

**Глазатов Артем Валерьевич**

**СПОРТ ВЫСШИХ ДОСТИЖЕНИЙ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОЛИТИКИ  
ФОРМИРОВАНИЯ ПОЗИТИВНОГО ИМИДЖА ГОСУДАРСТВА:  
ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ ОПЫТ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

Специальность 23.00.02 –  
Политические институты, процессы и технологии

**АВТОРЕФЕРАТ**  
диссертации на соискание ученой степени  
кандидата политических наук

Москва – 2017

Работа выполнена в Федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский университет транспорта (МИИТ)» на кафедре «Политология, история и социальные технологии».

**Научный руководитель:**

**Федякин Иван Владимирович**

доктор политических наук, доцент, профессор кафедры «Политология, история и социальные технологии» Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский университет транспорта (МИИТ)»

**Официальные оппоненты:**

**Манойло Андрей Викторович**

доктор политических наук, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова», профессор кафедры российской политики факультета политологии

**Жеглова Юлия Генриховна**

кандидат политических наук, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Московский государственный лингвистический университет», заведующая кафедрой связей с общественностью Института международных отношений и социально-политических наук

**Ведущая организация:**

Образовательное учреждение профсоюзов высшего образования «Академия труда и социальных отношений», кафедра философии и социологии

Защита состоится 6 марта 2018 г. в 14.00 на заседании Диссертационного совета Д 212.203.20 при ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов» по адресу: 117198, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 10, корп. 2, аудитория 415.

С диссертацией и авторефератом можно ознакомиться:

1. На сайте Высшей аттестационной комиссии Министерства образования и науки Российской Федерации [www.vak.ed.gov.ru](http://www.vak.ed.gov.ru).
2. На сайте Российского университета дружбы народов: <http://dissovet.rudn.ru>.
3. В информационно-научном библиотечном центре (Научной библиотеке) Российского университета дружбы народов по адресу: 117198, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, д. 6.

Автореферат разослан «\_\_» \_\_\_\_\_ 201\_ г.

Ученый секретарь  
диссертационного совета  
кандидат политических наук, доцент



Д.Б. Казаринова

## I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

*Актуальность темы исследования.* В современных условиях, когда информационно-коммуникативные аспекты во всем многообразии своих форм и проявлений начинают играть все более заметную роль во внутренней и внешней политике государства, вопросы содержательного наполнения имиджей стран – совокупности относительно устойчивых представлений о том или ином национальном сообществе, его истории, политической системе, экономике, социокультурных доминантах, формируемых и транслируемых внутри этого сообщества и вовне его, а также механизмов продвижения и коррекции данных имиджей становятся весьма важными. Особую актуальность данному комплексу проблем придают современные глобальные информационно-политические реалии, связанные с обострением конкуренции между ведущими державами и их объединениями – центрами международного влияния.

Эти реалии, как известно, всецело затронули Россию, оказавшуюся под прицелом пропагандистской машины коалиции западных стран во главе с США, развязавших небывалую информационную войну против нашей страны, поднявших на некоторое время ослабевшую волну русофобских настроений на новый уровень, начавших беспрецедентную по лживости и цинизму антироссийскую кампанию в глобальном информационно-коммуникационном пространстве. Мишенями последней стали не только собственно политика и смежные с ней сферы жизни российского общества и государства (руководство страны, политическая система, российское законодательство, отечественная экономика, общественные институты, рядовые граждане и т.д.), но и такая, казалось бы, совершенно далекая от политики область, как спорт.

Общеизвестно, что Россия является одной из ведущих спортивных держав мира. Наша страна – не только постоянный и довольно активный участник, но и победитель (причем неоднократно) различного рода соревнований европейского и международного уровня в нескольких десятках видов летнего и зимнего спорта, организатор и хозяйка множества спортивных состязаний, первенств, чемпионатов мира, наконец, двух Олимпийских игр (1980 г. в Москве и 2014 г. в Сочи). Отечественными спортсменами были поставлены впечатляющие мировые рекорды, вокруг многих видов спорта сложились школы, авторитет которых является международно признанным (хоккей, художественная гимнастика, фигурное катание, синхронное плавание, греко-римская борьба, шахматы и т.д.), русский язык стал рабочим языком целого ряда региональных и международных спортивных мероприятий. Представители нашей страны включены в международные олимпийские структуры, федерации по видам спорта, судейские ассоциации и т.д.

Неудивительно поэтому, что спорт, прежде всего так называемый «большой спорт» или спорт высших достижений, оказался в фокусе внимания адептов идеологии россиененавистничества, англосаксонских ястребов новой версии холодной войны, не чистых на руку иностранных информационных агентств и транснациональных СМИ. Причем, если ранее, в эпоху блокового противостояния

двух сверхдержав – СССР и США – спортивные скандалы с ярко выраженным политическим «душком» хотя и имели место (чего стоит, к примеру, инициированный американцами бойкот Олимпиады 1980 г. в Москве и ответные действия Советского Союза по бойкотированию Олимпиады в Лос-Анджелесе 1984 г.), но все-таки их инициаторы более или менее удерживали себя в элементарных цивилизованных рамках, то те испытания, которые, например, пришлось в 2016 г. пережить представителям российской паралимпийской сборной, отстраненной на основе недоказанных и просто нелепых обвинений от участия в Паралимпийских играх в Рио-де-Жанейро, – выходят за грань всего, что можно считать человеческим.

Понятно, что кампания против российских спортсменов началась задолго до событий «Крымской весны» 2014 г., ставшей «официальным» поводом усиления антироссийских настроений. Ей предшествовала грязная информационная кампания против Олимпиады в Сочи, которая не ослабевала на протяжении всего периода подготовки к играм, причем благодаря не только иностранным политическим субъектам, но и «сочувствующим» им отечественным организациям и отдельным «либеральным» деятелям. До этого было немало конфликтных ситуаций в отдельных видах спорта, связанных с откровенным засуживанием российских спортсменов (например, скандал с нашими фигуристами на Олимпиаде в Солт-Лейк-Сити в 2002 г.). То тут, то там в печатных и электронных СМИ появлялись (и продолжают появляться) тенденциозные материалы о кризисном состоянии отечественного спорта, полном упадке дисциплины внутри общенациональных команд, развале спортивных школ и т.д., а в качестве доказательств этого демонстрируются в режиме ничем не прикрытого смакования и даже глумления ошибки и поражения российских сборных команд и отдельных спортсменов.

Конечно, никто не отрицает трудностей, проблем, негативных моментов и тенденций, существующих в области отечественного спорта. Как и любая другая сфера жизни российского общества, спорт подвержен всем тем реалиям и факторам, которые обусловлены текущим весьма непростым историческим моментом, кризисными явлениями и т.д. Не собираемся мы обелять и тех российских спортсменов, которые своим вызывающим поведением дискредитируют отечественный спорт, бросают тень на страну в целом (шумные вечеринки в дорогих заграничных отелях, прием допинга и иных запрещенных препаратов, неспортивное и даже асоциальное поведение в общественных местах, участие в сомнительных рекламных акциях и фотосессиях и т.д.). Но все-таки это – лишь отдельные случаи, по которым нельзя судить о всем российском спорте, об отечественном спортивном сообществе в целом.

Таким образом, есть все основания утверждать, что спорт вообще и отдельные его виды в частности превратился в одну из важных составляющих общенационального имиджа, коль скоро он все чаще становится мишенью информационных атак антироссийской западной коалиции. А т.к. формирование позитивного общенационального имиджа и его продвижение внутри страны и на международной арене является одним из комплексных направлений политики

современного государства (обнаруживающей, кстати сказать, тесные переплетения с такими направлениями государственной политики, как инвестиционная, культурная, образовательная, внешняя и т.д.), то тем самым можно говорить о спорте в целом и спорте высших достижений в особенности как о значимом факторе политического процесса, важном политикоформирующем феномене – причем с точки зрения не только инструментальной (спорт как механизм продвижения или коррекции общенационального имиджа), но и субстанциональной (спорт как элемент имиджа страны, имиджеобразующий компонент).

**Степень научной разработанности проблемы.** Вопросы, так или иначе связанные с категориальным осмыслением феномена имиджей в политике в целом и имиджа государства в частности, его теоретико-концептуальных и идейно-ценностных оснований, а также с поиском эффективных механизмов его формирования и продвижения в настоящее время, с учетом условий глобальных информационно-коммуникационных сдвигов и трансформаций, существенного усложнения внутри- и внешнеполитических реалий, значительной диверсификации полититико-коммуникативного инструментария, интенсивного поиска национальными сообществами своей идентичности и т.д., становятся одним из заметных пунктов повестки дня общих и специальных политологических исследований. К их разработке подключаются как отечественные, так и зарубежные авторы.

