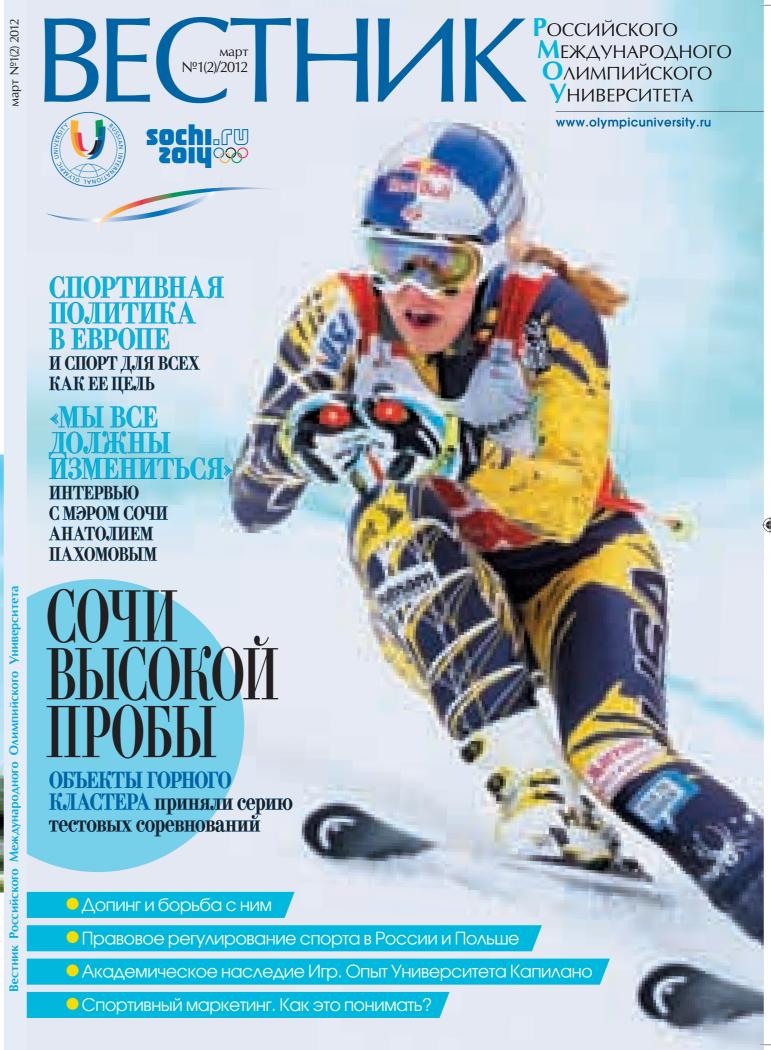


РОССИЙСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОЛИМПИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ







Российский Международный Олимпийский Университет предлагает новые программы повышения квалификации руководителей и менеджеров спортивной отрасли:

СПОРТИВНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ, СПОРТИВНЫЙ МАРКЕТИНГ, УПРАВЛЕНИЕ СПОРТИВНЫМИ ОБЪЕКТАМИ, ФОРМИРОВАНИЕ БЕЗБАРЬЕРНОЙ СРЕДЫ, СПОРТИВНОЕ ПРАВО И БЕЗОПАСНОСТЬ В СПОРТЕ.

В течение пяти дней лучшие отечественные преподаватели в форме интерактивных лекций и практикумов делятся секретами новой для россиян профессии – спортивного менеджера. В ходе занятий слушатели не только получают основы теоретических знаний, но и моделируют процессы эффективного функционирования спортивных организаций, разрабатывают и защищают собственные проекты, разбирают интересные кейсы...

Программы подготовлены с учетом потребностей профессиональной аудитории.
Они могут быть полезны представителям органов исполнительной и законодательной власти, руководителям спортивных федераций, клубов, организаторам соревнований и спортивно-оздоровительных мероприятий.

Курсы проводятся в Москве, Сочи или вашем регионе для групп до 25 человек. Предполагаются также дистанционное обучение, электронное тестирование и интернет-консультации преподавателей. По итогам обучения слушатели получают сертификат Российского Международного Олимпийского Университета.

Более подробную информацию об организации и содержании образовательных программ можно получить в управлении маркетинга РМОУ:

тел.: +7(495) 956-24-30

e-mail: programs@olympicuniversity.ru : www.olympicuniversity.ru





ВЕСТНИК РОССИЙСКОГО МЕЖДУНАРОДНОГО ОЛИМПИЙСКОГО УНИВЕРСИТЕТА

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ



Лев БЕЛОУСОВ,

Председатель Совета, генеральный директор Российского Международного Олимпийского Университета, профессор, д. и. н.



Леонид ЖЕСТЯННИКОВ,

первый вице-президент Российской ассоциации спортивных сооружений, д.э.н.



Михаил ИОФФЕ,

ректор бизнес-школы «Синергия», профессор, д. э. н.



Владимир ЛЕДНЕВ,

первый проректор Московского финансово-промышленного университета, профессор, д. э. н.



Эмилио Фернандес ПЕНЬЯ,

директор Центра олимпийских исследований Автономного университета Барселоны (Испания)



Анна ХАРНАС,

директор образовательных, молодежных и партнерских программ Оргкомитета «Сочи 2014»



Олег ХАРЧЕНКО,

главный архитектор госкорпорации «Олимпстрой», профессор



Иан ХЕНРИ,

директор Центра олимпийских исследований Университета Лафборо (Великобритания)



Ирина ШОЙГУ,

декан Высшей школы спортивной индустрии Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова



РЕДАКЦИЯ

Сергей МУРАВЬЕВ, главный редактор Евгения ЛЕОНТЬЕВА, корректор Наталья ТРУБКИНА, бильд-редактор Павел ЕРЁМИН, дизайн и верстка

В работе над номером принимал участие Дмитрий БОШМАН

КОНТАКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

<u>Учредитель:</u> АНО «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 г.

<u>Адрес редакции:</u> 119049 Москва, ул. Новослободская, д. 23, офис 740 Тел.: +7 (495) 956-24-30; факс: +7 (495) 956-24-31 E-mail: vestnik@olympicuniversity.ru www.olympicuniversity.ru

Отпечатано в типографии «Артвей». Москва, Дмитровское шоссе, д. 60А Тираж 2000 экземпляров. Заказ №200 от 23 марта 2012г.

<u>Фото на обложке -</u> олимпийская чемпионка Линдси Вонн (США). Этап Кубка мира по горнолыжному спорту на курорте «Роза Хутор», Сочи, февраль 2012. Фото РИА «Новости».

В номере использованы фото: РИА «Новости»; архивы пресс-служб





Содержание

ОТ ПЕРВОГО ЛИЦА

4

Приветственное слово главы Национального олимпийского комитета Армении Гагика Царукяна

6

«Мы все должны измениться»

Интервью с мэром Сочи Анатолием Пахомовым

СОЧИ-2014

10

Конкурс по отбору волонтеров, площадки для болельщиков на улицах городов, эстафета Олимпийского огня

и другие новости о подготовке Игр

ОЛИМПИЙСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ

20

Николай Пешин и Богуш Бомановский. Правовые проблемы и особенности госрегулирования спорта в России и Польше

Опыт соседних государств может пригодиться при совершенствовании законодательства

32

Андрей Малыгин. Введение в спортивный маркетинг

Рыночное становление спортивной индустрии продолжается, и современный маркетинг – ключевой фактор коммерческого успеха

PMOY

46

Шаг за шагом, день за днем

Хроника деятельности Российского Международного Олимпийского Университета

9



ИНДУСТРИЯ СПОРТА

ИАН ХЕНРИ. СПОРТИВНАЯ ПОЛИТИКА В ЕВРОПЕ И СПОРТ ДЛЯ ВСЕХ КАК ЕЕ ЦЕЛЬ

Движение «Спорт для всех» в развитии: от зарождения до относительного спада

Сергей Муравьев. Статусы национальных хост-агентства и фотопула на Играх-2014: соискание, возможности, эффекты

«РИА Новости» рассчитывает выйти на новый уровень благодаря Играм в Сочи

Александр Деревоедов. Допинг в спорте и борьба с ним.

Всемирная антидопинговая программа, роль и место национального антидопингового агентства

Сергей Муравьев. Турнир «Макдоналдс Золотая Шайба» в Москве: ПРАКТИКА СПОНСОРСТВА В МАССОВОМ СПОРТЕ

> Зимой 2014 года, когда Сочи буду принимать Игры, популярному среди молодежи турниру исполнится 50 лет

ОЛИМПИЙСКОЕ НАСЛЕДИЕ

Василий Кузищин. Священное перемирие основа концепции Олимпийских игр Древней Греции

«Воздерживаясь от войны, вы защищаете вашу страну. Обучайте эллинов общепризнанной дружбе»

Грэм Фейн, Кейси Дорин. Создание академического наследия зимних Олимпийских игр 2010 года. Опыт Университета Капилано Соседство с объектами Игр открывает перед учебными заведениями уникальные возможности

ТЕСТОВЫЕ СОРЕВНОВАНИЯ -2012

Сочи высокой пробы

Объекты горного кластера приняли серию тестовых соревнований

НАВИГАТОР

Календарь спортивного менеджера

Семинары, форумы и выставки на ближайшие полгода

Полезные ссылки

Интернет-сайты, которые могут пригодиться в работе



ОТ ПЕРВОГО ЛИЦА

Уважаемые друзья!

Приветствую наших коллег из Российского Международного Олимпийского Университета и всех читателей «Вестника РМОУ». Между НОК Армении и РМОУ сложились партнерские отношения. Уже состоялись взаимные визиты представителей наших организаций, был подписан Меморандум о сотрудничестве. Мы высоко ценим роль университета как важного образовательного учреждения для распространения олимпийского знания и подготовки кадров в спортивной сфере.



Современному спорту нужны профессиональные кадры, обладающие знаниями, умениями и навыками организации и управления в спортивной индустрии. Уверен, что РМОУ станет той образовательной площадкой, откуда в ближайшем будущем выйдут новые высококвалифицированные специалисты. Надеюсь, РМОУ успешно и с достоинством решит все те важные и сложные задачи, которые поставлены перед ним, и станет одним из передовых образовательных мировых центров в области спортивного менеджмента.

Желаю нашим российским коллегам крепкого олимпийского здоровья, успехов во всех начинаниях и достижения новых олимпийских высот.

Президент Национального олимпийского комитета Армении ГАГИК ЦАРУКЯН

Олимпийские традиции Армении

Армения — одно из самых древних государств мира, наследующее богатую историю и культуру. История спорта в стране восходит к языческим празднованиям, во время которых происходили первые состязания в стрельбе из лука и метании копья, борьбе, скачках и боксе. Эти состязания имели много общего с программами Игр древних греков на равнинах Олимпии. Известно, что армянский царь Трдат III Аршакуни, во времена правления которого христианство было провозглашено государственной религией Армении, был победителем древних Олимпийских игр.

Вторая половина XVIII века отмечена особым прогрессом в развитии физкультуры и спорта. Новые армянские школы, в которых среди прочего преподавалась и физическая культура, открывались в Ереване, Москве, Эчмиадзине, Тбилиси, Астрахани, на острове Святого Лазаря в Венеции и других городах. Позднее как в самой Армении, так и в армянских центрах



за границей стали возникать спортивные клубы, были организованы панармянские спортивные соревнования и празднования.

В новейшей истории первыми атлетами, принявшими участие в Олимпийских играх, стали Мкртич Мкреян и Ваграм Папазян из Константинополя, соревновавшиеся в Стокгольме в 1912 году. В XX веке спортсмены, которых Армения делегировала в советскую олимпийскую сборную, а позднее представлявшие независимую Армению, завоевали 17 золотых олимпийских медалей в личном и командном зачетах в таких видах как греко-римская борьба, бокс, пятиборье, стрельба, гимнастика, легкая и тяжелая атлетика.

Начало положил гимнаст Грант Шагинян, на дебютных для советских спортсменов Играх в Хельсинки в 1952 году взявший два золота (упражнения на кольцах и золото в командном первенстве). Спустя четыре года на Играх в Мельбурне его успех в тех же дисциплинах повторил Альберт Азарян. Он же завоевал золото в упражнениях на кольцах в Риме-1960. Золотые медали из Мельбурна привезли также боксер Владимир Енгибарян и представлявший Армению Игорь Новиков (командное первенство в пятиборье). Новиков сумел повторить свой успех в составе сборной и в Токио в 1964-м. Компанию чемпионов-мужчин оттенила Фаина Мельник, первенствовавшая в метании диска в Мюнхене-1972.

Триумф сборной СССР по тяжелой атлетике на Олимпиаде-80 в Москве связан с именем Юрия Варданяна. Он завоевал олимпийское золото, обновив сразу несколько мировых рекордов среди атлетов средней весовой категории. В соперничестве с другим фаворитом Игр болгарином Благоем Благоевым он обеспечил себе золото досрочно, имея в запасе один зачетный подход. И благодаря этому подходу стал автором одной из сенсаций Олимпиады-80. На табло зажглись цифры 225,5 кг – вес, труднодостижимый даже для тяжеловесов. И Варданян взял его, впервые в истории тяжелой атлетики преодолев рубеж в 400 кг в сумме двоеборья. В течение следующего олимпийского цикла Юрий Варданян оставался безоговорочным фаворитом Игр в Лос-Анджелесе, однако мечтам о новой победе не суждено было сбыться: советские спортсмены не приняли участия в этих соревнованиях из-за бойкота.

Также в Москве состоялась золотая эстафета династии гимнастов Азарянов: тренировавшийся под руководством отца Эдуард Азарян повторил его успех, став олимпийским чемпионом в составе сборной СССР.

Следующих золотых медалей пришлось ждать восемь лет. В Сеуле-1988 золото завоевал Левон Джулфалакян, ныне занимающий пост главного тренера сборной Армении по греко-римской борьбе. А еще одна медаль пришла уже после тех Игр: тяжелоатлет Оксен Мирзоян был в Корее вторым в категории 56 кг, однако позднее опередившего его болгарина Митко Граблева уличили в применении допинга и серебро Мирзояна превратилось в золото. Затем последовали три золота Барселоны (Исраэль Милитосян, тяжелая атлетика; Мнацакан Искандарян, греко-римская борьба; Грачья Петикян, пулевая стрельба) и одно – Атланты (Армен Назарян, греко-римская борьба).

Национальный олимпийский комитет Армении был основан в 1990 году и признан Международным олимпийским комитетом в 1993-м. В 2004-м президентом НОК Армении был избран Гагик Николаевич Царукян. Летом 2011 года в Сочи был подписан Меморандум о взаимодействии между РМОУ и НОК Армении. Он предполагает совместную разработку и реализацию образовательных программ в интересах НОК Армении, проведение исследований с привлечением экспертов, обладающих признанной международной квалификацией. Документ также предусматривает организацию стажировок и участие слушателей учебных программ РМОУ в мероприятиях, проводимых НОК Армении, обучение представителей комитета по всем направлениям академических и иных программ РМОУ. В сентябре 2011 года состоялось гоаd-show делегации университета в Армении. На круглом столе в Армянском государственном институте физической культуры, собравшем представителей спортивной и культурной элиты страны, генеральный директор РМОУ Лев Белоусов рассказал о стратегии развития университета, новых программах и результатах его работы. На встрече Гагик Царукян и Лев Белоусов наметили направления сотрудничества в области олимпийского образования.



Анатолий Пахомов: «Мы все должны измениться»

Сочи будет преобразован в современный круглогодичный курорт мирового уровня – такую перспективу видит мэр олимпийской столицы России. Благодаря Играм-2014 город получает уникальную возможность показать всему миру свои конкурентные преимущества.

АНАТОЛИЯ ПАХОМОВА ВПОЛНЕ ОЛИМПИЙСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ. Он не курит, увлекается туризмом и пляжным волейболом, патронирует Краснодарскую краевую федерацию пляжных видов спорта.

Для мэра города, где реализуется амбициозный проект Олимпиады-2014, это важные черты в дополнение к главному качеству – умению эффективно управлять, которое г-н Пахомов успел продемонстрировать на посту главы администрации другого черноморского курорта, Анапы. Значение предстоящих зимних Игр Анатолий Пахомов формулирует так: благодаря им Сочи не только станет более удобным городом и комфортным курортом, но и получит олимпийское наследие. А оно при правильном отношении способно превратить «летнюю столицу» России в спортивный центр мирового масштаба.

Сергей Муравьев: Анатолий Николаевич, СМИ регулярно фиксируют, как идет подготовка к Олимпиаде

в Сочи: что построено, реконструировано, какие задачи еще надо решить. А что на данный момент в предстоящей работе волнует именно вас?

Анатолий Пахомов: Олимпийские игры после их завершения оставят городу богатейшее наследие в виде современных стадионов, развитой инфраструктуры, средств размещения, соответствующих мировым стандартам, и сервиса. Наша стратегическая цель – в полной мере воспользоваться имеющимися перспективами, максимально реализовать их на благо города и его жителей. Сложность момента в том, что история знает примеры, когда вложенные некоторыми странами в проведение Олим-

оторыми странами в проведение Олимпийских игр огромные средства не только не окупились, но даже стали



Анатолий Пахомов, мэр города Сочи

Анатолий Николаевич Пахомов родился 2 сентября 1960 года в станице Новоархангельской Краснодарского края. Окончил Кубанский государственный аграрный университет.

В 1999 году стал кандидатом экономических наук, в 2005-м — доктором технических наук, является профессором Кубанского государственного аграрного университета.

Работал руководителем департамента потребительского рынка и ценовой политики администрации Краснодарского края, вице-мэром Краснодара, руководителем краевого департамента комплексного развития курортов и туризма.

С 2005 по 2009 год возглавлял мэрию Анапы, где проявил себя как один из лучших руководителей Кубани.

20 января 2009 года был назначен и. о. мэра Сочи, а 26 апреля 2009-го был избран главой города.

Награжден орденом «Знак Почета». Женат. Воспитывает сына и дочь. Увлекается туризмом и пляжным волейболом.

для них экономическим балластом. Новейшие спортивные объекты так и остались невостребованными, постепенно разрушаясь. Причина в том, что эти государства не смогли правильно распорядиться своим олимпийским наследием, не провели необходимой для этого предварительной работы, определенной «заточки» экономической и социальной сфер под происходящие изменения.

А в Сочи такая «заточка» производится?

Конечно. Я вижу эту «заточку» и в целом залог успешного будущего нашего города в том числе и в появлении в Сочи Российского Международного Олимпийского Университета. Этот вуз сможет дать управленцев новой формации, в первую очередь спортивных менеджеров, хотя нам нужны управленцы и в других, сопредельных областях. Вообще, будущее города – это прежде всего человеческий фактор. Кстати, и в Стратегии развития России до 2020 года говорится о том, что да, динамично развивающиеся технологии – это прекрасно, но человек – единственный, уникальный и основной ресурс. Как известно, кадры решают все. Сочи все больше ибольше нуждается в кадрах, и крайне важно,

каким уровнем подготовки они будут обладать. А пока у нас существует, например, такая проблема: выпускники вузов получают образование, но не могут его применить, потому что никто не спешит принимать их на работу. Получается, вроде бы кадры есть, но в то же время их нет... В данном случае университет сможет оказать нам неоценимую помощь, выступив в качестве магистратуры или некоей бизнес-школы, готовя молодых людей, имеющих профессиональное образование, под конкретные рабочие места. И я чрезвычайно заинтересован в том, чтобы молодежь города была успешна и смогла внести свой вклад в будущее Сочи.

Это вопросы перспективы, пусть и ближайшей, тогда как сочинской администрации уже сегодня приходится руководить всеми сферами городского хозяйства и в то же время принимать участие в подготовке Олимпийских игр. Как насчет «заточки» самой администрации?

7



И над этим работа ведется очень активно. Скажем, в рамках подготовки к Олимпиаде-2014 мы открыли дополнительные отделы во всех департаментах и управлениях администрации города, штат расширился на 275 человек. Эти отделы занимаются непосредственно подготовкой к Олимпийским играм. Такие численные изменения были необходимы еще и потому, что в связи с Играми у нас добавилось огромное количество работы. В частности, к нам перешли функции по созданию безбарьерной среды, развитию волонтерского движения, проведению классификации средств размещения. Задачи приходится решать специфические, непривычные для нас, и здесь также трудно приуменьшить значение сотрудничества с РМОУ, который делает все возможное, чтобы вооружить нас самой свежей информацией, самым передовым инструментарием и опытом. Уже сейчас специальные курсы повышения квалификации

рения строительных стандартов. Нам нужны квалифицированные специалисты, изучившие зарубежный опыт создания безбарьерной среды, знающие этику обращения с людьми, имеющими инвалидность, стремящиеся изменить отношение общества к ним.

