и церемонию открытия.

Наши соревнования можно посетить бесплатно, так как в данный момент наша задача не заработать, а популяризировать греко-римскую борьбу.

Впервые на вышеуказанных соревнованиях мы сделали специальную фотозону с наградной атрибутикой, которая пользовалась большим успехом. Как результат, мы увидели много фото в социальных сетях, а значит, зрителям эта возможность понравилась.

Ролик с объяснениями правил греко-римской борьбы имеет замечательную историю. То, что такой ролик необходим, мы узнали из проведенного нами опроса. В ходе изысканий мы установили, что подобные ролики есть на английском языке, их сделала международная федерация (UWW), и в основном их показывают на первенствах мира. Не откладывая вопрос надолго, наша федерация написала письмо в ФСБР, которая в свою очередь запросила данные ролики в UWW. Нам не отказали, выслали ролики на английском языке и ролики без субтитров. Ознакомившись с ними, мы пришли к выводу о необходимости сделать аналогичные ролики, но с российскими спортсменами. На данный момент ролик прошел апробацию на всероссийских соревнованиях и получил одобрение от национальной федерации. Готовность ролика – 90%, остались

последние штрихи, и наша федерация распространит его в других региональных федерациях.

Ожидаемые результаты

Итак, по итогам рассмотрения предыдущих разделов нами составлен план мероприятий организации и проведения соревнований по греко-римской борьбе с высоким спросом зрителей, известны его составляющие с учетом временных характеристик и мероприятий.

Понятно, что за один раз мы не переформируем зрительский интерес к греко-римской борьбе, но считаем, что, применяя наш план на всех соревнованиях, в течение трех лет ситуация в корне может (а точнее, должна) измениться.

Если сегодня в зал приходят до 100 любителей греко-римской борьбы (не учитывая чемпионат России), то через три года мы планируем довести это число минимум до 600 человек (исходя из того, что вместимость основного места проведения соревнований – 1500 мест, но при проведении греко-римской борьбы 400 мест попадают в «мертвую зону»), то это будет прорыв, а значит, далее мы сможем поставить более амбициозные задачи.

Федерации спортивной борьбы Республики Башкортостан предстоят в четвертом квартале 2024 года два крупных мероприятия: Кубок России по греко-римской борьбе среди мужчин в лично-командном зачете на призы главы Республики Башкортостан и командный кубок «Автодора» по греко-римской борьбе среди юношей до 18 лет и юниоров до 21 года. В разрабатываемых сметах этих мероприятий и общей программе подготовки и проведения соревнований закладывается работа со зрителями. Уверены, что полученный план работы со зрителями сыграет основополагающую роль в этом.

Заключение

Подводя итог данной работы, важно подчеркнуть, что исследование различных видов соревнований позволяет сделать выводы о том, что у проекта повышения зрительской привлекательности спортивной борьбы есть перспективы. При успешном запуске в Республике Башкортостан через один-два года при поддержке Федерации спортивной борьбы России проект может быть масштабирован в других регионах. В таком случае

РИСУНОК 5

Маршрут зрителя Всероссийских соревнований по греко-римской борьбе среди юношей до 16 лет памяти заслуженного тренера СССР В. Бормана



республиканская федерация может выступить главным консультантом по проведению и организации соревнований в части работы со зрителями.

Как в любом начинании, наш проект обладает определенными рисками, главным из которых является, безусловно, финансовый, то есть нахождение необходимого количества партнеров, а следовательно, и достаточного финансового сопровождения соревнований по линии работы со зрителями.

Следует также уделить внимание проработке правовой стороны работы со зрителями, так

как она может быть связана с несовершеннолетними, что возлагает огромную ответственность на организаторов соревнований, в том числе в части сбора и обработки персональных данных.

Сопоставив получившийся в ходе работы план с целями и гипотезами, сформированными в начале работы, можно будет сделать вывод об их подтверждении на уровне теории и анализа, а также о необходимости практического подтверждения полученных результатов.



ВЛАДИМИР ЛЕДНЕВ,
вице-президент Московского финансово-промышленного университета «Синергия», научный руководитель факультета индустрии спорта, заведующий кафедрой спортивного менеджмента, д. э. н., профессор

Российский спорт: новые возможности и перспективы

2024 ГОД ВОЙДЕТ В ИСТОРИЮ РОССИЙСКОГО СПОРТА КАК НАЧАЛО СЕРЬЕЗНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ. ЕСЛИ В ПРОДОЛЖЕНИИ ПОЛИТИКИ ИЗОЛЯЦИИ СО СТОРОНЫ МЕЖДУНАРОДНЫХ СТРУКТУР ПО ОТНОШЕНИЮ К РОССИЙСКОМУ СПОРТУ НЕ БЫЛО НИЧЕГО НОВОГО (ХОТЯ В ЭТИХ РЯДАХ ЕДИНОДУШИЯ СТАНОВИТСЯ ВСЕ МЕНЬШЕ И МЕНЬШЕ), ТО НАЧАВШАЯСЯ ВО ВТОРОЙ ПОЛОВИНЕ ГОДА ПЕРЕНАСТРОЙКА СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ СПОРТОМ, БЕЗУСЛОВНО, ЯВЛЯЕТСЯ ЗНАЧИМОЙ. УКРУПНЕНИЕ СПОРТИВНЫХ ФЕДЕРАЦИЙ, ПОИСК НОВЫХ МОДЕЛЕЙ ФИНАНСИРОВАНИЯ ОТРАСЛИ, ВНЕДРЕНИЕ НОВЫХ ФОРМАТОВ СОРЕВНОВАНИЙ — ЭТИ И ДРУГИЕ ФАКТОРЫ ОБЕЩАЮТ ИНТЕРЕСНЫЕ ПЕРСПЕКТИВЫ.

В 2024 году Россия впервые за 40 лет фактически пропустила летние Олимпийские игры (они проводились в Париже). Хотя около полутора десятков российских спортсменов были на Играх и была даже завоевана одна серебряная медаль, в теннисе. Все они выступали без флага, гимна и даже фирменной спортивной одежды и атрибутики, поэтому сравнения с командой беженцев,

появившиеся в связи с этим, не назовешь беспочвенными. Таков совокупный двухлетний итог деятельности Международного олимпийского комитета (МОК) и многих (но не всех) международных федераций, которые, вводя санкции, стремились максимально изолировать российских спортсменов от системы мирового спорта. Великий Хуан Антонио Самаранч с командой едино-

50



мысленников около 20 лет строил и развивал успешное и финансово благополучное международное олимпийское движение и всю архитектуру мирового спорта. А Томас Бах, нынешний президент МОК, фактически за два года поставил работу своих предшественников под большое сомнение и многочисленные риски. Можно вспомнить скандалы вокруг соревнований по женскому боксу, плаванию на открытой воде, триатлону, а также очень странные эпизоды церемонии открытия Игр в Париже. Даже лояльно настроенные к организаторам Игр западные СМИ уделили этому немало внимания. Кстати, после окончания Игр в Париже Бах заявил, что скоро уйдет со своего поста, по сути, умывая руки.

Если оценивать санкции и запреты, с которыми российский спорт столкнулся в 2024 году, можно отметить ряд противоречивых моментов. Так, в некоторых видах спорта, где многие спортивные события — это, по сути, бизнес-проекты, российские спортсмены по-прежнему выступают, и с успехом. Для примера назовем теннис, ММА, шахматы, бокс. Объяснение простое: российские спортсмены — среди лидеров в этих видах спорта, они привлекают интерес зрителей и болельщиков, что влияет на «коммерческую продаваемость» этих спортивных событий.

Отдельно необходимо отметить неизменную популярность российских хоккеистов в североамериканской Национальной хоккей-

ПОБЕДИТЕЛИ ЧЕМПИОНАТА РОССИИ по фигурному катанию в Омске Владислав Дикиджи, Анастасия Мишина и Александр Галлямов, Аделия Петросян, Александра Степанова и Иван Букин (слева направо) во время показательных выступлений.
Фото: Александр Вильф/МИА «Россия сегодня»

ной лиге (НХЛ). В ней сегодня с успехом выступают около 50 российских спортсменов, а некоторые из них считаются главными хоккейными звездами. В сезоне 2024/25 медиа и болельщики наблюдают погоню Александра Великого (именно так называют в США Александра Овечкина) за «вечным» рекордом Уэйна Гретцки. Хоккейная индустрия — это огромный бизнес, поэтому, как говорится, никакой политики, ничего личного...

В некоторых зимних видах спорта среди представителей международных федераций и спортсменов начинается брожение по поводу отсутствия российских спортсменов на международных стартах. Международная федерация хоккея уже почти не скрывает, что теряет доходы из-за отсутствия сборной России. Некоторые норвежские лыжники хотят опять сразаться на лыжне с лучшими российскими спортсменами. Периодически мы слышим: «Какой биатлон, какое фигурное катание без России?»

В конце 2024 года в условной «стене» спортивной изоляции образовалась большая пробоина: российские пловцы приняли участие

51

РИСУНОК 1

Основные участники системы управления спортом в России



в чемпионате мира на короткой воде в Будапеште. Выступая в усеченном составе, российские спортсмены заняли второе общекомандное место в медальном зачете (шесть золотых и четыре серебряные медали), показав, что по-прежнему являются лидерами в мировом плавании. И очень важно, что их выступление было положительно встречено многими болельщиками.

В преддверии будущих зимних Олимпийских игр 2026 года некоторые международные федерации начинают предлагать различные варианты участия российских спортсменов в квалификационных соревнованиях. Учитывая все эти факты, ожидать перемен в 2025 году вполне логично.

Перенастройка системы управления спортом в России

В условиях достаточно жестких международных спортивных санкций российский спорт в 2024 году получил новый импульс и вектор

развития. После майского утверждения нового состава Правительства РФ началась постепенная перенастройка системы управления спортом в России. К ключевым звеньям этой системы относятся:

- Министерство спорта Российской Федерации;
- Олимпийский комитет России;
- общероссийские спортивные федерации по видам спорта;
- региональные органы власти, отвечающие за развитие физической культуры и спорта.

В октябре в Уфе прошел XII Международный спортивный форум «Россия – спортивная держава», где подробно говорили о централизации спортивной власти, усилении вертикали в управлении спортом, возможном укрупнении спортивных федераций для повышения эффективности их работы и улучшения финансирования. Этим темам во многом было посвящено заседание Совета при Президенте по развитию



физической культуры и спорта, где рассматривались вопросы о роли негосударственных организаций в развитии спорта.

Первые итоги перенастройки системы управления российским спортом уже можно констатировать. В декабре по итогам Олимпийского собрания президентом Олимпийского комитета России стал министр спорта России Михаил Дегтярев. Совмещение двух высших постов в российском спорте позволит объединить усилия и ресурсы как в развитии спорта на внутренней арене, так и по линии международного сотрудничества, где основной целью является постепенное возвращение российских спортсменов к выступлениям в международных соревнованиях.

Осенью появились две первые укрупненные спортивные федерации в результате объединения гимнастических и водных видов спорта:

- президентом Федерации гимнастики России стал Олег Белозеров, который является председателем правления ОАО «Российские железные дороги» (в гимнастических видах спорта разыгрываются 18 комплектов олимпийских медалей);
- президентом Федерации водных видов спорта России избран Дмитрий Мазепин, до недавних пор возглавлявший компанию «Уралхим» (в водных видах спорта

РОССИЙСКИЙ ХОККЕИСТ,

трехкратный чемпион мира Александр Овечкин (слева) с сыном Сергеем на церемонии подписания именной звезды для Аллеи чемпионов VEGAS в Москве.

Фото: Кирилл Калинин/МИА «Россия сегодня»

разыгрываются 49 комплектов олимпийских медалей).

Отметим также, что недавно президентом Всероссийской федерации легкой атлетики стал Петр Фрадков, являющийся председателем Промсвязьбанка (в легкой атлетике разыгрываются 48 комплектов олимпийских медалей).

В общей сложности на долю этих трех федераций приходится 115 комплектов медалей, разыгрываемых на летних Олимпийских играх, это практически треть от общего количества. Очевидно, что укрупнение спортивных федераций позволит заметно улучшить финансирование их деятельности как с точки зрения развития спорта высших достижений, так и детско-юношеского и массового спорта.

Стратегические ориентиры и качественные показатели

В России на государственном уровне четко определены стратегические ориентиры и показатели, на которые спортивная отрасль

ТАБЛИЦА 1

Целевые показатели Стратегии развития физической культуры и спорта – 2030

Возрастные категории, лет	Занимающихся к 2030 году, %
3–29	90
30–59	70
60–79	45
Всего	70

должна выйти к 2030 году. Все количественные показатели зафиксированы в Стратегии развития физической культуры и спорта – 2030. Если говорить про массовый спорт, то ориентир – 70% граждан России разных возрастов должны заниматься физической культурой и спортом. Эта задача непростая и амбициозная, учитывая, что к концу 2024 года этот показатель достиг почти 57%. Для разных категорий граждан показатели выглядят следующим образом (см. таблицу 1).

Применительно к профессиональному спорту и спорту высших достижений стоят задачи существенно увеличить коммерческие доходы. Профессиональные клубы должны стремиться к самокупаемости, чтобы заметно снизить затраты на профессиональный спорт из бюджетных средств и расходов госкорпораций.

Помимо количественных показателей в 2025 году намечены важнейшие качественные показатели:

- обеспечение доступности для занятий спортом для граждан всех возрастов;
- вовлеченность граждан в занятия физической культурой и спортом;

- удовлетворенность граждан условиями для занятий физической культурой и спортом.

По этим показателям среди прочих теперь будут оценивать деятельность губернаторов и других глав регионов. Это связано с тем, что сфера физической культуры и спорта имеет самое прямое отношение к решению общенациональных целей: сбережение населения, повышение уровня благополучия семей и реализация потенциала каждого человека.

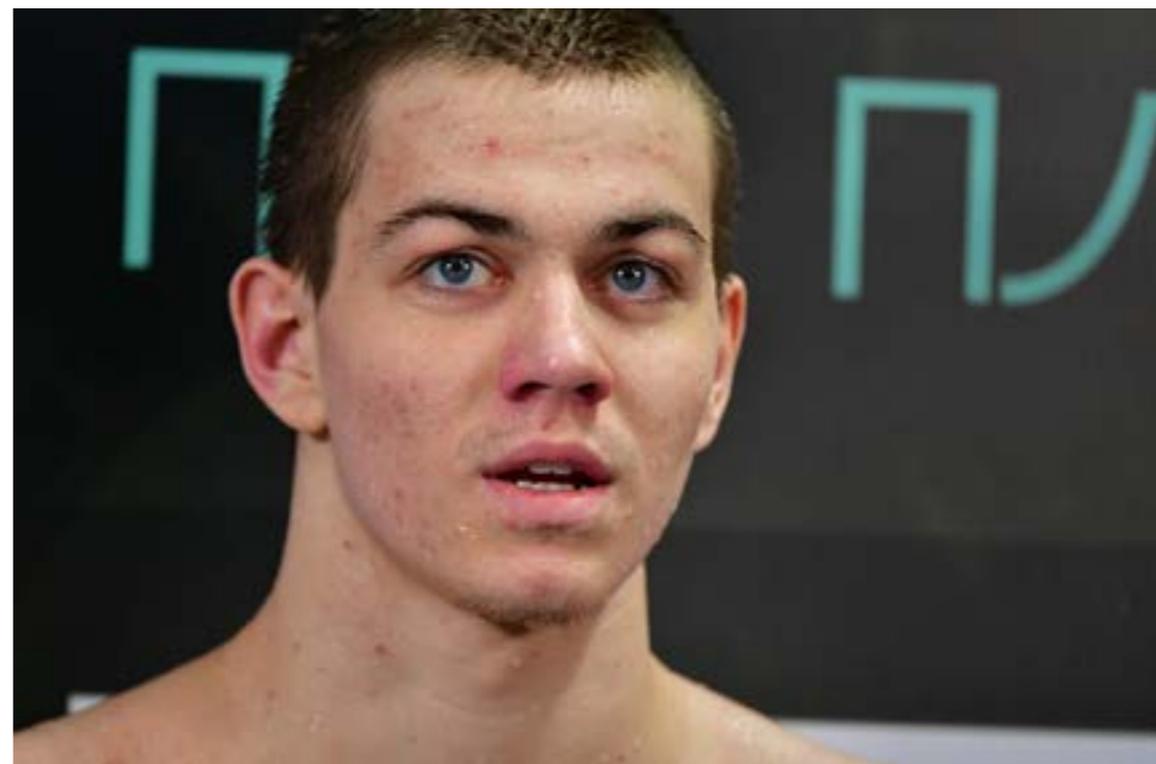
Основные стратегические ориентиры будут отражены в Комплексной государственной программе развития физической культуры и спорта, которая должна быть утверждена в 2025 году. Планируется определить приоритеты в развитии видов спорта, исходя из их массовости, а также доступности инфраструктуры, экипировки и инвентаря. Таких видов спорта будет около 50, к ним можно отнести, в частности, футбол, плавание, баскетбол, легкую атлетику, волейбол, гимнастику, лыжные гонки, борьбу, конькобежный спорт. Это позволит максимально объединить усилия и ресурсы (управленческие, тренерские, финансовые и инфраструк-

ТАБЛИЦА 2

Самые популярные виды спорта*

№	Виды спорта	Количество занимающихся, млн
1.	Футбол	3,408
2.	Плавание	2,764
3.	Волейбол	2,537
4.	Спортивное программирование	2,246
5.	Легкая атлетика	2,066
6.	Баскетбол	1,821
7.	Фитнес-аэробика	1,637
8.	Лыжные гонки	1,085
9.	Шахматы	1,058
10.	Спортивный туризм	1,034

* Количество официально занимающихся различными видами спорта, по состоянию на конец 2023 года согласно статистике Минспорта РФ, форма № 1ФК.



МИРОН ЛИФИНЦЕВ

стал триумфатором чемпионата мира по плаванию на короткой воде в Будапеште, завоевав пять золотых медалей.

Фото: Александр Савченко/МИА «Россия сегодня»

турные) для достижения основных показателей Стратегии-2030.

С учетом нынешних ограничений по допуску российских спортсменов к международным стартам особенную важность приобретает наличие стройной, понятной и комплексной системы национальных соревнований на всех уровнях (всероссийские, межрегиональные, региональные, городские, районные). Среди ключевых особенностей такой системы соревнований можно отметить следующие:

- большое количество заранее спланированных событий и этапов (Кубок России, Гран-при России, форматы лиги или клубный принцип);
- достаточный призовой фонд;
- соревнования должны проводиться в разных регионах России;
- плановая работа со зрителями и болельщиками с целью максимального их привлечения на трибуны;
- работа с различными медиа (телевидение, СМИ, спортивные блогеры) с обязательным показом соревнований по телевидению.

Очень важно использовать различные новые форматы соревнований, совмещая их с элементами шоу. Именно эти подходы будут способствовать популяризации и массовости. Такие задум-

ки уже используются в некоторых видах спорта. Достаточно вспомнить соревнования по прыжкам в фигурном катании, «Битву полов» (где одновременно соревнуются мужчины и женщины в прыжках в высоту), смешанные эстафеты в лыжах и биатлоне. В игровых видах спорта можно поучиться у футбольной и баскетбольной медиа-лиг, где организаторам удается максимально совместить спорт, развлечения и шоу.

2024 год был прорывным по части развития цифровых видов спорта. В феврале – марте в Казани с успехом прошли Игры будущего – первый международный мультиспортивный турнир в концепции фиджитал. Общие итоги этого уникального турнира впечатляют:

- 21 спортивная дисциплина в формате фиджитал;
- 312 команд;
- 116 стран мира;
- около 3,5 млрд просмотров соревнований.

В России уже официально признано пять цифровых видов спорта, они перечислены в следующей таблице.

ТАБЛИЦА 3

Количество занимающихся цифровыми видами спорта за 2023 году*

№	Вид спорта	Количество, тыс. чел.
1.	Спортивное программирование	2246
2.	Киберспорт (официальное название – компьютерный спорт)	291
3.	Фиджитал спорт	8
4.	Лазертаг	6,1
5.	Гонки дронов	1,5

* Согласно статистике Минспорта РФ, форма № 1ФК.

Можно легко предположить, что после подсчетов по итогам 2024 года эти цифры сильно изменятся, т. к. многократно растет количество внутренних турниров в разных регионах России.

Перспективы для дальнейшего развития цифровых видов спорта очень хорошие, тем более в ноябре 2024 года Правительство РФ утвердило Концепцию развития фиджитал-движения на территории Российской Федерации на период до 2030 года. Вот несколько ожидаемых результатов к 2030 году:

- количество спортивных дисциплин в формате фиджитал достигнет 20;
- будут созданы региональные федерации фиджитал спорта во всех регионах России;
- количество различных соревнований (от международных до муниципальных) достигнет суммарно 1500;
- будет создано не менее 300 фиджитал-центров.

В довершение к анализу «цифрового бума» в мировом спорте добавим два интересных факта:

- Игры будущего уже готовятся в других странах (2025 год – в ОАЭ, 2026-й – в Казахстане);

- МОК в 2025 году планирует провести в Саудовской Аравии первые Олимпийские киберспортивные игры.

Можно предположить, что между классическими и цифровыми видами спорта будет усиливаться конкуренция за внимание зрителей, за деньги спонсоров и партнеров. Но индустрия спорта от этого только выиграет.

Финансирование российского спорта

Финансирование российского спорта в последнее время является стабильным и устойчивым. Достаточно посмотреть на статистические данные за 2021–2023 годы.

Структура финансирования в 2025 году будет меняться. Будет создан Российский спортивный фонд, который станет важным элементом дополнительной финансовой поддержки всей отрасли. Планируется, что средства в этот фонд будут в основном поступать в виде целевых отчислений от азартных игр, т. е. от букмекеров.

Сегодня в среднем общие средства от ставок подразделяются следующим образом: 85% – это доходы от ставок на зарубежные спортивные события, а 15% – доходы от ставок на внутриспортивные соревнования. Поэтому планируется,

ТАБЛИЦА 4

Финансирование спортивной отрасли России, млрд руб.

	2021	2022	2023
Всего израсходовано	809	671	844
Федеральный бюджет	110	88	65
Бюджеты субъектов РФ	311	318	502
Бюджеты муниципальных образований	320	200	214
Внебюджетные источники	68	65	63



что новый фонд будет наполняться средствами от ставок на зарубежные события, эти средства пойдут на развитие детско-юношеского и массового спорта, спорта высших достижений и адаптивного спорта. А спортивные федерации и профессиональные лиги будут получать напрямую от публично-правовой компании «Единый регулятор азартных игр» (ЕРАИ) целевые отчисления от ставок на внутриспортивные соревнования (это около 15%, как указано выше). Как правило, эти спортивные соревнования организуют сами федерации и лиги, что усилит их мотивацию к повышению зрелищности и увеличению посещаемости.

Еще одна важная тема, обсуждавшаяся на форуме «Россия – спортивная держава» в Уфе, – вопросы финансирования детско-юношеского спорта. В государственных ДЮСШ и бесплатных секциях не должно быть коммерциализации и избыточного финансирования со стороны родителей, имея в виду различные «поборы и допслуги», оплату экипировки, спортивных сборов и даже взносы за участие в соревнованиях. Во многом эти проблемы призвано решить дополнительное финансирование детско-юно-

В ГОСУДАРСТВЕННЫХ ДЮСШ и бесплатных секциях не должно быть коммерциализации.
Фото: Кирилл Зыков/МИА «Россия сегодня»

шеского спорта из Российского спортивного фонда. Но по-прежнему стабильное финансирование детско-юношеского спорта – это задача государства на всех уровнях власти (федеральные, региональные и муниципальные бюджетные средства).