В числе первых могут быть названы, в частности: Е.П. Бажанов, Д.Г. Балугев, И.А. Батанина, В.К. Белозеров, Е.В. Бродовская, М.Н. Грачев, В.А. Гуторов, С.С. Жильцов, В.Ю. Зорин, О.П. Иванов, И.И. Кузнецов, М.М. Лебедева, А.В. Манойло, О.М. Михайленок, Н.М. Мухарьямов, М.М. Мчедлова, С.А. Панкратов, А.В. Понеделков, Ю.М. Почта, А.С. Пую, В.В. Романов, С.В. Севастьянов, Р.Х. Усманов, В.А. Федоров, Т.М. Чапурко, Т.А. Шаклеина, Е.Б. Шестопал, С.А. Шомова и др.<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> См., например: *Бажанов Е.П., Жильцов С.С., Иванов О.П.* и др. Россия и современный мир. М., 2016; *Балуев Д.Г., Барсков И.В.* Имидж политического института в современном политическом процессе // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2014. № 2-1. С. 328-332; *Батанина И.А., Бродовская Е.В.* Категории «ценности» и «ценностные ориентации» в дискурсе политологического сообщества: к истории вопроса // Среднерусский вестник общественных наук. 2013. № 3. С. 110-123; *Белозеров В.К., Соловьев А.В.* Гибридная война в отечественном политическом и научном дискурсе // Власть. 2015. № 9. С. 5-11; *Воронцов С.А., Понеделков А.В., Вилков А.А.* Патриотизм как базовая ценность российского государственного управления // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки СКАГС. 2015. № 3. С. 70-74; *Грачев М.Н.* Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития. М.: Прометей, 2004; *Гуторов В.А., Кузнецов И.И., Шапкова Я.Ю.* Политические ценности и стратегии современной России: взгляд политологического сообщества // Вестник Московского университета. Серия 12: Политические науки. 2014. № 1. С. 3-8; *Зорин В.Ю.* Россия: диалог культур против конфликтующих цивилизаций // Роль СМИ в межкультурной коммуникации. Социальная миссия прессы в современном этнокультурном пространстве. Сборник материалов научно-практической конференции. Нижний Новгород, 2011. С. 4-16; *Карадже Т.В., Мазурина М.Г.* Политическая мифология как составляющая политической культуры // Политическая культура как явление общественной жизни и объект социально-политического анализа / Под рук. Т.В. Карадже. М., 2014. С. 111-123; *Лебедева М.М.* Обеспечение безопасности с помощью инструмента публичной дипломатии // Проблемы национальной безопасности в условиях глобализации и интеграционных процессов (междисциплинарные аспекты). Материалы международного научного форума. 2016. № 2. С. 216-221; *Манойло А.В., Петренко А.И., Фролов Д.Б.* Государственная информационная политика в условиях информационно-психологической войны. М.: Горячая Линия-Телеком, 2012; *Михайленок О.М., Мальшева Г.А.* Политическое согласие как фактор стабильного развития российского общества // Социально-гуманитарные знания. 2015. № 5. С. 51-64; *Мухарьямов Н.М.* О символических началах в языке политики (прагматический аспект) // Символическая политика. Сборник научных трудов / Отв. ред.: Малинова О.Ю. М., 2012. С. 54-74; *Мчедлова М.М., Гаврилов Ю.А., Шевченко А.Г.* Российская идентичность: патриотизм, государство, религиозно-мировоззренческий фактор // Ислам в современном мире: внутригосударственный и международно-политический аспекты. 2015. Т. 11. № 3. С. 35-48; *Панкратов С.А., Тельнова Н.А.* Специфика гражданской идентичности в условиях политической модернизации России // Известия

К группе исследователей, представляющих ведущие зарубежные научные центры и школы в области политической имиджологии, информациологии и коммуникативистики, включая специализирующиеся на проблематике формирования и продвижения позитивного имиджа государства, могут быть отнесены: С. Анхольт, К. Келлер, А. Сенгупта, А. Скотт, Э. Сэпсон, Ф. Уэбстер и др.<sup>2</sup>

Весьма широкая палитра подходов и мнений представлена в научных публикациях, посвященных общим и частным аспектам проблематики формирования позитивного имиджа России, российского общества и государства – как в современных условиях, так и в исторической ретроспективе. В числе наиболее заметных авторов, специализирующихся в данной предметной области и смежных с ней сферах, могут быть названы, в частности: А.В. Абрамов, В.А. Ачкасов, О.С. Волгин, С.А. Воронин, К.С. Гаджиев, Э.А. Галумов, Ю.Г. Жеглова, Д.Б. Казаринова, А.П. Кочетков, Н.П. Медведев, Н.Н. Медведева, Ю.А. Нисневич, И.С. Семенов, М.О. Улитина, А.В. Федякин, О.Ф. Шабров, А.А. Ширинянц, А.Ю. Шутов, Р.А. Явчуновская и др.<sup>3</sup>

---

Саратовского университета. Новая серия. Серия: Социология. Политология. 2012. Т. 12. № 4. С. 13-17; *Почта Ю.М., Восканян А.Г.* Значимость коммуникационных средств интернета в современной политике // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология. 2013. № 3. С. 79-97; *Пулю А.С.* Философия манипулирования и технология «публик рилейшнз» // Рациональный выбор в политике и управлении. СПб., 1998. С. 184-187; *Романов В.В.* СССР и США на пути к сверхдержавности // США и Канада: экономика, политика, культура. 2014. № 11. С. 97-103; *Севастьянов С.В., Бобыло А.М.* «Мягкая сила» России: азиатско-тихоокеанский вектор // Ойкумена. Регионоведческие исследования. 2016. № 4 (39). С. 75-85; *Усманов Р.Х.* Россия в глобальном мире: институты и стратегия политического взаимодействия // Каспийский регион: политика, экономика, культура. 2013. № 1. С. 339; *Федоров В.А., Борхсенius А.В.* Медиатехнологии и их роль в информационных конфронтациях // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология. 2016. № 2. С. 39-52; *Чанурко Т.М., Иващенко Н.П.* Ценности и антиценности как детерминанты политического нигилизма в современной России // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. 2015. № 8 (63). С. 88-92; *Шаплеина Т.А.* Россия и США в мировой политике. М., 2017; *Шестопал Е.Б.* (ред.) Образы государств, наций и лидеров. М.: Аспект Пресс, 2008; *Шолова С.А.* Политическая коммуникация: социокультурные тенденции и механизмы. М.: НИОН, 2004; и др.

<sup>2</sup> См., например: *Уэбстер Ф.* Теории информационного общества. М.: Аспект Пресс, 2004; *Anholt S.* Competitive identity: The new brand management for nations, cities and regions. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2007; *Keller K.L.* Strategic brand management. N.Y.: Prentice Hall, 1998; *Sampson E.* Image factor. L.: Kogan Page, 1996; *Sengupta A.* Symbols and the image of the state in Eurasia. Singapore: Springer, 2017; *Scott A.* The image of the state and the expansion of the international system. Oxford: University of Oxford, 2006; etc.

<sup>3</sup> См., например: *Абрамов А.В.* Российский патриотизм: история и современность. М., 2016; *Ачкасов В.А.* Роль «исторической политики» в формировании российской идентичности // Журнал социологии и социальной антропологии. 2015. Т. XVIII. № 2 (79). С. 181-192; *Волгин О.С.* Имперские традиции и перспективы гражданского общества в России // Глобализация и мультикультурализм: доклады и выступления VII Международной философской конференции «Диалог цивилизаций: Восток-Запад». Под ред. Н.С. Кирабаева. М., 2004; *Воронин С.А.* Россия: Азия или Европа? Цивилизационная модель в поисках обретения смысла // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Всеобщая история. 2012. № 4. С. 9-30; *Гаджиев К.С.* Имидж государства в конфликте идеологий. М.: Андалус, 2007; *Галумов Э.А.* Международный имидж России: стратегия формирования. М.: Известия, 2003; *Жеглова Ю.Г.* Внешнеполитический имидж Российской Федерации: проблема целеполагания // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Серия: Общественные науки. 2015. № 2 (713). С. 43-55; *Казаринова Д.Б.* Образ будущего в России: ценностно-политическая проекция // Материалы Научно-практической конференции с международным участием «Управление в сфере науки, образования и технологического развития». М., 2016. С. 57-61; *Кочетков А.П.* Доктринальные установки государственной политики России в области обеспечения национальной безопасности // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки СКАГС. 2015. № 3. С. 22-26; *Медведев Н.П.* Российский политический процесс: теория и практика // Вопросы политологии. 2013. № 2 (10). С. 40-48; *Медведева Н.Н.* Внешнеполитический имидж России в контексте развития отношений с Европейским Союзом. М.: Миссис, 2008; *Русский вопрос в истории политики и мысли. Антология /* Под ред. А.Ю. Шутова, А.А. Ширинянца. М.: Издательство Московского университета, 2013; *Нисневич Ю.А.* «Вертикаль власти» и конкурентоспособность российского государства // Россия и современный мир. 2010. № 4 (69). С. 6-17; *Семенов И.С.* Образ России в глобальном мире // Общественные науки. 2012. № 3. С. 6; *Улитина М.О.* Международный имидж России в условиях информационной глобализации // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Серия: Общественные науки. 2013. № 24 (684). С. 214-226; *Федякин А.В.* Формирование позитивного образа государства как задача информационной политики России: история и современные реалии. М.: Социально-политическая МЫСЛЬ, 2006; *Шабров О.Ф.* Духовные основы российской политики // Открытое образование. 2011. № 2-2. С. 155-158; *Явчуновская Р.А.* Россия и современный мир: политика, экономика, безопасность // Власть. 2012. № 5. С. 179-184; и др.