Вы сами имеете научную степень. Как оцениваете возможности РМОУ?

Могу сказать, что РМОУ – это бесценный кладезь остро необходимых уникальных знаний, опыта и возможностей для Сочи, как будущей олимпийской столицы, и для всей нашей страны. Ни одно государство в мире не создавало такой крупной, специально ориентированной структуры, одобренной МОК, которая сможет готовить высококвалифицированных специалистов в сфере физической культуры, олимпийском и паралимпийском движениях, государственных и муниципальных органах



"Сочи все больше и больше нуждается в кадрах, и крайне важно, каким уровнем подготовки они будут обладать"

для служащих сочинского муниципалитета (как, кстати, и для региональных руководителей спорта России и сотрудников компании «Олимпстрой») оказывают значительную помощь в работе.

Университетом проводятся различные тематические семинары по актуальным для города направлениям. Так, недавно состоялся семинар «Оценка доступности объектов для маломобильных групп населения» для работников администрации и представителей организаций инвалидов. Работа в режиме диалога позволила нам скоординировать усилия и получить максимально результативный итог. На сегодня план построения безбарьерной среды в Сочи выполнен более чем на 25%. В перспективе он станет основой для разработки соответствующего общенационального стандарта. В России проживает свыше 13 млн человек с инвалидностью, большинство из которых лишены возможности вести нормальную повседневную жизнь, и формирование среды, комфортной для инвалидов, должно начаться не только с внедуправления, во многих других сферах, имеющих отношение к спорту.

Одним из проводимых РМОУ образовательных мероприятий, в котором вы участвовали, был семинар для руководителей национальных олимпийских комитетов и министров спорта стран СНГ, Балтии и Восточной Европы. На ваш взгляд, что могут дать городу подобные мероприятия?

В этом семинаре приняли участие представители 22 стран. Конечно, нам необходим обмен опытом со странами, принимающими такие глобальные турниры, как, например, Азиатские игры – 2011, чемпионат Европы по футболу – 2012 и т.д. Но, самое главное, эти встречи способствуют укреплению связей между национальными олимпийскими комитетами, а значит, и между странами.

По каким направлениям сотрудничество города с РМОУ может быть наиболее эффективным?

Q



В августе прошлого года администрация Сочи и Олимпийский университет подписали Меморандум о взаимодействии, в котором мы признали необходимость объединения наших усилий по развитию и продвижению привлекательного имиджа и репутации Сочи, разработке инновационных технологий, обеспечению бережного отношения к природе, созданию безбарьерной среды, пропаганде здорового образа жизни, использованию разнообразных образовательных возможностей и др. Мне кажется, что любое направление, которое могут предложить специалисты РМОУ, эффективно. Ведь нам предлагают все самое лучшее: с нами делятся знаниями и опытом известные люди, звезды в своих областях, читать лекции приезжают признанные величины в мире коммуникаций и в области коммерческого использования олимпийских объектов, спортивные тренеры и т.д.

А еще нас очень интересует издательская деятельность университета. Прежде всего, мы, наверное, первые и самые заинтересованные читатели публикуемых РМОУ лекций и книг по различным направлениям спортивного и олимпийского образования. А во-вторых, в настоящее время мы обсуждаем вопрос об издании совместного труда: предполагается последовательно заархивировать материалы, которые имеют отношение к олимпийской истории нашего города и отображают все этапы пути к победе нашей заявки.

Сегодня деятельность РМОУ координируется из Москвы, в Сочи расположен лишь филиал университета. Однако в 2013 году состоится открытие учебного комплекса РМОУ в Сочи, и именно тут будет работать университет. Чего ждет город от начала этой работы?

Разумеется, мы очень рассчитываем на первых выпускников этого вуза, которые помогут обеспечить эффективное управление олимпийскими объектами уже после Игр.

Но Олимпийский университет – это не просто образовательное учреждение. Он сочетает в себе функции и образовательного учреждения, и исследовательского центра, и центра деловой активности. Поэтому комплекс РМОУ – это не только учебные аудитории, но и конференц-зал, крупнейший на юге России, гостиницы, фитнес-центры, спортплощадки и многое другое. Проект предусматривает значительное озеленение территории. Кстати, вся эта терри-

тория будет открыта для жителей и гостей города. Университет создаст 600 рабочих мест, будет генерировать новые налоги и платежи. Так что выгода для города очевидна.

Анатолий Николаевич, а каким вы видите Сочи после Олимпиады?

Проект «Сочи-2014» является для нас не просто программой по подготовке к проведению Олимпийских и Паралимпийских игр зимой 2014 года. Для Сочи это в первую очередь программа по его возрождению, приведению в порядок всей инфраструктуры. За время подготовки к Играм решены будут главные проблемы города: проблема пробок, проблема дефицита энергии и природного газа, проблема водоснабжения и водоотведения... Сочи будет преобразован в современный круглогодичный курорт мирового уровня. Здесь появятся современные отели с более высоким сервисом, придут новые международные гостиничные операторы – Hilton, Hyatt и др. С 2014 года у нас будут проходить спортивные события, способные принести мировую популярность, - «Формула-1», чемпионат мира по футболу. Думаю, Сочи использует шанс разрекламировать свои конкурентные преимущества и станет привлекательным для всех: и для людей, желающих поправить здоровье, и для любителей спорта, и для обычных туристов. У нас для этого есть все возможности. Уверен, что такого уникального сочетания благоприятных факторов, какими располагает Сочи, нет больше ни у одного курорта в мире.

•





СОЧИ-2014

ДАН СТАРТ МАССОВОМУ ОТБОРУ ВОЛОНТЕРОВ

За два года до начала Игр Оргкомитет «Сочи 2014» объявил о начале массового набора волонтеров. Волонтером может стать любой, кому на 6 января 2014 года будет от 18 до 80 лет.

Ожидается, что до конца этого года на официальный сайт vol.sochi2014.com поступит не менее 200 тыс. заявок, а конкурс среди волонтеров оценивается в восемь человек на место. Набор ознаменуется десятками различных акций, которые пройдут по всей стране с участием 26 волонтерских центров «Сочи 2014». Кандидаты в волонтеры должны заполнить анкету на интернет-сайте, после чего в зависимости от области желаемой деятельности и региона проживания заявка попадет на рассмотрение в один из волонтерских центров. В течение нескольких дней на почту кандидата придет подтверждение



регистрации. Приглашение принять участие в отборочном интервью получат те, чья заявка полностью соответствует требованиям, указанным на портале vol.sochi2014.com. «Почему волонтеры должны поехать в Сочи? – спрашивает президент Оргкомитета «Сочи 2014» Дмитрий Чернышенко. – Да потому, что такой шанс выпадает один раз! Лучшие из лучших, отобранные по конкурсу, будут сопричастны великому историческому событию, которое запомнится им на всю жизнь».

Программа подготовки олимпийских волонтеров – один из самых масштабных проектов оргкомитета. На Играх в Сочи будет задействовано около 25 тыс. волонтеров в более чем

20 областях деятельности – от встреч делегаций в аэропорту до помощи в организации церемонии закрытия Игр. Кроме того, около 3 тыс. волонтеров будут помогать гостям Игр перемещаться между объектами, обеспечат гостеприимный и дружественный прием. В целом на волонтеров придется свыше 30% от числа всего персонала Игр.

ГОТОВИТСЯ МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФОРУМ «МИР И СПОРТ»

В Сочи обсудили организационные вопросы Международного форума «Мир и Спорт», который впервые за пять лет своей истории в этом году пройдет в России, в столице Олимпийских игр 2014 года.

В рамках визита делегация из Монако также побывала в Красной Поляне и Зимнем театре, где предположительно и будет проходить форум. В Зимнем театре для гостей состоялся концерт Сочинского симфонического ор-

кестра, который примет участие в культурной программе форума «Мир и Спорт». Как сообщил представитель делегации из Монако Николас Петит, участниками сочинского форума станут представители более 100 стран мира,

50 из них будут представлять главы государств, члены правительств, министры спорта. Также на форум приедут свыше 20 членов МОК, представители мира спорта и неправительственных организаций.

10





ТАЛИСМАНЫ УКРАСИЛИ СОБОЙ 25-РУБЛЕВУЮ МОНЕТУ

Массовый выпуск памятной 25-рублевой монеты с талисманами Игр открыл вторую серию монетной программы «Сочи 2014». Тираж монет с Зайкой, Леопардом и Белым Мишкой составит до 10 млн штук.

Всего же в 2012 году в обращение поступит 12 «олимпийских» монет в ряде тематических серий. Выпуск монет будет проходить в несколько этапов. Помимо монет с талисманами выпущены четыре серебряные памятные монеты номиналом 3 рубля и тиражом до 35 тыс. штук каждая: «Скелетон», «Сноуборд», «Фристайл» и «Прыжки на лыжах с трамплина» (посвящена 100-летию прыжков на лыжах с трамплина в России). На оборотной стороне монет серии «Флора и Фауна Сочи» рядом со спортсменами изображены растения-эндемики, распространенные в регионе Сочи. Еще одна монета серии – золотые 1000 рублей «Фауна Сочи» с аллегорическим изображением богини Фауны. В сентябре в продажу поступят памятные монеты из драгоценных металлов: серебряная

номиналом 100 рублей из коллекции «Русская зима», а также две золотые – «Конькобежный спорт» и «Лыжный спорт» – номиналом 50 рублей. Кроме того, ассортимент инвестиционных монет будет дополнен серебряной и двумя золотыми разных номиналов и веса с талисманом Игр 2014 года – Белым Мишкой.

СУВЕНИРЫ С ФИРМЕННОЙ СИМВОЛИКОЙ ПРОДАЮТСЯ ОНЛАЙН

Начал работу интернет-магазин лицензионной продукции «Сочи 2014» (shop.sochi2014.com).

В продажу единовременно поступило более 100 наименований товаров, в том числе талисманы Игр. Здесь предлагаются сувениры, игрушки, фирменная одежда, канце-



лярские товары, дорожные сумки, товары для дома и многое другое. По функциональным возможностям и уровню сервиса интернет-магазин «Сочи 2014» стал самым инновационным в истории олимпийского движения: он обслуживает клиентов 24 часа в сутки, подбирать товары можно по рекордному количеству параметров — 15, а время подтверждения заказа составляет не более 15 минут.





В АЭРОПОРТУ СОЧИ ВВОДИТСЯ СИСТЕМА СКВОЗНОЙ РЕГИСТРАЦИИ

С апреля в аэропорту Сочи вводится система сквозной регистрации на международные рейсы. Такая система позволяет пассажирам сократить время, необходимое для пересадки с одного рейса на другой.

В 2014 году, согласно требованиям Международного олимпийского комитета, аэропорт Сочи должен будет обеспечить 24 взлетапосадки в час. «Обучение работе с новой системой уже прошли два регистратора Международного аэропорта Сочи, — информирует управляющая аэропортами юга России компания «Базэл Аэро». — Они получили сертификаты, позволяющие передавать опыт другим профильным специалистам».

КРЫША ВОКЗАЛА КАК ВОЛНА

Строители нового здания Адлерского вокзала в Сочи начали подготовку к уникальной операции по установке 750-тонного каркаса кровли.

Кровельная конструкция конкорса главного пассажирского зала, расположенного над железнодорожными путями, состоит из 17 несущих стропильных балок длиной 67 м каждая, объединенных поперечными балками. Она уже смонтирована и установлена на временные опоры, сообщает подрядная организация НПО «Мостовик». По задумке архитекторов, кровля и стеклянные фасады вместе создадут образ морской волны, набегающей на берег.



Назначенный исполнительным директором национальной сборной Канады по хоккею Стив Айзерман выразил надежду, что в ее составе в Сочи будут хоккеисты-профессионалы из клубов Национальной хоккейной лиги (НХЛ).

В интервью канадской газете Globe and Mail Айзерман пообещал, что будет отстаивать интересы сборной в полемике с руководством НХЛ. Пока НХЛ увязывает вопрос о приостановке матчей лиги на срок проведения Игр в Сочи с выработкой нового коллективного соглашения между лигой, клубами и игроками. До его заключения решение об участии хоккеистов из НХЛ в Играх принято быть не может. «Олимпиаду любят все, – заявил Стив Айзерман. – Очевидно, что такие соревнования полезны для развития спорта в целом. Конечно, если НХЛ откажется от участия, олимпийский хоккейный турнир будет иметь совершенно иной облик».

12







ПРИВЫЧНЫЕ УЛИЧНЫЕ ФОНАРИ ЗАМЕНЯТ НА СВЕТОДИОДНЫЕ

Привычные уличные фонари в Сочи к Играм заменят на светодиодные.

Первые 17 светодиодных светильников уже установлены на Черноморской улице города. Помимо впечатляющей экономии энергии на уровне 60–70% по сравнению с традиционными, светильники интересны тем, что им можно придать практически любую форму.



ОРГКОМИТЕТ «СОЧИ 2014» ПРЕДЛОЖИЛ КОНЦЕПЦИЮ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ГОРНЫХ СЕЛЕНИЙ

В рамках глобальной инициативы ООН «Повестка дня на XXI век» разработаны предложения по устойчивому развитию горных поселений в зоне олимпийского строительства.

Среди прочего в основу планов легли данные опроса более 600 жителей селений Эсто-Садок, Галицыно и Черешня. Проекты уже прошли этап общественных обсуждений, по итогам которых предложено развивать селения как единый рекреационно-туристический кластер при четкой специализации каждого из них. В работе над проектами объединились Оргкомитет «Сочи 2014», Российский региональный экологический центр и администрация города Сочи.

Программы устойчивого развития селений предполагают решение первоочередных задач в социальной, экономической и экологической сферах и позволяют повысить социальную активность жителей. Их реализация станет наглядным

примером того, к каким позитивным изменениям в конкретном регионе способно привести проведение на его территории глобального спортивного мероприятия. Так, развитие селения Эсто-Садок может проходить в тесной связке с Красной Поляной. На их базе планируется создать центр спортивного туризма. Программы спортивного и экологического туризма (горный велосипед, стрелковый спорт, пешие и конные прогулки) могут быть дополнены посещением культурных и этнографических объектов (охотничий домик Николая II, дольмены древние захоронения, датируемые V-III тысячелетием до н. э. и др.).

«Сердцем» единого рекреационно-туристического кластера

может стать поселение Галицыно – со специализацией на спортивном, культурно-этническом и познавательно-развлекательном туризме. В окрестностях Галицына находятся Греческая православная церковь Св. Георгия, Троице-Георгиевский женский монастырь, памятник природы эпохи палеолита – Ахштырская пещера.

Наконец, в программе устойчивого развития поселения Черешня акцент сделан на развитии сельского хозяйства и гастрономическом туризме. С учетом мнения местных жителей здесь предложено построить цех по переработке фруктов и овощей, организовать парниковое хозяйство и развивать производство органических продуктов.

13



ТЕЛЕВЕЩАТЕЛИ ПРОВЕЛИ РАЗВЕДКУ НА МЕСТЕ

Более 100 представителей ведущих телекомпаний мира, которые приобрели права на телевизионный показ Игр в Сочи, в начале февраля приехали в Красную Поляну для участия в первой Международной встрече вещателей Олимпийских игр 2014 года.

Вещатели ознакомились с ходом подготовки к Играм и обсудили деятельность телерадиокомпаний до, во время и после Олимпийских и Паралимпийских игр 2014 года. В мероприятии участвовали представители Sky Italia, ATV (Австрия), ORF (Австрия), ARD/ZDF (Германия), FT2/FT3 (Франция), NBC Olympics (США), Japanese Consortium и других телекомпаний. Многие из этих телекомпаний будут иметь собственное производство в столице зимних Игр 2014 года с привлечением как собственных сотрудников, так и сочинского персонала. С целью информационной поддержки Игр уже в нынешнем году крупные телекомпании будут осуществлять съемки на территории России, а с ноября 2013-го начнут работать в Сочи. «Сегодня представители телевизионной индустрии являются полноправными

участниками олимпийского движения, ведь Олимпийские игры собирают одну из самых больших зрительских аудиторий в мире, - заявил заместитель председателя правительства Дмитрий Козак. – Игры давно стали не только зрелищным спортивным праздником, но и масштабным телевизионным шоу. От эффективности работы спортивных журналистов, продюсеров церемоний открытия и закрытия Игр, качества телевизионной картинки напрямую зависит интерес самых широких слоев населения к Играм и олимпийским ценностям и идеалам». Традиционно столица будущих Игр принимает две международные встречи телевещателей, проводимые Олимпийской вещательной службой (OBS). На вторую встречу, которая запланирована на начало 2013 года, в Сочи прибудут более 300 участников.

100-ЛЕТНИЙ СОЧИНЕЦ УСТАНОВИЛ РЕКОРД

Житель олимпийской столицы Василий Крапивин стал самым старшим участником открытого чемпионата города по плаванию среди ветеранов.

Помимо этого он стал первым россиянином, совершившим заплыв в возрастной категории «100+». В феврале нынешнего года Василий Иванович отметил вековой юбилей. Спорт, признается сочинец, одна из составляющих секрета долголетия, но профессионально плаванием Крапивин никогда не занимался. Главным видом спорта для него всегда была легкая атлетика, также он любил кататься на коньках и лыжах. Среди участников турнира были призеры Олимпийских игр, чемпионы мира и России. Дистанция Василия Ивановича - 25 м вольным стилем. На чемпионате – самая короткая, но внимание всех приковано именно к ней. И это неудивительно.

ЗА ПРАВО ПРОВЕСТИ ИГРЫ-2020 ПОБОРЮТСЯ ПЯТЬ ПРЕТЕНДЕНТОВ

Международный олимпийский комитет завершил прием заявок на проведение летних Игр – 2020.

Свои заявочные книги отправили пять городов-претендентов: Стамбул, Токио, Баку, Доха и Мадрид. Отказался от участия в борьбе за право проведения Игр ранее рассматривавший такую возмож-

ность Рим. Специально назначенные МОК рабочие группы изучат заявки и представят свои доклады на рассмотрение в Исполнительный комитет МОК. На заседании исполкома в мае в канадском Квебеке будут утверждены финалисты. Отчеты рабочих групп будут опубликованы на официальном сайте МОК. Выборы столицы Игр-2020 пройдут 7 сентября 2013 года в Буэнос-Айресе.

14







ЗИМНИЕ ИГРЫ В ЛЕТНЕМ САДУ

Российские ученые приступили к отбору сортов растений, которые украсят город в дни Белой олимпиады 2014 года. Озеленение и благоустройство олимпийских объектов стали темой экологического семинара, организованного госкорпорацией «Олимпстрой» совместно с НП «Центр экологической сертификации — Зеленые стандарты» и Советом по экологическому строительству.

«Олимпийским подрядчикам и ответственным исполнителям уже сейчас важно понимать, какие посадочные материалы можно будет использовать, из каких они регионов. Озеленение некоторых объектов начнется уже в этом году», - отметил начальник отдела департамента экологического сопровождения ГК «Олимпстрой» Игорь Давыдов. Ведущие российские эксперты в области ландшафтного дизайна, среди которых были сочинские ученые, рассказали строителям, как правильно вырастить олимпийский сад под открытым небом. Уникальным опытом поделились и специалисты из Лондона. Они представили программу озеленения британской столицы, где пройдут летние Олимпийские игры – 2012. В числе оригинальных «зеленых» решений - висячие сады с английскими лужайками, расположенные на высоте 10 м от уровня земли.



К годовщине всероссийского выбора талисманов Игр 2014 года выпущены почтовые блоки с олимпийскими (Леопардом, Зайкой, Белым Мишкой) и паралимпийскими (Лучиком и Снежинкой) талисманами. Тираж блоков – 220 тыс. экземпляров каждый, номинал – 45 и 30 рублей соответственно.

Первыми обладателями уникальных почтовых блоков стали сочинские школьники из общеобразовательной школы №9 им. Николая Островского, где прошла церемония памятного гашения блоков. Выпуск почтовых блоков с талисманами Игр и сувенирного набора в художественной обложке с этими блоками открыл второй год филателистической программы «Сочи 2014». В апреле выйдут марки, которые продолжат серию «ХХІІ Олимпийские зимние игры в Сочи. Туризм на Черноморском побережье России», а в октябре увидит свет продолжение серии «ХХІІ Олимпийские зимние игры в Сочи. Зимние олимпийские виды спорта».

СИСТЕМУ ТЕПЛОСНАБЖЕНИЯ МОДЕРНИЗИРУЮТ

Подготовка к зимним Олимпийским играм в Сочи поможет модернизировать устаревшую систему теплоснабжения курорта.