Профессиональный и массовый спорт: разные модели финансирования

В разных странах профессиональный спорт имеет стабильные источники коммерческих доходов, являясь бизнесом, и во многом себя окупает, т. е. использует модель самофинансирования и самокупаемости. В России пока не так: большинство профессиональных клубов в футболе, хоккее, баскетболе, волейболе и других игровых видах спорта сильно связаны с финансированием из региональных бюджетов. Как только тот или иной губернатор

прекращает бюджетное финансирование, профессиональный клуб сразу или с течением некоторого времени прекращает существование. Еще в 2015 году на заседании Совета при Президенте по развитию спорта рассматривались вопросы повышения коммерческой деятельности профессиональных клубов, с уменьшением их зависимости от бюджетного финансирования и переходом к самокупаемости. Прошло почти десять лет, но нельзя сказать, что произошли серьезные изменения.

Вместе с тем в российском футболе появились новые яркие примеры успешной работы со спонсорами, болельщиками и представителями медиа. В качестве таковых можно привести футбольную медиалигу и медиаклубы, которые в нее входят. Для российского спорта это уникальный феномен, причем практически все медиаклубы, по сути, полупрофессиональные или полупрофессиональные. Но они очень грамотно работают по продвижению спортивных событий, у них прямой диалог со зрителями и болельщиками, многие из них уже имеют серьезных спонсоров. Некоторые медиаклубы по средней посещаемости даже превосходят отдельные команды РПЛ. Поэтому в клубах РПЛ и ФНЛ есть возможность поучиться, как правильно применять и использовать различные маркетинговые инструменты для успешной коммерческой деятельности.

Анализируя развитие массового спорта с различными его формами (школьный, студенческий и корпоративный спорт), уже можно говорить сегодня о разных моделях финансирования.

- Школьный спорт практически полностью финансируется государством, это касается как школьных лиг, так и школьных спортивных клубов.
- Студенческий спорт имеет разные смешанные модели финансирования. Студенческие спортивные клубы – это прямое финансирование со стороны руководства

университетов, институтов, академий, колледжей и техникумов. А многие студенческие спортивные лиги уже имеют одного или несколько спонсоров со стороны различных бизнес-структур.

- Корпоративный спорт во многом финансируется из бюджета предприятий и организаций, т. к. руководство предприятий заинтересовано, чтобы их работники занимались спортом, были здоровы и имели хорошую мотивацию и производительность труда.

При этом в массовом спорте тоже появляются интересные и успешные примеры предпринимательской деятельности. Назовем, в частности, беговую индустрию, где существует большое количество беговых клубов и около 250 марафонов и полумарафонов во многих регионах России. Многие из этих структур частные, у них есть собственники и инвесторы, что лишней раз показывает: такое вполне возможно, если ты реально ориентирован на целевую аудиторию, на формирование спроса на подобного рода спортивно-оздоровительные услуги и проведение массовых спортивных событий.

Если же говорить о фитнес-индустрии, которая практически полностью является предпринимательским звеном российской индустрии спорта, то очевидно, что она с точки зрения самокупаемости ушла далеко вперед и год от года демонстрирует поступательный рост. Многим спортивным организациям стоит поучиться у представителей фитнес-клубов, как работать с клиентами, оказывая им разнообразные и качественные спортивно-оздоровительные услуги.

В завершение отметим, что у российского спорта (будь то профессиональный спорт, спорт высших достижений или массовый спорт) есть все возможности для стабильного развития с учетом интересов и пожеланий государства, при помощи различных моделей финансирования и с использованием новых форм.

ТАБЛИЦА 4

Показатели развития фитнес-индустрии*

Показатели	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Количество фитнес-клубов	5355	6069	6308	7065	7593	7812	8294	8902	9793
Численность занимающихся в фитнес-клубах, тыс. чел.	3413	3992	5230	5399	6268	6674	7313	8166	9580

* Согласно статистике Минспорта РФ, форма № 1ФК.

Спортивный менеджмент и маркетинг во всех аспектах: уникальное собрание книг российских и зарубежных авторов



Перечень книг
Где купить
Аннотация к каждому изданию



География спортивных исследований по областям спортивного менеджмента

СЕВЕРНАЯ АМЕРИКА

Профессиональный спорт	69 (45%)
Студенческий спорт	44 (92%)
Потребители спорта	18 (53%)
Спортивные события	13 (16%)
Спортивные организации	10 (24%)
Индустрия спорта	7 (33%)
Спорт для развития	6 (40%)
Другое	2 (50%)
Спортивные медиа	1 (20%)
Элитный спорт	0
Всего (доля от общего числа в мире)	170 (40%)

ЕВРОПА

Профессиональный спорт	35 (23%)
Спортивные события	17 (21%)
Спортивные организации	14 (34%)
Элитный спорт	9 (41%)
Потребители спорта	6 (18%)
Спорт для развития	6 (40%)
Индустрия спорта	2 (10%)
Другое	2 (50%)
Спортивные медиа	1 (20%)
Студенческий спорт	0
Всего (доля от общего числа в мире)	92 (22%)

АЗИЯ

Спортивные события	22 (28%)
Профессиональный спорт	20 (13%)
Потребители спорта	6 (18%)
Индустрия спорта	6 (29%)
Студенческий спорт	3 (6%)
Спортивные организации	3 (15%)
Элитный спорт	2 (9%)
Спортивные медиа	1 (20%)
Спорт для развития	0
Другое	0
Всего (доля от общего числа в мире)	66 (16%)

МЕЖДУНАРОДНЫЕ

Профессиональный спорт	18 (5%)
Спортивные события	10 (13%)
Студенческий спорт	0
Спортивные организации	5 (12%)
Потребители спорта	2 (6%)
Элитный спорт	4 (18%)
Индустрия спорта	2 (10%)
Спорт для развития	0
Спортивные медиа	0
Другое	0
Всего (доля от общего числа в мире)	31 (7%)

ЦЕНТРАЛЬНАЯ И ЮЖНАЯ АМЕРИКА

Спортивные события	2 (3%)
Профессиональный спорт	0
Студенческий спорт	0
Спортивные организации	0
Потребители спорта	0
Элитный спорт	0
Индустрия спорта	0
Спорт для развития	0
Спортивные медиа	0
Другое	0
Всего (доля от общего числа в мире)	2 (1%)

КРОСС-КОНТИНЕНТАЛЬНЫЕ

Профессиональный спорт	12 (8%)
Спортивные события	9 (11%)
Элитный спорт	6 (27%)
Индустрия спорта	4 (19%)
Потребители спорта	2 (6%)
Спортивные организации	1 (2%)
Спорт для развития	1 (7%)
Спортивные медиа	1 (20%)
Студенческий спорт	0
Другое	0
Всего (доля от общего числа в мире)	36 (9%)

АФРИКА

Спортивные события	3 (4%)
Профессиональный спорт	2 (1%)
Спортивные организации	2 (5%)
Спорт для развития	1 (7%)
Спортивные медиа	1 (20%)
Студенческий спорт	0
Потребители спорта	0
Элитный спорт	0
Индустрия спорта	0
Другое	0
Всего (доля от общего числа в мире)	9 (2%)

ОКЕАНИЯ

Профессиональный спорт	6 (4%)
Спортивные события	4 (5%)
Спортивные организации	3 (7%)
Студенческий спорт	1 (2%)
Элитный спорт	1 (5%)
Спорт для развития	1 (7%)
Индустрия спорта	0
Спортивные медиа	0
Потребители спорта	0
Другое	0
Всего (доля от общего числа в мире)	16 (4%)

Цифры указывают на количество исследований в географической зоне / к общему количеству исследований в данной области спорта, в скобках доля в % от общего числа исследований в той или иной области.



Sport Management Digest



№ 1, 2024

digestsms.com

Исследования во втором полугодии 2023

Методология исследований

Спортивное управление и политика

Экономика спорта

Лидерство в спорте

Спортивный маркетинг и спонсорство

Коммуникации в спорте

География исследований



Дайджест спортивного менеджмента Sport Management Digest

РЕДАККОЛЕГИЯ

Главный редактор – Васил Гиргинов, Университет Брунеля

Ассоциированный редактор – Джеймс Скиннер, Университет Лафборо

РЕДАКТОРЫ ТЕМАТИЧЕСКИХ РАЗДЕЛОВ

Исследовательские методологии в спортивном менеджменте – Джеймс Скиннер, Университет Лафборо

Спортивный менеджмент – Син Сяоянь, Столичный университет физического воспитания и спорта, Пекин

Коммуникации в спортивном менеджменте – Гашоу Абеза, Университет Тоусон

Спортивное лидерство – Зак Деймон, Университет Центрального Арканзаса

Спортивное управление и политика – Шушу Чен, Университет Бирмингема

Спортивный маркетинг и спонсорство – Лю Дунфэн, Шанхайский университет спорта

Экономика спорта – Джоэл Макси, Дрексельский университет

EDITORIAL BOARD

General Editor – Vassil Girginov, Brunel University London

Associate Editor – James Skinner, Loughborough University London

SECTION EDITORS

Research Methodologies in Sport Management – James Skinner, Loughborough University London

Sport Management – Xiaoyan Xing, Capital University of Physical Education and Sports, Beijing

Sport Management Communications – Gashaw Abeza, Towson University

Sport Leadership – Zack Damon, University of Central Arkansas

Sport Governance and Policy – Shushu Chen, University of Birmingham

Sport Marketing and Sponsorship – Dongfeng Liu, Shanghai University of Sport

Sport Economics – Joel Maxcy, Drexel University

Sport Management Digest (Дайджест спортивного менеджмента) – официальное издание Российского Международного Олимпийского Университета, выпускаемое в партнерстве с Всемирной ассоциацией спортивного менеджмента (World Association for Sport Management, WASM) с сентября 2021 года.

Свидетельство о регистрации Эл № ФС77-80699 от 29.03.2021 в реестре зарегистрированных СМИ Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор).

Международный стандартный номер сериального издания (International Standart Serial Number) ISSN: 2782-5590

Адрес издателя: Москва, Лужнецкая набережная, д. 8, стр. 1.

Периодичность выпуска – дважды в год.

Все выпуски доступны на сайте digestsm.com на английском языке с встроенной функцией перевода на русский, китайский и испанский.

Состояние исследований в области спортивного менеджмента во второй половине (июль – декабрь) 2023 года: обзор



ВАСИЛ ГИРГИНОВ,
Университет Брунеля

В этой статье представлен библиометрический обзор исследований, опубликованных в 10 журналах по спортивному менеджменту во второй половине 2023 года, с июля по декабрь. Шесть тематических разделов, которые следуют далее, достаточно подробно охватывают исследования, касающиеся различных аспектов спортивного менеджмента. По техническим причинам мы не смогли включить в этот выпуск обзоры теоретических разработок и исследований этики спортивного менеджмента.

Библиометрический анализ – это устоявшаяся методология количественного обзора, которая определяет основные исследования или авторов, а также их взаимосвязи. Он предоставляет ценную реляционную информацию, что помогает значительно улучшить наше понимание общей интеллектуальной структуры дисциплины спортивного менеджмента.

Следуя установленному формату, настоящий обзор исследований фокусируется на трех взаимосвязанных областях, включая библиометрический анализ, теоретическую и практическую привлекательность исследований, измеряемую финансированием, привлеченным их авторами, а также демократизацию знаний, примером которой является количество исследований, опубликованных в режиме открытого доступа (open access, OA). Во второй половине 2023 года 10 журналов по спортивному менеджменту в совокупности опубликовали 23 выпуска с 248 статьями. Этот результат соответствует предыдущим годам. Работы подготовлены разнообразными группами исследователей, включая признанных

и начинающих ученых, а также аспирантов. В таблице 1 показаны десять журналов и количество статей в каждом, включая статьи OA. В первой половине 2023 года было опубликовано 248 статей, что на 49 меньше, чем 297 статей, опубликованных в первой половине 2023 года, но процент статей OA был выше: 19% (49) по сравнению с 12% (47). Обзор Син Сяоянь в этом выпуске предлагает подробный анализ географии этих публикаций.

В предыдущих выпусках мы обсуждали, что политика публикации OA отражает важный императив демократизации знаний. Он предполагает, что все финансируемые государством и частным сектором исследования должны быть доступны пользователям бесплатно. Проблемы политики OA были рассмотрены в предыдущих выпусках, включая ее непомерную стоимость для многих исследователей и учреждений. Тем не менее важно продолжать подчеркивать эту проблему, поскольку она играет решающую роль в формировании знаний в этой области и их использовании. Читатели могут проверить политику OA своего целевого журнала, используя инструмент проверки журнала (<https://journalcheckertool.org/>). Достижения в области цифровых технологий и издательского дела позволили журналам изменить свою политику публикации, особенно тем журналам, что издаются группой Taylor & Francis (5 из журналов в таблице). Редакторы и авторы теперь проинструктированы, что больше нет ограничения на количество слов в статьях (обычно объем ограничивался 8–10 тыс. слов). Это означает, что авторы могут использовать больший объ-

ТАБЛИЦА 1

Общее количество статей и статей открытого доступа (OA), опубликованных в 10 журналах по спортивному менеджменту во втором полугодии 2023 года

Журнал	Год основания	Периодичность (выпусков в год)	Импакт-фактор	Количество статей	Статей OA (численно/%)
Journal of Sport Management	1987	5	3,6	16	1/6
Sport Management Review	1988	5	4,1	16	3/18
International Journal of Sports Marketing and Sponsorship	1999	4	2,5	36	2/5
European Sport Management Quarterly	2001	5	3,9	49	20/41
International Journal of Sport Finance	2006	4	1,1	10	0/0
International Journal of Sport Communications	2008	4	1,8	31	2/9
International Journal of Sport Policy and Politics	2009	4	2,8	22	8/36
Journal of Sports Economics	2011	6	2,1	15	5/33
Communication and Sport	2013	6	2,7	29	4/14
Journal of Global Sport Management	2016	4	2,2	24	4/17

ем текста (и иллюстраций) для более подробного изложения.

Специальные выпуски журналов играют важную роль в освещении значимых тем и открытии новых горизонтов в этой области. Положительное влияние спецвыпусков журналов по спортивному менеджменту и социологии было проанализировано Селлесом (2021) и обсуждалось в предыдущих выпусках. Три журнала опубликовали специальные выпуски, посвященные,

соответственно, бренд-менеджменту на индивидуальном уровне (ESMQ), имени, имиджу и образу в связи с Национальной ассоциацией студенческого спорта (JSM), влиянию глобального экономического спада на спортивный менеджмент (JGSM). Четырнадцать редакторов отвечали за создание этих специальных выпусков. Каждый в отдельности и все вместе эти спецвыпуски вносят значительный вклад в развитие знаний в области спортивного менеджмента.

ТАБЛИЦА 2

Специальные выпуски, вышедшие в свет во втором полугодии 2023 года

Journal of Sport Management, 2023, 37 (5)	Имя, имидж и образ и Национальная ассоциация студенческого спорта	Стивен Салага, Наташа Брайсон, Джозеф Купер, Дэниел Рашер, Энди Шварц
European Sport Management Quarterly, 2023, 23 (6)	Расширение понимания управления брендом на индивидуальном уровне в спорте	Джейсон Дойл, Тило Канкель, Йиран Су, Руи Бискайя, Брэдли Дж. Бейкер
Journal of Global Sport Management, 2023, 8 (3)	Влияние мирового экономического спада на спортивный менеджмент	Дэниел Парнелл, Пол Уиддоп, Энтони Мэй, Дэнни Фицпатрик

В таблице 2 указаны журналы, спецвыпуски и их редакторы.

Мерой концептуальной и практической значимости исследований в области спортивного менеджмента для политиков, практиков и различных государственных и частных органов является финансирование, предоставляемое различным исследовательским проектам. Естественно, картина финансирования текущих исследований никоим образом не является полной из-за отсутствия информации о внешнем финансировании исследований, но она позволяет отметить географию и институциональную поддержку научной деятельности в данной области. Исследования, опубликованные во второй половине 2023 года, были поддержаны несколькими государственными и частными агентствами, включая EU Horizon 2000, Международный олимпийский комитет, SSHRC и другие. На рисунках 1–6 ниже представлена разбивка источников финансирования, стран и принадлежности авторов, которые опубликовали свои работы в четырех журналах, включая Journal of Global Sport Management, Journal of Sport Management и International Journal of Sport Management and Marketing, а также European Sport Management Quarterly. Косвенным показателем взаимосвязи между внешним финансированием исследований в области спортивного менеджмента и их теоретической и практической привлекательностью является повышенный импакт-фактор большинства журналов по спортивному менеджменту в выборке, включая цитирование как мощный показатель влияния журналов на область исследований (см. анализ Lis, 2020).

Библиометрический анализ проводился с использованием базы данных Scopus, которая обеспечивает доступ ко всем десяти журналам, включенным в наш дайджест. Как и в предыдущих выпусках, картирование и визуализация сделаны с помощью программного обеспечения VOSviewer (van Eck & Waltman, 2020). Цель состоит в том, чтобы изучить прочность связей между исследованиями в области спортивного менеджмента, изучив связи соавторства (т. е. количество публикаций, в которых два исследователя или несколько являются соавторами), связи совместной встречаемости (т. е. количество публикаций, в которых два термина встречаются вместе) и библиографические связи (т. е. количество общих цитируемых ссылок двух публикаций). Сила связей показана положительным числовым значением: чем выше значение, тем сильнее связь. Результаты визуализированы на двух диаграммах (7 и 8) и охватывают все статьи, опубликованные в 2023 году.

Диаграмма 7 ниже показывает связи соавторства, где два автора работали вместе над публикацией. Из 1472 авторов, которые публиковались в десяти журналах, 152 достигли порога совместной работы над тремя документами, и разные цвета на диаграмме 7 помогают увидеть это сотрудничество: выделяются десять групп авторов, которые сотрудничали в работе над различными проектами и публикациями.

Связи совместной встречаемости, представляющие количество публикаций, в которых два термина встречаются вместе, можно увидеть на диаграмме 8. Из 2221 ключевого слова 87 достигли порога встречаемости более 5 раз. Размер изображения того или иного ключевого слова (понятия) на схеме указывает на его вес. Диаграмма 8 также помогает оценить связи между двумя понятиями: чем больше расстояние, тем слабее связь. Например, понятие «социальные медиа» доминировало в опубликованных исследованиях, за ним следовали «гендер», «COVID-19», «спортивная политика» и «киберспорт». Как видно на диаграмме, понятие «социальные медиа» тесно связано с понятиями «женщины», «связи с общественностью» и «национализм», что помогает составить представление о роли социальных медиа в продвижении националистических дискурсов в контексте Олимпиады, равно как и участия женщин. С другой стороны, спортивная политика связана с «мягкой силой» в контексте крупных спортивных мероприятий, а также помогает сделать вывод о том, что города и страны, принимающие крупные мероприятия, используют крупнейшие мероприятия для проецирования мягкой силы. Понятие «спортивный менеджмент» также тесно связано с корпоративной социальной ответственностью.

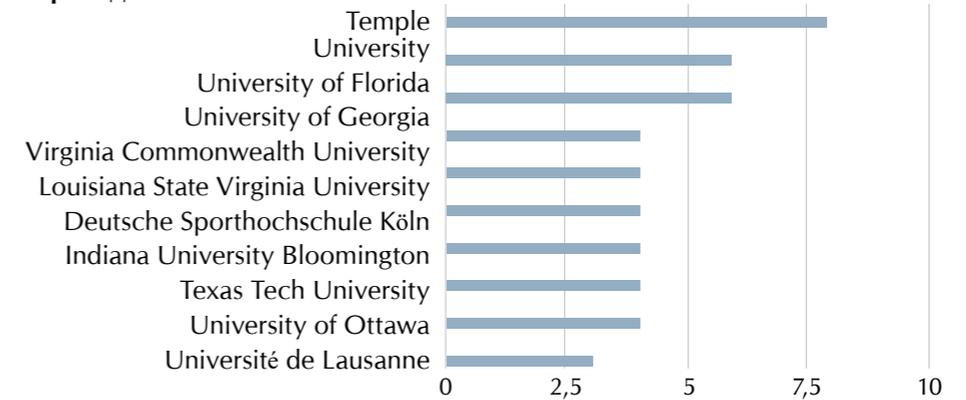
Следует отметить, что наш дайджест не претендует на предоставление всестороннего анализа исследований спортивного менеджмента в глобальном масштабе, ведь многие исследования публикуются за пределами выбранных 10 журналов, включенных в этот обзор. Однако мы надеемся, что Sport Management Digest будет ценным руководством для ученых, практиков и студентов, изучающих спорт. Работы высокого уровня, включенные в этот выпуск, могут послужить отправной точкой для понимания интеллектуальной структуры дисциплины, авторов и центров, ответственных за проведение исследований, а также обсуждаемых актуальных вопросов. Надеемся, что это поможет стимулировать дебаты и принимать обоснованные решения относительно исследовательских проектов и стратегий обучения.

Приятного вам изучения дайджеста!