Ряд отечественных и зарубежных исследований посвящен осмыслению спорта как социального феномена, в том числе имеющего политические измерения, являющегося сферой государственного регулирования. Авторами предпринимаются попытки обнаружить те свойства, качества, отношения и т.д. феномена спорта, которые как сближают, так и выделяют его на фоне других социополитических явлений<sup>4</sup>.

Наконец, в различных отраслях научного знания появились работы, включая диссертационные исследования, посвященные выявлению общественно-политической роли и значения спортивных «мегасобытий». Ряд авторов рассматривают спорт в качестве инструмента «мягкой силы» и неофициальной (народной) дипломатии. В некоторых работах отдельно говорится о внутривнутриполитическом значении спорта (воспитание здорового поколения граждан, развитие общенациональной и региональной спортивной инфраструктуры и т.д.)<sup>5</sup>.

В то же время число собственно политологических исследований, в том числе диссертационных, которые бы ставили своей целью категориальное осмысление спорта высших достижений как общественно-политического феномена, с одной стороны, и его места и роли в формировании и продвижении позитивного имиджа современного государства, включая Россию, с другой стороны, к настоящему времени пока что крайне незначительно<sup>6</sup>. Данные обстоятельства в конечном итоге обусловили выбор автором объекта и предмета, а также постановку цели и задач настоящего диссертационного исследования.

---

<sup>4</sup> См., например: *Мутко В.Л., Андреев С.Н., Алиев Э.Г.* Мини-футбол (футзал) в высших учебных заведениях. М., 2010; *Соловьев А.А.* Российский и зарубежный опыт систематизации законодательства о спорте. М., 2011; *Фетисов В.А., Орлов А.В., Макарова Е.А.* Государственное управление в спорте: учебное пособие. М., 2010; *Шановалов А.В.* О государственном регулировании в спорте // Спорт: экономика, право, управление. 2005. № 4. С. 11-16; *Allison L., Tomlinson A.* Understanding international sport organizations: Principles, power and possibilities. Abingdon, Oxon: Routledge, 2017; *Bairner A., Kelly J., Lee J.W.* Routledge handbook of sport and politics. L.: Routledge, 2017; *Ferguson N.* Sports scandals: True stories of cheating, corruption and greed. Chichester: Summersdale Publishers Ltd, 2016; *Haynes R.* BBC sport in black and white. L.: Palgrave Macmillan, 2016; etc.

<sup>5</sup> См., например: *Ван Чжэньчжоу.* Влияние игр XXIX Олимпиады в Пекине (2008 г.) на развитие физической культуры и спорта в КНР. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата педагогических наук. М., 2014; *Верхунова М.С.* Маркетинговый подход к проведению спортивных мега мероприятий. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. М., 2016; *Вятлев Д.Н.* Воспитание патриотизма у юношей в объединениях спортивной направленности. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата педагогических наук. Кострома, 2014; *Гребнев Р.Д.* Конституционное право на спорт: сравнительно-правовое исследование. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата юридических наук. М., 2012; *Гусакова В.С.* Формирование знаний о миротворческой функции олимпийского спорта у студентов вузов физической культуры с использованием интерактивных форм обучения. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата педагогических наук. Малаховка, 2015; *Долгов С.Н.* Деятельность государственных и общественных организаций СССР по подготовке и проведению Олимпийских игр (1951–1980 гг.). Автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора исторических наук. Казань, 2016; *Захаров А.К.* Социально-философские основания развития российского спорта в контексте синтеза западноевропейских и восточных технологий. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата философских наук. Улан-Удэ, 2015; *Мартыненко С.Е.* Роль спортивной дипломатии в международных отношениях и внешней политике. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата исторических наук. М., 2015; *Мельникова Н.Ю.* Социально-педагогические особенности эволюции олимпийских зимних игр. Автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора педагогических наук. М., 2015; *Михайлова Т.А.* Социокультурные аспекты спорта и профессиональной деятельности спортсменов в современной России. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата социологических наук. Майкоп, 2016; *Сальникова И.М.* Метафора «политика – это спорт» как способ концептуализации сведений о политической действительности (на материале британского и американского медиадискурса). Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук. Воронеж, 2013; и др.

<sup>6</sup> См., например: *Алексеева Д.А.* Проблемы и перспективы участия России в международном олимпийском движении (политологический анализ). Диссертация на соискание ученой степени кандидата политических наук. М., 2012; *Щетинов А.О.* Взаимодействие спортивной сферы с политической системой общества в современной России. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата политических наук. М., 2012.

Его *объектом* является политика формирования позитивного имиджа государства, *предметом* – особенности и перспективы отечественного опыта использования в ходе ее реализации такого инструмента, как спорт высших достижений.

*Целью* диссертационного исследования является определение роли и значения спорта высших достижений в системе инструментов политики формирования позитивного имиджа России, а также возможностей и пределов его использования в современных условиях и перспективе.

Для реализации данной цели необходимо решить следующие *задачи*:

- конкретизировать специфику политики формирования позитивного имиджа государства как направления внутри- и внешнеполитической деятельности, уточнить ее основные модели, механизмы и инструменты;

- выявить взаимосвязи политической сферы и сферы спорта, включая спорт высших достижений, показать их актуальное и потенциальное взаимовлияние;

- раскрыть внутри- и внешнеполитическое значение спорта высших достижений в целом и в современных условиях в частности;

- определить основные подходы к использованию спорта высших достижений в отечественной политике формирования позитивного имиджа государства и направления их эволюции;

- выявить перспективные направления использования спорта высших достижений как инструмента политики формирования позитивного имиджа современной России.

*Теоретико-методологические основы исследования*, в силу многоаспектности, динамичности и комплексности его объекта, носящего междисциплинарный характер, включают в себя, наряду с общенаучными принципами и методами познания (в их числе – исторический, логический, сравнительный, системный и т.д.), целый ряд специальных подходов, техник и процедур, используемых в рамках современной политологии и в смежных научных направлениях и дисциплинах.

Прежде всего, особое значение для реализации цели и задач настоящего исследования играет методология анализа политико-коммуникативной сферы, явлений и процессов, свойственных информационно-политическому пространству во всем многообразии его сегментов, состояний, проявлений и т.д. В этой связи большую ценность представляют концепции и выводы, развиваемые в русле информатиологии, политической психологии, имиджелогии, политической коммуникативистики, теории и практики рекламы и связей с общественностью, политического менеджмента в информационной сфере и т.д.

Немаловажное значение для исследования имеет институциональный подход, позволяющий в том числе выявить специфику государства как политического института, являющегося носителем определенных имиджей, а также роль и степень влияния в их формировании, продвижении, трансформации и т.д. других институтов и субъектов, как представленных в политической системе, так и относящихся к категории неформальных и латентных.

Также значимым для исследования является формально-юридический подход, позволяющий в том числе очертить политико-правовые рамки функционирования профильных государственных органов и структур, осуществляющих свои полномочия в сфере спорта в целом и спорта высших достижений в особенности, а также непосредственно или опосредованно участвующих в процессе государственного имиджмейкинга или оказывающих влияние на него.

Кроме того, теоретико-методологическую основу исследования составили труды отечественных и зарубежных ученых, признанных классиками социально-политической мысли, а также современных авторов, плодотворно разрабатывающих соответствующие аспекты проблематики, заявленной в качестве предмета настоящей диссертации.

*Эмпирические основы исследования* включают в себя: 1) официальные документы и нормативные правовые акты Российской Федерации; 2) результаты теоретических и прикладных исследований в области формирования и эволюции имиджа современной России, осуществленных отечественными и зарубежными специалистами; 3) экспертно-аналитические материалы профильных государственных и негосударственных структур, включая министерства и ведомства (МИД, Министерство культуры РФ, Министерство спорта РФ и др.), спортивные организации России (Олимпийский комитет России, общероссийские спортивные федерации и т.д.); 4) данные социологических исследований и мониторинга общественного мнения в России и за рубежом; 5) публикации в российских и зарубежных СМИ по теме исследования; 6) официальную и неофициальную информацию экономического, статистического и т.п. характера; 7) личный опыт и наблюдения автора.

#### ***Положения, выносимые на защиту:***

1. И спорт, и политика имеют схожую природу, основанную на соперничестве, соревновательности, будучи оформленными в виде социальной игры, в которой в предельной степени выявляются, сравниваются и оцениваются конкретные возможности каждого ее участника. При этом спорт высших достижений являет собой наиболее показательную и эффективную спортивную деятельность, в которой выявляются абсолютные достижения и предпринимаются все возможные регламентированные действия, направленные на постоянное и неуклонное совершенствование и улучшение результатов. Поэтому спорт высших достижений представляет собой весьма ресурсоемкий инструмент для решения задач внутренней и внешней политики современного государства, одним из важнейших направлений которой является политика формирования его позитивного имиджа.

2. Особое значение спорта высших достижений для политики государства в целом и для политики формирования его позитивного имиджа в частности заключается в том, что регулярное проведение масштабных спортивных мероприятий и состязаний международного уровня (Олимпийских игр, чемпионатов мира и т.д.) способствует общенациональной политической консолидации и мобилизации, укреплению существующих политической системы и политического режима,

широкому распространению связанных с ними или непосредственно формулируемых ими идей, ценностей, традиций и т.д. Спорт высших достижений, при прочих равных условиях, является фактором развития региональной и общенациональной инфраструктуры и экономики в целом, обеспечивает появление в ней «полюсов» роста, выступает генератором инноваций и т.д.