Строительство газопровода Джубга — Лазаревское — Сочи, перевод котельных с мазута и угля на газовое топливо, реконструкция котельных и теплотрасс снизят расходы тепловой энергии примерно на 30%. Комплексная программа модернизации системы теплоснабжения города уже разработана. Все городские котельные будут переведены на экологически чистое топливо.

15



СОЧИ-2014

УЛЬЯНОВСК ПРИСОЕДИНИЛСЯ К КУЛЬТУРНОЙ ПРОГРАММЕ

Международный музыкальный фестиваль «Мир. Эпоха. Имена», прошедший в Ульяновске во второй половине марта, включен в программу Года музыки Культурной Олимпиады «Сочи 2014».

Помощник губернатора Татьяна Ившина напомнила, что в рамках проекта по всей стране в этом году пройдет около тысячи мероприятий, представляющих весь спектр музыкальных

направлений – от классики до авангарда. На фестивале, проводившемся в 50-й раз, выступили народная артистка СССР Елена Образцова, народные артисты России Николай Алексе-

ев и Олег Меньшиков, солистка Мариинского театра Вероника Джиоева, американский джазмен Абду Салим, музыканты из Японии, Китая, США, Болгарии и других стран.



ПЕРВАЯ «ЛАСТОЧКА» ПРИПЛЫЛА В РОССИЮ

Электропоезд Desiro Rus («Ласточка») в пятивагонном исполнении производства компании Siemens был отправлен в Россию паромом из Германии.

Это первый из 38 пригородных электропоездов, которые предназначены для перевозки спортсменов и болельщиков на Олимпиаде в Сочи. В течение 2012 года «Ласточка» будет проходить тестовые и сертификационные испытания на полигоне в подмосковной Щербинке и на железных дорогах России. Пассажирская эксплуатация этих электропоездов начнется в 2013 году в Казани и Сочи.



16







ВЕБ-КАМЕРЫ МОГУТ ПЕРЕЕХАТЬ

Минкомсвязи планирует к маю принять решение о том, как в дальнейшем использовать созданную к выборам президента систему видеонаблюдения.

Замглавы ведомства Илья Массух заявил, что решение будет приниматься с учетом предложений общественности и интернет-пользователей. «Нужно абстрагироваться от собственно веб-камер, главное – это платформа и каналы связи», - сказал он. Одно из предложений министерства разместить веб-камеры на олимпийских объектах Сочи, причем не только спортивных, чтобы гражданин «ощутил дух Олимпийской деревни и мог приобщиться к празднику».

ПЕРЕМЕНЫ В НАБЛЮДАТЕЛЬНОМ СОВЕТЕ ГОСКОРПОРАЦИИ «ОЛИМПСТРОЙ»

Министр регионального развития Виктор Басаргин сменил на посту председателя наблюдательного совета государственной корпорации «Олимпстрой» вицепремьера Дмитрия Козака.

Кроме того, в состав наблюдательного совета госкорпорации включен заместитель министра транспорта Николай Асаул, в то время как другой заместитель главы ведомства Олег Белозеров вышел из состава совета.



ОЛИМПИЙСКИЕ ИГРЫ ВЫЛЬЮТСЯ НА УЛИЦЫ ГОРОДОВ

Оргкомитет «Сочи 2014» объявил о старте беспрецедентного всероссийского проекта по организации олимпийских площадок (Live Sites) «Сочи 2014» в крупнейших городах

Площадки будут располагаться в исторически сложившихся местах празднования в разных городах – с большим экраном, звуком, светом и сценой. Одними из первых к программе присоединились Краснодар и Сочи, где первые площадки откроются уже этим летом, накануне Олимпийских игр в Лондоне. Ожидается, что в общей

сложности городские места празднования посетят до 30 млн человек, то есть почти каждая семья в России сможет почувствовать себя частью Игр в Сочи. Эти места празднования позволят сделать Игры событием не только для города, принимающего Олимпиаду, но и для всей страны. Каждая площадка будет оборудована видеосвязью с олимпийскими

стадионами в Сочи и другими российскими городами – участниками проекта.



-17



СОЧИ-2014



ЦЕНЫ В ОТЕЛЯХ БУДУТ ДОСТУПНЫМИ

Цены на услуги отелей в дни проведения Олимпиады в Сочи будут доступными: в трехзвездочной гостинице — 160 долларов за ночь, а в четырехзвездочной — 240 долларов за ночь.

Такие данные привел председатель Оргкомитета «Сочи 2014» Дмитрий Чернышенко. Он напомнил, что гарантии умеренной стоимости были даны еще в ходе заявочной кампании Сочи, а позднее с владельцами гос-



тиниц, пожелавшими участвовать в олимпийском проекте, были заключены соответствующие договоры. «Инвесторы с пониманием пошли на выполнение этих обязательств, – заявил Чернышенко. - Это будет достаточно короткий период, можно потерпеть и не получать сверхприбыль».

РОССИЙСКИЕ ЖУРНАЛИСТЫ МОГУТ ПОЛУЧИТЬ 200 АККРЕДИТАЦИЙ В СОЧИ

Для освещения зимней Олимпиады в Сочи российские журналисты могут получить более 200 аккредитаций.

Такова предварительная информация по итогам заседания рабочей группы по аккредитации журналистов, которое состоялось в штаб-квартире Международного олимпийского комитета в Лозанне в марте. Как подчеркнули участники заседания, на Играх в Сочи будет аккредитовано беспрецедентное количество российских журналистов. Обычно квота составляет 100 аккредитаций для представителей СМИ страны – хозяйки Игр.

18



НА ОБЪЕКТЫ ГОРНОГО КЛАСТЕРА – ПО КАНАТНОЙ ДОРОГЕ

К олимпийским объектам в горах зрители будут добираться по канатным дорогам большой вместимости.

Как сообщил заместитель главы администрации города Александр Карандин, компания Doppelmayr уже приступила к их установке. «Таких канатных дорог всего 15 в мире, три из них будут у нас. Пропускная способность составит 2,4 тыс. человек в час», – сообщил он.



ЭСТАФЕТА ОЛИМПИЙСКОГО ОГНЯ ОБНОВИТ РЕКОРДЫ

Эстафета олимпийского огня, которая пройдет накануне Игр в Сочи, обновит рекорды по продолжительности и протяженности маршрута.

«Мы детализировали маршрут эстафеты олимпийского огня, заключили договоры со всеми 83 субъектами РФ, отработали с ними маршруты и программу принятия огня в регионах, – заявил президент Оргкомитета зимних Олимпийских игр в Сочи Дмитрий Чернышенко. – Олимпийский огонь отправится на Байкал, Эльбрус и даже в космос. Для его перемещения будут использоваться все виды транспорта. Мы поставим максимальные мировые рекорды и по продолжительности эстафеты (123 дня), и по протяженности (она длиннее, чем экватор), и по количеству факелоносцев (их будет больше 14 тыс.)».

При подготовке использованы материалы официального сайта Олимпийских игр-2014, информационных агентств ИТАР-ТАСС,
РИА «Новости» и «Интерфакс»

19





Николай Пешин, д. ю. н., начальник проектноисследовательского управления РМОУ



Богуш Бомановский, докторант, кафедра административного права Университета Лодзи

Правовые проблемы и особенности госрегулирования спорта в России и Польше

Законодательство в области спорта в Российской Федерации нуждается в совершенствовании. Возможно ли при изменении регулирования учитывать и применять опыт соседних государств? Спорный вопрос, но изучать этот опыт, безусловно, необходимо.

ОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ СПОРТА ОСУЩЕСТВЛЯЕТСЯ в Российской Федерации на двух уровнях: федеральном и уровне субъектов. Нормы пункта «е» части 1 статьи 72 Конституции закрепили по-

ложение о том, что общие вопросы воспитания, образования, науки, культуры, физической культуры и спорта относятся к совместному ведению Российской Федерации и субъектов РФ.

Нормы части 2 статьи 76 при этом устанавливают, что по предметам совместного ведения Российской Федерации и ее субъектов издаются федеральные законы и принимаемые в соответствии с ними законы и иные нормативные правовые акты субъектов РФ. А вне пределов ведения Российской Федерации и ее полномочий по предметам совместного с субъектами РФ ведения последние обладают всей полнотой государственной власти (статья 73 Конституции), и в этой «остаточной»

области субъекты Федерации осуществляют собственное правовое регулирование, включая принятие законов и иных нормативных правовых актов.

При таком подходе кажется очевидным, что основной массив регулирования отношений в области спорта должен приходиться на региональное законодательство. Однако практика показывает, что это далеко не так. Большинство субъектов Федерации ограничивается принятием одного-двух законодательных актов в этой сфере. Может быть, этого достаточно?

Дело ведь не в количестве, а в качестве регулирования. Обратимся к практи-



ПРАВОВАЯ ПОЗИЦИЯ Конституционного суда признает возможным

признает возможным и допустимым наличие «опережающего законодательства»

ке, прежде всего к определению предмета регулирования в рассматриваемой области.

Как видно из приведенных конституционных норм, в правовом поле России сосуществуют два понятия: «физическая культура» и «спорт». Определение каждого из них содержит Федеральный закон от 4 декабря 2007 года № 329-ФЗ (в настоящее время действует в редакции от 6 декабря 2011 года) «О физической культуре и спорте в Российской Федерации» (далее – Закон о спорте).

Физическая культура – это, согласно терминологии Закона о спорте, часть культуры, представляющая собой совокупность ценностей, норм и знаний, создаваемых и используемых обществом в целях физического и интеллектуального развития способностей человека, совершенствования его двигательной активности и формирования здорового образа жизни, социальной адаптации путем физического воспитания, физической подготовки и физического развития.

Сточки зрения Закона о спорте **спорт** – сфера социально-культурной деятельности как совокупность видов спорта в форме соревнований и специальной практики подготовки человека к ним.

Если первое определение не вызывает сомнений (оно обозначает знания, ценности и другие факторы, направленные на физическое и интеллектуальное развитие человека), то второе представляется весьма спорным. «Спорт – это совокупность видов спорта» (а «вид спорта», чи-

таем ранее, это «часть спорта») – классический круг в определении, одно из нарушений правил логики. Более того, вид спорта в законе определяется как «часть спорта, которая признана в соответствии с требованиями настоящего закона обособленной сферой общественных отношений». Кем признана и как именно? Есть ли хоть один акт (например, изданный государством) о признании «части спорта обособленной сферой общественных отношений»? Наконец, последний по порядку, но не по значимости вопрос: почему именно в «настоящем Федеральном законе»? «Настоящий Федеральный закон», как мы помним, должен определять исключительно «основы», а не конкретные требования к видам спорта. И здесь, конечно, возникает очередной фундаментальный - вопрос: что именно следует считать «общими вопросами физической культуры и спорта»? Ответ на него приведет нас к пониманию общей схемы разграничения полномочий между федеральным и региональным

21

уровнями власти в отечественной спортивной сфере.

С точки зрения семантики **основы** – это наиболее общие, главные, исходные положения, которые определяют самые важные, принципиальные устои характеризуемого объекта или явления. Буквальное, то есть дословное, толкование термина приводит к выводу, что на федеральном уровне должен действовать только один общий закон, посвященный принципиальным устоям спорта в стране, а весь основной объем нормативного регулирования спорта должен быть сосредоточен на уровне субъектов РФ.

Однако едва ли не вся сложившаяся на сегодняшний день практика законодательного регулирования предметов совместного ведения свидетельствует об обратном: именно на федеральном уровне принимается любое количество нормативных правовых актов по вопросу,

относящемуся к указанной сфере, а субъекты Федерации регулируют ее лишь в границах, установленных федеральным законодателем. Более того, зачастую регионы сами не решаются проявить хотя бы малейшую инициативу и попытаться урегулировать вопрос из той самой сферы совместного ведения, которая «не охвачена» вниманием федерального законодателя. И это несмотря на то, что существует правовая позиция

Конституционного Суда РФ, еще в 1996 году признавшего возможным и допустимым наличие так называемого «опережающего законодательства»: Конституция, указал Суд, не препятствует субъектам РФ до издания федеральных законов осуществлять собственное правовое регулирование по предметам их совместного с Российской Федерацией ведения с тем, однако, что принятый в опережающем порядке акт субъекта РФ после издания федерального закона должен быть приведен в соответствие с ним¹.

В спортивной сфере госрегулирование осуществляется совершенно в русле описанной тенденции: субъекты Федерации практически не пытаются самостоятельно регулировать ни «основы спорта» (как вопрос совместного ведения), ни сам спорт (как сферу их собственных полномочий). Почти во всех субъектах РФ при-

няты законы о физической культуре и спорте (исключения – Хабаровский край, Смоленская область). Нередко принимаются и утверждаются законами региональные программы развития спорта (так, в Красноярском крае действовала программа поддержки спорта высших достижений). Органы местного самоуправления наделяются особыми государственными полномочиями в области физической культуры и спорта (в Камчатском крае, например, они наделены полномочиями по присвоению спортивных разрядов). Наконец, в субъектах Федерации можно найти законы о мерах социальной поддержки спортсменов (в Новгородской области действует закон «О социальной поддержке заслуженных деятелей физической культуры и спорта»). Какого-либо другого законодательного регулирования физкультуры и спорта субъекты РФ, как правило, не осуществляют.

Примеры, демонстрирующие действительное развитие системы спортивного законодательства на региональном уровне, крайне немногочисленны: так, в отдельных регионах приняты законы о развитии детского/детско-юношеского/студенческого спорта (Республика Башкортостан, Кабардино-Балкарская Республика). И встречаются совсем уж единичные случаи законодательного регулирования отдельных

вопросов спортивной сферы (Закон Ивановской области «О поддержке физкультурно-спортивных организаций» или Закон Мурманской области «О любительском и спортивном рыболовстве в Мурманской области»).

Даже в тех случаях, когда федеральный законодатель, по сути, создает прямые предпосылки для осуществления субъектами РФ самостоятельного регулирования спортивных отношений, они этими возможностями не пользуются. К примеру, федеральный законодатель отказался от регулирования так называемого любительского спорта. В новом федеральном законе появился термин «массовый спорт». Можно спорить, насколько два этих понятия пересекаются², однако очевидно, что любительский спорт не регулируется более федеральными актами, хотя потреб-

¹Постановление Конституционного суда РФ от 4 апреля 1996 года N 9-П «По делу о проверке конституционности ряда нормативных актов города Москвы и Московской области, Ставропольского края, Воронежской области и города Воронежа, регламентирующих порядок регистрации граждан, прибывающих на постоянное жительство в названные регионы». Собрание законодательства Российской Федерации. 1996. №15

22



СОРЕВНОВАНИЯ СРЕДИ ОЛЕНЕВОДОВ Ямало-Ненецкого автономного округа

ность в его регулировании (именно в контексте, отличающемся от понятия «массовый спорт»), как отмечает целый ряд исследователей, существует. Так, может быть, субъекты Федерации должны его урегулировать и принять свои законы о любительском спорте? Ни одного такого случая в российской практике нет. Регионы с готовностью отказались от любительского спорта как категории спортивного права, заменив его в своих правовых актах на массовый спорт.

Другой пример: федеральный закон содержит понятие «национальный вид спорта» – это вид спорта, исторически сложившийся в этнической группе населения, имеющий социальнокультурную направленность и развивающийся в пределах одного субъекта РФ. Небесспорное определение, но, что в рассматриваемом контексте гораздо важнее, оно дает субъектам Федерации возможность принимать и развивать собственное законодательство о национальных видах спорта. Так где же оно? На практике законов подобного рода в регионах не встречается. Хотя и сами национальные виды спорта, и отдельная система норм, их регулирующих, сущест-

вуют. Это, к примеру, республиканская целевая программа «Развитие национальной спортивной борьбы курэш в Республике Башкортостан» (утверждена указом президента республики); указ председателя правительства Республики Тыва «О мерах по дальнейшему развитию национальной борьбы хуреш в Республике Тыва»; постановление кабинета министров Чувашской Республики «Об утверждении Порядка разработки правил национальных видов спорта, развивающихся в Чувашской Республике»; приказ министерства физической культуры и спорта Забайкальского края «Об установлении порядка проведения спортивных мероприятий по национальным видам спорта, развивающимся в Забайкальском крае»; распоряжение губернатора Ямало-Ненецкого автономного округа «О проведении традиционных окружных соревнований по национальным видам спорта среди оленеводов на Кубок Губернатора Ямало-Ненецкого автономного округа».

Если оценить в целом систему госрегулирования спорта, то можно отметить следующее: в соответствии со статьей 4 Закона о спорте, законодательство о физической культуре и спортем.

²Любительский спорт утративший силу с 30 марта 2008 года Федеральный закон от 29.04.1999 № 80-ФЗ «О физической культуре и спорте в Российской Федерации» определял как многогранное массовое спортивное движение, как органическую часть системы физического воспитания граждан и выявления перспективных и талантливых спортсменов в различных видах спорта. Массовый спорт в действующем законе понимается как часть спорта, направленная на физическое воспитание и физическое развитие граждан посредством проведения организованных и (или) самостоятельных занятий, а также участия в физкультурных мероприятиях и массовых спортивных мероприятиях

23

№1(2), 2012 | Вестник РМОУ





3/27/12 3:04:15 PM

те основывается на Конституции и «состоит из настоящего Федерального закона (то есть Закона о спорте), других федеральных законов и принимаемых в соответствии с ними законов субъектов Российской Федерации».

При этом, как следует из частей 2 и 3 статьи 4 Закона о спорте, не включаются в систему законодательства, но могут содержать «нормы, регулирующие отношения в области физической культуры и спорта»:

- иные нормативные правовые акты РФ;
- иные нормативные правовые акты субъектов РФ (они не могут противоречить Закону о спорте);
- муниципальные правовые акты (принимаются по вопросам деятельности в области физической культуры и спорта и не могут противоречить Закону о спорте).

дублирующих предписаний в законодательстве о спорте является серьезной проблемой госрегулирования спорта.

Отдельные нормы Закона о спорте, содержащиеся в статье 5, посвящены субъектам физической культуры и спорта в Российской Федерации. Строго говоря, из названия данной статьи -«Субъекты физической культуры и спорта в Российской Федерации» - не совсем понятно, о чем идет речь. О субъектах, которым Закон о спорте предоставляет право заниматься физической культурой и спортом? Понятно, что это не так. Иностранец, оказавшийся в России, как представляется, может совершенно беспрепятственно заниматься хоть первым, хоть вторым. Может быть, речь идет о субъектах регулирования, о тех, кто подпадает под действие федерального закона? Однако нормами Закона о спорте и этот вывод не подтверждается - он регулирует гораздо более широкий



Примеры, демонстрирующие действительное развитие системы спортивното законодательства на региональном уровне, крайне немногочисленны

Часть 4 статьи 4 устанавливает, что, если международным договором РФ предписаны иные правила, чем те, которые предусмотрены настоящим федеральным законом, применяются правила международного договора. Наличие данного положения в Законе о спорте представляется совершенно излишним: эта формулировка дословно воспроизводит положения части 4 статьи 15 Конституции (которые – что очевидно – распространяются на общественные отношения, регулируемые Законом о спорте, и без всякого подтверждения их действия данным Законом). То есть в данном случае речь идет о так называемом дублировании законодательства, что является нарушением правил юридической техники.

Между тем дублирование нельзя считать «безобидным» недостатком законодательства. Оно, безусловно, усложняет восприятие законодательства, порождает ненужное количественное увеличение повторяющих одна другую норм, не создает новых предписаний. Это и, как будет показано ниже, большое количество иных

круг субъектов по сравнению с перечнем, содержащимся в статье 5. Так, уже следующая за статьей о субъектах спорта статья 6 определяет полномочия Российской Федерации в области физической культуры и спорта. Следовательно, государство является одним из неотъемлемых участников данных отношений; высшие должностные лица субъектов РФ, не будучи названными в качестве субъектов физкультуры и спорта, также наделяются целым рядом полномочий в этой области и т.д.

Некоторые субъекты, установленные нормами Закона о спорте, приобрели совершенно расплывчатый статус или статус, не согласующийся с иными законодательными актами. Так, к субъектам физической культуры и спорта в РФ статья 5 Закона о спорте относит спортивные федерации. Спортивная федерация – это общественная организация, которая создана на основе членства и целями которой являются развитие одного или нескольких видов спорта, их пропаганда, организация, а также проведение спортивных мероприятий и подготовка спорт-

24



ОБЩЕРОССИЙСКИХ СОРЕВНОВАНИЙ, согласно закону о спорте, федерация должна иметь государственную аккредитацию

сменов – членов спортивных сборных команд. Отдельно Закон о спорте содержит определение общероссийской спортивной федерации – это общероссийская общественная организация, которая создана на основе членства, получила государственную аккредитацию и целями которой являются развитие одного или нескольких видов спорта, их пропаганда, организация, а также проведение спортивных мероприятий и подготовка спортсменов – членов спортивных сборных команд.