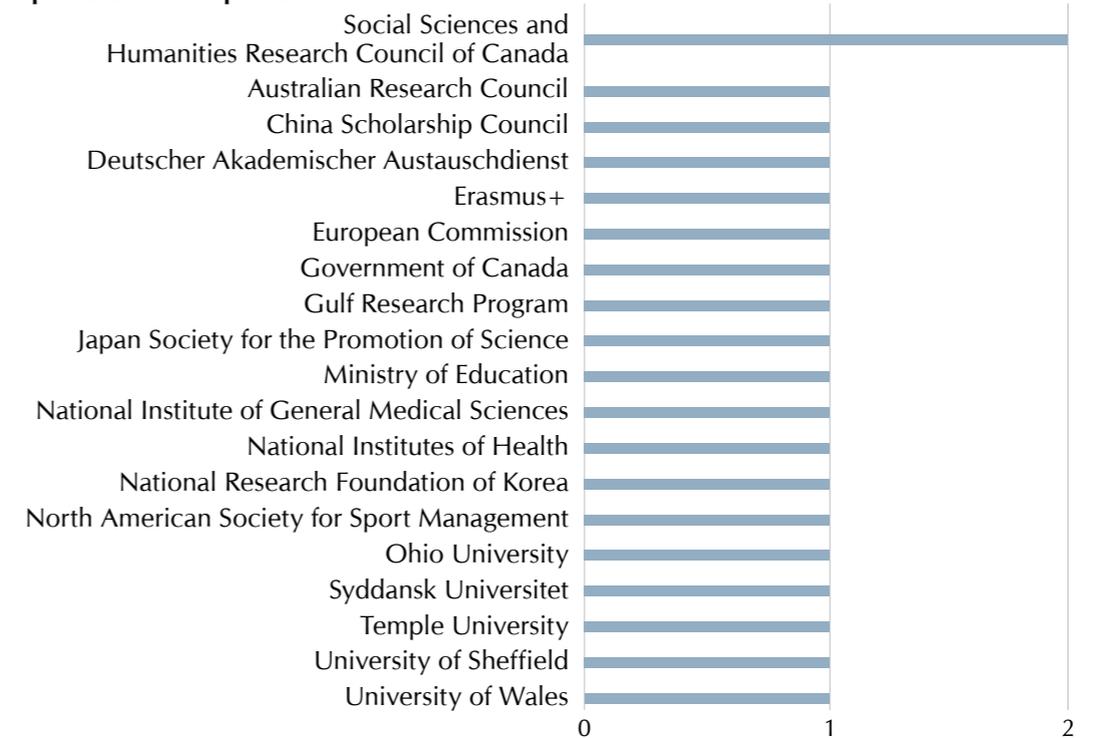
ДИАГРАММЫ 1, 2, 3

Институциональная принадлежность авторов, спонсоры исследований и страны (для Journal of Global Sport Management, Journal of Sport Management и International Journal of Sport Management and Marketing)

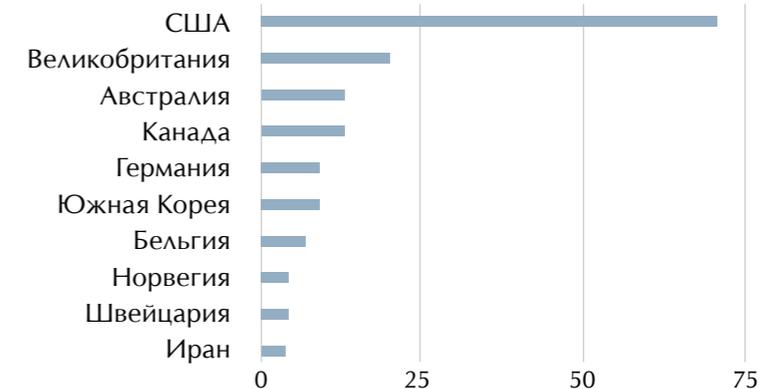
Институциональная принадлежность



Финансирование спонсорами



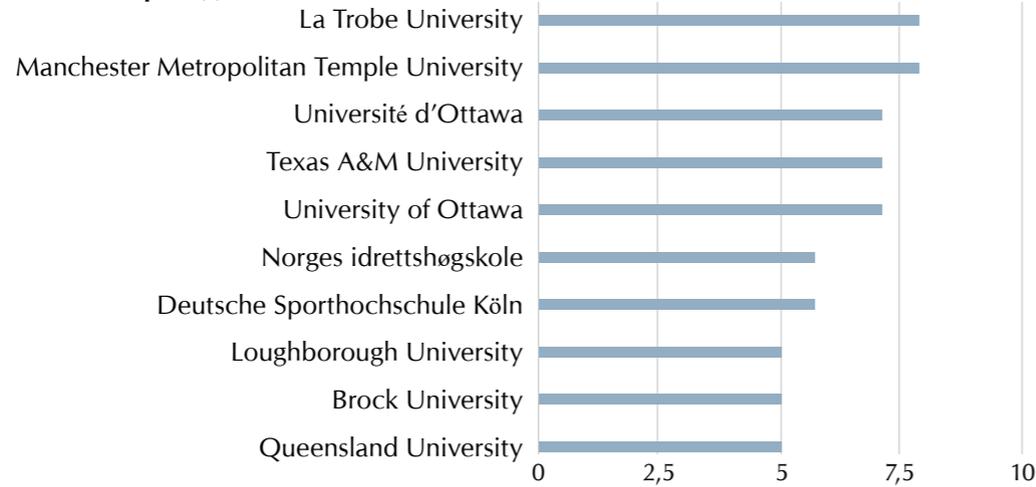
Привязка к стране/региону



ДИАГРАММЫ 4, 5, 6

Институциональная принадлежность авторов, спонсоры исследований и страны (для журнала European Sport Management Quarterly)

Институциональная принадлежность



Финансирование спонсорами



Привязка к стране/региону

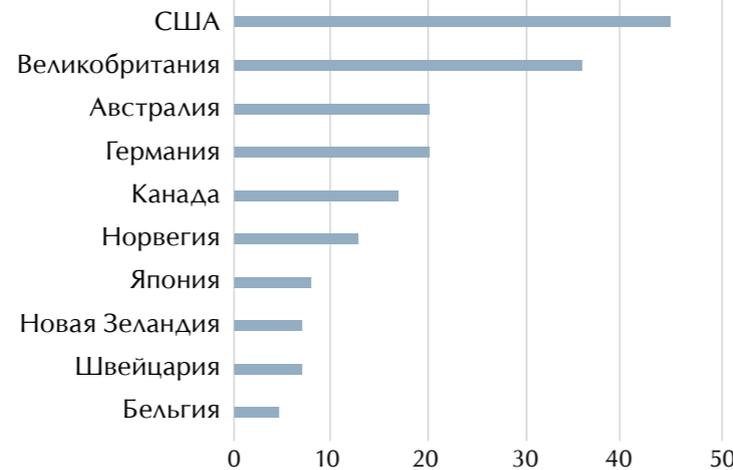


ДИАГРАММА 7

Визуализация сети соавторства в десяти журналах по спортивному менеджменту в 2023 году

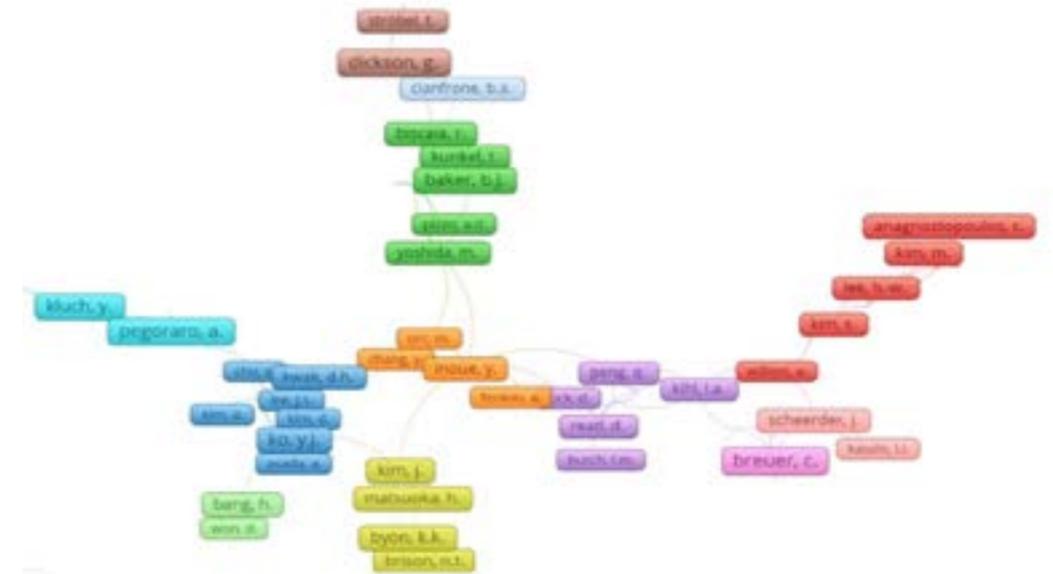
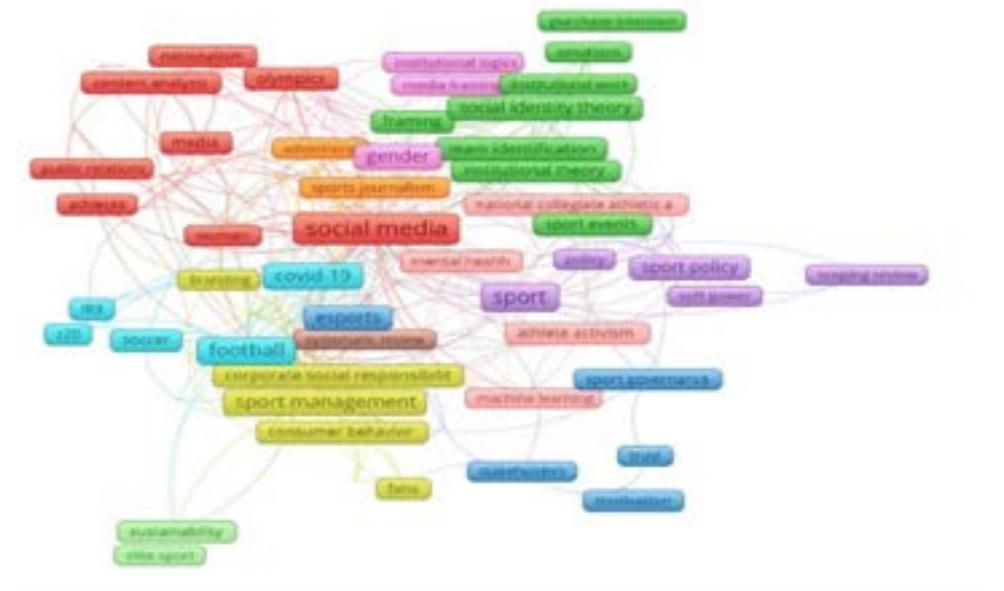


ДИАГРАММА 8

Визуализация совместного использования ключевых слов в десяти журналах по спортивному менеджменту в 2023 году



Ссылки

Lis A., 2020. Sport management: Bibliometric study of key sources titles in the research field. Journal of Physical Education and Sport, 20 (4). P. 2423–2430.

Scelles N., 2021. «Impact of the special issues in sport management and sociology journals». Managing sport and leisure, Volume 29, 2024. Issue 2, P. 221–235.

Van Eck N. J. & Waltman L., 2020. Software survey: VOSviewer, a computer program for bibliometric mapping. Scientometrics, 84 (2). P. 523–538. <https://doi.org/10.1007/s11192-009-0146-3>.

Методы исследования в спортивном менеджменте



ДЖЕЙМС СКИННЕР,
Университет Лафборо

Введение

В этой статье рассматриваются публикации за период с сентября 2023-го по февраль 2024 года в десяти самых популярных спортивных журналах с точки зрения их исследовательского дизайна. В таблице 1 представлено резюме методологических подходов, используемых в них.

Мы наблюдаем баланс между применением качественных и количественных методов, как и в предыдущих выпусках дайджеста (см. диаграмму 1).

При этом, как видно из диаграммы 2, процент исследований с использованием качественных методов постепенно растет, а этот метод на протяжении последних лет является предпочтительным при выборе дизайна исследования.

Мы снова отмечаем некоторую недооценку смешанного метода: большинство исследователей придерживаются либо количественного, либо качественного дизайна. Наиболее заметные методологические подходы перечислены в таблице 2, и эта картина напоминает выбор подходов, отмеченных в предыдущих выпусках дайджеста.

Для более подробного представления в этом выпуске выбраны пять статей. Полные сведения о них можно найти в разделе ссылок. Кроме того, в конце этого обзора приведена аннотированная библиография из шести статей, чтобы предоставить больше информации о темах и исследовательских проектах, представленных в избранных журналах.

Они действительно китайцы? Изучение восприятия китайской аудиторией натура-

лизованных спортсменов на зимних Олимпийских играх 2022 года (Ли и др., 2024).

Из-за глобализации спорта растет число спортсменов, которые меняют гражданство, чтобы максимально увеличить свои шансы на участие в международных соревнованиях. В свою очередь в преддверии зимних Олимпийских игр в Пекине китайское правительство разрешило многим спортсменам, родившимся за рубежом, получить китайское гражданство, чтобы выступать за национальную сборную. Авторы исследования изучили, как китайские пользователи социальных сетей воспринимали спортсменов, родившихся за рубежом, во время этих Игр.

С ростом популярности социальных сетей авторы решили использовать их контент, чтобы изучить вопросы социальной идентичности различных групп. По их словам, использование социальных сетей для измерения имеет три преимущества: прямой сбор мнений пользователей без каких-либо эффектов фрейминга, возможность получения широкого спектра данных, экономическая эффективность. Авторы собирали данные из Weibo, китайской социальной медиаплатформы и основного сервиса микроблогов в стране с 582 млн активных пользователей в месяц. Анализ настроений проводился на основе собранных сообщений Weibo, чтобы изучить эмоции китайских зрителей по отношению к китайским спортсменам, родившимся за границей. Такой анализ обычно используется в социальных исследованиях для выявления настроений, мнений и эмоций по поводу определенного предмета и/или темы.

ТАБЛИЦА 1

Применение методологических подходов

Журнал	Смешанный подход	Качественный подход	Количественный подход	Всего
Communication & Sport	–	25 (включая два введения и редакционную статью?)	4	29
European Sport Management Quarterly	2	19 (включая одно введение?)	11	32
International Journal of Sport Finance	–	2 (включая введение и эссе)	8	10
International Journal of Sport Marketing and Sponsorship	1	7	28	36
International Journal of Sport Communication	1	12 (включая два отраслевых интервью, комментарий и книжный обзор)	3	16
International Journal of Sport Policy and Politics	2	16 (включая два отчета)	4	22
Journal of Global Sport Management	2	12	10	24
Journal of Sport Economics	–	–	22	22
Journal of Sport Management	–	6 (включая лекцию)	4	10
Sport Management Review	–	3	3	6
Всего	8	102	97	207

Результаты показали, что китайские зрители в целом испытывали положительные эмоции по отношению к олимпийцам. Онлайн-дискуссии в основном были сосредоточены на трех темах: выражение своего отношения к этим спортсменам, сомнение в легитимности стратегии и обсуждение наследия и культурной идентичности спортсме-

нов. Авторы отметили, что надеются расширить понимание читателями проблемы спортивной миграции в Китае, восприятия спортсменов, родившихся за границей, которые принимают китайское гражданство, и эмоций, которые китайские потребители испытывали по отношению к этим спортсменам на Играх Пекин-2022.

ДИАГРАММА 1

Выбор методологических подходов

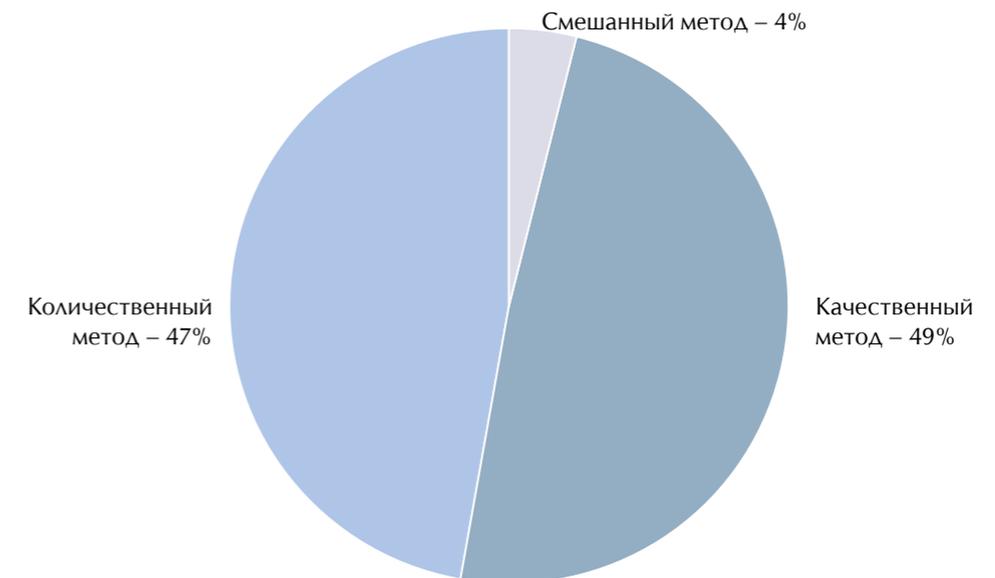


ДИАГРАММА 2

Динамика применения качественных подходов для исследования, по данным Sport Management Digest (SMD)

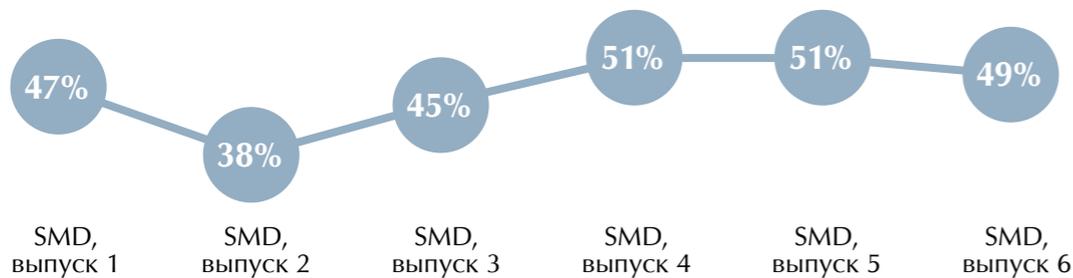


ТАБЛИЦА 2

Методологические подходы

Количественные	Качественные
Опрос	Кейс-стади
Панельные данные	Полуструктурированные интервью
Экспериментальное исследование	-
Контент-анализ	Фокус-группы
Регрессионный анализ	Критический комментарий
Моделирование структурными уравнениями / моделирование структурными уравнениями методом частичных наименьших квадратов	Тематический анализ
Обычный метод наименьших квадратов	Контент-анализ
	Концептуальный обзор

УПРАВЛЕНИЕ И ПОДДЕРЖАНИЕ МЕЖСЕКТОРНОГО ПАРТНЕРСТВА В ЭПОХУ ПОСЛЕ СОБЫТИЯ: ИССЛЕДОВАНИЕ КЕЙСА ПРОВИНЦИАЛЬНОГО ПАСПОРТИВНОГО КОЛЛЕКТИВА (ЛУ И МИЗЕНЕР, 2023)

Авторы этого исследования стремились изучить формирование и динамику сотрудничества межсекторной партнерской группы, провинциального параспортивного коллектива (РРС) после того, как событие состоялось. Они сосредоточились на исследовании факторов, способствующих сотрудничеству после события; стратегий, структур и механизмов руководства для процесса сотрудничества и проблем, с которыми столкнулись партнеры РРС в эпоху после события.

Авторы применили лонгтитюдный качественный подход, чтобы понять, как функционирует и развивается партнерская группа, использующая событие, на этапе после него. Такой дизайн кажется многообещающим, поскольку обеспечивает углубленное исследование процесса, происходящего в определенной обстановке. Чтобы понять, как поддерживать стратегические межсекторальные альянсы в контексте после события, необходимо разобраться в про-

цессах, посредством которых партнерское сотрудничество разворачивается с течением времени. Данные, связанные с РРС, собирались с 2016 по 2020 год. Источниками послужили различные организационные архивные документы и восемь интервью с представителями организаций-членов, которые внесли свой вклад в РРС на этапе после события.

Авторы использовали целостный индуктивный подход Джойи и др. (2013) для создания тем и подтем по совместному формированию, процессам, структурам и воспринимаемым проблемам для анализа данных. Говоря более подробно, анализ состоял из интерактивного трехэтапного процесса. На первом этапе архивные данные и стенограммы интервью были тщательно прочитаны, просмотрены и открыто закодированы для назначения соответствующих описательных фраз и/или меток категорий. На втором этапе авторы приложили значительные усилия для рекурсивной итерации между описательными кодами, сгенерированными на первом этапе, и теоретическими концепциями, связанными с межсекторальным сотрудничеством. Этот шаг был направлен на оценку того, пе-

редают ли возникающие темы существующие и/или новые теоретические концепции, которые могли бы объяснить эмпирические материалы. Этот и третий шаги были сосредоточены на выявлении более широких тем и сокращении кодов второго порядка до более агрегированных тем.

Результаты показали, что текущее сотрудничество РРС было сформировано сочетанием факторов, касающихся институциональной области, местного сообщества и условий организационного уровня. Также были выявлены проблемы в процессе сотрудничества, включая размер группы, отсутствие межотраслевой коммуникации и изменение импульса с течением времени. Выводы проливают свет на устойчивость межсекторного партнерства, кроме того, авторы делятся практическими предложениями о тактике поддержки текущих стратегических альянсов.

НЕУДАЧА ПОПЫТКИ СОВМЕСТНОГО ПРОВЕДЕНИЯ ЛЕТНИХ ОЛИМПИЙСКИХ ИГР 1988 ГОДА В СЕУЛЕ: ДИПЛОМАТИЯ «МАЛЫХ ШАГОВ» ПОД ВЛИЯНИЕМ МЕЖДУНАРОДНОГО МНЕНИЯ (1985–1988) (МУССЕ И ДР., 2023)

Несмотря на дипломатические ограничения между Южной и Северной Кореей в широком контексте холодной войны 1980-х годов, в свое время появилось предложение о возможном совместном проведении летних Олимпийских игр 1988 года между Сеулом (Южная Корея) и Пхеньяном (Северная Корея). В результате Международный олимпийский комитет (МОК) организовал ряд совместных встреч для содействия участию Северной Кореи в Играх, предотвращая любые действия, которые могли бы подорвать организацию Игр. Хотя переговоры в конечном итоге оказались неудачными, они оказали влияние на спортивную дипломатию, поскольку показали, что компромиссам есть место, когда речь идет о принципах определения города – хозяина Игр, закрепленных в Олимпийской хартии.

Анализ исследования основан на 92 статьях. Их изучение позволило авторам сравнить расхождения между официальным дискурсом и тем, как та же информация передавалась и обсуждалась в международной прессе. Несколько показателей использовались для извлечения текстовой информации и выбора или систематического исключения статей, которые в конечном итоге направляли анализ. Авторы выбрали статьи, посвященные элементам, обсуждаемым

в дипломатических дискуссиях (мероприятия или спорт, создание объединенной корейской команды, церемонии, культурные программы и создание двух организационных комитетов), риторическим обоснованиям, характерным для переговоров (об истории, мирном существовании, единстве двух Корей или единстве социалистических стран, «аполитичном» характере спорта и т. д.) между различными заинтересованными сторонами (МОК, НОК Северной или Южной Кореи, печатная пресса и т. д.), и сфере их дискурса (внутренняя и/или внешняя коммуникация с печатной прессой, секретные обсуждения и т. д.). Анализ источников (институциональных или печатных) основывался на трехмерной модели Фэркло для критического дискурса, а содержание, структура и контекст опубликованных источников использовались для проведения контекстуального анализа.

Авторы пришли к выводу, что, несмотря на итоговый провал переговоров о совместном проведении Игр, обмена мнениями и позиции двух Корей показали, как спорт использовался в качестве инструмента признания и политического превосходства во время холодной войны. Олимпиада зарекомендовала себя как арена для спортивной дипломатии. Однако политический контекст перекрывающихся кризисов между Южной и Северной Кореей является напоминанием о том, что успех возможен только в том случае, если политическое сотрудничество уже преобладает.