3. В современных условиях весьма значительна роль спорта высших достижений во внешнеполитической деятельности тех государств, которые стремятся занять ведущие позиции на мировой арене или сохранить свое лидирующее положение. Спорт высших достижений становится одним из распространенных средств ведения «гибридных войн», а также довольно результативным способом оказания давления на геополитических и геоэкономических соперников. При этом в качестве технологий политического давления, направленных в том числе на подрыв имиджа государства-соперника, используются как соответствующая деятельность международных спортивных организаций (типа WADA), так и определенным образом подаваемая и распространяемая в глобальном информационно-политическом пространстве спортивная тематика (например, фильм «Би-Би-Си-2» о российских болельщиках).

4. В силу специфической природы спорта в целом и спорта высших достижений в особенности, на которую в современных условиях оказывают заметное влияние в том числе политизация, коммерциализация и информатизация, а также прямо или косвенно связанные с ними явления и процессы, его использование для политико-государственного имиджирования оказывается непростой задачей, которая, помимо прочего, содержит в себе несколько серьезных рисков. В их числе могут быть названы: риск подмены реальной, объективной основы имиджа государства (т.е. фактического положения дел в экономике, социальной сфере и т.д.) суррогатом, пускай и весьма привлекательным; риск смещения акцента с развития самого спорта и его традиционных функций на производство политизированных и коммерциализированных псевдоспортивных образных конструктов и т.д. Тем самым, для того, чтобы быть в максимальной степени эффективной, политика формирования позитивного имиджа государства посредством спорта высших достижений должна носить системный характер, основываться на стратегическом целеполагании, увязываться с текущими и перспективными жизненно важными интересами и приоритетами общества и государства, опираться на выверенные модели и технологии ее реализации.

5. Текущий имидж России, пребывающей в крайне непростом внешнеполитическом положении и сохраняющей нерешенными целый ряд внутренних проблем, обладает признаками ослабленности и фрагментарности. Такая же характеристика вполне применима и к отечественному спорту высших достижений. Неоднозначность российского имиджа довольно отчетливо прослеживается в той части структуры, которая отражает текущее состояние спорта высших достижений. Так, с одной стороны, в основании этой части лежат великие спортивные рекорды прошлого, которые стабильно и регулярно устанавливались в ходе большого количества Олимпиад, различных чемпионатов мира, международных

соревнований на протяжении всего XX в. и отчасти в начале XXI в. Однако, с другой стороны, богатое спортивное наследие России (большая часть которого – это успехи СССР) на современном этапе постепенно теряет силу и становится не более чем достоянием истории ввиду того, что система российского спорта не воспроизводит спортивные достижения в том объеме и в том качестве, которые необходимы для поддержания имиджа великой спортивной державы.

6. Для формирования и продвижения позитивного имиджа Российского государства с использованием спорта высших достижений представляются необходимыми: постепенное и последовательное восстановление высокого статуса системы российского спорта; создание сети инициативных общественных групп, проявляющих интерес к успехам России в сфере спорта высших достижений; усиление имиджевой работы с этими группами при участии знаменитых отечественных спортсменов (которые способны оптимизировать существующие представления о нашей стране); активизация комплексного противодействия информационным атакам, «вбросам» и т.п. недружественной активности конкурентов в сфере спорта высших достижений, равно как и в других важнейших сферах жизни современного российского общества и государства. При этом основными подходами к формированию и продвижению позитивного имиджа России с использованием спорта высших достижений могут быть: популяризация спортивных достижений (массовое информирование о победах в тех или иных спортивных состязаниях); информационная кампания, посвященная крупным спортивным мероприятиям (Олимпийским играм, первенствам и чемпионатам общенационального и международного уровня и т.д.); позиционирование спортивных структур (например, пропаганда КХЛ).

**Научная новизна диссертационного исследования** состоит в следующем:

- с использованием методологии системно-структурного и факторного анализа выявлены взаимосвязи политической сферы и сферы спорта, включая спорт высших достижений, а также конкретизировано их актуальное и потенциальное взаимовлияние;

- на основе комплексного политологического анализа определено значение спорта высших достижений для внутренней и внешней политики современного государства, включая политику формирования его позитивного имиджа;

- посредством политико-компаративного и сравнительно-исторического подходов определены основные модели использования спорта высших достижений в отечественной политике формирования позитивного имиджа государства, дана общая оценка их эффективности;

- на основе методологии прикладного политического анализа и прогнозирования выявлены перспективные направления использования спорта высших достижений как инструмента политики формирования позитивного имиджа современной России.

**Теоретическая значимость диссертационного исследования** заключается в разработке методологических оснований политологического анализа спорта высших достижений как общественно-политического феномена, с одной стороны, и

концептуальной схемы исследования процессов государственного имиджирования с его использованием в качестве инструмента, с другой стороны. Полученные в ходе исследования результаты вносят существенный вклад в дальнейшее развитие как общей концепции политики формирования и продвижения имиджа государства, так и ее отдельных направлений и аспектов, касающихся в том числе конкретных стран и специфических сфер жизнедеятельности общества и государства. Кроме того, общая логика исследования, поставленные в нем проблемы, а также сформулированные выводы и положения могут стать теоретическими и методологическими основаниями для подготовки и осуществления частных исследований вопросов, связанных с динамикой и эволюцией имиджа государства в современных условиях.

**Практическая значимость диссертационного исследования** заключается в возможности задействия предложенных в нем подходов, моделей и механизмов формирования и продвижения позитивного имиджа государства в текущей и перспективной деятельности профильных политических институтов и структур, специализирующихся в сфере государственного имиджирования. Сформулированные в исследовании практикоориентированные выводы могут быть положены в основу законотворческой деятельности органов власти и управления в сфере информации и политических коммуникаций, а также использованы в работе государственных и негосударственных медиа-структур. Практическую полезность полученные в ходе исследования результаты представляют и для спортивных организаций, иных субъектов в сфере спорта в целом и спорта высших достижений в частности, в том числе в их взаимодействии с государством. Наконец, выводы и обобщения, сформулированные в исследовании, могут быть использованы в образовательном процессе.

**Апробация результатов исследования.** Диссертация обсуждена на заседании кафедры «Политология, история и социальные технологии» Российского университета транспорта (МИИТ) и рекомендована к защите.

Основные положения и выводы, сформулированные в исследовании, были доложены автором и обсуждены на международных научно-практических конференциях («Проблемы и перспективы развития транспорта», г. Москва, 16 декабря 2016 г.; «Как наше слово отзовется: гуманитарное образование в развитии российского социума и человека», г. Москва, 15-16 марта 2017 г.).

Основные положения и выводы диссертации отражены в 8 научных публикациях автора общим объемом 3,3 п.л., в том числе 4 – в изданиях, рекомендованных ВАК Министерства образования и науки РФ.

## II. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

*Первая глава «Политика формирования позитивного имиджа государства как объект политологического исследования»* посвящена концептуальным и теоретико-методологическим основам политологического анализа политики формирования позитивного имиджа государства. Она состоит из двух параграфов.

В *Первом параграфе* политика формирования позитивного имиджа государства рассматривается как направление внутри- и внешнеполитической деятельности. Отмечается, что в государственной политике – сложном, многосоставном, системном явлении, интерпретируемом и как процесс, и как результат функционирования совокупности институтов государства, которые выражают его способность эффективно реагировать на требования общественности, принимать управленческие решения по ключевым проблемам развития социума, результативно отвечать на новые внутренние и внешние вызовы – все большее значение приобретает такое ее направление, как формирование позитивного имиджа государства. Это связано с тем, что в условиях глобального возрастания роли и значения информации многие новые вызовы государству и его политике представляют собой акции, ведущиеся в рамках информационных кампаний. Более того, есть все основания говорить о том, что в настоящее время в условиях нарастания масштабов информатизации, усиления роли информации, совершенствования информационно-коммуникационных технологий и т.п. идет информационная борьба.

Сравнительный анализ сформировавшихся к настоящему времени подходов к структуре имиджа государства позволяет заключить, что, несмотря на заметные различия в позициях, многие авторы основными компонентами имиджа государства считают представления о его географическом положении, климате, о событиях его истории, о характеристиках экономики, военной силы, общественной жизни, а также о роли в мировой политике, международном статусе, о ценностях, поддерживаемых его правительством. При этом следует иметь в виду, что об одних и те же характеристиках государства могут складываться совершенно разные представления в зависимости от угла зрения и особенностей восприятия общественных групп. Эти угол зрения и особенности восприятия определяются, главным образом, позицией данных групп по отношению к государству: находятся они внутри него или наблюдают извне (являются ли они гражданами данного государства или нет). Кроме того, большое значение имеет изначально положительный или отрицательный настрой к объекту имиджирования.

В соответствии с нахождением общественных групп внутри или вне государства (с учетом обусловленной этим специфики) правительство проводит внутреннюю или внешнюю политику по формированию имиджа. Поэтому можно говорить о двух вариантах одного и того же имиджа государства – о внутреннем и внешнем имидже.

Внутренний имидж государства ориентирован главным образом на рядовых граждан и содержит в своей структуре те элементы, в которых отражаются ценности, установки, ожидания, требования и т.д. населения страны, а также устремленность политического класса. Иными словами, структура этого имиджа определяется в

основном тем, насколько стабильна социальная сфера, успешно экономическое развитие, динамично повышение благосостояние общества, устойчив правопорядок, ответственно правительство и т.д.