Как известно, общественная организация – это одна из форм общественных объединений, статус которых урегулирован Федеральным законом от 19 мая 1995 года № 82-ФЗ (в настоящее время действует в редакции от 1 июля 2011 года) «Об общественных объединениях». Так вот, указанному федеральному закону даже в принципе неизвестно такое понятие, как «аккредитация общественной организации». В числе обязанностей общественного объединения (их исчерпывающий перечень содержит статья 29 Закона) обязанность проходить государственную аккредитацию не указана. Нормы федерального закона указывают на то, что особенности, связанные с деятельностью отдельных видов общественных объединений (профессиональных союзов, благотворительных объединений и др.), могут регулироваться специальными законами, принимаемыми в соответствии с законом об общественных объединениях. Но ни одного специального закона о статусе спортивных федераций до настоящего момента не принято. Вряд ли таким «специальным» законом можно считать Закон о спорте - он, как мы помним, является «законом об основах».

В целом такой субъектный подход не позволяет понять, какова система, каковы уровни организации спорта в стране. К примеру, называет Закон о спорте в качестве своего субъекта физкультурно-спортивные организации – и возникает вопрос: как они соотносятся с упомянутыми здесь же спортивными федерациями и является ли расположение данных субъектов в статье 5 Закона о спорте иерархическим? Не вполне понятно, для чего наряду со специальными субъектами (такими как Олимпийский комитет России, Паралимпийский комитет России или Российский студенческий спортивный союз) упоминаются общие субъекты, в частности, образовательные учреждения, научные организации, федеральные органы исполнительной власти и профессиональные союзы (и при этом не упоминается, к примеру, Российская Федерация или правительство Российской Федерации).

В ряде случаев Закон о спорте содержит терминологию, которая не определена в специальной статье об основных понятиях, используемых в Законе. Такого рода примером является статья 11 Закона о спорте, посвященная олимпийскому движению. Данная статья лишь декларирует, что олимпийское движение России является составной частью международного олимпийского движения, цели которого – пропаганда и внедрение принципов олимпийского движения, содействие развитию физической культуры и спорта, укрепление международного спортивного сотрудничества, участие в Олимпийских играх и других международных спортивных мероприятиях, проводимых под патронажем Международного олимпийского комитета (МОК). Олимпийское движение в нашей стране возглавляется Олимпийским комитетом России (ОКР) – общероссийским общественным объ-

единением, осуществляющим свою деятельность в соответствии с законодательством РФ об общественных объединениях, Олимпийской хартией МОК и на основе признания МОК, а также в соответствии со своим уставом. Здесь можно увидеть еще одно достаточно странное законодательное решение: назван исчерпывающий перечень актов, которые регулируют деятельность ОКР, но в их число не входит Закон о спорте, регулирующий статус ОКР, - это ведь не закон об общественных объединениях. При этом в Законе о спорте указано, что государство лишь признает и поддерживает олимпийское движение России (не регулируя его?!), оказывая всемерное содействие ОКР в реализации его уставных целей.

Как видно из вышеизложенного, законодательство в области спорта в Российской Федерации нуждается в серьезном совершенствовании как на федеральном, так и на региональном

1 Нормы Конституции Польши⁵ от 2 апреля 1997 года, главная из которых (с точки зрения спорта) выражена в статье 69.5. Согласно данной статье органы публичной власти поощряют развитие физической культуры, особенно в отношении детей и молодежи. Здесь необходимо отметить, что решающую роль в плане определения статуса этой нормы играет тот факт, что указанная статья находится во втором разделе Конституции Польши («Свободы, права и обязанности человека и гражданина»), в части, озаглавленной «Экономические, социальные и культурные свободы и права».

2 Требования достижения наибольшей унификации правового регулирования спорта, в первую очередь, посредством объединения в одном правовом акте сфер, подлежащих ранее регулированию двумя отдельными законами – законом от 18 января



Федеральный закон содержит понятие «национальный вид спорта». На практике такие виды законодатели в регионах своим вниманием обделили

уровнях. Возможно ли при изменении этого регулирования учитывать и применять опыт соседних государств? Спорный вопрос, но изучать его, безусловно, крайне необходимо.

Так, в Польше спорт является предметом регулирования как сферы общественной жизни, как деятельности отдельных лиц, групп (объединений) и как сферы коммерческой деятельности. Спорт способствует развитию экономики, повышению узнаваемости государства, объединению людей в группах, совместной работе и стремлению к успеху³. Именно эти положительные факторы указывались в обосновании законопроекта нового комплексного Закона о спорте⁴ от 25 июня 2010 года, вступившего в силу 15 октября 2010 года. Закон о спорте изначально задумывался как правовой акт, объединяющий главные сферы, подлежащие регулированию публичным правом в области спорта.

Авторы законопроекта выделили четыре группы причин, которые легли в основу необходимости принятия нового закона:

1996 года «О физической культуре» и законом от 29 июля 2005 года «О квалифицированном спорте».

Требования наименьшего • необходимого регулирования спорта государственным законодательством (согласно принципу ultima ratio) и в то же время стремление к реализации в польской правовой системе стандартов, соответствующих принципу субсидиарности в европейском законодательстве. Суть данного подхода заключается в том, что авторы законопроекта изначально приняли принцип, согласно которому спорт должен в минимальной степени регулироваться общегосударственным законодательством и такое регулирование должно применяться только в тех случаях, когда регулирование внутренними правовыми актами спортивных организаций является недостаточным. При создании проекта его авторы, прежде всего, старались избежать повторения в нем уже действующих норм спортивного права.

3/27/12 3:04:16 PM

26



Постоянная и все более значительная профессионализация спорта. Необходимо отметить, что эта последняя группа причин не была названа самими авторами законопроекта и признается лишь частью доктрины спортивного права⁷.

Отличительной чертой Закона о спорте является то, что спорт регулируется им в основном методами, типичными для публичного права (административного и финансового, а в разделе 10 также и уголовного), но с использованием некоторых элементов частного права⁸. Во избежание чрезмерного объема и сложности авторы данной статьи приняли решение сосредоточиться на вопросах определения спорта и его административного регулирования с учетом иерархии субъектов, отвечающих за организацию спорта. В Законе о спорте именно эти вопросы составляют наиболее обширную часть, занимая 17 из 52 статей.

Система государственного регулирования спорта в Польше

Главным законодательным актом спортивного права является на данный момент вышеупомянутый Закон о спорте от 25 июня 2010 года, в то время как закон «О физической культуре» от 18 января 1996 года сохранил юридическую силу лишь в части действия статьи 43, содержавшей определение лиц, которые имеют право на прохождение «двигательной реабилитации».

Спортивное право Польши можно рассматривать в узком, расширенном и максимально широком значениях. В сфере законодательства спортивное право в узком значении можно, с несколькими исключениями, отнести к предмету регулирования Закона о спорте.

Данный спектр можно расширить, включая в него (помимо упомянутого закона и ряда изданных в целях его исполнения распоряжений) нормы, установленные субъектами, отвечаю-

щими за организацию спорта. Это, например, статуты спортивных ассоциаций или правила (регулятивные документы) видов спорта, не имеющие юридической силы на территории всего государства. Им, однако, отводится весьма значительная роль, поскольку разнообразие и количество видов спорта заставляют считать регулирование таких вопросов на уровне закона неоправданным с точки зрения принципа «экономии текста законодательного акта» или даже невозможным.

Самое широкое значение понятия спортивного права связано с существованием в польском законодательстве более общего – по сравнению со спортом – понятия физической культуры, к которой относятся спорт, двигательная реабилитация и физкультурное образование. При таком подходе в спортивное право включаются все нормы, связанные с просвещением, если они имеют отношение к физическим занятиям в процессе образования. В частности, это требует включения в спортивное право большой части норм Закона о системе просвещения⁹, в первую очередь раздела 8а, регулирующего пособия и стипендии, в том числе и спортивные.

Нормативное определение спорта содержится в статье 2.1. Спорт – это любые формы физической активности, которые благодаря единичному (нерегулярному) или организованному участию способствуют вырабатыванию или совершенствованию физической и психической формы (индивида), развитию общественных отношений или достижению спортивных результатов на всех уровнях.

Это определение соответствует понятию спорта, принятому Советом Европы в Европейской хартии спорта от 24 сентября 1992 года, как и аналогичному определению в документе White Paper on Sport, опубликованном Европейской комиссией в 2007 году. В целом это определение заслуживает положительной оценки хотя бы потому, что оно хорошо вписывается в ев-

³Значение спорта и его положительные аспекты указаны в документе Еврокомиссии White Paper on Sport, опубликованном в 2007 году, Европейской хартии спорта от 24 сентября 1992 года, а также декларации №29 (С/340) в приложении к Амстердамскому договору. См. также: R. Parrish, Sports Law and Policy in the EU. Manchester University Press, 2003. P. 12; J. Foks. Unia Europejska i sport – aspekty prawne. Polski Instytut Spraw Międzynarodowych. Biuletyn, серия Z, 2002. №97. С. 684; М. Gniatowski, M. Kedzior, P. Kokot, R. Danielczak, R. Reszotarski, M. Galeski. Ustawa o sporcie. Komentarz. Вроцлав, 2011. С. 21

⁴Dz.U.2010.127.857

⁵Dz.U.1997.78.483

⁶Dz.U.2007.226.1675 j.t.

⁷M. Gniatowski, M. Kedzior, P. Kokot, R. Danielczak, R. Reszotarski, M. Galeski. Ustawa o sporcie. Komentarz. Вроцлав, 2011. С. 13

27

ропейскую правовую традицию и нынешнюю структуру общеевропейского регулирования спорта. Однако необходимо упомянуть и о критике, которая появилась со стороны научного сообщества. Исследователи критикуют:

1 Ограниченность определения физической активности, что заставляет отказаться от применения данного закона по отношению к видам спорта, суть которых сводится к интеллектуальным усилиям (например, шахматы)¹⁰.

Отсутствие упоминания о мотивированности спортсмена как отличительной черте спорта. Состояние организма человека улучшает любая физическая активность, если только она не осуществляется чрезмерно и осуществляющий ее не пренебрегает требованиями безопасности и гигиены, но именно занятие спортом направлено непосредственно на совершенствование организма¹¹. Некоторые медицинские действия вполне вписываются в определение спорта, согласно статье 2.1, что лишний раз показывает недостаточную точность последнего.

Результаты спортивных соревнований могут быть и негативными, в то время как закон отождествляет спорт лишь с положительными для спортсмена и общества результатами. Если же спортсмен получит травму или постоянным (частым) результатом соревнований вместо интеграции общества станет эскалация конфликтов, то возникает вопрос: является ли по-прежнему данная деятельность спортом?

4 Употребление термина «спортивный результат» является примером логической ошибки idem per idem¹², хотя отказ от понятия «спортивный» стал бы, в свою очередь, причиной необоснованного расширения определения, аналогичного тому, о котором упоминалось выше.

Ряд авторов выражает сомнения даже в необходимости установления определения спорта в польском законе, указывая на законодательные решения некоторых западных стран (Великобритания, Франция), в которых уточнение определения спорта было оставлено за органами юриспруденции¹³.

Понятие «спорт» употребляется • в разных значениях: если в статье 2.1 оно относится к спорту в целом, то во многих других статьях Закона о спорте под этим термином понимаются отдельные виды спорта. Такое решение законодателя не соответствует стандартам, признанным правовой наукой¹⁴. Именно двойственный характер данного понятия стал причиной двух способов понимания спорта: а) спорт в целом как отдельная, внутренне разнообразная сфера индивидуальной и общественной жизни; б) конкретный, определенный вид деятельности (в предыдущем законе называемый дисциплиной спорта).

Структура органов управления спортом в Польше включает в себя следующие основные уровни:

1 Нижний уровень, на котором находятся многочисленные «мелкие» субъекты – спортивные клубы.

Первый промежуточный уровень – спортивные ассоциации и союзы (далее – спортсоюзы).

Второй промежуточный уровень – локальные и региональные (воеводские, то есть областные) спортсоюзы, состоящие из трех и более спортивных клубов.

Высший уровень – национальные спортсоюзы и лиги, объединяющие данную дисциплину спорта на территории всей страны.

5 Общеолимпийский народный уровень – Польский олимпийский комитет (ПОлК), объединяющий все олимпийские дисциплины спорта на территории страны.

Государственный уровень – министр по вопросам спорта, отвечающий за все олимпийские дисциплины спорта на территории страны.

Разделы 2 и 3 польского Закона о спорте регулируют деятельность структур, ответственных за организацию спорта и управление спортом.

Согласно статье 3.1, спортивную деятельность осуществляет **спортивный клуб**. Статьей 3.2 определяется статус спортивного клуба: он должен являться юридическим лицом. Сле-

28

⁹Dz.U.2004.256.2572

¹⁰M. Badura, H. Basinski, G. Kaluzny, M. Wojcieszak. Ustawa o sporcie. Komentarz. Bapuaaa, 2011. C. 29

¹¹M. Gniatowski, M. Kedzior, P. Kokot, R. Danielczak, R. Reszotarski, M. Galeski. Ustawa o sporcie. Komentarz. Вроцлав, 2011. С. 20–21





дует отметить, что в законе был употреблен термин «в частности» (польск. w szczególności), который и нормативно, и доктринально принято понимать как устанавливающий открытый перечень, а значит, помимо спортивного клуба могут быть и другие формы осуществления спортивной деятельности.

Более точные определения статуса спортивного клуба не предусматриваются законодательно, что оставляет выбор за его учредителями. Юридическое лицо, согласно польскому праву, может существовать как:

- капитальное общество акционерное или общество с ограниченной ответственностью¹⁵;
- \blacksquare ассоциация¹⁶ или фонд¹⁷;
- некоторые представители польской спортивной науки утверждают, что допустимо функционирование спортивного клуба в форме кооператива¹⁸, учреждение которого также связано с обретением статуса юридического лица аналогично ассоциации и фонду путем занесения в Государственный судеб-

ный регистр¹⁹. По мнению автора, подобный подход обоснован, так как Законом о кооперации предусмотрена возможность социальной и просветительско-культурной деятельности и указано, что такая деятельность кооператива может быть направлена лишь на его членов и субъектов, в интересах которых функционирует данный кооператив.

В польском Законе о спорте не предусматривается возможность осуществления спортивной деятельности в форме одиночной (индивидуальной) хозяйственной деятельности, хотя подобное разрешалось предыдущим правовым порядком — законом «О квалифицированном спорте». Такое решение законодателя вызывает сомнения²⁰. Ранее упоминалось, что в Конституции Польши спорт определен как сфера свободы, прав и обязанностей человека и гражданина, в частности, это область реализации экономических, социальных и культурных прав и свобод. Кроме того, Закон о спорте создавался с учетом требования наименьшего необходимого государственного регулирования спорта законода-

29

№1(2), 2012 | Вестник РМОУ



3/27/12 3:04:16 PM

 $^{^{12}}$ «То же самое через то же самое»

 ¹³ M. Badura, H. Basinski, G. Kaluzny, M. Wojcieszak. Ustawa o sporcie. Komentarz. Bapшава, 2011. C. 29. См. также: F. Buy, J. M. Marmayou, D. Poracchia, F. Rizzo. Droit du Sport. L.D.G.J Lextenso Editions, 2009. P. 4; S. Gardiner, M. James, J. O'Leary, R. Welsh, I. Blackshaw, S. Boyes, A. Caiger. Sports Law. Routledge-Cavendish, 2006. P. 18
 ¹⁴О том, что понятия-омонимы должны в целом правовом акте получать только одно значение, утверждают например, T. Stawecki, P. Winczorek. Wstęp do prawoznawstwa. Варшава, 2003. C. 176





тельными актами и (в результате) достижения максимальной свободы осуществления спортивной деятельности в разных формах.

Наряду со спортивными клубами в сфере спорта могут действовать государственные, муниципальные и частные субъекты, в том числе, юридические и физические лица.

Три или более спортивных клуба независимо от их юридической формы могут основать спортсоюз (польск. związek sportowy), который обретает форму ассоциации или союза ассоциаций,

причем процедура его регистрации в Государственном судебном регистре аналогична регистрации обществ, фондов и ассоциаций. В отношении всех не определенных в Законе о спорте вопросов учреждения спортсоюзов применяется Закон об ассоциациях от 7 апреля 1989 года. Для их определения в названии обычно указывается территориальная сфера их действия (например, город или регион) и вид спорта.

Особая роль была отведена законодателем польским национальным спортивным союзам

¹⁵Капитальные общества регулируются Торговым кодексом от 15 сентября 2000 года (Dz.U.2000.94.1037). Статья 12 Торгового кодекса определяет момент получения капитальным обществом статуса юридического лица с момента занесения его в соответствующий регистр предпринимателей

¹⁶Согласно статье 17.1 Закона об ассоциациях от 7 апреля 1989 года (Dz.U.2001.79.855 j.t.), ассоциация имеет статус юридического лица с момента ее занесения в Государственный судебный регистр (Krajowy Rejestr Sądowy), определенный законом от 20 сентября 1997 года (Dz.U.2007.168.1186 j.t.)

¹⁷Статья 7.2 Закона о фондах от 6 апреля 1984 года (Dz.U.1991.46.203 j.t.) аналогична статье 17.1 Закона об ассоциациях

¹⁸W. Cajsel. Ustawa o sporcie. Komentarz. Варшава, 2011. С. 47–48; М. Badura, Н. Basinski, G. Kaluzny, М. Wojcieszak. Ustawa o sporcie. Котептаг. Варшава, 2011. С. 37

¹⁹Статья 11 параграф 1 Закона о кооперации от 16 сентября 1982 года (Dz.U.2003.188.1848- j.t.)

²⁰M. Gniatowski, M. Kedzior, P. Kokot, R. Danielczak, R. Reszotarski, M. Galeski. Ustawa o sporcie. Komentarz. Вроилав. 2011. С. 29–30

30



(аналог общероссийской спортивной федерации). Именно они, по мнению автора, являются главным звеном в структуре управления отдельными видами спорта (спортивными дисциплинами), обеспечивая специализацию и общественный характер (объединяют спортсменов, деятелей, предпринимателей, связанных с одним видом спорта), а кроме того, имеют исключительное право действия в данной сфере на территории всего государства.

Сфера полномочий польских спортсоюзов позволяет, невзирая на их общественный, негосударственный характер, считать их своего рода административными органами. Заметно стремление законодателя к передаче в частный сектор части вопросов, традиционно решаемых публичной (государственной или муниципальной) властью21. Конституционный трибунал Польши²² утверждает, что польские национальные спортсоюзы не являются органами администрации в прямом смысле, но отношения между ними и спортивными клубами напоминают, по существу, неравноправные административные отношения между органами власти и гражданами (в частности, польские спортсоюзы самостоятельно определяют условия лицензирования клубов, принимают односторонние решения по отдельным делам).

Польские спортсоюзы могут создаваться с целью организации и проведения соревнований (состязаний) в области того или иного вида спорта. Основание польского спортсоюза требует одобрения министром по вопросам спорта. Членом польского спортсоюза могут быть спортивные клубы, спортсоюзы (локальные и региональные), другие юридические лица, если их статут, договор, учредительный акт предусматривают деятельность в области спорта. Спортивный клуб, объединяющий разные виды спорта, может входить в состав нескольких спортсоюзов²³.

Срок полномочий органов управления польского спортсоюза не может превышать четырех

лет. Функцию главного председателя польского спортсоюза можно выполнять не более двух раз подряд.

Польский олимпийский комитет является союзом ассоциаций, объединяющим польские спортсоюзы, других юридических лиц, иные объединения, не имеющие статуса юридического лица, физических лиц, связанных с народным олимпийским движением. Он представляет собой общественную (неправительственную) организацию, самостоятельно определяющую и реализующую свои цели.

ПОлК обязан сотрудничать с министром по вопросам спорта, он дает свои оценки и рекомендации по проектам правовых актов в области спорта, с чем связана обязанность органов – разработчиков этих проектов правовых актов предоставлять их ПОлК. Кроме того, он имеет исключительное право на использование каких-либо знаков или обозначений, содержащих олимпийскую символику.

Можно встретить утверждения, что рамки сотрудничества ПОлК с министром спорта очерчены недостаточно четко. Отсюда вытекают предложения ограничить сотрудничество вопросами, которые непосредственно связаны с осуществлением ПОлК его целей²⁴. Однако, учитывая сложность самого спорта как сферы общественной жизни, следует признать принятое действующим законом решение как оптимальное и обеспечивающее гибкий режим обмена информацией между общественными и государственными структурами²⁵. Спорт как многоаспектная сфера жизни может регулироваться экономическими, социальными, образовательными, административными, налоговыми и другими правовыми актами, а ПОлК на данный момент является единственной негосударственной организационной структурой, в сфере действия которой находится большинство видов спорта.