ФУТБОЛЬНАЯ ПРЕМЬЕР-ЛИГА ЗИМБАБВЕ В КОНТЕКСТЕ COVID-19 (ДАНДА И ЧИВЕШЕ, 2023)

В этом исследовании авторы изучили влияние COVID-19 на футбольную премьер-лигу Зимбабве (ZPSL). В нем подчеркивается, как футбольные лиги с историческими проблемами финансирования и недостаточной готовностью к стихийным бедствиям пострадали от пандемии. Сбор данных был основан на кабинетном исследовании, сосредоточенном в основном на газетных статьях и онлайн-историях. Всего было специально отобрано 40 газетных статей и онлайн-отчетов в период с февраля по июль 2020 года, поскольку такой временной охват, с точки зрения исследователей, позволял оценить динамику влияния COVID-19 на футбол в Зимбабве. Большинство статей были взяты из ключевых газет страны, включая Herald, Chronicle, Newsday, Daily News, Standard и Sunday Mail. Исследователи также приняли некоторые характеристики

нетнографического исследования, поскольку оно включало сбор и анализ данных в цифровых контекстах. Данные были проанализированы с использованием тематического анализа для изучения формирующегося нарратива вокруг футбола в период пандемии COVID-19. По словам авторов, тематический анализ был полезен для обобщения ключевых особенностей большого набора данных, поскольку он заставил их использовать хорошо структурированный подход к обработке данных, помогая создать четкое и организованное повествование. Анализ данных выявил темы, связанные с негативным влиянием COVID-19 на местные команды, игроков и администраторов. Еще одной центральной темой стали ответы футбольных властей Зимбабве на вызов COVID-19. Результаты также показали, как COVID-19 усугубил уже существовавшие экономические и политические проблемы в зимбабвийском футболе, среди которых низкая финансовая устойчивость клубов, слабое администрирование, коррупция, отсутствие спонсорства и общая стагнация спорта в стране.

ПРОБЛЕМЫ ГАРМОНИЗАЦИИ РЕАЛИЗАЦИИ АНТИДОПИНГОВОЙ ПОЛИТИКИ (РИД И ДР., 2023)

Всемирное антидопинговое агентство (WADA) руководит олимпийской антидопинговой политикой, стремясь гармонизировать антидопинговую политику во всем мире; однако в разных регионах это сопряжено с разными проблемами. Авторы этого исследования стремились проанализировать типы различий во взаимоотношениях подписантов при реализации антидопинговой политики и найти практические решения для устранения дисбалансов.

Авторы использовали качественный дизайн и собрали данные из Региональной антидопинговой программы (RADO). Эта программа была введена для образовательной и оперативной поддержки развивающихся национальных антидопинговых организаций (NADO) с целью обеспечения правильной реализации антидопинговой политики и помощи членам NADO в достижении устойчивого самоуправления. Было проведено полуструктурированное интервью. Некоторые его участники предпочитали отвечать на вопросы письменно на родном языке. Для таких случаев вопросы интервью переводились с английского, а ответы – опять на английский. В общей сложности в интервью добровольно приняли участие 22 человека: 12 менеджеров RADO плюс 2 менеджера RADO,

ответившие на вопросы в переведенной анкете, а также 7 членов правления RADO и член правления, заполнивший переведенную анкету. Выбранная методология позволила авторам собрать данные по своему исследовательскому вопросу, открыв поле для дополнительных тем. Была представлена каждая из программ RADO, что обеспечило гетерогенность выборки.

После рефлексивного тематического анализа авторы выделили четыре тематические категории, объясняющие различия во взаимоотношениях подписантов при реализации антидопинговых мер: социально-географические, политические, организационные и кадровые ресурсы. На основе анализа авторы предположили, как возникают потенциальные пробелы в реализации политики, и дали рекомендации по ее улучшению.

Аннотированная библиография

Бердси, Микелини, Агергаард, 2023. Вне кризиса? Институциональная медиатизация олимпийской команды беженцев на Играх 2020 (Burdsey D., Michelini E. & Agergaard S., 2023. Beyond Crisis? Institutionalized Mediatization of the Refugee Olympic Team at the 2020 Olympic Games). Communication & Sport, 11 (6). P. 1121–1138.

Авторы этой статьи исследовали олимпийскую команду беженцев (Refugee Olympic Team, ROT) и возможности, открывшиеся перед спортсменами-беженцами. Если говорить подробнее, авторы изучили меняющиеся взаимосвязи между социальной динамикой в широком смысле и опосредованными конструкциями беженцев. Они рассмотрели, как МОК представлял ROT в связи с Играми 2020 года. С помощью критического дискурсивного анализа был исследован каталог статей, опубликованных на веб-сайте МОК. Выводы авторов указывают на четыре дискурсивные темы: 1. Спасительная, исцеляющая и преобразующая сила западного спортивного капитала и Олимпийских игр; 2. ROT олицетворяет инклюзивность и благожелательность Глобального Севера; 3. Спортсмены-беженцы в качестве тех, кто вселяет надежду и вдохновение в других беженцев; 4. Неолиберальный идеал о том, что «упорный труд окупается» и «все можно преодолеть» в спорте и с помощью спорта.

Мамо, Анагностопулос, 2023. Голос стейкхолдеров в социальных медиа: кейс из области корпоративной социальной ответственности в спорте (Mamo Y. Z. & Anagnostopoulos C. Stakeholders' «voice» through social media: the case of corporate social responsibility in sport). International Journal of Sports Marketing and Sponsorship, 24 (5). P. 1002–1020.

Авторы рассмотрели социальные результаты корпоративной социальной ответственности (КСО), опираясь на теорию социального обмена и аналитику социальных сетей. Важность этого исследования авторы подчеркивают, отмечая, что предыдущие исследования в области КСО, как правило, фокусировались на «обычной» цели – на болельщиках и потребителях, вкладывающих деньги, время и энергию в под-

держку своих команд, но при этом игнорировались отдельные члены этих сообществ. Таким образом, авторы стремились включить членов широкой общественной группы в экосистему стейкхолдеров, эмпирически изучая их восприятие деятельности спортивных организаций в области КСО. Для этого они собрали исторические данные из Twitter-аккаунтов, ориентированных на КСО, шести профессиональных лиг (т. е. @nbacares, @nflplay60, @InspireChange, @thwnbpa, @Pr_nhl, @Mlsworks и @Mlbsocial) и оценили, выражает ли общественность позитивное, нейтральное или негативное восприятие и каким образом. Их результаты показали, что все аккаунты, связанные с КСО, получили больше позитивных твитов об их инициативах, чем негативных.

Армстронг, Дэвис, Блазка, Пегораро, 2023. Пробуждение Кракена: изучение цифрового запуска нового бренда спортивной команды во время глобальной пандемии (Armstrong C. G., Davies M., Blaszk M. & Pegoraro A. Kraken Awakens: Exploring the Digital Launch of a New Sport Team Brand During a Global Pandemic). International Journal of Sport Communication, 1 (aop). P. 1–11.

Авторы исследовали реакцию общественности на цифровой запуск бренда Seattle Kraken (профессиональный американский хоккейный клуб, начавший свои выступления в НХЛ с сезона 2021/22. – Прим. ред.). Они использовали теорию установления повестки дня (agenda-

setting theory), контент-анализ и анализ социальных сетей. Благодаря сбору данных авторы определили первоначальное цифровое настроение вокруг бренда и охват виртуальных разговоров. Более подробно, Kraken поощрял благоприятные разговоры о команде, устанавливая повестку дня и побуждая потребителей взаимодействовать с контентом в определенное время в период запуска. В статье сделан вывод о том, что посредством установления повестки дня Seattle Kraken смог эффективно запустить свой новый бренд, одновременно подготовив почву для развития положительных ассоциаций с брендом.

Хонг, Миникин, 2023. Международный анализ программ помощи в карьере для высокоэффективных спортсменов (Hong H. J. & Minikin B. An international analysis of career assistance programmes for high-performance athletes). International Journal of Sport Policy and Politics, 15 (4). P. 705–724.

Авторы этого исследования стремились предложить всесторонний анализ программ помощи в карьере (career assistance programmes, CAP), доступных для высокоэффективных спортсменов по всему миру. С помощью этого они надеялись рассмотреть текущее состояние ресурсов для развития карьеры спортсменов и переходных периодов. Авторы изучили 23 спортивные организации на пяти континентах,

сосредоточившись на таких аспектах, как доступность программ CAP, их цели, содержание, персонал, осуществляющий реализацию, обучение практикующих специалистов и методы самооценки. Авторы использовали сбор данных на основе веб-технологий и исследовательские туры, а также применили дедуктивный контент-анализ. Результаты показали, какие ресурсы доступны высокоэффективным спортсменам, а также выявили сервисные пробелы, что требует разработки политики для поддержки более широкого круга спортсменов. В связи с этим авторы выступили за расширение этих сервисов и обеспечение равного доступа к ресурсам для спортсменов с разным уровнем достижений.

Фуджак, Юинг, Ньютон, Алтсвагер, 2023. Реакция профессиональных спортсменов на разработку новых продуктов: диалектика (Fujak H., Ewing M. T., Newton J. & Altschwager T. *Professional athlete responses to new product development: A dialectic*). *European Sport Management Quarterly*, 23 (6). P. 1666–1687.

Авторы изучили восприятие спортсменами нового инновационного спортивного продукта, который существенно повлиял на их профессию. Они дополнительно изучили потребности спортсменов, возможности и давление, которые связаны с появлением такого продукта. Авторы подчеркнули необходимость предоставить спортсменам голос и поставить их в центр сбора данных. Для этого они провели полуструктурированные глубокие интервью с 25 профессиональными игроками в крикет, соревнующимися в двух самых известных в мире профессиональных

лигах крикета T20. Интервью были тематически закодированы, чтобы выявить основные точки зрения спортсменов, а для поддержки анализа использовались репрезентативные цитаты. В статье два основных вывода: во-первых, профессиональные спортсмены усвоили потребительский спрос на развлечения с появлением крикета T20, что привело к изменениям в их сценической самопрезентации. Во-вторых, несмотря на значительные финансовые возможности, которые предоставляет крикет T20, спортсмены подчеркивают внутренние межличностные преимущества продуктовых инноваций. Результаты особенно важны для работы по брендингу спортсменов, поскольку иллюстрируют, как на самопрезентацию профессиональных спортсменов может влиять перформативное давление, возникающее из продуктовых инноваций, ориентированных на потребителя.

Китон, 2023. Интерпретативный феноменологический анализ чернокожих женщин – лидеров по вопросам разнообразия и инклюзивности в спортивных организациях (Keaton A. C. *An interpretative phenomenological analysis of Black women Diversity and Inclusion Leaders in sport organizations*). *Journal of Sport Management*, 1 (aop). P. 1–14.

Сотрудник по вопросам разнообразия и инклюзии (Athletic Diversity and Inclusion Officer, ADIO) – это новая руководящая должность в спорте. В зоне ответственности таких сотрудников формирование и поддержка разнообразия, инклюзии и справедливости в спортивных департаментах. Интересно, что чернокожие женщины заняли многие должности ADIO в Дивизионе I Национальной ассоциации студенческого спорта США (NCAA). Таким образом, они стремятся возглавить инклюзивные усилия в организационной сфере с устойчивыми проблемами гендерной и расовой изоляции. Авто-

ры этого исследования применили герменевтический феноменологический подход, чтобы исследовать, что значит быть чернокожей женщиной-ADIO, которая руководит инициативами по разнообразию, равенству и инклюзивности в гендерных и расовых спортивных департаментах колледжей Дивизиона I. Феноменологический подход поставил предмет исследования в центр сбора данных, продемонстрировав три доминирующие темы: а) должность ADIO вызывает стереотип «сильной черной женщины», порождая эмоциональную усталость; б) чернокожие женщины в ADIO позиционируются в качестве совести спортивных департаментов, часто интерпретируя содержательные и символические практики разнообразия, равенства и инклюзии; и в) чернокожие женщины в ADIO сосредотачивают свое восприятие на позитивных предписаниях относительно чернокожей женственности в попытке противостоять неблагоприятным реалиям руководства ADIO.

ССЫЛКИ

Armstrong C. G., Davies M., Blaszk M. & Pegoraro A., 2023. The Kraken Awakens: Exploring the Digital Launch of a New Sport Team Brand During a Global Pandemic. *International Journal of Sport Communication*, 1 (aop). P. 1–11.

Burdsey D., Michelini E. & Agergaard S., 2023. Beyond Crisis? Institutionalized Mediatization of the Refugee Olympic Team at the 2020 Olympic Games. *Communication & Sport*, 11 (6). P. 1121–1138.

Dandah G. & Chiweshe M. K., 2023. Zimbabwe premier soccer league in the context of COVID 19. *Journal of Global Sport Management*, 8 (3). P. 612–629.

Fujak H., Ewing M. T., Newton J. & Altschwager T., 2023. Professional athlete responses to new product development: A dialectic. *European Sport Management Quarterly*, 23 (6). P. 1666–1687.

Hong H. J. & Minikin B., 2023. An international analysis of career assistance programmes for high-performance athletes. *International Journal of Sport Policy and Politics*, 15 (4). P. 705–724.

Keaton A. C., 2023. An interpretative phenomenological analysis of Black women Diversity and Inclusion Leaders in sport organizations. *Journal of Sport Management*, 1 (aop). P. 1–14.

Li B., Scott O. K., Zhao L. & Jin S., 2024. Are They Really Chinese? Examining Chinese Audiences' Emotions and Perceptions Toward Naturalized Athletes at the 2022 Winter Olympics. *Communication & Sport*, 12 (1). P. 40–62.

Lu L. D. & Misener L., 2023. Managing and sustaining cross-sector leveraging partnership in the post-event era: A case study of a provincial parasport collective. *European Sport Management Quarterly*, 23 (5). P. 1387–1408.

Mamo Y. Z. & Anagnostopoulos C., 2023. Stakeholders' «voice» through social media: the case of corporate social responsibility in sport. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 24 (5). P. 1002–1020.

Mouset K., Violette L. & Épron A., 2023. The failure to co-host the Seoul 1988 Summer Olympics: a diplomacy «of small steps» influenced by international opinion (1985–1988). *International Journal of Sport Policy and Politics*, 15 (3). P. 387–399.

Read D., Skinner J., Smith A. C., Lock D. & Stanic M., 2024. The challenges of harmonising anti-doping policy implementation. *Sport Management Review*, 27 (3), P. 365–386. DOI: 10.1080/14413523.2023.2288713.

Спортивное управление и политика



Шушу Чен,
Университет Бирмингема

Введение

За отчетный период было опубликовано несколько интересных и полезных статей по теме спортивной политики и управления. Те, кто знаком с критериями отбора нашего дайджеста, знают, что предпочтительно выбирать эмпирические исследовательские статьи, которые значительно расширяли бы понимание политики и управления. Таков приоритет, отодвигающий на второй план работы, в основе которых лежат теоретические концепции /структуры и применение определенных политик. Однако стоит заметить, что за последние полгода были опубликованы три всеобъемлющих обзора именно такого рода. Читателям они могут быть интересны к самостоятельному изучению в полном объеме, поэтому перечислим их.

– Систематический обзор принципов управления в спорте. Авторы Эшли Томпсон, Эрик Лашанс, Милена Парент и Рассел Хой (Ashley Thompson, Erik L. Lachance, Milena M. Parent & Russell Hoye, 2023. A systematic review of governance principles in sport. *European Sport Management Quarterly*, 23:6. P. 1863–1888. DOI: 10.1080/16184742.2022.2077795).

– Контексты, определяющие развитие и успех элитных спортивных систем. Авторы Ральф Рамос, Верле Де Босшер, Аурелия Панковьяк и Кристиан Валлесер (Ralph Ramos, Veerle De Bosscher, Aurélie Pankowiak & Christian Wisdom Valleser, 2023. Contexts shaping the development and success of elite sport systems: a scoping review. *Sport Management Review*, 26:5. P. 649–676. DOI: 10.1080/14413523.2023.2171276).

– Прошлое, настоящее и будущее спортивной политики: библиометрический

анализ журнала IJSP (2010–2022). Авторы Эрфан Моради, Саджад Голампура и Бехзад Голампура (Erfan Moradi, Sajad Gholampour & Behzad Gholampour, 2023. Past, present and future of sport policy: a bibliometric analysis of *International Journal of Sport Policy and Politics* (2010–2022). *IJSP*, 15:4. P. 577–602. DOI: 10.1080/19406940.2023.2228829).

А далее в этом выпуске мы представляем пять исследований из ведущих журналов по нашей дисциплине. Три из них были проведены британскими исследовательскими группами, одно – канадской и одно – американской. В этих работах использовались подходы анализа документов с добавлением качественных данных из интервью или без них. Они охватывают следующие темы: анализ канадской политики в области спорта за последнее десятилетие, реформа китайской футбольной политики, анализ общественного спорта, политики и программ здравоохранения в Великобритании, анализ политики в отношении трансгендерных спортсменов в США и концептуальная работа о понимании надлежащего управления в спорте. Среди используемых основных теоретических рамок и концепций – подход множественных потоков (в Великобритании) для анализа политики, имплементация политики, фигуративная социология и концепция составного управления.

Детальный обзор

Исследователи Даффелл, Хейкок и Смит изучали связь между общественным спортом и политикой в области здравоохранения в Англии, сосредоточившись на инициати-

ve Get Healthy Get Active, инициированной Sport England. Опираясь на качественную методологию, исследование включает интервью с политиками, представителями профессиональной футбольной благотворительной организации (Everton in the Community) и лицами, участвующими в финансируемой GHGA программе Active Blues. Такой подход способствует глубокому анализу разработки и реализации этой инициативы, а также ее влияния с точки зрения различных стейкхолдеров. Основное внимание в исследовании уделено тому, как рамки фигуративной социологии помогают нам понять сложные способы взаимодействия и влияния секторов общественного спорта и здравоохранения. Авторы обсуждают попытки Sport England привести общественные спортивные мероприятия в соответствие с целями общественного здравоохранения, показывая, как эти усилия формируются более широкими политическими изменениями и растущим акцентом на принятии решений на основе фактических данных. Эта проблема становится еще более актуальной в периоды финансовых сокращений, которые привели к изменениям в финансировании и расстановке приоритетов общественных спортивных проектов. Основные открытия этого исследования указывают на сложные и часто напряженные отношения между теми, кто работает в общественном спорте и области здравоохранения. Оно показывает, какие различия влияют на разработку и реализацию спортивных программ, направленных на улучшение здоровья. Авторы отмечают препятствия, с которыми сталкивается Sport England при решении этих проблем, и подчеркивают творческие способы, с помощью которых эта организация пыталась заинтересовать больше людей, особенно мужчин, физической активностью, используя широкую привлекательность профессионального футбола.

Исследование Пэна с соавторами критически рассматривает препятствия, возникающие при реализации политики в молодежном футболе Китая. Речь идет об амбициозной национальной футбольной реформе 2015 года, которая была направлена на то, чтобы сделать Китай мировым футбольным центром. Исследование опирается на подробный подход к изучению кейсов, основанный на критическом реалистическом взгляде, и использует полуструктурированные интервью с ключевыми фигурами в молодежном футболе для глубокого понимания проблем реализации. Результа-

ты указывают на существенные политические столкновения, в основном возникающие из-за плохой координации и неясности ролей среди образовательных органов, футбольных ассоциаций и профессиональных клубов. Это приводит к путанице и неэффективности в системе. Через призму концепции конфликта политик в исследовании тщательно анализируются когнитивные и поведенческие аспекты этих политических столкновений, выявляется разница в ценностях, убеждениях и целях вовлеченных стейкхолдеров. Исследование вносит существенный вклад в реализацию политики, особенно в сценариях, где цели развития спорта пересекаются с образовательными и общественными ценностями.

В своей дискуссионной статье «Игра чисел: количественная оценка хорошего управления в спорте» Гиргинов представляет концептуальный документ, в котором подробно рассматривается сложный процесс разработки, внедрения и оценки трех международных и двух национальных кодексов управления. Автор обнаруживает, что, несмотря на благие намерения, стоящие за этими кодексами управления, направленными на содействие прозрачности, подотчетности и эффективности, их фактическое применение, как правило, увеличивает сложность организаций и создает угрозы независимости спортивных органов. Он критикует переход к модели метауправления, которая применяет единые стандарты и меры по всем направлениям, поскольку это чревато опасностью упустить из вида разные потребности и обстоятельства различных спортивных организаций. Гиргинов указывает на значительные усилия и ресурсы, необходимые для соблюдения этих кодексов, и задается вопросом, действительно ли такие инвестиции улучшают структуры управления. Его статья дополняет обсуждение спортивного управления, подвергая сомнению эффективность использования метрик в качестве инструмента для обеспечения хорошего управления. Он призывает к более индивидуальному, спортивно-специфическому подходу, который уважал бы разнообразие спортивных организаций и их требования к управлению. Эта статья будет особенно полезна тем, кто занимается разработкой политик, администрированием и исследованиями в области управления спортом, поскольку она проливает свет на недостатки текущих подходов к количественной оценке и предлагает новые пути для исследований и разработки политики.

Исследование Харриса и его соавторов углубляется в вопрос, как разные штаты США решают проблему участия трансгендерных спортсменов в школьных видах спорта. Они используют подход множественных потоков Кингдона, чтобы отсортировать действия штатов по четырем категориям: штаты, принявшие ограничительные законы; те, которые в настоящее время рассматривают такие законы; штаты, которые не предпринимали действий на этот счет; и один штат, который принял поддерживающие законы для трансгендерных спортсменов. Исследование указывает на то, что национальные группы активно пытаются формировать государственную политику, привлекая внимание к громким событиям в спорте, судах и политике в связи с трансгендерными спортсменами. Исследование раскрывает явный политический раскол. Штаты во главе с республиканцами часто продвигают законы, исключая трансгендерных спортсменов, утверждая, что защищают справедливость и безопасность трансгендерных спортсменов. Этот шаг контрастирует со штатами, которые продвигают инклюзивную политику или не предпринимали никаких законодательных действий, подчеркивая напряженность между политикой, общественными ценностями и спортивной политикой. Исследование Харриса с соавторами добавляет важную перспективу к обсуждению управления в спорте, указывая на недостатки политики исключения и призывая спортивные органы стать лидерами в создании справедливой и инклюзивной политики. Они подчеркивают важность поиска баланса, при котором уважались бы права и достоинство всех спортсменов, включая трансгендеров.

В своей работе Парент и Юрбала делятся мыслями о трудностях при реализации в период с 2012 по 2022 год канадской спортивной политики (Canadian Sport Policy, CSP). Их исследование, основанное на подробном ее обзоре на разных уровнях и в разных секторах, раскрывает сложные вопросы, связанные с развертыванием национальной спортивной политики. Они обсуждают препятствия, возникающие в силу неясности политики, разногласий между различными вовлеченными группами и борьбой за баланс между поощрением участия в спорте и стремлением к совершенству. Статья ставит под сомнение эффективность попыток достичь широкого согласия по политике в системах, где власть распределена по разным уровням, указывая, что грандиозные планы часто не приводят к реальным резуль-

татам. Один из главных моментов: неясность политики не мешает привлечению различных стейкхолдеров, однако ее эффективная реализация будет затруднена, равно как и привлечение людей к ответственности. Это часто приводит к ситуации, когда разговоров больше, чем действий. Парент и Юрбала утверждают: чтобы политика работала, она должна иметь четкие практические цели и быть подкреплена достаточными ресурсами, включая финансовые. Они также подчеркивают ценность пристального изучения всего процесса реализации политики, включая личный опыт участников, чтобы лучше понимать проблемы и конфликты. В своих выводах авторы говорят о необходимости вдумчивого изучения процесса разработки спортивной политики и призывают к объединенным усилиям, чтобы убедиться, что политика достигает намеченных целей.