Внешний имидж государства формируется у (или для) разнообразного окружения: иностранных военных, политических, общественных лидеров, элитных групп, представителей крупных транснациональных корпораций, международных организаций, неправительственных организаций, СМИ, населения зарубежных стран и т.д. Специфика этих институтов, общественных групп, людей определяет и содержание данного имиджа, которое состоит из таких компонентов, сюжетов и т.д., как: военная сила, политическое влияние, научно-технологический потенциал, экономическая база (ресурсная, в целом) с учетом истории, актуальной ситуации, глобального порядка, числа и качества союзников. Именно эти составляющие являются движущей силой возникновения представления о государстве, в соответствии с которым воспринимающие понимают, каковы позиция данной страны на международной арене, ее роль в мировой политике, перспективы и т.д.

Несмотря на заметные различия в содержании и направленности внутреннего и внешнего имиджей государства, они довольно тесно связаны между собой. Дело в том, что базой внешнего имиджа является имидж внутренний, ибо первый детерминирован вторым, исходит из второго, т.к. положение государства на мировой арене обусловлено его достижениями в науке и технике, экономике, военно-промышленном комплексе, защите прав и свобод своих граждан и т.д. Кроме того, следует иметь в виду, что внешний имидж государства обусловлен характером его деятельности в мире, а также формой и содержанием всех типов отношений с другими странами. Речь идет о том, что внешний имидж государства призван не только позиционировать ценности и потребности данного общества, но и содержать в себе ответ на ожидания окружения, на вызовы, исходящие со стороны иных акторов мировой политики.

По масштабу внешнеполитической деятельности по формированию имиджа государства, согласно геополитическому принципу, можно выделить региональный и глобальный уровни, в зависимости от возможностей, статуса и притязаний политической системы. Так, государства, не имеющие обилия ресурсов, как правило, сосредоточены на региональном уровне и позиционируют себя как значимого участника процессов, происходящих в пределах какой-либо части мира (акватории, континента, группы стран). В то же время государства, претендующие на звание мировой державы, соответственно, стараются транслировать свой имидж на весь мир, укрепить свои военные, политические, экономические позиции во всех регионах мира.

Во *Втором параграфе* рассматриваются основные модели, механизмы и инструменты политики формирования позитивного имиджа государства. Отмечается, что истоки формирования позитивного имиджа государства как направления его внутренней и внешней политики прослеживаются в таких сферах общественно-политической деятельности, как политическая пропаганда, политическая

коммуникация и правительственные связи с общественностью, что обуславливает проблемность и сложность предмета исследования, его изначально комплексный, многогранный и многоаспектный характер. Именно на теоретических положениях политической пропаганды, политической коммуникации и правительственных связей с общественностью базируется обобщенная модель политико-государственного имиджирования; практические методы, технологии и инструменты этих направлений стали основой корпуса механизмов и инструментов политики формирования позитивного имиджа государства. В новых условиях трансформировался и характер применения этих механизмов и инструментов, расширились их возможности, но одновременно значительно повысились риски. Особенное значение приобретает системное, ответственное, профессиональное их использование в рамках единой политико-информационной стратегии формирования позитивного имиджа государства – общего плана целенаправленных и взаимосвязанных коммуникационных действий с выделенными ресурсами, определенными каналами, назначенными исполнителями.

Начальным этапом обобщенной модели формирования позитивного имиджа государства является формулирование целей и задач, которые могут быть определены только на основе общего видения того, что собой представляет сейчас и должно представлять в будущем данное государство в глазах собственных граждан и мирового сообщества с учетом актуальных особенностей, процессов, вызовов окружающей среды. Такое видение (самоидентификация или представление о собственной индивидуальности и уникальности во внешней среде) фиксируется, как правило, в концепциях и доктринах государственной информационной политики. Индивидуальность и уникальность имиджа государства базируется, как правило, на геополитическом положении, природных ресурсах, экономическом потенциале, военных возможностях, специфике истории, культуры и т.д. С формально-правовой точки зрения, индивидуальность государства выражается в его символах: названии, гербе, флаге, гимне и т.д., которые также являются составляющими его имиджа.

Индивидуальность имиджа государства тесно связана с национальной идентичностью, которая означает, с одной стороны, самоидентификацию граждан во внешней среде (или то, что это государство в лице своих лидеров и граждан сообщает о себе международному сообществу), с другой – степень единства нации, консолидации общества.

Кроме того, в модели формирования позитивного имиджа государства большое значение имеет миссия государства, т.е. некое предназначение данной политической системы, то, ради чего она поддерживает собственное существование и для чего развивается. Очевидно, что миссия государства может интерпретироваться в категории национальных интересов и общезначимых приоритетов.

Индивидуальность, национальная идентичность, видение, миссия государства ложатся в основу того, что специалисты называют ключевой историей – кратко сконцентрированного имиджевого сообщения. Она интерпретируется для разных общественных групп, граждан, институтов, организаций с учетом особенностей их

восприятия и распространяется по адекватным каналам коммуникации. Далее следует этап оценки эффективности реализованных мероприятий.

Ожидаемым итогом использования модели формирования позитивного имиджа государства должно быть создание яркого, понятного, правдоподобного, оптимального, оптимизированного и запоминающегося представления о стране у общественных групп, которые, благодаря этому представлению, проникаются доверием к данному государству. Именно этими качествами определяется эффективность сформированного имиджа государства. Действительно, результативен и позитивен тот имидж государства, который соответствует ожиданиям, вызывает доверие, вызывает к чувствам, адекватно воспринимается, демонстрирует лучшие стороны, при этом является не слишком сложным и обладает резервами для дальнейшего узнавания (имеет некоторую неопределенность как пространство для маневра).

К числу основных механизмов формирования позитивного имиджа государства можно отнести такие, как: позиционирование (выявление наиболее выгодных отличительных черт, самых ярких преимуществ объекта, и их утверждение в массовом сознании в качестве уникального и эффективного представления об объекте); манипулирование (скрытое управление информацией и процессом ее восприятия в массовом сознании); мифологизация (мобилизация существующих и создание новых мифов как специальных форм сознания, основанных на легендах, образах, символах, допущениях, вымыслах и т.д.); эмоционализация (создание определенного настроения по отношению к той или иной информации, а также использование информации для пробуждения каких-либо чувств в сознании реципиентов); рационализация (применение доводов и аргументов с целью логического обоснования и придания убедительности представляемой информации); символизация (использование для решения задач имиджирования символов, имеющих мощное собственное значение); вербализация (создание адекватных и результативных текстов и речевых сообщений); визуализация (привлечение зрительных образов, эффектной визуальной информации); аудизация (использование специальных звуков, звукорядов, речей, аудиокomпозиций и т.д.).

Перечисленные механизмы работают при помощи специальных инструментов политико-государственного имиджирования. Говоря о таковых, на первое место стоит поставить СМИ (в частности, телевидение, пресса, Интернет-сайты), которые являются основным и наиболее масштабным каналом распространения имиджевой информации: они имеют ресурсы и технологии результативного и мощного воздействия на эмоции, разум, волю и т.д. индивидуумов и общественных групп. Еще один важнейший инструмент формирования позитивного имиджа государства – это публичная дипломатия. Посредством нее осуществляется информирование, создание условий для конструктивного диалога, ведение такого диалога с целью формирования положительных (и относительно доверительных) отношений представителей мировой общественности и, в конечном счете, формирование позитивного имиджа государства. В отличие от традиционной дипломатии, которая ориентирована в

основном на органы государственной власти, публичная дипломатия направлена на широкие и многочисленные общественные группы разных стран. Соответственно, при помощи публичной дипломатии распространяется та информация, которую государство считает нужным открыть международному сообществу.

**Вторая глава «Спорт высших достижений в пространстве современной политики»** посвящена определению места и роли данной разновидности спортивной деятельности во внутренней и внешней политике государства. Она состоит из двух параграфов.

В *Первом параграфе* рассматривается внутривнутриполитическое значение спорта высших достижений. Отмечается, что, на первый взгляд, введение спорта в политическую сферу может показаться грубым захватом политиками нового для них ресурса. Однако, более глубокое рассмотрение и сопоставление спорта и политики позволяет выявить их общие черты и демонстрирует отнюдь не случайный характер их сближения. В частности, и спорт, и политика имеют схожую природу, основанную на соперничестве, соревновательности, которые оформлены в виде социальной игры, где в предельной степени выявляются, сравниваются и оцениваются конкретные возможности каждого ее участника. И в спорте, и в политике игры ведутся с целью получения результата, желательно выдающегося, который позволит занять лидирующую позицию. И спорт, и политика характеризуются взаимным использованием инструментов друг друга для достижения целей, соответственно, или в спортивном, или в политическом состязании, борьбе.

Специфика спорта обуславливается, главным образом, тем, что этот феномен формировался и эволюционировал как человеческая деятельность, которая специально адаптирована к формату состязания, где в предельной степени выявляются, объективно сравниваются и строго оцениваются конкретные возможности каждого его участника. В этом отношении спорт и политика похожи, т.к. политическая деятельность предполагает выявление и сопоставление акторов, программ, целей, а также их конкурентную борьбу за ресурсы. Однако в спорте, в отличие от политики, отсутствует цель овладения властью. Поэтому можно сказать, что спорт и политика обладают некоторым сходством на уровне процесса как две формы состязания, но их цели, задачи, приоритеты, методы, технологии и т.д., разумеется, различаются.