²¹М. Gniatowski, M. Kedzior, P. Kokot, R. Danielczak, R. Reszotarski, M. Galeski. Ustawa o sporcie. Komentarz. Вроцлав, 2011. С. 43. О процессе приватизации функции администрации см.: М. Stahl. Pojęcie administracji, jej cechy i funkcje, [в:] Prawo administracyjne – pojęcia, instytucje, zasady w teorii i orzecznictwie. Difin, 2004. С. 17; М. Stahl, Instytucja zlecenia zadań z zakresu administracji publicznej. Prywatyzacja zadań publicznych, [в:] Prawo administracyjne – pojęcia, instytucje, zasady w teorii i orzecznictwie. Difin, 2004. С. 236–238

31

№1(2), 2012 | Вестник РМОУ





 $^{^{22}}$ Приговор от 19 октября 2010 года, Р10/10

²³M. Gniatowski, M. Kedzior, P. Kokot, R. Danielczak, R. Reszotarski, M. Galeski. Ustawa o sporcie. Komentarz. Вроилав. 2011. С. 53

²⁴М. Badura, H. Basinski, G. Kaluzny, M. Wojcieszak. Ustawa o sporcie. Котептагг. Варшава, 2011. С. 331–332

²⁵О значении ПОлК как посредника между польскими спортсоюзами и органами власти говорится в комментарии к проекту Закона о спорте (источник: W. Cajsel. Ustawa o sporcie. Komentarz. Варшава, 2011. С. 201)



Андрей Малыгин, заведующий кафедрой спортивного маркетинга Университета «Синергия», член правления российской Ассоциации предприятий спортивной индустрии, к. э. н., доцент

Введение в спортивный маркетинг

К началу XXI века спорт прошел путь, превышающий 2,5 тыс. лет, — от ритуальных состязаний античных атлетов до явления планетарного масштаба, глобального политического инструмента и супербизнеса. Миллиарды поклонников более чем 200 современных видов спорта, бескомпромиссная борьба передовых держав за право проведения крупных соревнований, стремительно растущие сети спортивных магазинов и фитнес-клубов — таковы масштабы современной индустрии спорта. Неудивительно, что для эффективного управления колоссальными ресурсами в спорте сегодня весьма востребован маркетинг.

КОНЦЕ 1990-Х В РОССИИ ВПЕРВЫЕ ЗАГОВОРИЛИ О СПОРТИВНОМ МАРКЕТИНГЕ, имея в виду практически все, что так или иначе было связано с бизнесом в спорте. Тогда в стране начались рыночные преобразования, постепенно охватившие

различные сферы деятельности, в том числе и спорт. Брошенный государством после многих десятилетий жесткого административного управления фактически на произвол судьбы, спорт столкнулся с доселе неведомыми для себя трудностями.

Отсутствие средств для поддержания инфраструктуры, обеспечения подготовки спортсменов, проведения соревнований встало непреодолимой стеной перед многими спортивными организациями и в теми, кто работал в сфере массового спорта. Но именно эта

ситуация послужила причиной появления первых рыночных ростков – частных фитнес-клубов, отчаянно пустившихся в самостоятельное плавание навстречу неизвестности.

Профессиональный спорт, скрывавшийся в советское время за формулировкой «спорт высших достижений», также стал искать формы развития в новых условиях. Часть спортсменов и тренеров вынуждены были уехать

за рубеж, где их опыт оказался востребованным, другим пришлось навсегда

№1(2), 2012 | Вестник РМОУ

032-045_Maligin.indd 32 3/27/12 3:05:15 PM



расстаться с любимым делом. Но большинство специалистов продолжили работать на родине, шаг за шагом осваивая новые для себя знания и навыки – привлечения спонсоров, продажи рекламы, атрибутики и телеправ.

В начале 2000-х государство вновь обратило внимание на развитие физкультуры и спорта, однако к тому времени ситуация изменилась радикально. В самых популярных видах спорта возникли профессиональные объединения, стремящиеся использовать их потенциал по максимуму. Немногочисленные пока частные футбольные, хоккейные, баскетбольные и волейбольные клубы борются за трофеи в национальных и европейских турнирах, успешно взаимодействуют со спонсорами, а в их составах привычно смотрятся дорогостоящие легионеры.

Количество фитнес-клубов в стране продолжает расти, несмотря на жесткую конкуренцию. Спортивные магазины предлагают товары мы управления экономическими ресурсами. В итоге мы имеем дело с событийным, розничным, промышленным, электронным и прочим маркетингом. При сохранении общих принципов, методологии и инструментария отраслевые дефиниции отличаются в первую очередь объектами маркетинга, а также характеристиками факторов рыночной среды, что находит отражение и в попытках дать определение спортивному маркетингу.

Вот почему в современной литературе мы встречаем определения, подчеркивающие главным образом универсальный характер спортивного маркетинга. Тем не менее такие формулировки не до конца отражают специфику спорта и при небольших усилиях могут быть легко трансформированы для применения практически в любой отрасли.

Так, по мнению австралийских специалистов Д. Шилбери, Ш. Квика и Х. Вестербика,



Спортивный маркетинг как профессиональный термин был определен в 1980-е годы, между тем понимается он по-разному

для занятий любым популярным видом спорта и активного отдыха на природе.

Рыночное становление спортивной индустрии продолжается, но теперь, когда и спортивный, и коммерческий успех все чаще зависит от умения менеджера находить правильные решения в условиях влияния многочисленных факторов, маркетинг становится эффективным средством на пути к победе.

С уверенностью можно сказать: в России пришло время спортивного маркетинга.

Спортивный маркетинг или маркетинг в спорте?

Спортивный маркетинг как профессиональный термин был определен в 1980-е годы, между тем понимается он по-разному.

Каждый раз, когда маркетинг начинают использовать в той или иной отрасли, осуществляется адаптация этой универсальной систе«спортивный маркетинг – социальный и управленческий процесс, посредством которого спортивный менеджер стремится получить то, в чем нуждаются и чего хотят спортивные организации, за счет создания и обмена продуктами и ценностями с другими»¹.

Еще одна иллюстрация такого подхода — определение из переведенной на русский язык книги «Маркетинг в спорте»²: «Спортивный маркетинг – непрерывный поиск возможностей комплексного решения как непосредственных, так и косвенных задач потребителей спорта, компаний, работающих в спортивной сфере, и других физических лиц и организаций, связанных со спортом, в условиях изменчивой и непредсказуемой среды, характерной для самого понятия «спорт».

Некоторые авторы придерживаются более узкой трактовки понятия «спортивный маркетинг», относя к нему лишь событийную часть

33

¹David Shilbury, Shayne Quick, Hans Westerbeek. Strategic Sport Marketing, 1998. P. 13

²Маркетинг в спорте / Под ред. Д. Бича и С. Чедвика. Пер. с англ. – М.: «Альпина Паблишер», 2010. С. 37



Рис. 1 РАСШИРЕННАЯ КОНЦЕПЦИЯ СПОРТИВНОГО МАРКЕТИНГА

спортивной индустрии. Среди сторонников этой точки зрения – хорошо известный в России американец Фил Шааф, который так сформулировал суть спортивного маркетинга: это «любые продажи или общественно значимая деятельность, связанные с организацией спортивного события или событий, его участниками или яркими проявлениями спортивной или околоспортивной жизни наиболее известных атлетов»³.

Но наиболее распространена сегодня расширенная концепция спортивного маркетинга, в основе которой утверждение о том, что он имеет отношение к разработке, продвижению и продаже любых спортивных продуктов, а также использованию спорта как средства продвижения любых других, неспортивных товаров и услуг.

Б. Маллин, С. Харди и У. Саттон⁴ дают свое определение: «Спортивный маркетинг состоит из всех видов деятельности для удовлетворения потребностей и желаний потребителей спорта в процессе обмена. Спортивный маркетинг развивается в двух основных направлениях: маркетинг спортивных товаров и услуг, предназначенных непосредственно потребителям спорта, и маркетинг других потребительских и промышленных товаров и/или услуг с использованием спорта».

Наконец, по мнению М. Шенка⁵, одного из самых авторитетных специалистов в этой области, спортивный маркетинг представляет собой «специфическое применение принципов и процессов маркетинга в отношении спортивных продуктов и маркетинг неспортивных продуктов

через ассоциации со спортом». Именно это лаконичное определение признается и используется сегодня многими учеными и практиками.

Расширенная концепция может иметь еще одну вариацию, где спортивный маркетинг разделяют не на два, а на три направления (рис. 1). В данном случае к маркетингу спорта (marketing of sport) и маркетингу через спорт (marketing through sport) добавляется маркетинговая деятельность с более широким участием публики, когда объектом продвижения становится массовая физическая активность, а целью - привлечение к занятиям спортом широких кругов населения. Это направление называют массовым спортивным маркетингом (grassroots sports marketing). Такой подход представляется вполне актуальным для России, так как позволит использовать возможности маркетинга для пропаганды массового спорта.

Подводя итог анализу дефиниций, остановимся на следующей системе терминов. В понятие «спортивный маркетинг» (sport marketing) мы будем включать маркетинг спорта (комплексная деятельность по разработке, продвижению и продажам любых спортивных продуктов), маркетинг через спорт (деятельность по продвижению различных, в том числе неспортивных, В2С- и В2В-брендов) и массовый спортивный маркетинг.

Каждое из трех направлений спортивного маркетинга имеет специфические объекты и цели, использует собственный набор маркетинговых инструментов, а маркетинговая деятельность осуществляется разными типами субъектов (табл. 1).

34

№1(2), 2012 | Вестник РМОУ





3/27/12 3:05:15 PM

³Шааф Ф. Спортивный маркетинг / Пер. с англ. – М.: Изд. «Филин», 1998. С. 15

⁴Sport Marketing. 3rd Edition by Bernard Mullin, Stephen Hardy and William Sutton, 2007. P. 11

⁵Matthew D. Shank. Sports Marketing: A Strategic Perspective (4th Edition)



 $\begin{array}{c} {\rm TABJ.} \ 1 \\ {\rm \textbf{Coдержa}} {\rm \textbf{на}} {\rm \textbf{паравлений спортивного маркетингa} \end{array}$

	Маркетинг спорта	Маркетинг через спорт	Массовый спортивный маркетинг
Объекты маркетинга	Спортивные продукты (события, товары, услуги, информация) Проекты Персоны Сооружения Права Целевые аудитории	Товары и услуги (В2В, В2С)	Здоровый образ жизни Физическая активность
Субъекты маркетинга	Спортивные организации (федерации, лиги, профессиональные клубы) Фитнес-клубы СМИ Маркетинговые и event-агентства Спортивные агенты	Спонсоры Рекламодатели	Государственные органы управления Некоммерческие спортивные организации
Цели маркетинга	Получение экономических и репутационных выгод от предоставления спортивных продуктов клиентам и спонсорам в обмен на их время и деньги	Доступ к новым клиентам – целевой аудитории спорта Укрепление отношений с существующими клиентами за счет ассоциирования со спортом	Популяризация физической активности, здорового образа жизни
Основные акценты в маркетинг- миксе (концепция 4Р)	Товарная политика Ценовая политика Маркетинговые коммуникации Сбытовая политика	Маркетинговые коммуникации	Товарная политика Маркетинговые коммуникации
Марке- тинговые стратегии и инструменты	Фандрайзинг Брендинг Персональный маркетинг Мерчандайзинг Е-маркетинг Кросс-маркетинг	Реклама Спонсорство Селебрити-маркетинг Event-маркетинг Лицензирование	Государственный маркетинг Социальный маркетинг
Примеры	Рекламные кампании ФК Atletico Madrid, «Жемчужина-Сочи», матчей Лиги чемпионов УЕФА Ребрендинг Winnipeg Jets Umbro представляет футбольную униформу New York Cosmos Blackout Collection Билетная программа ФК «Спартак» Подписка на платный телеканал «НТВ+ Футбол» Выпуск персональной линии Adidas David Beckham	СОГАЗ — чемпионат России по футболу Елена Исинбаева в рекламе Lady Speed Stick Атрибутика Континентальной хоккейной лиги Александр Кержаков в рекламе СОГАЗа	Городская программа «Спорт Москвы» Госпрограмма США Let's Move!







ОЛИМПИЙСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ

ТАБЛ. 2 Объекты маркетинга в спорте

Объекты маркетинга	Владельцы прав	Выгоды	Покупатели
Спортивные товары (одежда, обувь, инвентарь, оборудование)	Поставщики, дистрибьюторы, ритейлеры	Возможность заниматься спортом, выглядеть спортивно	Конечные потребители, команды, федерации, сооружения
Спортивные события (турниры, чемпионаты, матчи)	Федерации, национальные олимпийские комитеты, лиги, частные компании	Возможность соревноваться, насладиться зрелищем	Зрители, болельщики, участники
Информация	СМИ, агентства	«Социальная валюта», информация о рынке	Читатели, зрители, спортивные компании
Услуги (тренировки, гостеприимство, кейтеринг, аренда)	Федерации, фитнес- клубы, спортивные сооружения	Возможность тренироваться, комфорт	Конечные потребители, компании
Права (трансферы, лицензии, трансляции)	Обладатели прав	Кросс-брендинг	Лицензиаты, ТВ-компании, агенты, клубы
Аудитории (событий, клубов, игроков)	Организаторы событий, клубы, агенты, спортсмены	Возможность переключения внимания целевых аудиторий на другой бренд	Спонсоры, рекламодатели
Спортивные сооружения	Владельцы сооружений	Возможность проводить события в комфортных условиях	Федерации, национальные олимпийские комитеты, лиги, частные компании

Маркетинг спорта

Эта часть спортивного маркетинга является ключевой, поскольку именно здесь сосредоточены отношения, дающие импульс всей спортивной индустрии. В первую очередь речь идет о спортивном зрелище, вокруг которого выстраиваются остальные рынки – спортивных услуг, товаров, сооружений, инфраструктуры, спонсорства и т.д.

Объектами маркетинга здесь выступают спортивные продукты (события, товары, услуги и информация), проекты, персоны (спортсмены, тренеры, менеджеры), сооружения, права (телевизионные, лицензионные, трансферные), а также целевые аудитории (табл. 2).

Цели маркетинга спорта связаны с созданием эффективных рыночных предложений, способных принести экономические и репутационные выгоды от предоставления клиентам и спонсорам в обмен на их деньги и время.

Если отношения по поводу рыночного обмена основных типов спортивных продуктов (события, товары, услуги, информация) вполне понятны, то предложение целевых аудиторий в качестве объекта маркетинга требует некоторых пояснений.

Современный спорт – глобальное явление, с которым так или иначе связано большинство жителей нашей планеты. Миллионы людей потребляют спортивные продукты в форме зрелища, спортивных товаров или же за счет личного участия в них. Спорт в целом, отдельные его виды, конкретное событие, футбольный клуб, известный спортсмен - все они имеют определенное число поклонников, готовых отдавать свое время и деньги, а иногда даже душу за право быть причастными к победам и поражениям на спортивных аренах. Количественные и качественные характеристики целевых аудиторий в спорте сильно разнятся - от нескольких миллиардов у финального матча Кубка мира по футболу до пары десятков человек у чемпионата школы по настольному теннису.

Тем не менее лояльность целевых аудиторий в различных ее проявлениях – основная причина пристального внимания рекламодателей и спонсоров к спортивным продуктам. Именно поэтому одним из важнейших стратегических инструментов маркетинга спорта является фандрайзинг (привлечение ресурсов). В умении находить спонсоров и выстраивать с

36











ними взаимовыгодные отношения заключается одна из важнейших профессиональных компетенций спортивного менеджера. Ее суть – в предложении четко определенной и описанной целевой аудитории и коммуникационных возможностей потенциальному рекламодателю или спонсору. Таким образом, целевые аудитории в спорте сами являются объектом маркетинга!

Другой важный стратегический инструмент – брендинг (создание брендов спортивных продуктов). Компетентные решения в этой сфере позволяют находить более эффективные пути к достижению маркетинговых целей.

В маркетинге спорта существенное значение имеет мерчандайзинг (выпуск и продажа

вило, прочно связываются с конкретными героями, спортсменами, сумевшими оказаться более целеустремленными и волевыми, чем соперники. Культ чемпионов уходит корнями в античные Олимпиады, когда олимпионики почитались как самые уважаемые члены общества. Сегодня, прежде всего благодаря телевидению, спортивные кумиры наряду со звездами шоу-бизнеса и политиками относятся к числу самых известных людей планеты. Известность позволяет капитализировать спортивный результат в форме персонального бренда, что дает спортсмену возможность максимально эффективно распорядиться своим талантом и построить надежное будущее для себя и своей семьи. Технологии построе-



товаров с символикой спортивного события или организации). В структуре доходов ведущих футбольных клубов Европы он занимает заметное место. К примеру, по данным Sport+Markt⁶, в сезоне-2009/2010 доходы от продажтакой продукции в 10 европейских футбольных лигах (Германии, Англии, Испании, Италии, Франции, Нидерландов, Польши, России, Турции и Украины) достигли 2,1 млрд евро. Среди наиболее популярных клубных товаров - Помимо этого, сувенирная продукция клубов позволяет им решать и коммуникационные задачи, расширяя круг поклонников и укрепляя отношения с существующими фанами.

Спорт как зрелище всегда был и остается предельно персонифицированным. Рекорды, забитые голы, завоеванные трофеи, как пра-

ния собственного бренда известны как персональный маркетинг и также являются частью маркетинга спорта.

Пониманию сути маркетинга спорта способствует и модель спортивных продуктов, предложенная уже упомянутыми авторами монографии «Спортивный маркетинг» Б. Маллином, С. Харди и Э. Саттоном (рис.2). Она представляет собой творческое развитие хорошо известной трехуровневой модели продукта Ф. Котлера⁷ и имеет отношение в первую очередь к спортивному событию и спортивным услугам (тренировкам).

Сердцевина спортивного продукта – базовые выгоды спорта (здоровье, развлечение и общение). Конечно, в данном случае они представлены в самом общем виде, на практике у

37

⁶Sport+Markt. European Football Merchandising Report 2010

⁷Котлер Ф. Основы маркетинга / Пер. с англ. – М., 1996. С. 248



ОЛИМПИЙСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ

ТАБЛ. 3 Характеристики спортивных событий

Уровень события	Пример	Специфика	Целевая аудитория	Спонсоры
Глобальное	Олимпийские игры; чемпионат мира по футболу	Проводятся регулярно, через несколько лет	Глобальная, во всех странах мира	Глобальные бренды
Международ- ное	Чемпионат Европы по футболу; Кубок Америки по футболу; чемпионат мира по хоккею; Уимблдон; Кубок Стэнли; Лига чемпионов УЕФА; Кубок Гагарина Континентальной хоккейной лиги	Проводятся регулярно, через несколько лет или ежегодно	Зрители в разных странах, приверженцы вида спорта, клубов, сборных команд, спортсменов	Международные и глобальные бренды
Националь- ное	Чемпионат России по футболу; Мемориал братьев Знаменских	Проводятся регулярно, как правило, ежегодно	Зрители в отдельных странах, приверженцы вида спорта, клубов, спортсменов	Национальные и международные бренды
Региональное	Чемпионат области по греко-римской борьбе	Проводятся регулярно, как правило, ежегодно	Зрители в отдельных регионах стран, приверженцы вида спорта, клубов, спортсменов	Региональные и национальные бренды
Местное	Чемпионат города по баскетболу	Проводятся регулярно или нерегулярно	Зрители в отдельных городах, приверженцы вида спорта, клубов, спортсменов	Местные и региональные бренды
Локальное	Корпоративный турнир по боулингу; школьный турнир по настольному теннису	Проводятся нерегулярно	Приверженцы вида спорта	Местные бренды

каждого конкретного спортивного продукта и каждой целевой группы клиентов будут свои базовые выгоды. Тем не менее именно эта триада создает основу для них всех.

Второй уровень спортивного продукта связан с общими характеристиками спортивной физической активности: способностью быть увлекательной, состязательностью, использованием специального инвентаря и экипировки, наличием у участников особых физических навыков и наличием общепринятых правил.

Следующий уровень спортивного продукта составляют специфические характеристики различных видов спорта. Помимо очевидных отличий бега от футбола, тенниса от гребли, хоккея от борьбы, виды спорта имеют собственный маркетинговый потенциал, который, в свою очередь, зависит от наличия эффективных рекламных возможностей, в том числе во время телетрансляций.

Внешнюю оболочку спортивного продукта, по мнению авторов модели, составляет комплекс маркетинга, в который к традиционным «четырем пи» добавлен PR.