Заключение

Коллекция статей, которую мы изучили в этом выпуске, обеспечивает глубокое погружение в развивающийся ландшафт темы «Управление в спорте», раскрывая ряд важных тенденций и проблем в различных контекстах. Один из ключевых выводов касается все более тесного переплетения политик в области спорта и здравоохранения в Великобритании (тенденция, которая, вероятно, отражается на реализации программ). Инициатива «Будь здоров, будь активен» (Get Healthy, Get Active) является ярким примером того, как спортивные инициативы все чаще рассматриваются через призму общественного здравоохранения, сигнализируя о переходе к политике, объединяющей несколько общественных целей. Это сближение указывает на необходимость целостной и интегрированной политики, хотя оно также подчеркивает сложность согласования позиций разных стейкхолдеров и программ ради достижения единых результатов.

Другим важным моментом являются постоянные проблемы в реализации политики на разных уровнях управления, о чем свидетельствуют исследования китайской футбольной реформы и канадской спортивной политики. Эти проблемы многогранны и обусловлены не только логистическими препятствиями, но и более глубокими причинами, связанными с ценностями стейкхолдеров, целями и динамикой власти. Такие сложности подчеркивают необходимость в тонких подходах к реализации политики, которые учитывали бы различные интересы и точки зрения.

Концепция надлежащего управления в спорте быстро прогрессирует, однако очевиден запрос на более вдумчивую теоретическую разработку. Критика Гиргиновым кодексов управления и дальнейший обзор раскрывают напряженность между благими намерениями и их практически последствием. Это требует осмысления, а методы управления – совершенствования, чтобы гарантировать их эффективность и соответствие потребностям спортивных организаций.

Аннотированная библиография

Пэн, Чэнь, Ли, Хулихан, Селлс, 2023. Новая надежда китайского футбола? Реформы молодежного футбола и политические конфликты в процессе реализации (Peng Q., Chen Z., Li J., Houlihan B. & Scelles N. *The new hope of Chinese football? Youth football reforms and policy conflicts in the implementation process*). *European Sport Management Quarterly*, 23 (6). P. 1928–1950. DOI: 10.1080/16184742.2022.2083649.

Авторы изучают реализацию политики в молодежном футболе Китая после национальной футбольной реформы 2015 года, в частности, вопрос, в какой степени контекстуальные и организационные факторы способствовали (или ограничивали) ее эффективную реализацию. Используя 23 полуструктурированных интервью с ключевыми стейкхолде-

рами, они выявили существенные конфликты из-за неоднозначности ролей и обязанностей на различных сценах молодежного футбола (т. е. на уровнях системы образования, футбольных ассоциаций и профессиональных клубов). Результаты подчеркивают проблемы согласования интересов и целей многочисленных стейкхолдеров, с указанием на необходимость более четкого структурирования управления и совместных усилий по улучшению развития молодежного футбола. Исследование способствует пониманию сложностей при реализации спортивной политики в быстро меняющемся социально-политическом контексте, предлагая понимание взаимопроникновения образования, управления спортом и политических конфликтов.

В статье «Игра чисел: количественная оценка хорошего управления в спорте» Гиргинов представляет концептуальный документ, в котором подробно рассматривается процесс разработки, внедрения и оценки трех международных и двух национальных кодексов управления

Даффелл, Хейкок, Смит, 2023. Изучение растущей взаимозависимости общественно-го спорта и политики здравоохранения в Англии (Duffell T., Haycock D. & Smith A. *Exploring the increasing interdependence of community sport and health policy in England*). *International Journal of Sport Policy and Politics*, 15 (4). P. 603–618. DOI: 10.1080/19406940.2023.2228800.

В этой статье представлен новый взгляд на развивающуюся синергию между общественным спортом и политикой здравоохранения в английском контексте, в частности, через призму инициативы Get Healthy Get Active (GHGA) национального органа Sport England. В ней подчеркивается сложная динамика власти и партнерских отношений как на местном, так и на национальном уровнях, а также то, как Sport England, не-

смотря на свою ведущую роль в координации общественного спорта, в значительной степени полагается на внешние организации здравоохранения для достижения своих целей. Исследование, основанное на интервью с политиками-стратегами, представителями профессиональной футбольной благотворительной организации и участниками программы Active Blues, финансируемой GHGA, раскрывает проблемы, возникающие на стыке спорта и здравоохранения. Результаты предполагают тонкое понимание вклада спорта в здравоохранение, подчеркивая необходимость научно обоснованных подходов для поддержки эффективности спорта в качестве инструмента укрепления здоровья в условиях жесткой экономики и меняющихся политических ландшафтов.

Харрис, Едличка, Пильке-мл., Райанс, 2023. Политика исключения: анализ реакции американских штатов на трансгендерных спортсменов на межшкольном уровне (Harris S., Jedlicka S., Pielke Jr. R. & Ryan H. *The politics of exclusion: Analysing U.S. state responses to interscholastic transgender athletes*). *International Journal of Sport Policy and Politics*, 15 (4). P. 757–778. DOI: 10.1080/19406940.2023.2242878.

Авторы изучают законодательные действия в отношении участия (или ограничения участия) трансгендерных спортсменов в межшкольных видах спорта в США, используя подход множественных потоков Кингдо-

на для анализа. Исследование классифицирует штаты на четыре группы в зависимости от их законодательных действий в отношении спортсменов-трансгендеров. Подчеркивается влияние групп интересов на национальном уровне на распространение политики, а также роль спортивных, судебных и политических событий в освещении воспринимаемой проблемы инклюзии трансгендеров в спорте. Результаты показывают, что эта динамика порождает символическую политику, движимую скорее партийным спором, нежели стремлением решить реальную проблему.

Парент, Юрбала, 2023. Процесс реализации многоуровневой и многосекторальной национальной спортивной политики: предостерегающие уроки, взгляд изнутри (Parent M. M. & Jurbala P. R. *The process of implementing a multi-level and multi-sectoral national sport policy: cautionary lessons from the inside*). *International Journal of Sport Policy and Politics*, 15 (4). P. 635–653. DOI: 10.1080/19406940.2023.2228824.

Эта статья предлагает критическое осмысление канадской спортивной политики в период с 2012 по 2022 год с точки зрения инсайдера. В ней обсуждаются проблемы, возникавшие при внедрении национальной спортивной политики в сложном контексте управления, подчеркивается роль неоднозначности политики и конфликтов между

стейкхолдерами, сопоставляются цели участия и результативность. Авторы обращаются к структуре многостороннего управления для изучения этих вопросов, предлагая понимание практических трудностей при внедрении широкой, консенсусно ориентированной политики в федеративных системах. Исследование подчеркивает важность согласования на этапах разработки, внедрения и оценки политики и предполагает, что ресурсы и целевое финансирование имеют решающее значение для успеха. Выводы способствуют пониманию в отношении внедрения спортивной политики в многоуровневых системах управления, подчеркивая необходимость ясности, подотчетности и эффективного участия стейкхолдеров в политических процессах.

Гиргинов, 2023. Игра чисел: количественная оценка качества управления в спорте (Girginov V. *The numbers game: quantifying good governance in sport*). *European Sport Management Quarterly*, 23 (6). P. 1889–1905. DOI: 10.1080/16184742.2022.2078851.

В этой статье представлен углубленный анализ растущей тенденции к количественной оценке хорошего управления в спортивных организациях. Автор рассматривает процессы количественной оценки в спортивном управлении на разных стадиях, используя концептуальный и позиционный подход для тщательного изучения трех международных и двух национальных кодексов управления. Им освещается значительный объем работы,

необходимый для разработки этих кодексов, их влияние на соответствие и организационное поведение, а также сложности, связанные с реализацией. Критически оценивается эффективность количественной оценки как инструмента управления, утверждается, что она может входить в противоречие с самоуправлением и скорее провоцировать метауправление, что вызывает вопросы об автономии спортивных организаций. Автор призывает к переоценке не критического принятия кодексов управления и выступает за ориентированную на спорт модель, которая уважала бы уникальные системы ценностей, местные традиции и институциональные структуры спортивных организаций.

Экономика спорта



Джоэл Макси,
Дрексельский университет

Введение

Все статьи, рассматриваемые в этом разделе, датированы второй половиной 2023 года. Среди избранных журналов, в которых они опубликованы, два посвящены исключительно исследованиям по спортивной экономике (Journal of Sports Economics, JSE, официальное издание Североамериканской ассоциации спортивных экономистов (NAASE), и International Journal of Sport Finance, IJSF, официальное издание Европейской ассоциации спортивной экономики (ESEA). Кроме того, исследования по спортивной экономике достаточно регулярно публикуются в четырех журналах по спортивному менеджменту, а именно: European Sport Management Quarterly (ESMQ), Journal of Sport Management (JSM), Sport Management Review (SMR) и Journal of Global Sport Management (JGSM). Ниже представлено резюме идентифицированных статей, охватывающих исследования, связанные с этой темой, опубликованные в этих семи журналах с января по июнь 2023 года.

JSE (V24, выпуски 6–8): 15 статей, все посвящены экономике спорта.

IJSF (V18, выпуски 3 и 4): 10 статей, все посвящены экономике спорта.

ESMQ (V23, выпуски 4–6): 30 статей, 4 из которых посвящены экономике спорта.

JSM (V37, выпуски 3–6): 23 статьи, 2 посвящены экономике спорта.

SMR (V26, выпуски 4 и 5): 16 статей, 2 посвящены экономике спорта.

JGSM (V8, выпуски 3 и 4): 16 статей, 3 посвящены экономике спорта.

Статьи классифицированы по следующим категориям.

- Рынки труда, 3 статьи (ограничения лиги на переходы игроков; наем игроков и тренеров, увольнение и контракты,

производительность и стимулы; трансферные рынки; факторы, определяющие зарплату; дискриминация).

- Анализ производительности атлетов и команд, 3 статьи (преимущество домашней площадки, эффекты турниров и поведенческая экономика спорта, например, влияние поездок, фактора домашнего поля и т. д.).
- Спрос на спорт, 11 статей (факторы, определяющие посещаемость арен и телесмотрение).
- Спорт и порок, 2 статьи (финансовый анализ рынков ставок на спорт, влияние законов и политики него, допинг и результаты спортивных соревнований).
- Финансы и собственность, 10 статей (например, финансовая отдача от инвестиций в спорт, спортивные и финансовые рынки, государственные финансы и экономическое влияние).
- Разное, 7 статей (другие неклассифицированные темы).

Спрос на спорт: новое в исследовательских оценках

Спрос на спорт – относительно широкая область, при этом анализ спроса имеет основополагающее значение для экономики спорта. Когда-то анализ спроса был сосредоточен почти исключительно на посещаемости зрителями крупных спортивных мероприятий и соревнований, таких как футбольные матчи в Европе и бейсбольные в Северной Америке (см. Borland and MacDonald, 2003). Однако в последние годы спектр расширился и стал учитывать спрос на просмотр других видов спорта и потребление спорта через СМИ (см., например, Buraimo and Simmons, 2015); привлекает большое

внимание исследователей спрос на проведение крупных мероприятий странами, регионами и городами; кроме того, спортивные экономисты с энтузиазмом изучают участие в спортивных и развлекательных мероприятиях.

Вместе с тем большое внимание по-прежнему привлекает концепция об эффекте «неопределенности результата», которая восходит к основополагающим работам по экономике спорта (Rottenberg, 1956, & Neale, 1964). Четыре работы, рассмотренные в этом обзоре, рассматривают влияние неопределенности результата на спрос.

Гипотеза Роттенберга (1956) о неопределенности результата (Uncertainty of Outcome Hypothesis, UOH) действительно является одной из наиболее обсуждаемых тем при анализе спроса в экономике спорта. Многочисленные исследования изучали реакцию болельщиков на неопределенность результата в различных профессиональных и международных спортивных контекстах. Борланд и Макдональд (2003) дают подробный обзор на тот момент времени.

В литературе непредсказуемость результата была основной для понимания предпочтений болельщиков в их выборе посещения игр. Например, Шрайер и Ансари (2021) обнаружили, что около четверти исследований спроса на посещаемость были сосредоточены на выявлении эффекта неопределенности результата. Исследования, включая Hyun et al., обсуждаемые ниже, также выявили U-образную связь между качеством домашней команды и посещаемостью. Однако недавние исследования UOH и спроса на посещаемость чаще находили доказательства, противоречащие первоначальным предположениям Роттенберга о предпочтениях болельщиков. Это наблюдалось в различных профессиональных спортивных лигах, где более высокая посещаемость обнаруживалась, когда предсказуемость результата была более определенной для победы домашней команды (Coates & Humphreys, 2010). Возможное объяснение этого явления: болельщики более охотно посещают игры с определенными результатами, то есть когда домашняя команда считается вероятным победителем (Sung & Mills, 2018). Humphreys и Zhou (2015) разработали модель для определения предпочтений болельщиков, включая базовую полезность от посещения игр, полезность от победы домашней команды, предпочтение неопределенных результатов и неприятие потерь. Их модель показывает, что предпочтения потребителей в отношении неопределенности результата и неприятие потерь противоречивы.

Избранные статьи

Группа профессоров, преподающих в США, – Хён, Джонс, Джи, Джордан, Ду и Ли – тестировали взаимное влияние таких факторов, как неопределенность результата и качество игры в Национальной баскетбольной ассоциации (НБА). Они обнаружили примечательное различие: для высококачественных игр эта связь была незначительной (высококачественные игры привлекали болельщиков независимо от второго фактора), а для игр низкого качества была выявлена положительная корреляция (чем выше неопределенность результата, тем выше посещаемость).

В свою очередь корейские профессора Сун и Пьюн изучали неопределенность результата через связь между покупателями сезонных абонементов (купили полный комплект билетов до начала сезона) и теми, кто покупает билеты на отдельные игры клубов высшей корейской футбольной лиги («покупатели в день матча»). Они обнаружили расхождения в спросе между покупателями в день матча и владельцами сезонных абонементов в отношении неопределенности результата, предпочтения успеха домашней команды, производительности команды, географического расстояния между соревнующимися командами и играми выходного дня. Их выводы показывают, что владельцы сезонных абонементов меньше заботятся об эффективности своей команды и неопределенности результата, нежели покупатели в день матча. Это исследование важно, потому что почти все предыдущие исследования спроса были сосредоточены на посещаемости и мало заботились о том, как посетители разделяются на две группы – покупателей билетов на полный сезон и на отдельные игры (при том, что продажи сезонных абонементов имеют большое значение для клубов и агрессивно продвигаются ими). Вывод о том, что у двух групп сильно различаются предпочтения с точки зрения ожидаемых характеристик игры, является ценной информацией для будущих исследований спроса на спорт.

Корейские исследователи профессора О, Ли и Джанг применили анализ неопределенности результата и спроса на киберспорт в отношении Overwatch League, популярной у зрителей игры, доступной на потоковой платформе Twitch. Данные авторов помогают изучить «смотрение» на протяжении матча. Они обнаружили интересное явление: рост неопределенности результата по ходу матча увеличивает количество зрителей, хотя предматчевые оценки не показывали, что это произойдет.

Аннотированная библиография

Хьюн, Джонс, Джи, Джордан, Ду, Ли, 2023. Пересмотр гипотезы неопределенности результата и гипотезы неприятия потерь в Национальной баскетбольной ассоциации: добавление прогнозируемой перспективы качества игры (Hyun M., Jones G. J., Jee W., Jordan J. S., Du J. & Lee Y. *Revisiting the Uncertainty of Outcome Hypothesis and the Loss Aversion Hypothesis in the National Basketball Association: Adding a Predicted Game Quality Perspective*). *Journal of Sports Economics*, 24 (8). P. 1076–1096.

Непревзойденная популярность основных профессиональных спортивных лиг в Соединенных Штатах выражается в многочисленных аншлагах вне зависимости от неопределенности, связанной с исходом игры. Это явление побудило авторов изучить взаимосвязь между неопределенностью исхода и посещаемостью, особенно в матчах между командами

высокого уровня по сравнению с играми команд более низкого уровня в Национальной баскетбольной ассоциации (НБА). На основе анализа обнаружено заметное различие в этой взаимосвязи. Так, при анализе высококачественных игр наблюдалась линейная зависимость между этими двумя переменными, которая была лишь незначительной. Напротив, при исследовании игр более низкого уровня выявилась U-образная зависимость между неопределенностью результата и посещаемостью. В то время как посещаемость игр более низкого уровня зависела от различных уровней неопределенности, высококачественные игры привлекали болельщиков независимо от неопределенности результата. Это исследование дает ценную информацию о факторах, которые способствуют популярности и посещаемости игр НБА.

Сун, Пьюн, 2023. Дезагрегированный спрос на посещение: сравнение покупателей ежедневных билетов и владельцев сезонных абонементов в K-League (Sung H. & Pyun H. *Disaggregated Attendance Demand: Comparing Daily Ticket Purchasers and Season Ticket Holders in K-League 1*). *Journal of Sports Economics*, 24 (6). P. 717–736.

В этом исследовании изучаются различия в предпочтениях покупателей билетов на конкретные матчи («покупатели в день матча») и владельцев сезонных абонементов с упором на неопределенность результата. Используя уникальные данные о посещаемости как пер-

вой, так и второй категории зрителей в корейской высшей профессиональной футбольной лиге, была обнаружена неоднородность спроса с их стороны под влиянием факторов неопределенности результата, предпочтения успеха домашней команды, производительности команды, географического расстояния между конкурирующими командами и дня недели, в который проводится матч. В частности, результаты показали, что владельцев сезонных абонементов не так сильно заботит производительность любимой команды и неопределенность результата, как покупателей билетов в день матча.

О, Ли, Джанг, 2023. Неопределенность результатов и зрительская аудитория киберспорта: кейс Overwatch League (Oh T., Lee S. & Jang H. *Outcome Uncertainty and ESports Viewership: The Case of Overwatch League*). *Journal of Sports Economics*, 24 (8). P. 971–992.

Гипотеза неопределенности результата (УОН) объясняет детерминанты потребления спортивных болельщиками на профессиональных спортивных мероприятиях. Однако в области киберспорта существует пока лишь ограниченное количество исследований, и связь

между УОН и зрительской аудиторией в киберспорте не прояснена. В этом исследовании изучалась УОН в киберспорте путем анализа количества зрителей киберспортивной лиги на интернет-платформе потокового вещания (Twitch). Неопределенность была измерена ex ante (до игры, ожидаемая) и во время игры, проведена оценка влияния этого фактора на количество зрителей в реальном времени. Результаты показывают, что внутриигровая неопределенность существенно влияет на количество зрителей, а ожидаемая не влияет.

Рейлли, Солоу, фон Аллмен, 2023. Когда звезды отсутствуют: влияние пропущенных игр на телевизионную аудиторию НБА (Reilly P., Solow J. L. & von Allmen P. *When the Stars Are Out: The Impact of Missed Games on NBA Television Audiences*). *Journal of Sports Economics*, 24 (7). P. 877–902.

Используя данные сезона НБА 2018/19, авторы изучают причины и последствия пропуска игр звездами игроками. Сосредоточившись на 19 звездных игроках, они обнаруживают, что травмы, приближение конца

сезона, игры в плотном графике и качество соперника приводят к пропуску игр. Затем авторы оценивают модель размера телевизионной аудитории НБА, используя подробные данные из общенациональных трансляций игр. Удвоение доли звездных игроков, пропускающих игры, сокращает телевизионную аудиторию примерно на 6,5 млн просмотров домохозяйств за регулярный сезон. Грубая оценка доходов от рекламы, потерянных из-за пропуска игр звездами, составляет 15–20 млн долларов за сезон.

Ссылки

Borland J., MacDonald R., 2003. Demand for sport. *Oxford Review of Economic Policy*, 19 (4). P. 478–502.

Buraimo B., Simmons R., 2015. Uncertainty of outcome or star quality? Television audience demand for English Premier League football. *International Journal of the Economics of Business*, 22 (3). P. 449–469.

Coates D. & Humphreys B. R., 2010. Week to week attendance and competitive balance in the National Football League. *International Journal of Sport Finance*, 5 (4). P. 239–252.

Humphreys B. R. & Zhou L., 2015. The Louis – Schmelling paradox and the league standing effect reconsidered. *Journal of Sports Economics*, 16 (8). P. 835–852.

Neale W. C., 1964. The peculiar economics of professional sports: A contribution to the theory of the firm in sporting competition and in market competition. *The Quarterly Journal of Economics*, 78 (1). P. 1–14.

Rottenberg S., 1956. The baseball players' labor market. *The Journal of Political Economy*, 64 (3). P. 242–258.

Schreyer D. & Ansari P., 2021. Stadium attendance demand research: A scoping review. *Journal of Sports Economics*, 23 (6). P. 749–788.

Sung H. & Mills B. M., 2018. Estimation of game-level attendance in major league soccer: Outcome uncertainty and absolute quality considerations. *Sport Management Review*, 21 (5). P. 519–532.

Лидерство в спорте



ЗАК ДЕЙМОН,
Техасский технологический университет

Введение

С момента выхода в свет предыдущего выпуска раздела «Лидерство в спорте» была опубликована лишь одна работа по данной теме – Канга и Свенссона (2023а) в Journal of Sport Management (JSM). При обзоре избранных журналов для этого выпуска стало очевидно, что по сравнению с другими областями контента исследования лидерства в спорте и вокруг него могут носить спорадический характер. Имея лишь одну статью для текущего выпуска, мы вместе с тем констатируем такую тенденцию: похоже, что исследования спортивного лидерства стремятся объединять несколько тем. Большая часть недавних исследований была сосредоточена на общем лидерстве, социальном построении лидерства и пересечении лидерства с группами или организациями по всему миру. Итак, в текущем выпуске будет рассмотрена работа Канга и Свенссона (2023а), а затем представлен обзор исследований спортивного лидерства с 2023 года, чтобы проиллюстрировать текущие тенденции и то, в каком направлении может пойти исследовательский поток дальше.

Достижения в исследовании спортивного лидерства

Канг и Свенссон (2023а) продолжили свою линию исследований совместного лидерства в контексте спорта для развития (Sport for Development, SFD). Их предыдущая работа изучала преимущества совместного лидерства в пространстве SFD (Канг и Свенссон, 2023b), а более поздняя была сосредоточена на выявлении предпосылок совместного лидерства вокруг спорта для развития и мира (SDP). Они выполнили эту работу с помощью 30 полуструктурированных качественных интервью с участием персонала из двух совместных проектов SDP в рамках более крупного

зонтичного фонда SDP, Laureus Sport for Good Foundation. Прибегнув к процессу индуктивного кодирования для анализа данных, авторы определили четыре предпосылки совместного лидерства для SDP. Эти темы включали стратегическое планирование, поддержку со стороны вертикальных лидеров, общие мероприятия и личные характеристики членов. В рамках темы стратегического планирования использовалось несколько подходов, помогающих облегчить такое планирование как предпосылку совместного лидерства. Эти подходы обозначены как «множественные лидеры», «коллективное принятие решений» и «переходы лидерства в коллаборациях». Следует отметить два первых, поскольку эти подходы естественным образом приводят к модели общего лидерства, где эти функции распределяются между всеми членами группы, в отличие от традиционной вертикальной модели одного центрального лидера (Канг и Свенссон, 2023а).