Актуальный статус спорта – как нормативно-правовой, так и общественно-политический, в особенности в наиболее яркой и зрелищной своей части – спорта высших достижений, в условиях конкретного государства может быть своего рода индикатором жизнеспособности нации, а также определенным показателем устойчивости и перспективности политической системы. Есть все основания считать, что спортивная сфера каждой страны обусловлена национальной спецификой, и имеется тесная взаимозависимость политического и спортивного направлений общественного развития. Кроме того, выполнение схожих функций во многом определяет взаимопроникновение спортивной и политических сфер, что, в частности,

проявляется в процессе формирования позитивного имиджа государства посредством спорта высших достижений.

Политизация спорта – это, без преувеличения, глобальный тренд, который характерен и для современной России. А.А. Исаев, анализируя спорт как основной объект государственной спортивной политики, делает вывод о том, что спортивная политика России представляет собой самостоятельное направление социальной политики, в котором соединяются задачи государства в сферах здравоохранения, социальной, экономической, образовательной, внешнеполитической<sup>7</sup>.

Действительно, во внутренней политике спорт находит наиболее широкое применение как инструмент общественной консолидации и социализации личности. Также он востребован для решения задач воспитания будущих граждан, сохранения здоровья нации, удовлетворения потребностей общества в привлекательных зрелищах, посредством которых распространяются политические идеи, ценности, смыслы, иные сообщения.

Спорт рассматривается как наиболее показательная и эффективная спортивная деятельность, в которой выявляются абсолютные спортивные результаты и предпринимаются все возможные регламентированные действия, направленные на постоянное и неуклонное повышение и улучшение спортивных достижений. Поэтому спорт высших достижений представляет собой наиболее ценный инструмент для решения задач внутренней политики государства. Кроме того, спорт является фактором развития общенациональной и региональной инфраструктуры и экономики в целом, обеспечивает появление ее «точек роста», становится генератором инноваций и т.д.

Таким образом, основное значение спорта высших достижений для внутренней политики государства состоит в содействии укреплению национального единства, поддержке духовных ценностей, сохранению здоровья нации, общему социально-экономическому развитию. Успехи в этих направлениях становятся объективным основанием для формирования позитивного имиджа государства среди его граждан.

В целом, рассмотрение спорта высших достижений позволяет сделать вывод о том, что в рамках современных государственных политико-имиджевых программ, формируемых и реализуемых на общенациональном уровне, спорт, во-первых, представляет собой важный элемент имиджа государства, во-вторых, является инструментом формирования такого имиджа.

Вместе с тем, некоторые спортивные и общественные деятели негативно относятся к переплетению политической и спортивной сфер. В частности, крупный австрийский общественно-спортивный деятель Й. Финдер полагает, что усиление политических интересов в спорте может нивелировать саму идею спорта и превратить спортсменов в инструмент достижения политических целей<sup>8</sup>.

И здесь подмечена, на наш взгляд, серьезная проблема. Действительно, возрастание политического влияния на спорт уже сейчас приводит к случаям, когда

---

<sup>7</sup> Исаев А.А. Спортивная политика России. М., 2002. С. 14.

<sup>8</sup> См.: My view of sport – Vice-president Gerald Ford // Sport illustrated. 1974. July 8. P. 20.

базовая роль спорта (его «соревновательно-эталонная» и «эвристическо-достиженческая» функции) отодвигается на второй план и замещается установкой на поддержку существующей политической системы. В свою очередь, политическая система склонна к поддержке спорта только для того, чтобы последний служил ее эффективным инструментом. При этом такая поддержка часто осуществляется непубличными политическими способами<sup>9</sup>.

Во *Втором параграфе* рассматривается значение спорта высших достижений во внешней политике государства. Отмечается, что на протяжении последних нескольких десятилетий спорт стал одним из влиятельных внешнеполитических инструментов. Мы полагаем, что активное политическое использование потенциала спорта может объясняться, с одной стороны, убедительной наглядностью спортивных достижений и эмоциональной нагруженностью спортивных поражений, а с другой стороны, расширением внешнеполитического арсенала, включающего в себя средства укрепления позиции государства на мировой арене и оказания давления на конкурентов.

В современных условиях зрелищный и достиженческий потенциал спорта практически неизбежно оказывается в орбите сферы политического. Дело в том, что, во-первых, спортивные результаты – это очень яркая и понятная основа для построения политической коммуникации с целью оказания влияния на различные референтные группы общественности. Во-вторых, практически всегда имеется возможность политико-идеологического обоснования успехов или провалов в спортивной деятельности, когда по тем или иным спортивным результатам можно судить и о политике в сфере спорта, и о государственной политике в целом.

Таким образом, с одной стороны, спорт высших достижений является эффективным инструментом продвижения позитивных черт посредством демонстрации абсолютных результатов наиболее успешными спортсменами, представляющими на международной спортивной арене свою страну. Поэтому главную роль в формировании позитивного имиджа государства играет именно спорт высших достижений, который, ввиду присущей ему специфики, оказывается в поле зрения общественности и становится предметом изучения большинства специалистов, занимающихся выявлением взаимосвязей спорта и политики.

С другой стороны, достигнутые в сфере спорта высших достижений результаты, вне всякого сомнения, коренятся в массовом спорте и неразрывно связаны с системой спортивных отношений, сложившейся в данной стране с ее общим уровнем развития спорта и физической культуры, степенью вовлеченности рядовых граждан в сферу

---

<sup>9</sup> В качестве иллюстрации можно привести пример того, как США укрепляют собственную позицию мирового гегемона с помощью спорта и создают особые условия для своих спортсменов, позволяющие легально обходить обязательные для всех ограничения по употреблению допинга. Так, в сентябре 2016 г. хакерская группировка «Fancy Bear» взломала сервер Всемирного антидопингового агентства (WADA) и опубликовала его базы данных. Стало известно, что, как минимум, порядка двух сотен американских спортсменов употребляют запрещенные препараты на основании разрешения USADA (Антидопингового агентства Соединенных Штатов) по «медицинским показаниям» (см.: ITF подтвердила, что WADA уведомило ее о взломе своей антидопинговой базы [Электронный ресурс]. URL: <https://ria.ru/sport/20160913/1476832094.html> (дата обращения: 25.07.2017); Fancy Bears' hack team [Электронный ресурс]. URL: <https://fancybear.net/> (дата обращения: 25.07.2017); и др.).

спорта. Поэтому важно учитывать и эту составляющую, без которой спортивный имидж государства окажется однобоким, неполноценным, хрупким, уязвимым.

Между тем, автору диссертации ясно, что спортсмены или команды, участвующие в международных соревнованиях, – это никак не отдельные личности или группы, не связанные ни с кем и ни с чем. Трудно спорить с тем, что имена спортсменов обязательно сопровождаются указанием их гражданства (подданства), а оглашение победителей всегда происходит с показом флагов и исполнением гимнов государств, чьими гражданами (подданными) являются эти сильнейшие спортсмены. По этому поводу Н. Бродская пишет, что спорт высших достижений в некоторой степени можно рассматривать как альтернативу показательным походам военно-морских эскадр, военным базам в других частях света, присутствию частей миротворцев, ведь он «предоставляет возможности для демонстрации флага, как правило, в гораздо более благоприятном медийном контексте»<sup>10</sup>.

Еще одним аргументом может служить факт того, что в спортивных комментариях часто используются названия народов кроме или вместо имен спортсменов: россиянин, американец, француз. Таким образом, осознанно или спонтанно формируется основанное на успехе или поражении данного спортсмена, его поведении представление обо всем его народе у самого комментатора, а также у тех, к кому обращено его сообщение. Как заметил К. Кроков, «Престижность большого спорта в соревнованиях наций и политических систем превращает победы и поражения в символы государств, наций и систем, к которым относятся спортсмены»<sup>11</sup>.

Тем самым очевидно, что спортсмены на международных соревнованиях – это представители государства, в котором они прошли подготовку, тренировались, получили необходимые средства, экипировку, поддержку. И, конечно, государства заинтересованы в том, чтобы извлечь пользу из своих вложений в спортивную деятельность. Соответственно, победа или поражение спортсмена или команды неизбежно становятся победой или поражением государства, их направившего, является в первом случае источником национальной гордости, престижа, превосходства, или, во втором случае, поводом для разочарования и возможностью усиления критики со стороны конкурентов.

Наконец, как уже было отмечено, международные спортивные соревнования с участием многих стран с разными социально-экономическими, политическими и т.п. характеристиками непременно транслируются СМИ, что является весьма перспективной возможностью для позиционирования государства в лице его спортсменов, для привлечения внимания общественности к этой стране, для проведения политической пропаганды.

В целом, спорт высших достижений весьма обоснованно рассматривается как составная часть политики государства по обеспечению национальной безопасности.

---

<sup>10</sup> Бродская Н.П. Спорт больших достижений как пространство для формирования национального имиджа страны // Национальные интересы и имидж России. М., 2006. С. 67.

<sup>11</sup> Кроков К.Г. Общественные и политические функции спорта // Взаимоотношения спорта и политики с позиции гуманизма. Вып. III. М., 2005. С. 151.