Надо также отметить, что такие спортивные продукты как события и тренировки, обладают особыми свойствами, присущими услугам: неосязаемостью, неотделимостью от производителя, несохраняемостью и гетерогенностью (уникальностью восприятия каждым отдельным потребителем). В то же время спортивные товары (одежда, обувь, инвентарь), обладая определенной спецификой, по сути мало чем отличаются от других, неспортивных материальных продуктов.

Таким образом, сущность маркетинга спорта заключается в разработке, продвижении и предложении спортивных продуктов и других выгод конечным потребителям и спонсорам в обмен на их деньги и/или время.

38



ЛОЯЛЬНОСТЬ ЦЕЛЕВЫХ АУДИТОРИЙ основная причина внимания спонсоров к спортивным продуктам

Маркетинг через спорт

Это направление спортивного маркетинга заслуживает не менее пристального внимания, поскольку связывает спорт с мощными источниками ресурсов, поступающих от спонсоров и рекламодателей.

На этот раз объектами маркетинга могут быть любые (и чаще даже неспортивные) продукты – как потребительские, так и промышленные товары и услуги.

Мы уже упоминали о том, что современный спорт является мощным центром притяжения внимания самых разных по размерам и характеристикам целевых аудиторий, которые интересны производителям и продавцам В2В- и В2С-секторов рынка.

Постоянное внимание СМИ к спорту в целом, отдельным его видам и соревнованиям, а также выдающимся спортсменам стимулировало возникновение института спортивного спонсорства, получившего мощный импульс к развитию в начале 1980-х. Именно тогда грань между любительским и профессиональным спортом сместилась за пределы крупных международных соревнований, где чудесными исключениями воспринимается появление талантливых спортсменов-любителей.

Сегодня на чемпионатах мира и Олимпийских играх соревнуются лучшие из лучших – те, кто отдает спорту все силы, для кого спорт является основным источником доходов. Максимально высокий уровень спортивных результатов создает отличные предпосылки для организации популярных зрелищ, востребованных телевидением, которое и формирует в итоге многомиллионные аудитории зрителей.

Спонсор получает прекрасный шанс для общения с этими аудиториями, оказывая поддержку организаторам спортивных событий и их участникам (клубам, командам, спортсменам). В отличие от рекламодателя спонсор получает комплексный пакет коммуникационных возможностей, включающих не только размещение в рекламных материалах, на спортивных аренах, экипировке и т.д., но и доступ к самим событиям и спортсменам.

Подчеркнем, что аудитории есть не только у крупных спортивных событий или суперзвезд (табл. 3). В зависимости от целого ряда факторов практически любое спортивное событие имеет то или иное количество приверженцев, составляющих его целевую аудиторию.

Кроме того, спонсор может продемонстрировать лояльность общепризнанным социальным ценностям, а также показать свои продукты клиентам. Цели спонсорства – повышение осведомленности о своем бренде, улучшение (либо коррекция) имиджа, наращивание продаж и налаживание коммуникаций с маркетинговым окружением. «Спонсируя какое-либо событие, марка в глазах потребителей приобретает атрибуты, свойственные этому событию, попадает в другие, недоступные за деньги каналы коммуникации», – считает Роман Осадченко, брендменеджер ТМ Carlsberg компании «Славутич», Carlsberg Group, одного из спонсоров чемпионата Европы по футболу 2012 года⁸.

В соответствии с российским законом «О рекламе» под **спонсорством** понимается добровольная материальная, финансовая, организационная и другая поддержка физическими и юридическими лицами любой деятельности

39

⁸www.advertology.ru/article92587.htm

| ОЛИМПИЙСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ



В качестве объектов спонсорской поддержки могут выступать виды спорта в лице национальных и международных федераций (ITERA – велоспорт), спортивные события различного масштаба (СОГАЗ – чемпионат России по футболу, Kinder – «Шиповка юных»), профессиональные спортивные клубы («Газпром» – ФК «Зенит»), команда (Nike – сборная России по легкой атлетике), спортсмен (Li Ning – Елена Исинбаева), спортивное сооружение (Allianz – Allianz Arena).

Субъектами маркетинга с использованием спорта могут быть практически любые организации, стремящиеся развивать собственные бренды. Среди отраслей, наиболее активно использующих в маркетинге спортивное спонсорство, выделяют телекоммуникационную, финансовую, сырьевую, автомобильную, ІТ. Отдельно отметим бренды спортивных товаров. Они среди лидеров по спонсорским вложениям¹⁰. А спортивные объекты поддержки

используют в тех же целях, что и производители жареных семечек¹¹ или нефтяные компании – для решения собственных маркетинговых задач.

Вместе с тем спонсорство спортивных брендов имеет свою специфику. Чаще всего они выступают в качестве технических спонсоров профессиональных лиг (Reebok – NFL) и клубов («Рита» – ФК «Локомотив»), обеспе-

чивая экипировкой их команды и выплачивая значительные суммы за это право. Взамен помимо уже упомянутых спонсорских выгод бренды получают гарантированную возможность демонстрировать свои фирменные атрибуты, нанесенные на форму спортсменов, огромной аудитории зрителей во время телетрансляций.

Различают несколько типов спонсоров в зависимости от специфики их поддержки: финансовый, технический, информационный. Кроме того, в зависимости от объема и формы поддержки существуют различные подходы к градации спонсоров. Так, например, в некоторых случаях титульным спонсором считают организацию, покрывающую спонсорским взносом 100% затрат реципиента. Стоимость пакета генерального спонсора может достигать 50–80% затрат, официального спонсора – 25%, а спонсора – от 5 до 10%.

с целью популяризации исключительно своего имени, наименования, знака для товаров и услуг 9 .

Среди ключевых принципов спортивного спонсорства следует выделить принцип вза-имной полезности сторон (спонсора и получателя поддержки), принцип возмездности отношений, принцип гармоничного партнерства, принцип адекватности вклада сторон, принцип гибкости, принцип срочности.

Таким образом, маркетинг через спорт позволяет более эффективно отстроиться от конкурентов, использовать ассоциации с ценностями спорта: честной борьбой, командным духом, стремлением к поставленной цели, патриотизмом, взаимовыручкой. Все они могут придать бренду значимые для клиентов характеристики, которые эффектно и эффективно обыгрываются в его маркетинге.

40

⁹Закон РФ «О рекламе» (ст. 1)

¹⁰Global Finance and Banking Sponsorship Report 2010, Sport+Markt

¹¹Компания «Бабкины семечки» входила в число спонсоров Российского футбольного союза в 2009 году



ТАБЛ. 4 Популярность трансляций местных видов спорта по TB^{13}

Страна	Вид спорта	ТВ-рейтинг, %	Место среди всех видов спорта
Индия	Крикет	92	1
Канада	Хоккей	59	1
США	Американский футбол	56	1
Япония	Бейсбол	49	1
Южная Корея	Бейсбол	47	1
Малайзия	Бадминтон	49	2
Нидерланды	Бег на коньках	30	2
Украина	Бокс	30	2
Египет	Борьба	20	2
Ирландия	Гэльский футбол	23	3
Россия	Фигурное катание	23	3
ЮАР	Борьба	28	4
Нигерия	Борьба	26	6
Китай	Прыжки в воду	13	6

При выборе спонсором объекта поддержки (допустим, спортивного события) учитывается несколько критериев оценки. Среди них – тип объекта и его соответствие маркетинговой стратегии и целям спонсора, время проведения мероприятия (а также его «серийность»), место проведения мероприятия и его концепция (идея, программа, гости), целевые аудитории объекта (в том числе телевизионная), брендированность мероприятия, его известность и история, коммуникационные возможности для спонсора, стоимость спонсорских пакетов, адекватность менеджмента объекта, наличие и гармоничность других партнеров объекта.

Важно также учитывать возможность системного спонсорства на протяжении определенного цикла проведения спортивного события и готовность организаторов к этому сотрудничеству.

Огромное значение при выборе события в качестве объекта поддержки имеет и то, насколько популярен сам вид спорта и ассоциируемые ценности. Принято считать, что сегодня в мире царят наиболее известные виды спорта (футбол, биатлон, баскетбол, теннис) и именно

они получают львиную долю спонсорской поддержки.

Следует, однако, разделять два типа популярности видов спорта: по количеству регулярно занимающихся и по количеству телезрителей. В первом случае оцениваются возможности для производителей и продавцов спортивной экипировки и инвентаря, а во втором – для спонсоров. Так, несмотря на то что американский футбол является самым популярным зрелищем в США, число занимающихся этим видом спорта на порядок меньше тех, кто играет в соккер. Причина – в большей доступности (стоимость экипировки, оборудование площадок и т.п.) и простоте европейского футбола¹².

Одно из исследований Sport+Markt демонстрирует высокую популярность телетрансляций видов спорта, имеющих статус местных, то есть культивируемых в отдельных странах. Данные исследования говорят о том, что при определении объекта поддержки на национальном уровне и ниже (табл. 4) особое внимание уделяется именно местным предпочтениям по видам спорта.

Помимо традиционного спонсорства и размещения рекламы к маркетинговым инстру-

4]





¹²Купер С. Шимански С. Футболономика: Почему Англия проигрывает, Германия и Бразилия выигрывают, а США, Япония, Австралия, Турция и даже Ирак выходят на первый план. – М.: «Альпина Паблишер», 2011 ¹³На основе данных Sport+Markt

ОЛИМПИЙСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ

ментам с использованием спорта относятся селебрити-маркетинг, событийный маркетинг и лицензирование.

Использование знаменитостей (селебрити) из мира спорта – довольно популярное сегодня средство продвижения брендов. Эта стратегия используется в различных случаях¹⁴: при запуске нового продукта, репозиционировании и реанимации бренда, для формирования уникального торгового предложения продукта и подкрепления его имиджа. Селебрити-маркетинг решает задачи по привлечению дополнительного внимания к бренду, отстройке его от конкурентов, повышению лояльности клиентов, ассоциированию бренда с ценностями спорта.

Взаимодействие спортсмена с товарным (сервисным) брендом предполагает несколько возможных способов. Наиболее распространенными из них являются использование имиджа спортсмена в рекламе, его спонсорская подде-

В то же время есть несколько причин, ограничивающих взаимодействие со звездами. Так, до сих пор нет прямых доказательств эффективности этой стратегии, поскольку участие звезд требует довольно значительных затрат, притом что результаты зачастую сложно напрямую связать именно с привлечением селебрити.

Иногда звезда затмевает собой бренд, превращаясь в своеобразного коммуникационного вампира, в результате чего представители целевых аудиторий переключают на нее свое внимание, не замечая сам продукт продвижения. Так произошло, например, с Анджелиной Джоли. Ее контракт с брендом St. John был досрочно прерван как раз по причине «маркетингового вампиризма» голливудской дивы. Бренд сменил Джоли на менее знаменитую британку Карен Элсон.

Еще одна причина – наличие рисков при работе со звездами. В ходе отборочного цикла Куб-



Событийный маркетинг предполагает использование различных спортивных мероприятий для продвижения бренда

ржка, участие в рекламных акциях и кампаниях мерчандайзинга.

Кроме того, спортсмен может выступать в качестве клиента бренда, сотрудника либо совладельца компании или – в более легкой форме взаимодействия – референтом, советующим использовать предложения спонсора своим поклонникам

В пользу взаимодействия со звездами спорта говорит то, что эта стратегия облегчает путь к их целевым аудиториям, она способна довольно быстро выделиться из ряда довольно однообразных конкурирующих на рынке предложений. Присутствие звезды в рекламе повышает ценность бренда, делает рекламу более запоминающейся, позволяет персонифицировать бренд. Важное преимущество — присутствие известного спортсмена в маркетинговой программе бренда создает отличный информационный повод для привлечения внимания СМИ и тем самым снижает затраты на продвижение.

ка мира по футболу 2006 года российская сборная рассматривалась как реальный претендент на путевки в Германию. Компания Рерѕі включила в свою международную рекламную кампанию нескольких звезд будущего мундиаля из разных команд. В их число попал и Марат Измайлов. Но даже при более удачном исходе отбора для россиян спонсор оказался бы ни с чем: российский полузащитник получил серьезную травму, не позволившую ему защищать цвета национальной сборной. Рерѕі пришлось смириться с потраченными впустую деньгами. Помимо травм риски связаны и с возможными скандалами вокруг спортсменов, плохими результатами, внезапными трансферами, действиями конкурентов и «партизан», а также командными контрактами.

Событийный маркетинг предполагает использование различных спортивных мероприятий для продвижения бренда. Эта деятельность имеет прямое отношение к сфере eventмаркетинг и осуществляется в соответствии

42

¹⁴ Прингл Х. Звезды в рекламе. «Эксмо», 2006





с ее спецификой. Спортивные мероприятия в данном случае являются средством коммуникации, а не объектом маркетинга, как в рассмотренном выше случае, когда спортивное событие (турнир, матч, шоу и т.п.) само является продуктом.

Важно иметь в виду, что одно и то же спортивное мероприятие может рассматриваться и как спортивный продукт, и как средство продвижения бренда. Все зависит от субъектности, то есть от того, чьи интересы и чья маркетинговая активность становятся предметом анализа. Так, для Оргкомитета Сочи-2014 предстоящие Игры – маркетинговый продукт, требующий исследования целевых аудиторий, разработки стратегии и всего комплекса инструмен-

тов (товарной, ценовой, коммуникационной и сбытовой политики). Между тем для каждого спонсора Олимпиады она – глобальное средство достижения своих целей.

Лицензирование – еще один инструмент маркетинга с использованием спорта. Обладатели прав на спортивные бренды – события и клубы – имеют прекрасную возможность получать дополнительные доходы от продажи лицензий. В отличие от мерчандайзинга, когда спортивная организация на свой страх и риск производит сувенирную продукцию с символикой для распространения среди болельщиков, в данном случае объектом продажи являются права на использование имиджа и атрибутов бренда. Спортивная организация при этом по-

43

lacktriangle

ОЛИМПИЙСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ



лучает гарантированные выплаты от реализованных товаров и услуг. Риски здесь в первую очередь имиджевые: в случае выбора недобросовестного лицензиата бренду может быть нанесен ущерб. К тому же необходим контроль за соблюдением условий лицензии – количеством и качеством выпущенных продуктов, территорией их распространения.

Как правило, на начальном этапе развития коммерческой деятельности спортивной организации используется мерчандайзинг, а по мере повышения известности бренда осуществляется переход на лицензирование.

Покупателями лицензий могут быть компании самых разных отраслей – производители напитков, одежды, спальных принадлежнос-

тей, одежды для животных, посуды, косметики и т.д. Их цель – найти спортивного партнера, обладающего нужными целевыми аудиториями, и выстроить, как и в случае со спонсорством, эффективные коммуникации с ними.

Европейские профессиональные спортивные клубы сами занимаются продажей лицензий, а в США эти права делегированы лигам – NFL, NHL, NBA, MLS.

В России продажи лицензий пока редкость, наши клубы в основном развивают мерчандайзинг. Первым масштабным примером станет деятельность Оргкомитета Олимпийских игр в Сочи, который открыл продажу лицензий в 2011 году и рассчитывает получить до 40 млн долларов.

44



Завершая разговор о маркетинге с использованием спорта, отметим, что существуют целые отрасли, чья деятельность сегодня в значительной степени связана со спортом. Производители компьютерных игр и приставок, букмекеры, издатели, спортивные бары – все они используют спорт, привлекающий внимание миллионов людей на планете, пожиная плоды человеческих страстей.

Массовый спортивный маркетинг

Это направление часто незаслуженно остается за пределами традиционного спортивного маркетинга, поскольку в центре его внимания – массовый спорт, не имеющий на первый взгляд коммерческой составляющей и, соответственно, не требующий использования маркетинговых инструментов управления.

Но как же так? Ведь если речь идет о проведении любительского турнира (а это сектор массового спорта!), его организаторы занимаются привлечением спонсоров, продажей атрибутики, а иногда и билетов. Следовательно, и массовый спорт требует маркетинговой активности? Дело в том, что в приведенном примере мы имеем дело с разновидностью спортивного продукта – событием, а значит, с направлением спортивного маркетинга, которое мы условились называть «маркетинг спорта».

Между тем и массовый спорт требует маркетингового подхода. Объектами маркетинга здесь являются здоровый образ жизни как социальное явление и различные формы физической активности как важная часть существования и развития современного человека. Оба объекта имеют большое значение для общества в целом, так как от них напрямую зависят многие важные показатели благополучия страны (производительность труда, заболеваемость, предел пенсионного возраста и т.п.).

В силу общественной значимости здорового образа жизни и физической активности ответственность за создание условий для их реализации и популяризации в большой степени лежит на плечах государства. В то же время солидный вклад сегодня вносят и негосударственные организации.

Примером массового спортивного маркетинга является разработка, популяризация и реализация государственной программы США Let's Move!¹⁵ Она направлена на борьбу с из-

лишним весом, в первую очередь у детей. В ее создании приняли участие компетентные специалисты в области фитнеса, диетологии, педагогики, а американское правительство выделило значительную сумму на продвижение. «Физическое и эмоциональное здоровье целого поколения и экономическое здоровье и безопасность нашей нации находятся под угрозой», — заявила первая леди США Мишель Обама на презентации программы Let's Move! 9 февраля 2010 года, подчеркивая ее значимость.

Российская действительность, к сожалению, не изобилует успешными примерами государственного маркетинга в сфере массового спорта. Госпрограммы федерального и регионального уровней, как правило, сильно бюрократизированы, мало ориентированы на потребности граждан, в глазах которых они выглядят скорее как формальные отчеты одних чиновников перед другими. Тем не менее благодаря программам в первом десятилетии 2000-х в России появилось много новых спортивных сооружений, однако большинство из них нельзя отнести к числу эффективно функционирующих объектов. Прежде всего из-за отсутствия маркетингового подхода к реализации госпрограмм от момента их разработки до этапа практической реализации.

Правильно организованный государственный маркетинг позволяет рассчитывать на привлечение спонсорских ресурсов социально ответственных организаций, готовых поддержать популяризацию здорового образа жизни, внести свой вклад в развитие массового спорта в стране.

Подводя итог, следует подчеркнуть, что спортивный маркетинг является важным инструментом решения стратегических и тактических задач спортивных организаций, заинтересованных в разработке, продвижении и продаже востребованных рынком продуктов (событий, услуг, товаров и информации), инструментом продвижения практически любых иных товаров и услуг с помощью спорта, а также средством развития массового спорта.

3/27/12 3:05:19 PM

45

¹⁵ Прингл Х. Звезды в рекламе. «Эксмо», 2006



PMOY

Международная программа «Построение бренда и коммуникации в спорте»

В ноябре 2011 года в Сочи была реализована первая международная образовательная программа РМОУ «Построение бренда и коммуникации в спорте». Она адресована менеджерам, желающим повысить уровень внешних связей своих организаций. Двухнедельный курс построен с использованием современных



Автором образовательной программы РМОУ стал ДЖОН ТИББС, один из наиболее авторитетных спортивных маркетологов

методов обучения в форме интерактивных занятий. Его автор – британец Джон Тиббс, один из наиболее авторитетных спортивных маркетологов. Приглашенными лекторами были президент Оргкомитета «Сочи 2014» Дмитрий Чернышенко, президент Международной федерации хоккея с шайбой и член МОК Рене Фазель, глава НОК Украины, член Исполкома МОК, выдающийся спортсмен Сергей Бубка, президент Европейского олимпийского комитета Патрик Хикки, член Комиссии МОК по прессе Алан Абрахамсон и ведущий мировых новостей ВВС Дэвид Идс. На лекциях присутствовали слушатели из 10 стран, в том числе США, Великобритании, Украины, Боснии и Герцеговины, Венгрии, Армении, Иордании и Южной Кореи.

Руководители олимпийского движения видят перспективы РМОУ

40-я Генеральная ассамблея олимпийских комитетов стран Европы прошла в Сочи 22–24 ноября 2011 года. Для участия в мероприятии был приглашен генеральный директор РМОУ профессор Лев Белоусов, рассказавший делегатам о деятельности университета. Президент Олимпийского комитета России Александр Жуков выразил уверенность в том,что выпускники РМОУ будут востребованы. «Это очень нужный проект, первый в мире,— сказал он. — Я рад, что уже сейчас сюда приезжает много студентов... Убежден, во всем мире будет много желающих здесь поучиться». Комплекс зданий РМОУ предусматривает создание целой инфраструктуры, в том числе несколько гостиниц для студентов и гостей Игр. Здесь появится крупнейший на юге России конференц-зал на 1100 мест. Учебный корпус, библиотека и аудитории будут работать круглосуточно, а интерактивные технологии позволят обеспечить высокий уровень образования.