Выводы Канга и Свенссона (2023а) выявляют недостаточно изученную область общего лидерства: вопрос «как?» в отношении создания или развития общего лидерства, особенно в пространстве SDP. Как отметили авторы, большая часть исследований общего лидерства в спорте все еще находится на ранних стадиях понимания и применения. Однако, поскольку их исследования внесли вклад в это направление, ученые в контексте спортивного лидерства теперь имеют несколько antecedентов, которые можно использовать в качестве основы или сравнения по мере развития исследований общего лидерства. Канг и Свенссон (2023а) внесли ключевые теоретические послылы в отношении общего лидерства, определив antecedенты общего лидерства. Кроме того, эти авторы отмечают существенные практические последствия. В частности, организации SDP

продолжают изучать и искать пути создания и улучшения совместного лидерства, особенно учитывая, что некоторые из них могут быть ограничены в ресурсах. Это способно принести выгоду не только от того, что отдельные лидеры чувствуют себя более вовлеченными благодаря совместному лидерству, но и за счет того, что организация может сэкономить ресурсы или снизить нагрузку на лидеров с помощью этой модели, не нанимая дополнительный персонал и не рискуя выгоранием лидеров (как случается в традиционной вертикальной структуре).

Обзор темы «Лидерство в спорте»

В течение 2023 года исследования лидерства в спорте охватывали различные контексты и использовали различные методы, продолжая расширять наши знания о нем. Так, Канг и Свенссон, О'Бойл с соавторами, Сакс с соавторами использовали качественные методы для изучения лидерства, а контексты охватывали Австралию, Национальную ассоциацию студенческого спорта США (NCAA) и организации SPD. Ван Дальфсен с соавторами вооружились количественными методами для изучения и разработки шкалы измерения общего лидерства в молодежном спорте в Нидерландах. Другие иллюстрации разнообразия контекстов – исследования О'Бойла с соавторами, которые сосредоточились на членах правления австралийской некоммерческой спортивной организации, Сакса с соавторами, изучавших текучесть кадров среди тренеров по плаванию NCAA (Дивизион I), Канга и Свенссона, изучавших американские организации или коллективы SDP.

Обзор исследований лидерства в спорте, отмеченных в этом и предыдущем выпусках, ведет нас к нескольким ключевым тенденциям относительно того, что ученые считают важным (об этом говорит картина изучаемых областей). Это, в частности, пространство SDP, уже довольно давно привлекающее интерес ученых (Welty Peachey et al., 2015) и предлагающее богатый контекст, с помощью которого можно исследовать как традиционные, так и нетрадиционные подходы к лидерству (Kang & Svensson, 2023a). Помимо организаций SDP совместное лидерство также остается на переднем крае нескольких исследований (Kang & Svensson, 2023a; 2023b; van Daltsen et al., 2023). Оно будет оставаться областью интереса, особенно в разных контекстах и культурах, поскольку ученые раздвигают границы понимания, достигнутого благодаря

традиционным теориям и концепциям лидерства: новые теории и концепции (совместное лидерство, последователи) могут заполнить пробелы и способствовать развитию темы (Damon et al., 2022).

Кроме того, контексты по всему миру, которые открывают уникальные возможности для изучения лидерства через различные структуры, продолжают добавлять ценные идеи (это, в частности, работа, проделанная О'Boyle с соавторами, 2023). В таких странах, как Австралия, где спортивные руководящие советы являются обычным явлением и влиятельны, крайне важно продолжать изучать, как члены этих советов видят, принимают и понимают лидерство, учитывая их существенную роль в формировании спорта для всей страны (или значительных ее частей). Еще одна область логичного спортивного контекста для изучения лидерства внутри и вокруг – это молодежный спорт (ван Дальфсен с соавторами, 2023). Изучение структур лидерства и обучения, которые окружают участников молодежного спорта по всему миру, может иметь важное значение. Усиление лидерства, например посредством совместного лидерства на уровне молодежи, может оказать положительное влияние на участников молодежного спорта, и затем посредством более продолжительной работы мы сможем понять, как скажется такое лидерство уже в более взрослом возрасте.

Наконец, отходя от основополагающих способов изучения лидерства в спортивных организациях (таких, как количественные методы типа «вход-выход», где стиль лидерства является входной переменной, а некоторая смесь лидера или последователя или организационных результатов представляет собой выходную переменную), мы видим определенные фокусы влияния лидерства. Сакс и др. (2023) представляют один из таких конкретных фокусов, поскольку их работа по профессиональной текучке среди тренеров освещает области в спорте, где лидеры могут начать или уже исследовали уход из отрасли. Это поможет быть более осознанными в передаче должностей, учитывая продолжающееся развитие стресса, влияющего на таких лидеров, как тренеры NCAA.

Заключение

В целом, хотя в текущий выпуск попала лишь одна статья из наших избранных журналов, мы попытались связать все исследования лидерства в спорте за 2023 год и объединить не-

которые темы из 2022 года. Заглядывая вперед, мы видим, что лидерство в спорте продолжит предлагать новые области исследований с теоретическими и практическими последствиями. Пожалуй, легко предсказать сохранение акцента на совместном лидерстве в ближайшем будущем, возможно, в различных контекстах, которые еще предстоит изучить. Управляющие советы спортивных организаций также продолжают предлагать естественный контекст, через который можно изучать лидерство или использовать его в качестве линзы для изучения действующих лидеров в национальных видах спорта.

Наконец, поскольку мы продолжаем выходить из COVID-19 и сталкиваемся с такими последствиями, как выгорание и текучесть кадров, исследования лидерства должны быть сосредоточены на факторах, способствующих этой тенденции, а также на факторах, которые могут потенциально смягчить ее влияние. Также интересно проследить, какие спортивные контексты могут быть наиболее подвержены текучести кадров и выгоранию, а какие – менее, и как мы можем их изучить, чтобы потенциально помочь лидерам и организациям справиться с этими проблемами.

Аннотированная библиография

Кан, Свенссон, 2023. Антецеденты совместного лидерства в спорте в рамках программ для развития и сотрудничества в интересах мира (Kang S. & Svensson P. G. *The antecedents of shared leadership in sport for development and peace collaboratives*). *Journal of Sport Management*, 37 (6). P. 417–428. <https://doi.org/10.1123/jsm.2022-0303>.

Исследователи из США изучили коллаборативы SDP на предмет потенциальных антецен-

дентов в области совместного лидерства. С помощью полуструктурированных качественных интервью с 30 участниками авторы смогли выделить четыре антецедента: стратегическое планирование, поддержку со стороны вертикальных лидеров, общие мероприятия и личные характеристики членов. Это одно из первых исследований, в фокусе которых темы или факторы, способствующие развитию совместного лидерства в спортивной организации.

ИЗУЧЕНИЕ СТРУКТУР ЛИДЕРСТВА И ОБУЧЕНИЯ, КОТОРЫЕ ОКРУЖАЮТ УЧАСТНИКОВ МОЛОДЕЖНОГО СПОРТА ПО ВСЕМУ МИРУ, МОЖЕТ ИМЕТЬ ВАЖНОЕ ЗНАЧЕНИЕ. ИЗУЧАЯ ЛИДЕРСТВО НА УРОВНЕ МОЛОДЕЖИ, ПОСРЕДСТВОМ БОЛЕЕ ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ МЫ СМОЖЕМ ПОНЯТЬ, КАК ОНО ПРОЯВЛЯЕТСЯ В БОЛЕЕ ВЗРОСЛОМ ВОЗРАСТЕ

Ссылки

Damon Z. J., Leberman S., Wells J. E., Burton L., Ferkins L., Weese J. & Peachey J. W., 2022. Privileging practice in sport leadership: Applying relational reflexivity. *Journal of Sport Management*, 36 (4). P. 394–407. <https://doi.org/10.1123/jsm.2020-0407>.

Kang S. & Svensson P. G., 2023a. The antecedents of shared leadership in sport for development and peace collaboratives. *Journal of Sport Management*, 37 (6). P. 417–428.

Kang S. & Svensson P. G., 2023b. The benefits and challenges of shared leadership in sport for development and peace collaboratives. *Sport Management Review*, 26 (3). P. 383–404.

O’Boyle I., Shilbury D. & Ferkins L., 2023. Leadership in and out of the sport boardroom: New empirical insights. *European sport management quarterly*, 23 (1). P. 188–206. DOI: 10.1080/16184742.2020.1838591.

Saxe K., Beasley L., Taylor E. & Hardin R., 2023. An investigation into voluntary occupational turnover of sport employees using the transtheoretical model of change. *Journal of Sport Management*, 37 (4). P. 256–271.

Van Dalfsen G., Van Hoecke J., Westerbeek H. & De Bosscher V., 2023. The development of a scale to measure shared leadership in youth sport. *Journal of Global Sport Management*, 8 (1). P. 73–94.

Welty Peachey J. W., Damon Z. J., Zhou Y. & Burton L. J., 2015. Forty years of leadership research in sport management: A review, synthesis, and conceptual framework. *Journal of Sport Management*, 29 (5). P. 570–587. <https://doi.org/10.1123/jsm.2014-0126>.

СПОРТИВНЫЙ МАРКЕТИНГ И СПОНСОРСТВО



Лю Дунфэн,
Шанхайский университет
спорта

За второе полугодие 2023 года в избранных журналах были опубликованы 48 статей, которые можно отнести к области спортивного маркетинга и спонсорства. Среди пяти журналов наибольшее количество таких публикаций пришлось на IJSMS (19), за ним следуют ESMQ (16) и SMR (5), JSM и JGSM имеют по четыре публикации.

Таблица 1 отражает разнообразие тем и сюжетов, затронутых в 48 статьях; можно увидеть, что большинство этих публикаций (34) посвящены спортивному маркетингу, а остальные – спортивному спонсорству. Как и в предыдущих выпусках, поведение потребителей и болельщиков остается наиболее популярной темой в исследованиях спортивного маркетинга: не менее десяти статей посвящены поведению болельщиков, еще восемь – общему поведению потребителей в спорте. Что касается спонсорства, то его механизмы и эффективность по-прежнему привлекают внимание ученых, а по-настоящему бурно развивающейся можно назвать область исследований эффективности и поддержки личного бренда. Как минимум семь статей из области маркетинга также посвящены брендингу спортсменов, что делает персональный брендинг наиболее заметной темой этого выпуска. Мы отобрали и подробно рассмотрим ниже пять статей из этой области.

С 1 июля 2021 года студенты-спортсмены Национальной ассоциации студенческого спорта (NCAA) по всей территории США получили право посредством государственных законов и институциональной политики получать прибыль от коммерческого использования своего имени, изображения

и образа (name, image and likeness; NIL). Это историческое правило NIL возвестило о новой эре рыночного использования спортсменов-студентов в Штатах, навсегда изменив ландшафт спортивного бизнеса NCAA. Объем сделок NIL со спортсменами-студентами в течение второго года эры NIL оценивается в 1,14 млрд долларов (Opendorse, 2022).

Новая волна поддержки спортсменов-студентов также послужила импульсом для роста академического интереса к брендингу спортсменов. Так, в статье Кокко с соавторами (2023) исследовалось влияние факторов личного брендинга и институциональных факторов на потенциальную ценность NIL в социальных сетях для баскетболистов и баскетболисток из NCAA. С помощью линейного регрессионного анализа данных, собранных из аккаунтов спортсменов в Instagram до начала эры NIL в студенческой атлетике, исследование подтвердило положительные ассоциации между соревновательным уровнем игры, силой бренда университета, игрой в мужской (по сравнению с женским) баскетбол, количеством постов в Instagram и подтвержденным статусом аккаунта с ценностью NIL в социальных сетях спортсменов-студентов. Не было выявлено никакой связи между качеством биографии спортсмена в Instagram или факторами местного рынка и ценностью NIL спортсменов в социальных сетях. Исследование расширяет концепцию отношений бренда студенческого спорта на более широкую экосистему и обеспечивает более глубокое понимание архитектуры спортивного бренда и влияния спортсмена на ценность личного бренда.

30

ТАБЛИЦА 1

Избранные публикации по проблемам спортивного маркетинга и спонсорства

Область исследований	Темы	Автор(ы)	Кол-во (всего 48)			
Спортивный маркетинг	Разработка продукта лиги	Fujak, Ewing, Newton & Altschwager	1			
	Цифровой маркетинг	Stegmann, Nagel & Ströbel	1			
	Поведение потребителей	Yoshida, Sato, Pizzo & Kuramasu Papadimitriou, Apostolopoulou & Patrick Temerak & Winklhofer Hussain & Cunningham Chang, Lim, Kim & Oh Pedragosa, Biscaia, Naylor, Hedlund & Dickson AbouRokbah & Salam Ock & Hwang Lee, Potter & Han	8			
				Спортивная реклама	Lee Ni, Kuo, Chang, Wu & Chen	3
				Продвижение в медиа	Hu, Cottingham, Shapiro & Lee Wang	2
	Поведение болельщиков	Sveinsona, Deliaa, Mansfieldb & Calow Yağız & Özer Kościólek Wang, Mao & Smith Kim & Gower Behnam, Dickson, Delshab, Gerke & Nikou Statz, Bogina, Schmult & Gordon Stegmann, Matyas & Ströbel Cornwell, Pappu & Setten Schlimm & Breuer	10			
				Брендинг атлета	Bredikhina, Sveinson, Taylor & Heffernanc Mogaji & Nguyen Noh, Ahn & Anderson* Bredikhina, Gupta & Kunkel* Cocco, Kunkel, Baker* Hu, Siegfried, Cho & Cottingham Lee & Bang	7
	Спортивная мода и устойчивое развитие	Kopplin	1			
	Национальный брендинг через мероприятия	Rookwood & Adeosun	1			
	Спортивное спонсорство	Спонсорство азартных игр	Hing, Rockloff & Matthew Browne	1		
Эффективность и механизм спонсорства		Chang & Kwak Herold, Breuer Centracchio, Popp, Jensen Mondt, Lee, Shapiro & Morse	4			
		Стратегия спонсорства	Siegfried	1		
Эффективность личного бренда и одобрения		Frank & Mitsumoto Su, Guo, Wegner, Baker* Dunn & Nisbett Sato, Ko, Kim & Lee* Williams & Heo	5			
		Спонсорская коммуникация	Beek, Hoecke & Derom	1		
Драйверы спонсорства		Abdolmaleki, Mohammadi, Babaei, Soheili, Dickson & Funk	1			
Спонсорство благотворительных мероприятий		Fechner, Filo, Reid & Cameron	1			

*Разобраны ниже детально.

31

Авторы следующей избранной статьи также уделяют внимание ценности бренда спортсменов в социальных сетях и стремятся изучить факторы, которые влияют на ее рост во время значительного мероприятия вне лиги NCAA. Следуя структуре экосистемы спортивного бренда (Kunkel & Biscaia, 2020), Бредихина с соавторами (2023) провели множественный линейный регрессионный анализ с продольными поведенческими данными (а именно с подписками в социальных сетях и поведением тегов спортсменов в контексте теннисного Кубка Лейвера) и построили социограмму для визуализации связей между брендами спортсменов и мероприятия. Исследование показало, что уже существующая фан-база подписчиков спортсменов, активность мероприятия в социальных сетях и «кооперативные» отношения спортсмена с другими атлетами-участниками были предикторами роста числа подписчиков. Это исследование подчеркивает важность спортивных мероприятий вне лиги с представительными командами в качестве стратегической возможности для спортсменов развивать свои бренды в социальных сетях через вертикальные и горизонтальные отношения с брендом.

В третьей статье Но с соавторами (2023) применили метод выявления метафор Залтмана (ZMET) с данными, собранными в ходе углубленных неструктурированных интервью с 24 респондентами, чтобы изучить восприятие потребителями участия двух спортсменов в социальной и политической пропаганде. Авторы пришли к выводу, что образ жизни, усилия в отношениях и ролевая модель имеют значение при создании уникальных брендов. Исследование также выделило три категории для участия спортсменов в пропаганде: а) взгляды на пропаганду, б) спорт как платформа для пропаганды и в) послы. Результаты дают дополнительные концептуальные представления об имидже бренда спортсмена, демонстрируя применимость ZMET для исследований потребления в спорте.

В связанном исследовании Данн и Нисбетт (2023) стремятся изучить, как потребители реагируют на социальные заявления, сделанные компаниями, так и спортивными знаменитостями, и как эти реакции влияют на восприятие потребителями связанных брендов. Авторы использовали экспериментальный дизайн (пре- и посттестовый), чтобы собрать ответы на просоциальные сообщения как от спортсменов, связанных с брендом, так и от сообщений

непосредственно от брендов. Результаты показали, что сообщения от знаменитостей были оценены как более важные, нежели аналогичные сообщения непосредственно от компании. Между тем было обнаружено, что парасоциальные отношения между потребителем и знаменитостью, поддерживающей бренд, увеличивают поддержку бренда и благоприятную оценку сообщений. Кроме того, хотя парасоциальные отношения не влияли напрямую на чувства реактивности, влияние на оценку сообщений привело к снижению реактивности к просоциальным сообщениям.

Наконец, Сато с соавторами, опираясь на теорию когнитивного диссонанса и модель сети ассоциативной памяти, изучили посредством онлайн-экспериментов, как ассоциации до скандала и типы скандалов интерактивно влияют на суждения потребителей и негативное электронное сарафанное радио (electronic word-of-mouth, eWOM). Исследование показало: когда возникали скандалы, связанные с результатами выступлений, потребители высказывали более негативные обвинения в отношении спортсменов с ярко выраженной ассоциацией с результатами по сравнению с просоциальной ассоциацией. И наоборот, когда происходили скандалы, не связанные с результатами, спортсмены с ярко выраженной просоциальной ассоциацией с большей вероятностью подвергались обвинению. Что касается eWOM, потребители генерируют более негативные eWOM, когда спортсмены с ассоциациями до выступления оказываются вовлеченными в скандалы, связанные с результатами. Результаты подчеркивают важность понимания когнитивного диссонанса, который могут испытывать потребители в случаях скандалов со спортсменами, и предоставили практические выводы для менеджеров и агентств атлетов-знаменитостей.

Практика поддержки спортсменов – это относительно давняя традиция. Накоплен значительный объем работ по этому вопросу, но, несмотря на это, наше понимание эффективности поддержки, способствующих факторов, а также базового механизма по-прежнему ограничено. Наступление эры NIL вместе с социальными сетями и цифровой трансформацией, а также постоянно меняющейся социальной и политической средой только формирует дополнительную сложность в этой области, предоставляя особенно плодородную почву для исследований.

Аннотированная библиография

Но, Ан, Андерсон, 2023. *Заботят ли потребителей персональные бренды? Пример использования метода выявления метафор Залтмана (ZMET) для сопоставления двух видов спорта с социальной и политической пропагандой* (Noh Y., Ahn N. Y. & Anderson A. J. *Do consumers care about human brands? A case study of use Zaltman Metaphor Elicitation Technique (ZMET) to map two sports's engagements in social and political advocacy*). *European Sport Management Quarterly*, 23 (6). P. 1732–1758. <https://doi.org/10.1080/16184742.2023.2273351>.

Совместное исследование ученых из Сеульского национального университета, Борнмутского университета и Техасского университета A&M посвящено тому, как участие спортсменов в адвокации разного рода наполняет их отличительный имидж. Авторы провели 24 углубленных неструктурированных интервью о двух спортсменах Национальной футбольной лиги (NFL) – Майкле Беннетте и Джейсоне Пьер-Поле. Авторы использовали концепцию Келлера о потребительско ориентированном капитале личного бренда, модель имиджа бренда спортсмена Арай с соавторами, а также метод выявления метафор Залтмана (Zaltman Metaphor Elicitation Technique, ZMET),

чтобы уловить глубинные эмоции потребителей. Результаты показали, что спортивные достижения атлетов, их привлекательные (и потенциально продаваемые) внешность и образ жизни способствовали улучшению их имиджа. Внимание спортсменов к образу жизни, к усилиям в области взаимоотношений, к формированию ролевой модели – вот решающие факторы поддержки их уникальных брендов. Кроме того, в реакции аудитории на активное участие атлетов в социальных и политических движениях были выявлены три темы. Это взгляды на пропаганду, на спорт как платформу для пропаганды и взгляды на атлетов как амбассадоров (послов). Исследователи также обнаружили метафорическую связь с микрофоном и спортивными напитками для Майкла Беннетта, а для Джейсона Пьер-Пола – метафору металла или железа. Вместе с тем авторы признают ограничения – это размер выборки и переносимость ZMET в спортивный контекст как таковая. Авторы рекомендуют другим исследователям при выборе процедуры ZMET для изучения настроений и отношения потребителей к участию спортсменов в пропагандистской деятельности использовать ее на более широкой выборке участников.

ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ И БОЛЕЛЬЩИКОВ ОСТАЕТСЯ НАИБОЛЕЕ ПОПУЛЯРНОЙ ТЕМОЙ В ИССЛЕДОВАНИЯХ СПОРТИВНОГО МАРКЕТИНГА: ЗА ОТЧЕТНЫЙ ПЕРИОД НЕ МЕНЕЕ ДЕСЯТИ СТАТЕЙ ПОСВЯЩЕНЫ ПОВЕДЕНИЮ БОЛЕЛЬЩИКОВ, ЕЩЕ ВОСЕМЬ – ОБЩЕМУ ПОВЕДЕНИЮ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В СПОРТЕ

Бредихина, Гупта, Кункель, 2023. Суперусиление бренда спортсмена в социальных сетях: событие как возможность для роста подписчиков (Bredikhina N., Gupta K. & Kunkel T. Superboosting the athlete social media brand: events as an opportunity for follower growth. *European Sport Management Quarterly*, 23 (6). P. 1819–1842. <https://doi.org/10.1080/16184742.2022.2074497>).

Это комплексное исследование ученых из Университета Темпл сфокусировано на факторах, повлиявших на рост бренда спортсмена в социальных сетях во время Кубка Лейвера – громкого мероприятия с представительными командами, проводимого вне лиги NCAA. Авторы изучили продольные поведенческие данные из Instagram и использовали концепцию экосистемы спортивного бренда и мно-

жественную линейную регрессию, задействуя метод WCB (wild-cluster bootstrap-SE) для проверки и объяснения взаимосвязей. Результаты подчеркнули значимость уже существующего размера аудитории (число подписчиков, а также тегов пользователей с упоминанием атлетов) и событий для роста аудитории, выделив стратегические возможности для архитектуры бренда в соцсетях в контексте спорта вне лиги. Хотя частота постинга и дни соревнований не показали положительной связи с подпиской на спортсмена в социальных сетях, будущие исследования могут повторно изучить граничные условия таких эффектов. Это исследование вносит вклад в теорию и практику спортивного брендинга, подчеркивая инструментальную роль нетворкинга бренда для роста атлета в социальных сетях.

Кокко, Кункель, Бейкер, 2023. Влияние личного брендинга и институциональных факторов на ценность имени, образа и сходства в публикациях студенческих спортсменов в социальных сетях (Cocco A. R., Kunkel T. & Baker B. J. The influence of personal branding and institutional factors on the name, image, and likeness value of collegiate athletes' social media posts). *Journal of Sport Management*, 37 (5). P. 359–370. <https://doi.org/10.1123/jsm.2022-0155>.