И, безусловно, он играет важную роль в формировании и продвижении позитивного имиджа государства – как внутри страны, так и на международной арене.

**Третья глава «Роль и значение спорта высших достижений в политике формирования позитивного имиджа России»** посвящена анализу отечественного опыта и современных реалий в сфере государственного имиджирования посредством спорта высших достижений. Она состоит из двух параграфов.

В *Первом параграфе* рассматриваются основные подходы к использованию спорта высших достижений в отечественной политике формирования позитивного имиджа государства и их эволюция. Отмечается, что спорт для создания имиджа государства довольно широко использовался в отечественной практике уже с конца XIX в. Российские авторы еще в дореволюционный период указывали, что спортивная команда страны несет в себе образ самого государства, является символом силы народа, ярко и живо изображает всю свою страну<sup>12</sup>. При этом международные спортивные соревнования образно назывались «битвой народов». Сообщения о провале русской делегации на Олимпийских играх 1912 г. в газетах проходили под заголовками наподобие «Спортивная Цусима» (отсылка к печальным событиям русско-японской войны 1905 г.). Именно в этот период оформляется один из первых подходов к формированию позитивного имиджа государства с использованием спорта высших достижений: популяризация спортивных успехов (массовое информирование о победах в каких-либо спортивных состязаниях).

Наиболее активно в процессе политико-государственного имиджирования спорт начал использоваться в советскую эпоху, начиная с 1930-х гг. Например, летом 1937 г. в Москве состоялся Всесоюзный парад физкультурников, в котором участвовало порядка 45 тыс. выдающихся спортсменов из 11-ти республик СССР. Это мероприятие не только полностью реализовывало эмоционально-зрелищную функцию спорта, но и способствовало созданию позитивного образа великой спортивной державы.

В советскую эпоху оформляется еще один подход к формированию позитивного имиджа государства с использованием спорта высших достижений: разработка и реализация информационных кампаний, посвященных крупным спортивным мероприятиям (олимпиадам, национальным и международным чемпионатам и т.д.).

Видимо, одним из наиболее ярких примеров успешной политико-имиджевой кампании с использованием спорта высших достижений в советской практике стала Олимпиада 1980 г. в Москве – первые в мировой истории Олимпийские игры в стране социалистического блока. Эффективность политико-имиджевой работы советских специалистов можно оценить по многочисленным положительным материалам, опубликованным в тот период в СМИ по всему миру. Довольно высокая оценка технического оснащению, продуманной организации и точности проведения соревнований была, например, дана во французской и даже американской прессе (в частности, в газетах «Монд» и «Вашингтон пост»). К слову, даже известные американские газеты («Нью-Йорк таймс»), которые в данном случае трудно

---

<sup>12</sup> Спортивная Цусима // К спорту! 1912. № 32. С. 2.

заподозрить в необъективности, указали на то, что Олимпиада в Москве была проведена на более высоком уровне, чем в Лэйк-Плэйсиде, где, по выражению журналистов, «царил обескураживающий беспорядок»<sup>13</sup>.

Мы полагаем, что действительно непревзойденные успехи Советского Союза в спорте высших достижений и, соответственно, в деле его использования для формирования позитивного имиджа государства могут быть объяснены следованием национальной традиции и широким общественным консенсусом в СССР на определенном историческом этапе. Иными словами, только спорт высших достижений с устойчивой национальной традицией и продолжительной историей может способствовать позиционированию государства. Отдельные же спортивные результаты, сколь выдающимися бы они ни были, не дают основания для формирования представления о государстве и его обществе даже с учетом осознания того, что эти результаты являются частью массовой спортивной деятельности и национальной спортивной системы в целом<sup>14</sup>.

В спортивной сфере современной России, без преувеличения, главным политико-имиджевым мероприятием в последние годы стали Олимпийские игры в Сочи в 2014 г. На наш взгляд, имеются все основания считать, что благодаря проведению Олимпиады имидж Российского государства обновился, а также появились новые возможности для его оптимизации. Город Сочи на многие годы останется в памяти и россиян, и граждан зарубежных стран местом проведения Олимпийских игр, ведь подобное уже произошло с японским городом Нагано и с американским городом Солт-Лейк-Сити, о которых не каждый слышал до зимних Олимпийских игр, соответственно, 1998 г. и 2002 г. Ясно, что позитивный ореол Олимпиады перенесся и на образ города Сочи, а с ним – и всей России. Многие иностранные СМИ в период Олимпиады 2014 г. и после нее опубликовали и дали в телеэфир положительные материалы о Сочи и России.

Благодаря подготовке к Олимпийским играм в Сочи удалось решить и ряд задач внутренней политики. Во-первых, значительно улучшились не только транспортное сообщение этого города с Центральной Россией и Северным Кавказом, но и в целом система транспортных коммуникаций в Краснодарском крае (так, было построено около 260 км автомобильных трасс и порядка 100 км железной дороги, были возведены новые транспортные развязки и объездные дороги<sup>15</sup>). Во-вторых, был дан заметный толчок для роста экономики региона (возникли новые и претерпели коренную модернизацию традиционные сферы хозяйства, появились новые рабочие места и т.д.). В-третьих, новый импульс получило социально-культурное развитие региона (рост числа различных, в том числе культурных мероприятий общероссийского и международного уровня, проводимых в Сочи, увеличение событийного туризма и т.д.).

---

<sup>13</sup> В зеркале мировой прессы [Электронный ресурс]. URL: <http://sporthisory.ru/books/item/f00/s00/z0000005/st017.shtml> (06.07.2017).

<sup>14</sup> Там же.

<sup>15</sup> Бредихин А.В. Развитие транспортного кластера Олимпийского Сочи [Электронный ресурс]. URL: <http://www.kavkazoved.info/news/2013/12/12/razvitie-transportnogo-klastera-olimpijskogo-sochi.html> (дата обращения 13.06.2017).

Материально-техническая база, заложенная в ходе подготовки к Олимпиаде, оказалась востребована и для других спортивных мероприятий. Например, в 2014 г. в Сочи было проведено более ста спортивных состязаний, среди которых особое место заняли первая гонка из семилетнего контракта на проведение соревнований «Формулы-1», а также матч за звание чемпиона мира по шахматам. В 2017 г. Сочи стал одной из площадок проведения Кубка конфедераций по футболу.

Другим важным направлением в отечественной политике формирования позитивного имиджа государства с использованием спорта высших достижений стало создание и функционирование Континентальной хоккейной лиги (КХЛ). С самого момента ее формирования стали ясны геополитические измерения данного проекта. В частности, посредством КХЛ обеспечивается сближение бывших советских стран под эгидой России, которая создала эту международную спортивную организацию и полностью доминирует в ней по числу представленных клубов. Здесь можно провести параллель между политическими усилиями России по созданию Таможенного союза и спортивными усилиями по созданию КХЛ: и в том, и в другом случае российская сторона пытается консолидировать и реинтегрировать постсоветское пространство. И во втором случае ведущая роль России в КХЛ рождает образ и лидирующей державы на постсоветском пространстве, причем не только в хоккее, но в целом в спорте, равно как и в других сферах жизнедеятельности общества. Наряду с этим, КХЛ представляется российским политикам инструментом решения не только вопросов внешней политики на пространстве СНГ, но и способом участия в европейской политике. Еще одна внешнеполитическая задача, на решение которой направлено создание Россией международной хоккейной организации, – это попытка продолжения конкурентной борьбы с США и Канадой как в сфере хоккея, так и в более широком измерении геополитического противостояния. Действительно, в амбициозной попытке потеснить североамериканскую НХЛ путем организации и усиления КХЛ просматривается еще более грандиозная задача по возвращению России в число сверхдержав. Показательно, что в американских СМИ эта тема обсуждается довольно интенсивно и широко.

Во *Втором параграфе* рассматриваются перспективные направления использования спорта высших достижений как инструмента политики формирования позитивного имиджа России. Отмечается, что актуальный имидж России нельзя назвать однозначно позитивным в силу многих факторов, среди которых особое место занимает политико-исторический. Дело в том, что Российское государство издавна, еще в Средние века, сталкивалось с информационными атаками. Позднее наиболее последовательно и активно информационную войну против России вели польские и английские авторы, которые приложили очень много сил для формирования образа нашей страны как варварской и агрессивной. Их стараниями к концу XIX в. русофобия стала частью западной ментальности<sup>16</sup>. В наше время, насыщенное множеством событий внутри страны и на международной арене,

---

<sup>16</sup> Никонов В. Россия: вызовы и возможности // Стратегия России. 2015. № 1. С. 26-27.

специалистами различных агентств и т.п. структур фиксируется беспрецедентный со времен холодной войны всплеск антироссийских настроений по всему миру.

В контексте задач по формированию имиджа государства учет данных об общем восприятии России в глазах мировой общественности, а также о ее текущем статусе необходим в силу устойчивой связи этих данных с распространенными в массах представлениями, связанными с отечественным спортом. Дело в том, что формирование позитивного имиджа государства посредством спорта высших достижений не может проводиться вне более общей программы государственного имиджирования, которая согласуется со стратегическими приоритетами социально-экономического развития страны.