Президент Олимпийского комитета России АЛЕКСАНДР ЖУКОВ (справа) уверен, что учиться в Сочи будут студенты со всего мира





Глобализация спортивной индустрии создает спрос на новых менеджеров

Форум «Россия – спортивная держава», эстафету проведения которого вслед за Казанью приняла в сентябре минувшего года столица Мордовии, был для РМОУ площадкой для продуктивной работы. В Саранске глава республики Николай Меркушкин и гендиректор университета Лев Белоусов подписали Соглашение о взаимодействии. Стороны договорились о сотрудничестве в сфере образования и подготовки управленческих кадров для развития массового спорта и спорта высших достижений, распространения идеалов олимпизма. РМОУ будет проводить обучение руководителей спортивных организаций и представителей Министерства спорта, физической культуры и туризма Республики Мордовия. Финальным мероприятием РМОУ на форуме стал круглый стол «Глобализация спорта: новые вызовы и стандарты спортивного образования», в ходе которого с докладами выступили российские и зарубежные эксперты. Как отметил Лев Белоусов, модернизация спортивной отрасли требует обеспечения кадрами, которые способны решать задачи не только сегодняшнего, но и завтрашнего дня. Для их подготовки нужны инновационные образовательные технологии, методики и инструментарий. «РМОУ — один из таких инструментов. Его появление — не случайность, а ответ на вызов времени», — подчеркнул он.

ДЕВИ ТАМАРИШВИЛИ, член правления сочинской общественной организации инвалидов-колясочников «Возрождение», делится впечатлениями от тренинга



Эксперты помогают формировать безбарьерную среду

Семинар-тренинг «Оценка доступности объектов для маломобильных групп населения», который прошел в октябре в Сочи и был посвящен подготовке экспертов в сфере безбарьерной среды, успешно сочетал теорию с практикой. В течение четырех дней 65 слушателей (в основном сотрудники администрации Сочи и представители инвалидных организаций) не только познакомились с российскими и международными нормативно-правовыми документами, касающимися адаптации людей с ограниченными возможностями, но и в деталях изучили методы обеспечения безбарьерной среды внутри зданий. Слушатели узнали об опыте Пекина и Ванкувера, принципах работы с проектной документацией и мерах административного воздействия на владельцев тех объектов, где нормы обеспечения доступности не соблюдаются. А затем перед участниками семинара держали экзамен управленцы сочинских городских объектов. Были обследованы учреждения культуры, здравоохранения и образования, транспортные объекты. Анализ экспертов лег в основу отчетов с рекомендациями, как повысить уровень доступности.

На семинаре выступили директор департамента интеграции и координации подготовки Паралимпийских игр Оргкомитета «Сочи 2014» Евгений Бухаров, заместитель председателя Всероссийского общества инвалидов Олег Рысев, технический директор Российской ассоциации спортивных сооружений (РАСС) Лев Гутман и руководитель научно-исследовательского отдела РАСС Эльвира Асылгараева. Семинар, организованный при поддержке Оргкомитета «Сочи 2014» и Всероссийского общества инвалидов, стал очередным шагом в реализации программы «Доступный город».

47

PMOY



АЛЕКСАНДР КАТУШЕВ (слева) говорит о путях поиска спонсорской поддержки



Опытом развития хоккея в регионах поделился XOPCT ЛИХТНЕР



ГРЭМ ФЕЙН рассказал слушателям, как развивался массовый спорт в Ванкувере

Спорт и бизнес: руководители учатся зарабатывать и правильно тратить

В конце октября более 50 руководителей спорта из Сибирского, Приволжского и Уральского федеральных округов собрались в Сочи на тренинг «Спорт и бизнес: эффективное взаимодействие в региональном измерении». Перед участниками выступили известные зарубежные и российские эксперты, в частности генсек Международной федерации хоккея с шайбой (IIHF) Хорст Лихтнер, ректор Университета Восточного Лондона Патрик МакГи, декан факультета менеджмента Университета Капилано (Ванкувер, Канада) Грэм Фейн и исполнительный директор Фонда поддержки олимпийцев России Александр Катушев. «В своих курсах мы сознательно сделали акцент на проблемах спорта и бизнеса, – отметил генеральный директор РМОУ Лев Белоусов. -Слушателям было интересно получить ответы на злободневные вопросы: как найти дополнительные источники финансирования и правильно ими распорядиться, как извлекать прибыль и зарабатывать на спорте».

Тематика тренинга охватывала такие области, как развитие хоккея на местном уровне, социологические аспекты подготовки к проведению Игр в Лондоне, опыт Ванкувера по развитию массового спорта, перспективы олимпийского спонсорства в регионах. Дистанционно - посредством телемоста - в дискуссии приняли участие представители исполнительной дирекции XXVII Всемирной летней универсиады 2013 года в Казани. Замминистра по делам молодежи, спорту и туризму Республики Татарстан Сергей Иванов и первый замгендиректора Исполнительной дирекции «Казань 2013» Азат Кадыров обсудили с участниками тренинга механизмы объединения усилий власти и бизнеса с целью формирования у молодежи новых ориентиров. Тренинг в Сочи стал итоговым мероприятием программы повышения квалификации региональных руководителей спорта, которую РМОУ реализовывал в течение 2010-2011 годов.

«Олимпстрой» сертифицирован



Сертификаты сотрудникам корпорации «Олимпстрой» вручали вице-президент ГК «Олимпстрой» ГЕННАДИЙ ГУБИН (слева) и ЛЕВ БЕЛОУСОВ

33 сотрудника госкорпорации «Олимпстрой», прошедшие минувшей осенью учебный курс «Управление эксплуатацией спортивных объектов», получили сертификаты РМОУ. Чтобы узнать, как работали Олимпийские игры в Турине, Пекине и Ванкувере, они провели за партами больше недели. 18 экспертов с международным опытом работы рассказали, какими должны быть в идеале спортивные объекты разного профиля и каковы особенности управления ими на разных этапах, от строительства до эксплуатации после Игр. «При разработке программы тренинга был использован широкий потенциал ГК «Олимпстрой», сотрудники которого сами являются экспертами в области управления спортивными сооружениями, — заявил генеральный директор РМОУ Лев Белоусов, оценивая совместную работу по формированию программы тренинга. — Мы провели немало консультаций и рабочих встреч, прежде чем смогли отобрать самый передовой управленческий опыт и привлечь к реализации тренинга признанных лидеров в сфере управления спортивными сооружениями». Слушатели познакомились с лучшими практиками в разнообразных областях — от организации билетно-пропускных систем, технологий работы с искусственным льдом, принципов трансформации арен до контроля прочности бетона или требований пожарной безопасности.

48





Ректор Университета Восточного Лондона ПАТРИК МАКГИ (на фото 1 слева), профессор Университета Шеффилд Халлам ГАЙ МАСТЕРМАН и ЛЕВ БЕЛОУСОВ на церемониях подписания соглашений о сотрудничестве

Новые партнеры университета

В ноябре 2011 года заключены соглашения о сотрудничестве и партнерстве между РМОУ и двумя университетами Великобритании. Новыми партнерами РМОУ стали Университет Восточного Лондона и Университет Шеффилд Халлам. Их представители уже принимали участие в образовательных программах в России: так, ректор Университета Восточного Лондона Патрик МакГи и глава кафедры спортивного менеджмента Университета Шеффилда Гай Мастерман

выступали с докладами и лекциями на нескольких тренингах РМОУ. Соглашения предполагают совместные мероприятия по подготовке кадров для Игр в Сочи, сотрудничество в образовательной и научно-исследовательской деятельности и работу по сохранению наследия Игр, обмен сотрудниками и студентами, экспертный диалог по актуальным вопросам развития индустрии спорта, олимпийского движения и спортивного менеджмента.



Руководитель архивного отдела администрации Сочи ИГОРЬ ТВЕРИТИНОВ принял в дар городу «Олимпийские мемуары» барона Пьера де Кубертена

Университет подарил Сочи мемуары Пьера де Кубертена

В конце января 2012 года РМОУ представил в Сочи «Олимпийские мемуары» барона Пьера де Кубертена. Его воспоминания, впервые опубликованные в России, открывают издательскую программу университета. Эта книга предоставляет читателям возможность взглянуть на события конца XIX — первой трети XX века глазами человека, оказавшего решающее влияние на развитие мирового спорта. Перевод книги сделала преподаватель Сорбонны Анастасия Лестер. Издание содержит уникальную подборку архивных фотографий из экспози-

ции Олимпийского музея в Лозанне. В презентации приняли участие руководители и преподаватели вузов и научных центров Сочи, сочинских СМИ, учреждений культуры, представители бизнес-сообщества и общественных организаций. Для того чтобы все сочинцы имели возможность познакомиться с «Олимпийскими мемуарами», РМОУ официально передал издание в дар музеям и библиотекам города, а также городскому архиву Сочи. «Сочинцы фактически творят историю первых зимних Олимпийских игр в России и уже сегодня формируют их наследие, — сказал генеральный директор РМОУ Лев Белоусов. — Познакомить интеллигенцию Сочи с этой замечательной книгой особенно важно».

49



ИНДУСТРИЯ СПОРТА



ИАН ХЕНРИ, Центр олимпийских исследований, Университет Лафборо (Великобритания)

Спортивная политика в Европе и спорт для всех как ее цель

Данный очерк отслеживает зарождение, развитие и относительный спад движения «Спорт для всех» в Европе в течение последних 50 лет. В статье будет отстаиваться точка зрения, согласно которой спорт в целом и движение «Спорт для всех» в частности достигли стадии, когда некоторые из основополагающих принципов этой концепции оказались поставлены под сомнение.

ОМИССИЯ «СПОРТ ДЛЯ ВСЕХ» МЕЖДУНАРОДНОГО ОЛИМПИЙСКОГО КОМИТЕТА подчеркивает, что концепция спорта для всех базируется на дуалистическом подходе продвижения спорта как естественного (природного) права человека, с одной стороны,

и спорта как способа улучшения физического здоровья и приобретения определенных социальных выгод – с другой (МОК, 2012). Однако мы беремся утверждать, что объективная ценность спорта, понимаемая как право индивидов на доступ к занятию, продлевающему жизнь и приносящему удовольствие, оказалась подвержена влиянию ряда внешних мотивов. В результате всеобщая доступность спорта сменилась избирательным доступом для тех, кто может себе это позволить, и системой, в которой элитный спорт и поддержка школьного и юношеского спорта затмили важность спорта для всех.

Тем не менее в заключение статьи будут представлены свидетельства того, что проведение Олимпийских игр само по себе способствует приобщению большего количества молодых людей к возможностям, которые открывают спорт и физическая культура (в случае со взрослым населением статистика противоположная).

В Европе концепция «Спорт для всех» зародилась в середине 1960-х, с развитием идеологии государства всеобщего благосостояния. Концепция была впервые сформулирована Советом Европы в

•

1966 году в рамках задачи культурного развития населения и подразумевала комплекс мер, направленных на «максимизацию пользы от занятий спортом для максимально большого количества людей» (Совет Европы, 1976). 70-е годы стали пиком в развитии этой концепции как одного из принципов формирования государственной политики: в 1975 году Совет Европы разработал, а в 1976-м принял Европейскую хартию «Спорт для всех».

Однако развитие спорта для всех как принцип формирования политики не было идентичным для всех европейских стран. Поэтому для понимания текущего состояния дел важно выявить локальную специфику отдельных европейских государств и отследить контекст их исторического развития. Далее описана эволюция четырех различных европейских моделей государственной политики в сфере спорта.





Активный досуг способствует сокращению хулиганства — из этого исходили кабинеты лейбористов и до, и после Маргарет Тэтчер

Государственная политика Великобритании в сфере спорта

В контексте построения государства всеобщего благосостояния в послевоенной Великобритании спорт рассматривался как звено, занимающее одну из верхних ступеней в пирамиде прав граждан такого государства (вслед за признанием базовых прав на жилье, безопасность и охрану здоровья с последующим расширением спектра социальных услуг). К примеру, в докладе правительства Великобритании того периода (UK Government White Paper, DOE 1975) спорт и активный отдых названы «частью общей системы социальных благ» и «одной из повседневных нужд общества».

Однако первый глобальный нефтяной кризис 1973 года и последовавшая за ним рецессия мировой экономики положили конец экспансии социальных благ, предоставляемых государством всеобщего благосостояния, и конец высоким тратам западных экономик на эти цели. Британское правительство, в част-

ности, было вынуждено обратиться за займом в Международный валютный фонд (МВФ), чтобы защитить национальную экономику и валюту (Национальный архив, 2011). Условием предоставления кредита со стороны МВФ было сокращение социальных расходов.

Тем не менее вплоть до прихода к власти нового правоконсервативного правительства в 1979-м на сокращение социальных расходов в Великобритании шли неохотно. В свою очередь, социал-демократические системы таких стран Западной Европы, как Франция, Нидерланды и Испания, под влиянием неолиберального мышления к середине 80-х пришли к размыванию значения спорта для всех в качестве государственной стратегии (Bramham, Henry, Mommaas & van der Poel, 1993).

В связи с сокращением расходов на социальные нужды в начале 1980-х по Великобритании прокатилась волна масштабных городских бунтов. В этих условиях спортивная политика стала одним из инструментов решения возникшей проблемы. Считалось, что вовлечение

51

ИНДУСТРИЯ СПОРТА



Кабинет консерваторов во главе с МАРГАРЕТ ТЭТЧЕР запустил процесс приватизации, в том числе и в сфере спорта



Новые лейбористы ТОНИ БЛЭРА увязывали спорт с задачами здравоохранения и образования

в целенаправленную социальную деятельность обеспечит подходящий альтернативный канал выплеска энергии молодого населения. Подобные убеждения нашли отражение в докладе британского правительства еще в 1975 году. В нем утверждалось, что «активный досуг уменьшает скуку и неудовлетворенность, связанную с городским образом жизни, тем самым способствуя сокращению хулиганства и правонарушений среди молодежи» (Департамент окружающей среды, 1975).

Рост финансирования неблагополучных городских районов явился примером политики скорее спорта для некоторых, чем спорта для всех. Молодежь, безработные, чернокожие, мужчины из бедных районов – на такой социальный профиль, фактически рисующий потенциальных бунтовщиков, был сделан акцент. Эти программы специального финансирования мало что давали, например, женщинам или людям старшего возраста.

Действительно, такие городские районы славились самой высокой концентрацией неблагополучного населения, однако большинство десоциализированных граждан оказывалось тем не менее вне этих формально очерченных границ. Потребности этого большинства подобной географически обусловленной политикой практически не учитывались (Henry, 2001).

Произошло смещение фокуса стратегии «Спорт для всех» в сторону «спорта для некоторых» (то есть тех, кто, как считалось, потенциально несет наиболее серьезную угрозу общественному порядку), но даже и этот подход не получил дальнейшего развития. Городские беспорядки в конце 80-х сошли на нет, равно как и расходы на развитие неблагополучных районов (Henry, 2001:84) по географическому принципу.

Правительство консерваторов стремилось распространить процесс приватизации на максимально большее число сфер общественной деятельности, а там, где это было невозможно или нежелательно, – коммерциализировать работу общественного сектора экономики.

Основным инструментом достижения этой цели в сфере спорта стало введение в конце 80-х процедуры обязательного конкурсного тендера (Compulsory Competitive Tendering, CCT). В соответствии с ней частным компаниям должен был быть обеспечен доступ к соисканию контрактов на управление спортивными объектами. Даже когда муниципальные управленцы участвовали в подобных тендерах и выигрывали их, при управлении спортивными объектами они часто были вынуждены жертвовать социальными целями ради того, чтобы оставаться конкурентоспособными в сравнении с частными.

52



По традиции различие между менеджерами коммерческого и общественного секторов рассматривалось как стремление первых к достижению финансовых целей в определенных социальных рамках, а вторых – к достижению социальных целей в определенных финансовых рамках. Правила игры, заданные правительством, подразумевали приоритет первого над вторым (и, соответственно, первых над вторыми) при управлении муниципальными спортивными объектами (Centre for Leisure Research, 1993; F. Coalter, 1995; Henry, 2001; Patterson & Pinch, 1995).

Цели и приоритеты политики в сфере спорта в 1990-е наиболее точно были изложены в документе правительства консерваторов под названием «Спорт: как сделать его лучше» (Sport: Raising the Game; Департамент национального наследия, 1995). В нем вообще не упоминалось понятие «спорт для всех», а в качестве двух

акцента на объективной ценности спорта как самостоятельного блага, которое способствует повышению качества жизни и принимается в таком качестве государством.

Ценность спорта виделась правительству новых лейбористов скорее в плоскости реализации задач, связанных с вопросами здравоохранения и образования. Так, уроки физкультуры и спортивные программы в школах должны были служить продвижению волонтерской деятельности в спорте. Этот подход отвечал установкам правительства, например, на увеличение числа школьников, занятых «высококачественной физкультурой» (что именно считать «высоким качеством», решали сами учебные заведения), или молодых людей, занятых волонтерами в спорте, а также детей, занимающихся в местных спортклубах, которые не имеют отношения к системе образования. Последняя задача рассматривалась как



Хотя аналитики говорят о единой скандинавской модели, системы управления спортом в Дании, Норвегии и Швеции разнятся

главных государственных приоритетов были обозначены спорт высших достижений и спорт и физическое воспитание молодежи. Как следствие, вопросы спорта для всех (в частности, управления муниципальными спортивными объектами в интересах местного населения) были отнесены к компетенции местных властей. Но такое перераспределение ответственности произошло в период, когда центральное правительство существенно ограничило расходы местных органов власти, что среди прочего подразумевало уменьшение субсидирования спортивных объектов ради повышения валового дохода и, соответственно, уменьшение субсидирования спорта для основной массы населения.

После прихода к власти в 1997 году новых лейбористов их видение политики в сфере спорта было изложено в документе под названием «План игры» (Game Plan; Департамент культуры, медиа и спорта, 2002). Хотя ранее в спортивной политике прослеживался акцент на спорте и социальной интеграции (Collins, Henry & Houlihan, 1999), в этом документе уже не было

основная в борьбе за увеличение числа людей, занимающихся спортом вне пределов образовательной системы.

Спорт был одним из инструментов «государства социального инвестирования» (Perkins, Nelms & Smyth, 2004), где инвестиции в человеческий капитал посредством образования, спорта, культуры и т.д. призваны генерировать социальные и экономические дивиденды для общества в целом (Green, 2007).

Скандинавский контекст

В Великобритании за последние 40 лет произошло смещение вектора от продвижения спорта для всех как универсального права к продвижению спорта в качестве инструмента для реализации различных государственных задач. Скандинавский опыт отчасти схож с британским с точки зрения направления развития, хотя этот процесс стартовал в Скандинавии в условиях иной политической традиции, нежели биполярная традиция британской послевоенной политики.

53

•

ИНДУСТРИЯ СПОРТА



СКАНДИНАВЫ СЧИТАЮТ высокий уровень вовлеченности населения в спорт отражением социал-демократической идеологии

Скандинавский послевоенный подход к системе государственного соцобеспечения в общих чертах характеризуется как политический консенсус относительно социал-демократической модели государственного соцобеспечения, основанной на высоких налогах, полной занятости и высоком уровне социальных расходов государства (Esping-Andersen, 1989).

В сфере спорта социал-демократическая модель государства всеобщего благосостояния подразумевала значительную господдержку. Однако, несмотря на исторически обусловленный фокус на госрегулировании, управление спортом в скандинавских странах формировалось в условиях существенной автономии и самоуправления. Здесь спорт уходит корнями в гражданское общество: он всегда был организован как масштабное «народное движение» (Carlsson, Norberg & Persson, 2011:305).

Как утверждает Эйринд Скилле (2011:327), высокий уровень участия в спорте среди населения стран региона может рассматриваться как отражение «социал-демократической идеологии, лежащей в основе скандинавской модели государства всеобщего благосостояния, и может быть связано с более длительной историей развития движения «Спорт для всех».

Между тем, хотя аналитики (главным образом следуя Гёсте Эспринг-Андерсен) говорят о единой скандинавской модели, существуют серьезные различия между системами управления спортом в Норвегии, Швеции и Дании. Как и в Великобритании, каждая из систем подверглась существенным изменениям.

Вот как Бо Карлссон и его коллеги описывают эти изменения. «За последние десятилетия многие характеристики скандинавской модели государственного соцобеспечения были утрачены, - констатируют авторы. - Управление обществом стало в большей мере дифференцированным, в отношении соцобеспечения и управления в целом возобладали подходы, основанные на индивидуализме и прагматизме. Эти изменения прослеживаются также и в сфере спорта. Несмотря на определенную устойчивость, скандинавская модель управления спортом постепенно стала более дифференцированной по причине комплексных социальных трансформаций, таких как профессионализация, коммерциализация и глобализация» (Carlsson, et al., 2011:305).