Три автора из Луисвиллского университета и Университета Темпл объединились, чтобы изучить влияние факторов личного брендинга и институциональных факторов на потенциальную ценность имени, имиджа и образа в социальных сетях (т. е. ценность NIL; от name, image, likeness) баскетболистов мужского и женского пола из колледжей из

штата Калифорния. Они собрали 907 аккаунтов Instagram и использовали линейную регрессию для оценки ассоциаций. Результаты показали положительные ассоциации между соревновательным уровнем игры, силой бренда университета, мужским (по сравнению с женским) баскетболом, количеством постов в Instagram и подтвержденным статусом аккаунта с ценностью NIL в социальных сетях студенческих спортсменов. Исследование вносит новый вклад в понимание факторов, связанных с ценностью бренда в соцсетях, и расширяет знания, связанные с экосистемой и средой спортивного бренда. Вместе с тем, чтобы избежать предвзятости отбора, будущие исследования должны расширять географический и спортивный охват при изучении влияния на ценность NIL в социальных сетях.

Шартел Данн, Нисбетт, 2023. Когда поддержка атлетов сталкивается с их общественной активностью: исследования поддержки атлетов-знаменитостей на фоне социальных проблем и восприятия бренда (Schartel Dunn S. & Nisbett G. S. When celebrity endorsements collide with social activism: studies athlete celebrity endorsements, social issues and brand perception). *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 24 (3). P. 558–569. <https://doi.org/10.1108/IJSMS-01-2023-0010>.

В совместном исследовании ученых из Университета штата Вайнона и Университета Северного Техаса изучалась реакция потребителей на социальные заявления компаний и атлетов-знаменитостей и влияние на восприятие связанных брендов. Авторы использовали экспериментальный дизайн

(претестовый и посттестовый) с 253 участниками и обнаружили, что потребители, сталкивающиеся с сообщениями по социальным вопросам, которые они считают значимыми, испытывали снижение психологического сопротивления и формировали более позитивное восприятие бренда. Примечательно, что сообщения от атлетов-знаменитостей имели больший вес, чем непосредственно от бренда. Потребители с более высоким уровнем парасоциальных отношений с источником сообщения давали более позитивные оценки, что вело к снижению психологического сопротивления и улучшению восприятия бренда. Исследование предлагает руководство для брендов в просоциальных сообщениях, вместе с тем чистые эффекты этих взаимосвязей еще предстоит изучить.

Сато, Ко, Ким, Ли, 2023. Влияние ассоциаций на этапе до скандала и типов скандалов на потребительское чувство вины и eWOM (Sato S., Ko Y. J., Kim D. & Lee J. S. The effects of pre-scandal associations of athlete endorsers and scandal types on consumer blame and eWOM). *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 24 (4). P. 814–833. <https://doi.org/10.1108/IJSMS-07-2022-0139>.

В совместном исследовании ученых из Университета Васэда, Университета Флориды, Национального университета Пукёнг и Университета Ёнсе авторы изучали интерактивные эффекты влияния ассоциаций на этапе до скандала (pre-scandal) и типов скандалов на суждения потребителей и негативное сарафанное радио в электронных медиа (eWOM). Руководствуясь теорией когнитивного диссонанса и моделью ассоциативной сети памяти, авторы использовали вымышленные материа-

лы для проведения двух онлайн-экспериментов по проверке гипотез. В первом эксперименте они проанализировали 146 данных с помощью t-теста и подтвердили различные уровни диссонанса в зависимости от условий. Во втором эксперименте, используя многомерный ковариационный анализ (MANCOVA) и модель PROCESS 8 с 189 данными, авторы выявили, что в скандалах, связанных с результатами, потребители выносили более негативные суждения об обвинении спортсменов с выраженными ассоциациями с результатами; но в скандалах, не связанных с результатами, спортсменов с просоциальными ассоциациями обвиняли охотнее. Исследование подчеркивает нюансную динамику потребительского суждения и eWOM в контексте скандалов со спортсменами и подчеркивает необходимость для практиков понимать когнитивный диссонанс и его последствия.

Коммуникации в спорте



ГАШОУ АБЕЗА,
Университет Таусона

В пяти предыдущих выпусках дайджеста был рассмотрен широкий спектр тем, связанных с коммуникациями и спортом. Эти темы освещались в публикациях ведущих журналов, включая Communication and Sport, International Journal of Sport Communication, Journal of Sport Management, Sport Management Review, European Sport Management Quarterly и Journal of Global Sport Management. Исследования подчеркивают растущий интерес и активное участие в расширении базы знаний в данной области. В первом выпуске мы рассматривали репрезентацию в медиа женщин в спорте, людей с ограниченными возможностями в спорте, ментального здоровья спортивных звезд, а также нюансы освещения спорта и потребления в медиа. Во втором охват расширился за счет включения связей между спортом и политикой, изучения влияния COVID-19, расовых вопросов и значительной роли мегасобытий в медийных историях. Третий выпуск продолжил обсуждение гендерного представительства, проблем спортивных журналистов и сложных взаимодействий между социальными сетями и спортивной психологией. Четвертый был посвящен созданию медиаконтента, влиянию медиа на спорт, культуре болельщиков и этическим проблемам, связанным с допингом и политикой в спорте. Наконец, пятый был посвящен тому, как спорт и медиа формируют культурную и национальную идентичность в разных регионах.

Текущие разработки в области коммуникаций в спорте

Продолжая тенденцию, сообщество исследователей спортивного менеджмента активно вносило вклад в изучение коммуникаций в спорте. С сентября 2023 года по март 2024-го (охват нашего текущего выпуска) было опубликовано более 50 статей в различных журналах. В те-

ние этого обзорного периода были очень активны два ведущих журнала в области коммуникаций и спорта, а именно Communication and Sport (C&S) и International Journal of Sport Communication (IJSC). C&S опубликовал 18 исследовательских статей в двух выпусках, а также восемь статей в специальном выпуске (он был посвящен медиации восточноазиатской эры Олимпийских игр (2018–2022)), а IJSC – девять исследовательских статей и 16 научных комментариев в специальном выпуске (он был посвящен социальным сетям и спорту).

Мы начнем с обобщения специальных выпусков этих журналов, а затем обратимся к исследовательским работам, опубликованным в регулярных выпусках.

Специальный выпуск C&S (том 12, выпуск 1) на тему «Медиация восточноазиатской эпохи Олимпийских игр (2018–2022 гг.)» предлагает широкое исследование на пересечении спорта, медиа и геополитической динамики во время трех Олимпийских игр, последовательно проведенных в Восточной Азии, а именно Пхенчхан-2018, Токио-2020 и Пекин-2022. Под редакцией Кодзи Кобаяши, Джона Хорна, Юнхана Чо и Чон У Ли и с восемью оригинальными исследованиями 13 авторов выпуск представил материалы, которые затрагивают такие темы, как политическое оформление Игр международными медиа, культурные и национальные последствия натурализации спортсменов и нюансное изображение спортсменов в различных национальных контекстах. Дополнительные темы включают проблемы, с которыми сталкиваются журналисты при критическом освещении Игр, стратегическую коммуникацию, используемую в кризисных ситуациях, таких как пандемия COVID-19, и роль Олимпиады в национальном брендинге и региональной дипломатии. Исследования проливают свет на то, как Олимпийские

игры стали центром обсуждения более широких вопросов политической напряженности, национальной гордости и влияния мирового спортивного ландшафта на общественное восприятие и международные отношения.

В свою очередь специальный выпуск IJSC о социальных медиа и спорте (соредакторы Гашоу Абеза и Джимми Сандерс) предложил всестороннее исследование развивающихся отношений между соцсетями и спортивными исследованиями. В этом выпуске, включающем 16 научных комментариев 25 ведущих исследователей из 21 университета пяти стран, рассматриваются текущие тенденции, проблемы и разработки в вышеупомянутой области с целью продвижения знаний и поощрения будущих исследований. Статьи охватывают широкий спектр тем, включая бренд-сообщества, исследования динамического контента, маркетинг взаимоотношений, управление брендом, поведение потребителей, влияние соцсетей на благосостояние спортсменов и юридические вопросы в этой связи. Каждый научный комментарий представляет свежие перспективы, инновационные методологии и критические идеи. Этот выпуск не только подчеркивает пробелы в литературе, но и предлагает конструктивный дискурс, бросая вызов преобладающим теориям и предлагая новые направления исследований.

В двух регулярных выпусках C&S (том 11, выпуск 5 и том 11, выпуск 6) журнал опубликовал в общей сложности 18 исследовательских статей. Темы варьируются от гендерной идентичности и репрезентации, национальной идентичности и поведения потребителей до нюансной динамики репрезентации и предвзятости в медиа. В частности, в статьях рассматривается, как гендерная тематика (особенно участие трансгендерных спортсменов) бросает вызов традиционным нарративам и вызывает противоречия в СМИ, а также изучается влияние национальных настроений в отношении реакции потребителей на рекламу. Кроме того, в статьях рассматриваются пути использования качественных характеристик аудитории при репрезентации в медиа, исследуются сложные отношения между спортивными организациями и их фан-базами, а также рассматривается изображение спортсменов в медиа для отражения более широких общественных ценностей и вопросов. С разных точек зрения – от бизнес-стратегий спортивных организаций до изображения гендерной или национальной идентичности и роли корпоративного спонсорства в формировании идентичности спортсмена – статьи освещают многогранное влияние спорта

на общество и культуру, предлагая идеи для продолжения диалога по вопросам равенства, представительства и взаимодействия с общественностью в сфере спорта.

В свою очередь в выпуске журнала IJSC (том 16, выпуск 4) опубликовано в общей сложности девять исследовательских статей, охватывающих тематику, которую можно разделить на шесть общих тем: взаимодействие спорта и СМИ/социальных сетей, общественные и политические аспекты спорта, поведение и мотивация болельщиков, репрезентация и восприятие в спорте, культурное и поколенческое влияние, а также визуальная репрезентация и брендинг в контексте спорта. Эти исследовательские работы освещают многомерное исследование спорта в современном обществе, подчеркивая значимое взаимодействие между спортом, медиа и общественностью.

В общей сложности два этих журнала опубликовали 27 оригинальных исследовательских работ, охватывающих области, которые подпадают под шесть широко классифицированных взаимосвязанных тем, а именно:

- поведение потребителей;
- равенство, разнообразие и инклюзия;
- глобальные перспективы и международные отношения;
- медиа нарративы и гендерная идентичность;
- социальные проблемы и активизм в спорте;
- технологии и цифровые медиа в спорте.

Из шести обозначенных тем этот выпуск SMD фокусируется на теме медиа нарративов и гендерной идентичности. В этих рамках отмечено пять статей, в которых исследовались сложные отношения между спортом, гендером и медиа; авторы статей – 12 ученых из восьми университетов (Университет штата Аризона, Университет Брока, Университет Майами, Университет Делавэра, Университет Кентукки, Университет Мэриленда, Университет Вайката, Университет Сямьяна). Среди методологических подходов, использованных в этих статьях, отмечены контент-анализ, сентимент-анализ контента Twitter, повествовательный тематический анализ и кодирование упоминаний в эфире для количественного контент-анализа. Хотя исследования четко не объясняли свою теоретическую и/или концептуальную основу, некоторые из них находились под влиянием теории фрейминга. Далее представлены краткие резюме этих статей.

Исследование Сковела, Нельсона и Торпа (2023) изучало роль медиа в формировании участия трансгендеров в спорте. Авторы утверждали,

что медиафрейминг оказывает влияние, подталкивая читателей выбирать сторону в споре, разделяющем общество, вместо того чтобы продвигать более подробные, этичные и сострадательные реакции на сложный вопрос.

Во второй статье Сюй (2023) исследовал, как пользователи Twitter воспринимали включение трансгендерных спортсменов в международные спортивные мероприятия, эмпирически изучив сеть Twitter Лорел Хаббард, первой трансгендерной спортсменки в истории Олимпийских игр. Автор обнаружил, что в Twitter была преимущественно негативная реакция на участие Лорел Хаббард в Олимпийских играх, что подчеркивает существенное влияние инфлюэнсеров в социальных сетях и сегментированный характер онлайн-дискуссий.

В третьей статье Занин с соавторами (2023) попытались задокументировать жизненный опыт спортсменов TGNC (Transgender or Gender Nonconforming, трансгендеры или гендерно неконформные) в рамках бинаризованных структур спорта. Исследование выявило общие темы гендерных проблем и дискриминации в бинарных структурах спорта, а также контрнарративы,

которые бросают вызов этим структурам, подчеркивая необходимость изменений в спортивных нарративах для продвижения гендерной инклюзии за пределами бинарных структур.

Форт, Скотт, Ли и Бингаман (2023) изучили, как официальный австралийский вещатель бесплатного доступа изображал спортсменов и спортсменок, которые участвовали в Играх Содружества 2018 года. Исследование показало, что, несмотря на некоторый прогресс в освещении и дискурсе вокруг женщин (спортсменок), мужчины по-прежнему получали значительно больше освещения во время Игр Содружества 2018 года.

Наконец, Ян (2023) исследовал, как китайские новостные агентства используют различные убеждения и идеи для оправдания ролей и статусов, которые они приписывают двум звездам женского спорта. Исследование показало, как китайские СМИ используют идеологические нарративы, чтобы по-разному изображать спортсменов Цюань Хунчана и Гу Эйлин, отражая амбиции государства и лавируя между социалистическими ценностями и неолиберальными идеалами при формировании образов национальных спортивных героев.

Аннотированная библиография

Ху, 2023. Соревнование в качестве первой трансгендерной женщины-олимпийца: анализ сети Twitter Лорел Хаббард во время Игр в Токио 2020 года (Xu Q. *Competing as the first out transgender female Olympian: A twitter network analysis of Laurel Hubbard during the 2020 Tokyo games*). *Communication & Sport*, 11 (5). P. 854–878.

Исследователь из Университета Кентукки изучает дискурс Twitter о Лорел Хаббард, первой открытой трансгендерной женщине, участвовавшей в Олимпийских играх в Токио

2020 года. Используя программирование на языке R, автор собрал и проанализировал 20 977 твитов, связанных с Хаббард, после чего провел анализ настроений с помощью Python и TextBlob. Исследование проливает свет на общественные настроения и восприятие относительно включения трансгендерных спортсменов в международные соревнования, предоставляя эмпирические сведения о реакции обитателей сети Twitter на историческое участие Хаббард.

Скотт, Ли, Бингаман, 2023. Борьба за справедливость продолжается: изучение биологических сексуальных образов через призму Золотого берега при освещении в прайм-тайм Игр Содружества 2018 года в Австралии (Scott O., Li B. & Bingaman J. *Still battling for justice: Examining biology sex imaging through the lens of the Gold Coast during Australian Prime time lighting of the Commonwealth Games 2018*). *Communication & Sport*, 11 (6). P. 1058–1079.

Авторы из Университета Брока, Университета Майами и Университета Делавэра изучили изображение спортсменов и спортсменок австра-

лийским вещателем Seven Network во время Игр Содружества 2018 года. Их исследование, в рамках которого были обработаны более 31 часа вещания в прайм-тайм, оценивало время, упоминания имен и словесные описания спортсменов, чтобы понять эволюцию гендерных изображений на крупных спортивных мероприятиях, транслируемых в Австралии. Результаты указывают на продолжающееся доминирование мужчин-спортсменов в плане эфирного времени и неоднозначное изображение женщин-спортсменок, несмотря на некоторые позитивные сдвиги.

Ян, 2023. Несοизмеримость между «почтительной дочерью» и «всемогущей принцессой»: дискурсивная легитимация в освещении китайскими медиа Цюань Хунчань и Гу Эйлин (Yang X. *Incommensurability between «filial daughter» and «all-capable princess»: Discursive legitimation in chinese media coverage of Quan Hongchan and Gu Eileen*). *Communication & Sport*, 1 (6). P. 1080–1101.

Автор из Сямэньского университета исследовал идеологические основы в изображении двух китайских спортсменок, Цюань Хунчань и Гу Эйлин, национальными медиа, опираясь на всесторонний анализ 449 статей о Цюань, 353 о Гу и 10 статей об обеих персонах. Используя критический дискурс-анализ, автор изучил, как идентичности этих спортсменок оформлены

в рамках стремления Китая стать спортивной сверхдержавой и достичь «китайской мечты». Исследование выявило дихотомию в репрезентациях: Цюань изображается как «социалистическая почтительная дочь», что символизирует призыв к мобилизации молодежи для национальной приверженности, в то время как Гу представлена как «неолиберальная всемогущая принцесса», что отражает стратегию смягчения недовольства элиты и поощрение космополитического мировоззрения. Эти изображения, воплощающие контрастирующие ценности и ожидания, подчеркивают сложные практики, которые китайские медиа используют для легитимации различных идентичностей спортсменов в поддержку государственных идеологий.

Сковел, Нельсон, Торп, 2023. Медиафрейминг трансгендерного спортсмена как «законного противоречия»: кейс Лорел Хаббард на Олимпийских играх в Токио (Scovel S., Nelson M. & Thorpe H., 2023. *Media framings of the transgender athlete as «legitimate controversy»: The case of Laurel Hubbard at the Tokyo Olympics*). *Communication & Sport*, 11 (5). P. 838–853.

Три исследователя из Университета Мэриленда и Университета Вайкато изучили, как освещение в СМИ оформляет трансгендерное участие в спорте, сосредоточившись на участии Лорел Хаббард в Олимпийских

играх в Токио в 2020 году. С помощью контент-анализа 620 статей в трех различных фазах, окружающих олимпийский дебют Хаббард, исследование раскрывает, как журналисты используют поляризующие стратегии (такие, как методы поиска источников, обращение к науке и постановка политических вопросов), чтобы оформить участие трансгендерных спортсменов как «законное противоречие». Результаты подчеркивают силу СМИ в формулировании сложных вопросов способами, которые могут либо ограничить, либо расширить инклюзивность спорта.

Занин, ЛеМастер, Нисс, Лусеро, 2023. Рассказ о гендерной бинарности в спорте: повествовательные мотивы среди трансгендерных, гендерно неконформных спортсменов (Zanin A. C., LeMaster L. T., Niess L. C. & Lucero H., 2023. *Storying the gender binary in sport: Narrative motifs among transgender, gender nonconforming athletes*). *Communication & Sport*, 11 (5). P. 879–904.

Исследователи из Университета штата Аризона изучили жизненный опыт трансгендерных и гендерно неконформных (TGNC) спортсменов с помощью двухслойного повествовательного анализа. В этом исследова-

нии задокументированы истории 20 TGNC-спортсменов, подчеркнуты повторяющиеся темы, такие как гендерное санкционирование, выживание в бинарных гендерных конструкциях, переход и раскрытие информации, а также гендерное утверждение. Изучая эти личные и структурные нарративы, исследование предлагает понимание потенциала перестройки спортивных нарративов с целью инклюзии TGNC-спортсменов вне пределов традиционных бинарностей, предлагая важные теоретические и практические выводы для содействия созданию более инклюзивной спортивной среды.

География исследований в области спортивного менеджмента



Син Сяоянь,
Столичный университет
физического воспитания
и спорта, Пекин

Введение

В этом разделе изучается географический ландшафт исследований спортивного менеджмента на основе эмпирических статей, опубликованных в десяти избранных журналах в 2023 году. 508 статей, опубликованных в 2023-м, включали 422 эмпирических исследования и 86 неэмпирических материалов, таких как обзоры, концептуальные работы, комментарии, редакционные статьи и интервью. Наш анализ специально фокусируется на 422 эмпирических статьях. Используемый протокол кодирования соответствует отчетам о географии исследований спортивного менеджмента в предыдущих выпусках Sport Management Digest (SMD). Замечания предлагаются в конце, объединяя идеи, почерпнутые из анализа 2022 года, учитывая продолжающийся характер нашего анализа.

География исследовательских установок SM

Мы изучили установки исследований, сосредоточившись на спортивных областях или конкретных видах спорта. Географическое распределение в этих двух измерениях затем было отображено путем соотнесения областей спорта или конкретных видов спорта с континентами, к которым относятся эти исследования. Идентифицированы 10 спортивных областей. Это профессиональный спорт, студенческий спорт (и школьный спорт в целом), спортивные мероприятия (включая все типы, такие как мегасобытия, круп-

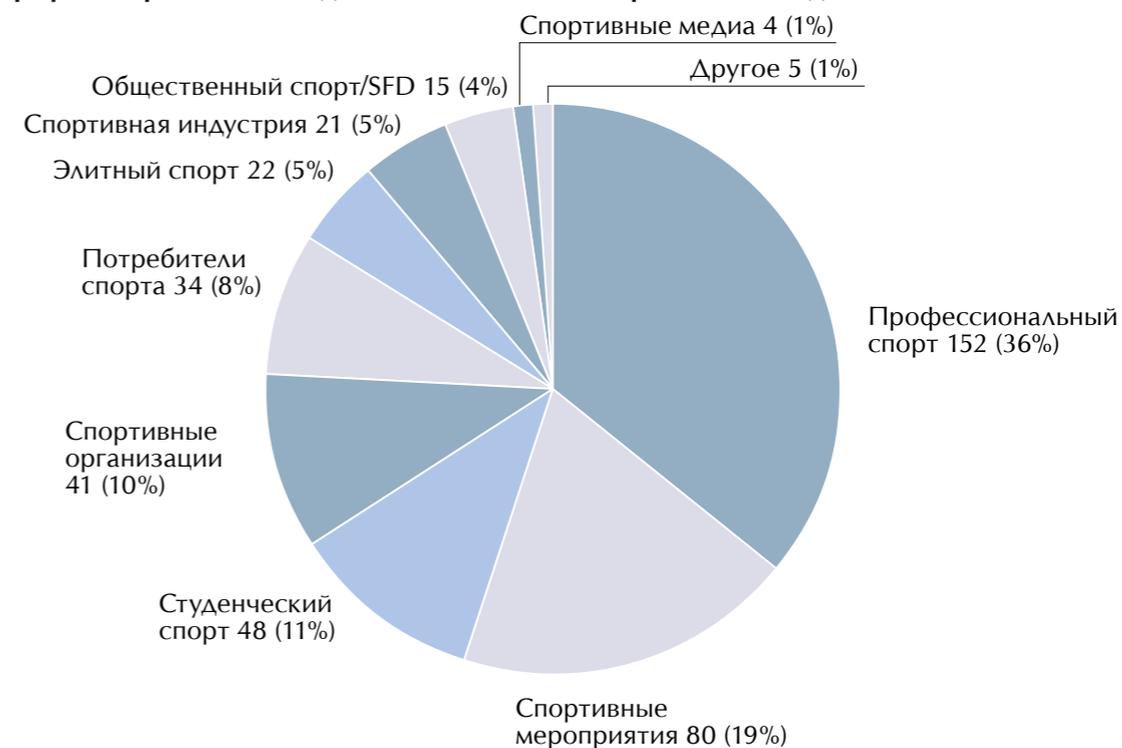
ные и массовые), спортивные организации (включая некоммерческие спортивные клубы, национальные и международные спортивные организации), общественный спорт/спорт для развития (Sport for Development, SFD), элитный спорт (а также соревновательный спорт), спортивная индустрия (а также коммерческий спорт), потребители спорта (включая зрителей, участников и потребителей общего характера), спортивные медиа и др.

Из 422 эмпирических статей 36% относились к сфере профессионального спорта, следом идут спортивные мероприятия (19%), студенческий спорт (11%), спортивные организации (10%), потребители спорта (8%), элитный спорт (5%), спортивная индустрия (5%), общественный спорт/SFD (4%) и по 1% – спортивные СМИ или другое (диаграмма 1).