Также хотелось бы обратить внимание на то, что ни в коем случае нельзя упускать из виду целенаправленную работу оппонентов по снижению российского имиджа. Так, рассматривая причины имеющейся проблемы с российским имиджем, В.В. Путин указал на то, что образ нашей страны формируется зарубежными акторами, которые часто искажают реальное положение дел, не отражают истинного вклада российского народа в мировую историю, культуру, науку, однобоко и пристрастно информируют о позиции российского государства по международным вопросам<sup>17</sup>. В этой ситуации, как сказал, Президент РФ, «виноваты мы с вами в том, что мы плохо объясняем свою позицию»<sup>18</sup>.

По нашему мнению, общий эскиз перспективной политико-имиджевой стратегии предполагает формирование сети лояльных России сообществ в разных странах, которые проявляют интерес к успехам российских спортсменов и отечественному спорту высших достижений в целом. Зрелищность спорта высших достижений позволит привлекать внимание данных сообществ, а спортсмены эффективно донесут имиджевые послания до этих общественных групп. При этом приходится признать, что в этом вопросе работу во многом предстоит начинать заново, т.к. подавляющую часть советского опыта вряд ли можно применить в условиях современных кардинально трансформировавшихся политических реалий – как глобальных, так и российских.

В первую очередь целесообразно остановить дальнейшее ухудшение имиджа России (и здесь стоит воспользоваться западными технологиями атаки на конкурентов: разоблачение допинговых историй и т.п.), обновить и укрепить саму систему российского спорта высших достижений, повысить степень ее привлекательности для спортсменов (тем самым будет приостановлен отток наиболее талантливых спортсменов на Запад), создать предпосылки для новых спортивных достижений, а затем использовать накопленный потенциал для формирования позитивного имиджа государства посредством спорта высших достижений.

К основным мероприятиям программы политико-государственного имиджирования с использованием спорта высших достижений, которые могут быть

---

<sup>17</sup> Совещание послов и постоянных представителей России [Электронный ресурс]. URL: <http://www.kremlin.ru/news/15902> (дата обращения: 30.05.2017).

<sup>18</sup> Там же.

реализованы в иностранных общественных центрах или клубах (или при их содействии), следует отнести: организацию разнообразных спортивных соревнований по тем видам спорта, в которых российские спортсмены традиционно занимают высокие места (фигурное катание, художественная гимнастика, хоккей, синхронное плавание и т.д.); проведение благотворительных состязаний (вырученные средства направляются для решения какой-либо значимой местной проблемы); проведение специальных показательных спортивных выступлений, возможно, только для лиц со специальными приглашениями с целью подчеркнуть уникальность и большое значение события; организацию встреч с чемпионами, мастер-классов со звездами спорта; проведение тренировок и занятий физкультурой с участием известных спортсменов и т.д.

Что касается политико-государственного имиджирования с использованием спорта на национальном уровне, то в этой сфере представляется необходимым также использовать практику общественных центров или клубов, которые объединены в сеть и координируются центральным советом. В отличие от своих аналогов на международном уровне, центры или клубы внутри России могут быть более явно связаны с органами государственной власти.

В то же время популярное на сегодня в академической и политической среде предложение по созданию специальной правительственной структуры, централизованно контролирующей процесс политико-государственного имиджирования, представляется не вполне целесообразным ввиду недостаточной эффективности современной российской системы государственного управления в ее вертикально-интегрированной форме, а также по причине довольно высокого уровня недоверия мировой общественности к Российскому государству и его правительству.

Поэтому автор диссертации предлагает сделать ставку на постепенное восстановление высокого статуса системы российского спорта, создание сети инициативных общественных групп, проявляющих интерес к успехам России в сфере спорта высших достижений, усиление имиджевой работы с этими группами при участии знаменитых и успешных российских спортсменов (которые способны оптимизировать представление о Российском государстве), а также на активизацию информационного противодействия атакам конкурентов в сфере спорта высших достижений, равно как и в других важнейших сферах жизни современного российского общества и государства.

В **Заключении** подводятся итоги проделанной работы, формулируются основные выводы и намечаются контуры предполагаемых дальнейших исследований по данной проблематике.

### **III. ОСНОВНЫЕ ИТОГИ ДИССЕРТАЦИОННОГО ИССЛЕДОВАНИЯ ИЗЛОЖЕНЫ В СЛЕДУЮЩИХ РАБОТАХ:**

*Статьи в изданиях, рекомендованных Перечнем ВАК Министерства образования и науки РФ:*

1. *Глазатов А.В.* Политика формирования позитивного имиджа государства: основные направления и механизмы в современных условиях // Вестник Российской нации. 2017. № 3. С. 246-258. – 0,6 п.л.

2. *Глазатов А.В.* К вопросу об особенностях отечественного опыта использования спорта высших достижений в политике формирования позитивного имиджа государства // Вестник Российской нации. 2017. № 5. С. 101-112. – 0,6 п.л.

3. *Глазатов А.В.* Спорт высших достижений как инструмент политики формирования позитивного имиджа государства: внутривнутриполитическое измерение // ПОИСК: Политика. Обществоведение. Искусство. Социология. Культура: научный и социокультурный журнал. 2017. № 5. С. 16-22. – 0,6 п.л.

4. *Глазатов А.В.* Формирование позитивного имиджа государства в системе приоритетов современной политики: теоретические аспекты // Вестник Российской нации. 2017. № 6. С. 224-233. – 0,5 п.л.

*Другие публикации по теме диссертационного исследования:*

5. *Глазатов А.В.* Спорт как элемент внутри- и внешнеполитического имиджа современного государства // Проблемы и перспективы развития транспорта: Труды X Международной научно-практической конференции. В 2 т. Т. 1. Секция «Транспортная политика» / под общ. ред. проф. А.А. Горбунова. М.: Горбунов А.А., 2016. С. 21-24. – 0,2 п.л.

6. *Глазатов А.В.* Имиджформирующее значение спорта в условиях современных информационно-политических кампаний // Как наше слово отзовется: гуманитарное образование в развитии российского социума и человека. Часть I-IV. Сборник материалов международной научно-практической конференции (Москва, 15-16 марта 2017 г.). М.: МИИТ, 2017. С. 1053-1057. [Оптический диск]. – 0,2 п.л.

7. *Глазатов А.В.* Позитивный имидж государства в системе категорий современной политической науки // Транспортная политика и политические коммуникации: Сборник статей по политологическим и социологическим теоретико-методологическим и прикладным проблемам истории и современности. Выпуск VIII. 15-летие Гуманитарного института МГУПС (МИИТ) / Ред.-сост.: А.А. Горбунов, Б.И. Кретов, А.В. Федякин. М.: Горбунов А.А., 2017. С. 214-221. – 0,4 п.л.

8. *Глазатов А.В.* Специфика использования спорта высших достижений как инструмента политики формирования позитивного имиджа государства на международной арене // Политическая регионалистика и этнополитология. Сборник статей по политологическим теоретико-методологическим и прикладным проблемам истории и современности. Выпуск VII. / под общ. ред. проф. А.А. Горбунова. М.: Горбунов А.А., 2017. С. 21-24. – 0,2 п.л.

*Глазатов Артем Валерьевич*

СПОРТ ВЫСШИХ ДОСТИЖЕНИЙ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОЛИТИКИ  
ФОРМИРОВАНИЯ ПОЗИТИВНОГО ИМИДЖА ГОСУДАРСТВА:  
ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ ОПЫТ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Диссертационное исследование посвящено определению роли и значения спорта высших достижений в системе инструментов политики формирования позитивного имиджа России, а также возможностей и пределов его использования в современных условиях и перспективе. В ходе исследования, на базе использования комплексной методологии системно-структурного и факторного анализа, политико-компаративного и сравнительно-исторического подходов, а также методов прикладного политического анализа и прогнозирования, были решены следующие задачи: конкретизирована специфика политики формирования позитивного имиджа государства как направления внутри- и внешнеполитической деятельности, уточнены ее основные модели, механизмы и инструменты; выявлены взаимосвязи политической сферы и сферы спорта, включая спорт высших достижений, показаны их актуальное и потенциальное взаимовлияние; раскрыты внутри- и внешнеполитическое значение спорта высших достижений в целом и в современных условиях в частности; определены основные подходы к использованию спорта высших достижений в отечественной политике формирования позитивного имиджа государства и направления их эволюции; выявлены перспективные направления использования спорта высших достижений как инструмента политики формирования позитивного имиджа современной России.

*Glazatov Artem Valerievich*

ELITE SPORT AS A TOOL OF POLICY OF FORMATION OF POSITIVE IMAGE  
OF THE STATE: NATIONAL EXPERIENCE AND PROSPECTS

The thesis deals with the definition of the role and importance of elite sport in the system of policy instruments for creating a positive image of Russia, as well as the possibilities and limits of its use in modern conditions and in the future. In the course of the study based on the comprehensive methodology of systemic-structural and factorial analysis, political-comparative and comparative-historical approaches and methods of applied political analysis and forecasting, the following tasks were solved: fleshing out the specifics of the policy of forming a positive image of the state as direction of internal and foreign policy activities, specification of its main models, mechanisms and tools; identification of the relationship of the political sphere and the spheres of sport, including elite sport, showing their actual and potential trade-offs; disclosing internal and external value of elite sport in general and in particular; defining of the basic approaches to the use of elite sport in the domestic policy of the formation of a positive image of the state and direction of their evolution; identifying promising areas for the use of elite sport as a policy instrument of forming of positive image of modern Russia.