Добавим, что авторы примерно 15% эмпирических статей (63) использовали данные медиаконтента, такие как сообщения в социальных сетях, для изучения исследовательских вопросов в различных областях, включая профессиональный спорт (25), спортивные мероприятия (21), студенческий (6) и элитный спорт (5), спортивные организации (3), спортивную индустрию (2) и общественный спорт/SFD (1).

Статьи также распределены по географической привязке к определенным континентам в зависимости от контекста. Как показано на карте-схеме, наибольшее количество статей относится к Северной

ДИАГРАММА 1
География спортивных исследований по областям спортивного менеджмента



Америке (40%), за ней следуют Европа (22%), Азия (16%) и Океания (4%). Кроме того, 9% статей были написаны в кросс-континентальных условиях, а 7% – в международных условиях. Наименьшее количество статей касается Африки (2%), Центральной и Южной Америки (1%).

В отношении контекстов выявляются следующие закономерности. Североамериканский контекст вносит наибольший вклад в областях «Профессиональный спорт», «Студенческий спорт», «Потребители в спорте» и «Индустрия спорта». Европейский контекст отмечен наибольшим количеством статей в областях «Спортивные организации» и «Элитный спорт». Азиатский – в области «Спортивные мероприятия». Северная Америка и Европа разделили пальму первенства по числу статей о спорте для развития (SFD). Наконец, исследования, проведенные в кросс-континентальных или международных условиях, как правило, были сосредоточены на областях «Профессиональный спорт», «Спортивные мероприятия» и «Элитный спорт».

Если взглянуть на этот массив с точки зрения видов спорта, то первое место по по-

пулярности у исследователей продолжал удерживать футбол, за ним следовали мультиспортивные мероприятия, такие как Олимпийские игры и Панамериканские игры, баскетбол, американский футбол, бейсбол, киберспорт и др. А другом конце спектра – сразу 13 видов спорта, представленные одной-двумя статьями за год: гольф, борьба, автогонки, биатлон, плавание, гандбол, лыжи, бадминтон, волейбол, регби на колясках, серфинг, скейтбординг и дартс. Наконец, почти 40% статей относятся к мультиспортивному контексту (или же конкретные виды спорта в них не указаны).

География производства знаний в области спортивного менеджмента

Каждая рассмотренная эмпирическая статья была написана исследовательской группой и опубликована в определенном журнале. Эта информация дает представление о географическом распределении производства знаний в области спортивного менеджмента. Ниже представлен анализ по двум критериям: связь между континентальным контекстом статей и континентальным

местоположением институциональной принадлежности авторов и распределение континентальных контекстов статей, опубликованных десятью целевыми журналами.

Что касается географического местоположения институциональной принадлежности авторов, были выявлены следующие закономерности.

- Большинство статей, опубликованных в Северной Америке (88%), были написаны группами авторов, связанными с североамериканскими институтами.
- Группы авторов с европейской институциональной принадлежностью подготовили большинство статей, расположенных в европейском контексте (83%).
- В контексте Океании 56% статей написаны исследователями, связанными с институтами, базирующимися на том же континенте.
- Большинство статей в азиатском контексте подготовлены либо исследовательскими группами, связанными с азиатскими институтами (35%), либо совместными группами, объединяющими авторов с филиалами, охватывающими континенты (30%).

Наконец, кросс-континентальные исследовательские группы связаны не только с наибольшим количеством статей в кросс-континентальном (72%) и международном контексте (55%), но также внесли вклад в создание наибольшего количества статей, относящихся к африканскому контексту (67%).

Анализ географического распределения континентальных контекстов в 10 целевых журналах выявляет следующие закономерности. Восемь из десяти журналов – JSM (71%), SMR (52%), IJSMS (49%), IJSF (38%), IJSC (52%), JSE (51%), C&S (39%) и JGSM (36%) – опубликовали наибольшее количество статей в североамериканском контексте. Это можно считать ожидаемым, учитывая, что 40% из 422 эмпирических статей относятся к этой географической сфере.

Журналы ESMQ (36%) и IJSPP (29%) опубликовали наибольшее количество статей, посвященных европейскому контексту, вероятно, из-за европейского происхождения этих журналов.

Из 66 статей, посвященных азиатскому контексту, 19 были представлены в IJSMS, за ним следуют журналы ESMQ (12), C&S (8), IJSPP (6) и JGSM (6). В-четвертых, ESMQ мо-

жет похвастаться наибольшим количеством статей, связанных с кросс-континентальным контекстом (7 из 36) и международным контекстом (8 из 31), что подчеркивает его глобальный характер.

Отметим также сравнительно равномерное распределение по журналам статей, посвященных африканскому или центрально- и южноамериканскому контекстам, а также вклад журнала IJSPP – три из девяти статей африканского контекста.

Заключительные замечания

Основываясь на анализе 342 эмпирических статей, опубликованных в 2022 году, и 422 статей в 2023-м, мы представляем следующие наблюдения относительно географии исследований спортивного менеджмента за последние два года.

Во-первых, среди десяти областей, контекстуализирующих эти исследования, выделяется область «Профессиональный спорт», как наиболее часто используемая исследователями среда, а на втором месте по популярности – область «Спортивные события». Примечательно значительное снижение количества статей, контекстуализированных в секторе «Спортивные медиа» (с 5% от общего числа исследований в 2022 году до всего 1% в 2023-м). Однако важно подчеркнуть, что это снижение не уменьшает значимости медиа в исследованиях спортивного менеджмента: значительное количество исследователей (13,5% в 2022 году, 15% в 2023 году) прибегли к анализу медийного контента для решения своих задач.

Что касается континентального распределения контекстов, то наиболее популярными местами для исследований стали Северная Америка и Европа, за которыми следует Азия. Примечательно, что количество эмпирических статей, контекстуализированных в Океании, сократилось с 7 до 4% за два года. Между тем количество статей, применяющих кросс-континентальный контекст, увеличилось примерно с 4 до 9%, что указывает на растущую тенденцию глобального сотрудничества в исследованиях спортивного менеджмента.

Что касается спортивных условий, то наибольшее количество исследований было связано с условиями, включающими несколько видов спорта. Среди исследований, сосредоточенных на одном виде спорта, самым по-

пулярным оказался футбол, за ним следуют баскетбол и американский футбол. Примечательно, что более дюжины видов спорта упоминались лишь в одном исследовании за два года каждый. Это бадминтон, бокс, дартс, диск-гольф, дрэг-рейсинг, фридайвинг, гимнастика, скачки, нетбол, паркур, скейтбординг, софтбол, тхэквондо, баскетбол на колясках и регби на колясках.

Если говорить о географическом распределении институциональной принадлежности авторов, то большинство эмпирических статей написаны авторскими группами, связанными с учреждениями в Северной Америке, далее следуют группы из Европы. Кроме того, значительное количество эмпирических статей опубликовали исследовательские группы, связанные с учреждениями, расположенными на разных континентах. Отрадно отметить, что в 2023 году 72% эмпирических исследований, контекстуализированных в кросс-континентальных условиях, были выполнены кросс-континентальными исследовательскими группами. Это значительный рост по сравнению с примерно 40% по итогам 2022 года.

Наконец, десять избранных журналов продемонстрировали различия в распределении континентальных условий среди публикуемых ими статей, при этом статьи, изложенные в североамериканском контексте, занимают наибольшую часть печатного пространства. Между тем два журнала с европейским фокусом (ESMQ, IJSPP), как правило, публикуют наибольшее количество статей европейского же контекста, сохраняя при этом широкую глобальную перспективу (достаточное количество статей контекстуализированы в Глобальном Юге). Статьи, посвященные азиатскому контексту, хотя их и меньше по сравнению со статьями, посвященными Северной Америке и Европе, в основном публиковались в IJSMS, далее идут журналы ESMQ и JGSM.

СРЕДИ ИССЛЕДОВАНИЙ, СОСРЕДОТОЧЕННЫХ НА ОДНОМ ВИДЕ СПОРТА, САМЫМ ПОПУЛЯРНЫМ ОКАЗАЛСЯ ФУТБОЛ, ЗА НИМ СЛЕДУЮТ БАСКЕТБОЛ И АМЕРИКАНСКИЙ ФУТБОЛ. ПРИМЕЧАТЕЛЬНО, ЧТО БОЛЕЕ ДЮЖИНЫ ВИДОВ СПОРТА УПОМИНАЛИСЬ ЛИШЬ В ОДНОМ ИССЛЕДОВАНИИ ЗА ДВА ГОДА КАЖДЫЙ

Коммуникации в спорте



ГАШОУ АБЕЗА,
Университет Таусона

В пяти предыдущих выпусках дайджеста был рассмотрен широкий спектр тем, связанных с коммуникациями и спортом. Эти темы освещались в публикациях ведущих журналов, включая Communication and Sport, International Journal of Sport Communication, Journal of Sport Management, Sport Management Review, European Sport Management Quarterly и Journal of Global Sport Management. Исследования подчеркивают растущий интерес и активное участие в расширении базы знаний в данной области. В первом выпуске мы рассматривали репрезентацию в медиа женщин в спорте, людей с ограниченными возможностями в спорте, ментального здоровья спортивных звезд, а также нюансы освещения спорта и потребления в медиа. Во втором охват расширился за счет включения связей между спортом и политикой, изучения влияния COVID-19, расовых вопросов и значительной роли мегасобытий в медийных историях. Третий выпуск продолжил обсуждение гендерного представительства, проблем спортивных журналистов и сложных взаимодействий между социальными сетями и спортивной психологией. Четвертый был посвящен созданию медиаконтента, влиянию медиа на спорт, культуре болельщиков и этическим проблемам, связанным с допингом и политикой в спорте. Наконец, пятый был посвящен тому, как спорт и медиа формируют культурную и национальную идентичность в разных регионах.

Текущие разработки в области коммуникаций в спорте

Продолжая тенденцию, сообщество исследователей спортивного менеджмента активно вносило вклад в изучение коммуникаций в спорте. С сентября 2023 года по март 2024-го (охват нашего текущего выпуска) было опубликовано более 50 статей в различных журналах. В те-

ние этого обзорного периода были очень активны два ведущих журнала в области коммуникаций и спорта, а именно Communication and Sport (C&S) и International Journal of Sport Communication (IJSC). C&S опубликовал 18 исследовательских статей в двух выпусках, а также восемь статей в специальном выпуске (он был посвящен медиации восточноазиатской эры Олимпийских игр (2018–2022)), а IJSC – девять исследовательских статей и 16 научных комментариев в специальном выпуске (он был посвящен социальным сетям и спорту).

Мы начнем с обобщения специальных выпусков этих журналов, а затем обратимся к исследовательским работам, опубликованным в регулярных выпусках.

Специальный выпуск C&S (том 12, выпуск 1) на тему «Медиация восточноазиатской эпохи Олимпийских игр (2018–2022 гг.)» предлагает широкое исследование на пересечении спорта, медиа и геополитической динамики во время трех Олимпийских игр, последовательно проведенных в Восточной Азии, а именно Пхенчхан-2018, Токио-2020 и Пекин-2022. Под редакцией Кодзи Кобаяши, Джона Хорна, Юнхана Чо и Чон У Ли и с восемью оригинальными исследованиями 13 авторов выпуск представил материалы, которые затрагивают такие темы, как политическое оформление Игр международными медиа, культурные и национальные последствия натурализации спортсменов и нюансное изображение спортсменов в различных национальных контекстах. Дополнительные темы включают проблемы, с которыми сталкиваются журналисты при критическом освещении Игр, стратегическую коммуникацию, используемую в кризисных ситуациях, таких как пандемия COVID-19, и роль Олимпиады в национальном брендинге и региональной дипломатии. Исследования проливают свет на то, как Олимпийские

игры стали центром обсуждения более широких вопросов политической напряженности, национальной гордости и влияния мирового спортивного ландшафта на общественное восприятие и международные отношения.

В свою очередь специальный выпуск IJSC о социальных медиа и спорте (соредакторы Гашоу Абеза и Джимми Сандерс) предложил всестороннее исследование развивающихся отношений между соцсетями и спортивными исследованиями. В этом выпуске, включающем 16 научных комментариев 25 ведущих исследователей из 21 университета пяти стран, рассматриваются текущие тенденции, проблемы и разработки в вышеупомянутой области с целью продвижения знаний и поощрения будущих исследований. Статьи охватывают широкий спектр тем, включая бренд-сообщества, исследования динамического контента, маркетинг взаимоотношений, управление брендом, поведение потребителей, влияние соцсетей на благосостояние спортсменов и юридические вопросы в этой связи. Каждый научный комментарий представляет свежие перспективы, инновационные методологии и критические идеи. Этот выпуск не только подчеркивает пробелы в литературе, но и предлагает конструктивный дискурс, бросая вызов преобладающим теориям и предлагая новые направления исследований.

В двух регулярных выпусках C&S (том 11, выпуск 5 и том 11, выпуск 6) журнал опубликовал в общей сложности 18 исследовательских статей. Темы варьируются от гендерной идентичности и репрезентации, национальной идентичности и поведения потребителей до нюансной динамики репрезентации и предвзятости в медиа. В частности, в статьях рассматривается, как гендерная тематика (особенно участие трансгендерных спортсменов) бросает вызов традиционным нарративам и вызывает противоречия в СМИ, а также изучается влияние национальных настроений в отношении реакции потребителей на рекламу. Кроме того, в статьях рассматриваются пути использования качественных характеристик аудитории при репрезентации в медиа, исследуются сложные отношения между спортивными организациями и их фан-базами, а также рассматривается изображение спортсменов в медиа для отражения более широких общественных ценностей и вопросов. С разных точек зрения – от бизнес-стратегий спортивных организаций до изображения гендерной или национальной идентичности и роли корпоративного спонсорства в формировании идентичности спортсмена – статьи освещают многогранное влияние спорта

на общество и культуру, предлагая идеи для продолжения диалога по вопросам равенства, представительства и взаимодействия с общественностью в сфере спорта.

В свою очередь в выпуске журнала IJSC (том 16, выпуск 4) опубликовано в общей сложности девять исследовательских статей, охватывающих тематику, которую можно разделить на шесть общих тем: взаимодействие спорта и СМИ/социальных сетей, общественные и политические аспекты спорта, поведение и мотивация болельщиков, репрезентация и восприятие в спорте, культурное и поколенческое влияние, а также визуальная репрезентация и брендинг в контексте спорта. Эти исследовательские работы освещают многомерное исследование спорта в современном обществе, подчеркивая значимое взаимодействие между спортом, медиа и общественностью.

В общей сложности два этих журнала опубликовали 27 оригинальных исследовательских работ, охватывающих области, которые подпадают под шесть широко классифицированных взаимосвязанных тем, а именно:

- поведение потребителей;
- равенство, разнообразие и инклюзия;
- глобальные перспективы и международные отношения;
- медиа нарративы и гендерная идентичность;
- социальные проблемы и активизм в спорте;
- технологии и цифровые медиа в спорте.

Из шести обозначенных тем этот выпуск SMD фокусируется на теме медиа нарративов и гендерной идентичности. В этих рамках отмечено пять статей, в которых исследовались сложные отношения между спортом, гендером и медиа; авторы статей – 12 ученых из восьми университетов (Университет штата Аризона, Университет Брока, Университет Майами, Университет Делавэра, Университет Кентукки, Университет Мэриленда, Университет Вайката, Университет Сямьяна). Среди методологических подходов, использованных в этих статьях, отмечены контент-анализ, сентимент-анализ контента Twitter, повествовательный тематический анализ и кодирование упоминаний в эфире для количественного контент-анализа. Хотя исследования четко не объясняли свою теоретическую и/или концептуальную основу, некоторые из них находились под влиянием теории фрейминга. Далее представлены краткие резюме этих статей.

Исследование Сковела, Нельсона и Торпа (2023) изучало роль медиа в формировании участия трансгендеров в спорте. Авторы утверждали,

что медиафрейминг оказывает влияние, подталкивая читателей выбирать сторону в споре, разделяющем общество, вместо того чтобы продвигать более подробные, этичные и сострадательные реакции на сложный вопрос.

Во второй статье Сюй (2023) исследовал, как пользователи Twitter воспринимали включение трансгендерных спортсменов в международные спортивные мероприятия, эмпирически изучив сеть Twitter Лорел Хаббард, первой трансгендерной спортсменки в истории Олимпийских игр. Автор обнаружил, что в Twitter была преимущественно негативная реакция на участие Лорел Хаббард в Олимпийских играх, что подчеркивает существенное влияние инфлюэнсеров в социальных сетях и сегментированный характер онлайн-дискуссий.

В третьей статье Занин с соавторами (2023) попытались задокументировать жизненный опыт спортсменов TGNC (Transgender or Gender Nonconforming, трансгендеры или гендерно неконформные) в рамках бинаризованных структур спорта. Исследование выявило общие темы гендерных проблем и дискриминации в бинарных структурах спорта, а также контрнарративы,

которые бросают вызов этим структурам, подчеркивая необходимость изменений в спортивных нарративах для продвижения гендерной инклюзии за пределами бинарных структур.

Форт, Скотт, Ли и Бингаман (2023) изучили, как официальный австралийский вещатель бесплатного доступа изображал спортсменов и спортсменок, которые участвовали в Играх Содружества 2018 года. Исследование показало, что, несмотря на некоторый прогресс в освещении и дискурсе вокруг женщин (спортсменок), мужчины по-прежнему получали значительно больше освещения во время Игр Содружества 2018 года.

Наконец, Ян (2023) исследовал, как китайские новостные агентства используют различные убеждения и идеи для оправдания ролей и статусов, которые они приписывают двум звездам женского спорта. Исследование показало, как китайские СМИ используют идеологические нарративы, чтобы по-разному изображать спортсменов Цюань Хунчана и Гу Эйлин, отражая амбиции государства и лавируя между социалистическими ценностями и неолиберальными идеалами при формировании образов национальных спортивных героев.

Аннотированная библиография

Ху, 2023. Соревнование в качестве первой трансгендерной женщины-олимпийца: анализ сети Twitter Лорел Хаббард во время Игр в Токио 2020 года (Xu Q. *Competing as the first out transgender female Olympian: A twitter network analysis of Laurel Hubbard during the 2020 Tokyo games*). *Communication & Sport*, 11 (5). P. 854–878.

Исследователь из Университета Кентукки изучает дискурс Twitter о Лорел Хаббард, первой открытой трансгендерной женщине, участвовавшей в Олимпийских играх в Токио

2020 года. Используя программирование на языке R, автор собрал и проанализировал 20 977 твитов, связанных с Хаббард, после чего провел анализ настроений с помощью Python и TextBlob. Исследование проливает свет на общественные настроения и восприятие относительно включения трансгендерных спортсменов в международные соревнования, предоставляя эмпирические сведения о реакции обитателей сети Twitter на историческое участие Хаббард.

Скотт, Ли, Бингаман, 2023. Борьба за справедливость продолжается: изучение биологических сексуальных образов через призму Золотого берега при освещении в прайм-тайм Игр Содружества 2018 года в Австралии (Scott O., Li B. & Bingaman J. *Still battling for justice: Examining biology sex imaging through the lens of the Gold Coast during Australian Prime time lighting of the Commonwealth Games 2018*). *Communication & Sport*, 11 (6). P. 1058–1079.

Авторы из Университета Брока, Университета Майами и Университета Делавэра изучили изображение спортсменов и спортсменок австра-

лийским вещателем Seven Network во время Игр Содружества 2018 года. Их исследование, в рамках которого были обработаны более 31 часа вещания в прайм-тайм, оценивало время, упоминания имен и словесные описания спортсменов, чтобы понять эволюцию гендерных изображений на крупных спортивных мероприятиях, транслируемых в Австралии. Результаты указывают на продолжающееся доминирование мужчин-спортсменов в плане эфирного времени и неоднозначное изображение женщин-спортсменок, несмотря на некоторые позитивные сдвиги.

Ян, 2023. Несοизмеримость между «почтительной дочерью» и «всемогущей принцессой»: дискурсивная легитимация в освещении китайскими медиа Цюань Хунчань и Гу Эйлин (Yang X. *Incommensurability between «filial daughter» and «all-capable princess»: Discursive legitimation in chinese media coverage of Quan Hongchan and Gu Eileen*). *Communication & Sport*, 1 (6). P. 1080–1101.

Автор из Сямэньского университета исследовал идеологические основы в изображении двух китайских спортсменок, Цюань Хунчань и Гу Эйлин, национальными медиа, опираясь на всесторонний анализ 449 статей о Цюань, 353 о Гу и 10 статей об обеих персонах. Используя критический дискурс-анализ, автор изучил, как идентичности этих спортсменок оформлены

в рамках стремления Китая стать спортивной сверхдержавой и достичь «китайской мечты». Исследование выявило дихотомию в репрезентациях: Цюань изображается как «социалистическая почтительная дочь», что символизирует призыв к мобилизации молодежи для национальной приверженности, в то время как Гу представлена как «неолиберальная всемогущая принцесса», что отражает стратегию смягчения недовольства элиты и поощрение космополитического мировоззрения. Эти изображения, воплощающие контрастирующие ценности и ожидания, подчеркивают сложные практики, которые китайские медиа используют для легитимации различных идентичностей спортсменов в поддержку государственных идеологий.

Сковел, Нельсон, Торп, 2023. Медиафрейминг трансгендерного спортсмена как «законного противоречия»: кейс Лорел Хаббард на Олимпийских играх в Токио (Scovel S., Nelson M. & Thorpe H., 2023. *Media framings of the transgender athlete as «legitimate controversy»: The case of Laurel Hubbard at the Tokyo Olympics*). *Communication & Sport*, 11 (5). P. 838–853.

Три исследователя из Университета Мэриленда и Университета Вайкато изучили, как освещение в СМИ оформляет трансгендерное участие в спорте, сосредоточившись на участии Лорел Хаббард в Олимпийских

играх в Токио в 2020 году. С помощью контент-анализа 620 статей в трех различных фазах, окружающих олимпийский дебют Хаббард, исследование раскрывает, как журналисты используют поляризующие стратегии (такие, как методы поиска источников, обращение к науке и постановка политических вопросов), чтобы оформить участие трансгендерных спортсменов как «законное противоречие». Результаты подчеркивают силу СМИ в формулировании сложных вопросов способами, которые могут либо ограничить, либо расширить инклюзивность спорта.

Занин, ЛеМастер, Нисс, Лусеро, 2023. Рассказ о гендерной бинарности в спорте: повествовательные мотивы среди трансгендерных, гендерно неконформных спортсменов (Zanin A. C., LeMaster L. T., Niess L. C. & Lucero H., 2023. *Storying the gender binary in sport: Narrative motifs among transgender, gender nonconforming athletes*). *Communication & Sport*, 11 (5). P. 879–904.

Исследователи из Университета штата Аризона изучили жизненный опыт трансгендерных и гендерно неконформных (TGNC) спортсменов с помощью двухслойного повествовательного анализа. В этом исследова-

нии задокументированы истории 20 TGNC-спортсменов, подчеркнуты повторяющиеся темы, такие как гендерное санкционирование, выживание в бинарных гендерных конструкциях, переход и раскрытие информации, а также гендерное утверждение. Изучая эти личные и структурные нарративы, исследование предлагает понимание потенциала перестройки спортивных нарративов с целью инклюзии TGNC-спортсменов вне пределов традиционных бинарностей, предлагая важные теоретические и практические выводы для содействия созданию более инклюзивной спортивной среды.