К примеру, в Норвегии государство испытало усиление корпоративистского подхода, результатом которого стало привлечение буржуазных

54





ВЕКТОР РАЗВИТИЯ СПОРТИВНОЙ ПОЛИТИКИ в странах Северной Европы схож с британским: в обоих случаях возобладали подходы, основанные на прагматизме и индивидуализме

и социалистических/коммунистических кругов к формированию после Второй мировой войны Норвежской конфедерации спорта. В 1996 году она объединилась с НОК Норвегии, в результате чего был образован Норвежский олимпийский и паралимпийский комитет, а также Конфедерация спортивных организаций. Как отмечает Скилле, в таких зонтичных организациях-гегемонах существуют серьезные противоречия между задачами, связанными с развитием спорта высших достижений, и задачами, касающимися спорта для всех. А вот в Дании национальные зонтичные организации, отвечающие за массовый спорт и спорт высших достижений, являются независимыми структурами.

Характер отношений государства и спорта в Швеции описан Йоханом Норбергом (Norberg, 2011) как «неформализованный договор», способствующий реализации социальных задач (включая массовое участие в спорте, задачи, связанные со здравоохранением и социальной интеграцией, а также с развитием спорта высших достижений). Вместе с тем Норберг утверждает, что нестабильная экономическая и политическая ситуация последних двух десятилетий обусловила необходимость пересмотра условий этого договора.

Синэ Агергаард и Ян Кар Соренсен (Agergaard, 2011; Agergaard & Sorensen, 2011) цитируют ряд исследований о спортивной политике в Дании, в которых указывается, что политика, ориентированная на социальную интеграцию (в частности, интеграцию этнических меньшинств), может не принести результатов. Причина – сопротивление широких масстренерам и администраторам любых спортивных организаций вплоть до клубов, которые воспринимаются как отбираемые по кастингу «агенты влияния» государства.

Эффективность политики спорта для всех как инструмента социальной интеграции – хороший элемент для политических деклараций. Однако она менее очевидна в плоскости реального практического применения.

Государства Центральной и Восточной Европы: посткоммунистический опыт

В отличие от скандинавской модели, в рамках которой традиционно отстаивались преимущества автономии спорта и ее защита от прямого вмешательства со стороны власти, в государствах – членах ЕС, прежде входивших

55

ИНДУСТРИЯ СПОРТА

в состав коммунистического блока, устойчиво развивалась культура государственного вмешательства и контроля в сфере спорта.

С началом процесса экономической либерализации, который шел параллельно с размыванием идеологии социализма, правительства ряда этих стран сократили госрасходы в сфере спорта и в целом снизили уровень госконтроля, стремясь адаптироваться к новой политичес-

кой и экономической реальности последних двух десятилетий.

К примеру, Йоланта Зыско (2008) описывает процесс передачи компетенций по управлению спортивными объектами в Польше от центрального правительства муниципалитетам и воеводствам подобно тому, как в Великобритании в 1990-е правительство переложило ответственность за решение вопросов, связанных со спортом для всех, на местные органы власти (Департамент национального наследия, 1995). В обоих случаях при перераспределении этой ответственности никакие дополнительные ресурсы не выделялись.

В Венгрии, напротив, переход к посткоммунистической спортивной политике ознаменовался сохранением элементов централизованного планирования, что было закреплено в Национальной спортивной стратегии 1999

года, являвшейся частью Стратегии национального развития (Emese, 2006). В Болгарии же, как пишет Васил Гиргинов, приоритетным государство объявило спорт высших достижений, в результате чего досуговые спортивные организации, такие как, например, Союз аэробики, и школьный спорт остались практически без внимания в период либерализации общественной жизни.

«В рамках стратегического курса государства на европеизацию в спортивной политике наметился очевидный перекос в пользу развития спорта высших достижений на национальном и международном уровнях, в результате чего осталась без внимания спортивная политика и

эгалитарная политика спорта для всех на местном уровне» (Girginov, 2001:193).

Оценка изменения уровня участия населения в спорте или движении «Спорт для всех» с момента существования коммунистических государств – сложная задача, поскольку статистика по уровню участия, предоставленная ими в период государственного социализма, оценивается отдельными аналитиками как недосто-

верная (Jung, 1994; Zysko, 2008). Что касается посткоммунистического периода, то статистика указывает на значительно меньший уровень участия населения в спорте по сравнению со скандинавскими странами и другими северными (изападными) европейскими государствами (Eurobarometer, 2004, 2010).



Традиционно уровень участия населения в спорте в государствах Южной Европы был существенно ниже аналогичного показателя по северным европейским странам (Eurobarometer, 2004, 2010; Sport England & UK Sport, 1999), что отчасти связано с очевидно меньшим уровнем государственных вложений в этой сфере. Маленькие государства Мальта и Кипр, которые подписали Европейскую спортивную хартию (документ, заменивший Европей-

скую хартию «Спорт для всех»), имеют ограниченные ресурсы для решения задач массового спорта. В Италии по окончании Второй мировой войны сложилась система госфинансирования спорта (за счет доходов, получаемых от ставок на спортивные игры), при которой обеспечивалось политическое «невмешательство», способствующее недопущению использования спорта в политических целях. В Испании спорт отнесен к компетенции Высшего спортивного совета, который в конечном итоге подотчетен Министерству культуры — подобная схема управления сближает испанскую модель с рядом североевропейских систем управления спортом (Houlihan, 1997).



СПОРТ ВЫСШИХ ДОСТИЖЕНИЙ был объявлен приоритетом в постсоциалистической Болгарии. Союз аэробики и школьный спорт остались без внимания

56





В ИСПАНИИ спорт отнесен к компетенции Высшего спортивного совета, который подотчетен Министерству культуры

Но свобода от вмешательства государства является скорее политической декларацией, чем реальностью. Анализ системы управления спортом в Греции и существующей в ее рамках системы финансирования национальных федераций позволяет увидеть пример политического патронажа со стороны двух партий – ПАСОК и «Новой демократии» (Henry & Nassis, 1999). В Италии право владения Сильвио Берлускони футбольным клубом «Милан» обеспе-

чивает его вовлеченность в профессиональный спорт, а вкупе с правом владения рядом медиаресурсов служит инструментом усиления общественного влияния политика (Porro & Rosso, 2001).

ДЛЯ СИЛЬВИО БЕРЛУСКОНИ право владения клубом «Милан» – один из инструментов влияния

57

ИНДУСТРИЯ СПОРТА

Статистика по вовлеченности населения в спорт и геополитические кластеры в Европе

Характеристика вовлечения в спорт европейцев в <u>табл. 1</u> представляет собой разделение по геополитическим кластерам: Север/Запад (низкий уровень неучастия) – Восток/Юг (более высокий уровень неучастия). По сути, это типичное описание моделей вовлеченности населения в спортивную активность в Европе.

Отмечается различие между Скандинавией и другими группами стран. Средний результат по Центральной и Восточной Европе, возможно, искажается из-за низких показателей трех стран, в частности Словении, которая демонстрирует худшие результаты в группе. В Южной Европе Испания и Мальта приближаются к уровням Северной Европы, но здесь кластеризация имеет достаточно поверхностное обоснование, по крайней мере с точки зрения статистики.

Недавно Коэн Бридвельт привел данные Шарлотты Ван Туйком (2011), содержащиеся в неопубликованной диссертации, где утверждается, что эти данные представляют более сложную типологию уровней участия на основе анализа четырех исследований (три из них – исследования вовлеченности в спорт, проведенные Eurobarometer, четвертое – International Social Survey Programme, 2007).

Аргументация Ван Туйком сводится к следующим предположениям. По уровню вовлеченности населения в занятия спортом Европа, по-видимому, делится на шесть отличающихся друг от друга групп спортивных стран (Van Tuyckom, 2011:144):

- от нулевого до среднего уровня развития физкультуры и фитнеса (Греция, Португалия, Италия);
- активные клубные страны (Дания, Нидерланды, Австрия);
- средние слабо организованные страны (Словения, Мальта, Кипр);
- средние «школьные» страны (Венгрия, Латвия, Литва, Польша);
- активные разносторонне развитые страны;
- очень активные страны (Финляндия, Швеция).

«Различия между этими шестью спортивными мирами значительны» (Breedveld, 2011).

Подход Ван Туйком предполагает, что «более высокие уровни вовлечения населения в занятия спортом в значительной степени

обязаны более стабильным и открытым политическим системам, а также, независимо от предыдущего фактора, более высокому уровню ВВП и большему проценту городского населения» (Van Tuyckom, 2011. 159: цитата из Breedveld, 2011).

Казалось бы, выводы Ван Туйком хороши тем, что подчеркивают влияние прогрессивной политики на увеличение числа людей, занимающихся спортом, и в более широком смысле – на здоровье и благосостояние. Однако эта взаимосвязь значительно четче прослеживается в стабильных условиях, тогда как в периоды политических кризисов, нестабильности и роста недоверия в обществе забота об этих аспектах общественного благополучия отходит на второй план. Учитывая нынешний климат в Европе, в частности в отношении зоны евро, и нестабильность экономики, политические приоритеты устранения текущих экономических дисбалансов и восстановление доверия граждан кажутся более важными, нежели вопросы прогрессивной политики (например, продвижение спорта для всех в рамках социальной политики).

Ситуация в Европе сильно дифференцирована. Мы согласны с утверждением, что различие политических подходов - существенный фактор, объясняющий это разнообразие. И хотя практически все европейские экономические и политические системы сталкиваются с общей проблемой в виде последствий нынешнего финансового кризиса, для того, чтобы понять природу этой проблемы, требуется анализ исторической и культурной специфики спортивной политики в этих странах. Поэтому в разделе ниже мы стремимся опираться на представленные в ЕС системы спортивной политики с целью выявления влияния на управление этими системами и их значения для продвижения спорта для всех европейскими правительствами.

Спорт для всех и системы спортивной политики в Европе. Типология VOCASPORT для систем спортивной политики в Европе

Одна из немногих попыток дать характеристику различным видам систем спортивной политики в Европе была предпринята Жаном Ками и его коллегами в рамках проекта VOCASPORT – исследования вовлеченности в занятия спортом в

3/27/12 3:05:51 PM

58



ТАБЛ. 1
Eurobarometer (2004, 2010)
Вопрос: как часто вы занимаетесь спортом? Ответ: никогда

СКАНДИНАВСКИЕ СТРАНЫ			
Страна	% в 2004 году	% в 2010 году	
Дания	17	18	
Финляндия	4	7	
Швеция	7	6	
Среднее	9,3	10,3	

СЕВЕРНАЯ ЕВРОПА			
Страна	% в 2004 году	% в 2010 году	
Австрия	34	29	
Бельгия	36	28	
Франция	35	34	
Германия	36	31	
Ирландия	28	26	
Люксембург	40	32	
Нидерланды	31	28	
Великобритания	31	32	
Среднее	33,9	30,0	

ЮЖНАЯ ЕВРОПА			
Страна	% в 2004 году	% в 2010 году	
Кипр	47	46	
Греция	57	67	
Италия	58	55	
Мальта	43	38	
Португалия	66	55	
Испания	47	42	
Среднее	53,0	50,5	

ВОСТОЧНАЯ И ЦЕНТРАЛЬНАЯ ЕВРОПА			
Страна	% в 2004 году	% в 2010 году	
Болгария	_	58	
Чехия	34	37	
Эстония	40	41	
Венгрия	60	53	
Латвия	48	44	
Литва	48	44	
Польша	46	49	
Румыния	_	49	
Словакия	36	35	
Словения	24	22	
Среднее	37,7	43,2	

59



ИНДУСТРИЯ СПОРТА

Европе (VOCASPORT Research Group, 2004), проведенного по заказу Европейской комиссии.

Типология VOCASPORT не заимствует напрямую разделение на четыре группы стран, как показано в <u>табл. 1</u>. Осмелюсь указать тем не менее на четкую связь между политическими подходами и готовностью развивать спорт для всех. Смысл данного раздела – наметить подход Ками и его коллег для характеристики.

В этом разделе я напрямую опираюсь на ранее опубликованные работы (Henry, 2009; Henry & Ko, 2009), в частности, в том, что касается природы политической системы и включения этой модели в качестве основы для описания напряженностей, возникающих в сфере спорта и все более ощутимых при реализации спортивной политики в непростых внешних условиях. Так, мы утверждаем, что изменения в спортивной политике и управлении на национальном уровне в Европе имеют серьезные последствия для концепции «Спорт для всех».

В своем исследовании Ками характеризует четыре конфигурации национальных спортивных систем государств – членов ЕС на основе четырех параметров.

Первый параметр – роль органов государственной власти, в частности в лице профильного министерства. Второй – уровень координации и взаимодействия различных сторон, участвующих в системе спорта. Принимается во внимание как нормативно-правовое положение, так и назначение ролей де-факто. Третий параметр – роль и вес добровольного, государственного и частного секторов в оказании спортивных услуг. Четвертый – адаптация системы к изменениям спроса.

Первая из четырех идеальных типовых систем спортивной политики – бюрократическая конфигурация, как называют ее Ками и соавторы. Характеризуется высокой степенью государственного участия. К этому типу можно отнести системы 15 государств: Бельгии, Кипра, Чехии, Эстонии, Финляндии, Франции, Венгрии, Латвии, Литвы, Мальты, Польши, Португалии, Словакии, Словении, Испании.

Бюрократической конфигурации свойственна очень активная роль властей в регулировании системы. Почти всегда существует отдельная законодательная база (закон о спорте). Эта система регулируется государственными органами, которые, учитывая их политическую/демократическую легитимность, не обязательно должны консультироваться с другими игроками. Волонтерское спортивное движение

действует как «делегация», партнеры из общественников часто отсутствуют как таковые. Что касается потребителей/клиентов, то они, равно как и частные предприниматели, имеют низкое влияние на проведение спортивной политики

Второй идеальный тип – предпринимательская конфигурация. Характеризуется высоким уровнем участия рынка – как напрямую, так и в рамках заключаемых государством контрактов по управлению находящимися в его собственности объектами (например, посредством процедуры госзакупок). Рыночная дисциплина, таким образом, очевидна в государственном и частном секторах. Ками и соавторы выделяют два государства, соответствующих этому типу, а именно Ирландию и Великобританию.

Предпринимательская конфигурация характеризуется регулированием системы через социальный или экономический спрос на спорт. Мало что может помешать регулированию отношений «спрос – предложение» непосредственно рынком. Роль государственных органов состоит главным образом в создании основы, чтобы эта логика рынка работала. Добровольное спортивное движение, в свою очередь, должно адаптироваться к требованиям, диктуемым частными предпринимателями, и попытаться сохранить свои позиции в этих условиях.

Миссионерская конфигурация отличает государства, где общественные организации действуют, обладая делегированными полномочиями. Под этот тип подпадают шесть государств: Австрия, Дания, Германия, Италия, Люксембург и Швеция.

Миссионерская конфигурация характеризуется доминирующим присутствием добровольного спортивного движения с высокой степенью автономии в принятии решений. Государственные или региональные власти делегируют им значительную часть полномочий в формировании политики в области спорта, хотя обе стороны могут постепенно вступать между собой и в контрактные отношения. Присутствие социальных партнеров выражено слабо; менеджеры-волонтеры имеют больше легитимности, чем штатные сотрудники. Рядовые пользователи редко ощущают себя потребителями, а частные предприниматели действуют на периферии доминирующей системы (их роль варьируется).

Социальная конфигурация (единственным примером которой является система в

60







ГРАФИК 1

Типология VOCASPORT для систем спортивной политики в Европе, наложенная на оси локального управления Ньюман



БЮРОКРАТИЧЕСКАЯ КОНФИГУРАЦИЯ Централизация, госсектор – основной проводник требований правительства ПРЕДПРИНИМА-ТЕЛЬСКАЯ КОНФИГУРАЦИЯ

Нидерландах) имеет высокий уровень взаимодействия с партнерами, такими как профсоюзы, добровольные и коммерческие организации и т.д.

Данный тип конфигурации характеризуется наличием социальных партнеров в рамках многогранной системы. В такой системе нет однозначно доминирующего игрока, ее отличает сосуществование/сотрудничество между общественным, добровольным и коммерческим секторами. Представители работников и работодателей, призванные обеспечить управление системой, в основном ориентируются на «общее благо», которое приносит спорт. Вместе с тем это не исключает возникновения конфликтных ситуаций.

Группа VOCASPORT ставила перед собой задачу определить четыре конфигурации и подчеркнуть, что, несмотря на все сложности в плане отнесения того или иного государства к определенной группе, данная типология достаточно полно охватывает систему.

Однако наша цель – взять эту классификацию и выявить, как она соотносится с различными формами управления, главным образом в контексте спорта для всех. Определив эти взаимосвязи, мы перейдем к рассмотрению того, как в различных системах возникает запрос на изменения, в каком направлении они развиваются и какова роль политики спорта для всех.

В другой работе (Henry & Ko, 2009) мы проиллюстрировали эти четыре типа систем, увязывая их с двумя измерениями, описанными в работе Джанет Ньюман по управлению на локальном уровне (см. граф. 1–4). Вертикальная ось отражает роль государства – централизацию или децентрализацию. Горизонтальная ось отражает уровень инновационной деятельности и конкурентоспособности на одном конце континуума (за счет вовлечения коммерческого или добровольного сектора) или же целостность (благодаря госрегулированию) и устойчивость (за счет более широкого вовлечения общественности) на другом.

К примеру, 10 из 15 государств с бюрократическим типом – это либо новые члены ЕС из Восточной и Центральной Европы, традиционно ассоциирующиеся с командной экономикой

61



ГРАФИК 2

Основные особенности четырех систем спортивной политики

СОЦИАЛЬНАЯ КОНФИГУРАЦИЯ

Децентрализация, госсектор в роли партнера для достижения перемен

МИССИОНЕРСКАЯ КОНФИГУРАЦИЯ

АКЦЕНТ НА РЕАЛИЗАЦИИ ДОЛГОСРОЧНЫХ ЗАДАЧ

альтруизм, убежденность, влияние **Долгосрочные вложения/целеполагания культурных перемен**

политика коллективного принятия решений

Непрерывность, устойчивость

АКЦЕНТ НА ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ/ ПРОЦЕССАХ

регулирование процессов, мониторинг стандартов и систем

АКЦЕНТ НА КРАТКО-И СРЕДНЕСРОЧНЫХ ЗАДАЧАХ

экспансия, адаптация, инновации, гибкость, мониторинг результатов

Инновации, конкурентоспособность

АКЦЕНТ НА КРАТКОСРОЧНЫХ РЕЗУЛЬТАТАХ

мониторинг, аудит и максимизация немедленных результатов достижение результата через контракты с субподрядчиками

БЮРОКРАТИЧЕСКАЯ КОНФИГУРАЦИЯ

Централизация, госсектор – основной проводник требований правительства

ПРЕДПРИНИМА-ТЕЛЬСКАЯ КОНФИГУРАЦИЯ

и централизованным государством, либо микрогосударства (Кипр и Мальта). В отношении стран бывшего советского блока наметилась тенденция к коммерциализации и снижению роли государства, но в каждой из них в той или иной степени по-прежнему доминирует культура сильного государства, хотя ресурсы, доступные государству, уменьшаются.

Классический случай предпринимательской конфигурации – ситуация в Великобритании в 1980-х и начале 1990-х при Маргарет Тэтчер, где неолиберальная идеология привела к применению рыночного подхода в целом ряде областей, включая спорт.

Миссионерская конфигурация представлена группой скандинавских стран, а также Германией и Люксембургом, которые имеют сильный и независимый некоммерческий сектор, в то время как единственным примером социальной конфигурации является Голландия с ее традиционно плюралистическими тенденциями, которые в голландском обществе получили название «пилларизация». Голландия продвигала концепцию социальных консультаций в качестве ключевого элемента политической системы.

Мы сделаем попытку выявить последствия реализации политики каждого из четырех ти-

пов, но прежде необходимо сделать два предостережения в отношении использования данной типологии. Во-первых, конфигурации сами по себе представляют картину «классической» конфигурации, свойственной данному государству, которая, возможно, была более характерна для него в прошлом, а в настоящее время существует запрос на изменения. Во-вторых, национальная политсистема может иметь элементы более чем одной конфигурации.

Особенности управления и реализации политики в каждой из четырех конфигураций

Данные четыре подхода к спортивной политике подразумевают различные способы ее реализации. Бюрократическая конфигурация делает акцент на регулировании процессов, правил и инструкций, а предпринимательская конфигурация фокусируется почти исключительно на результатах, особенно в контексте привлечения госорганами коммерческих структур для управления услугами по контрактам.

Одна из трудностей, связанных с введением обязательных конкурентных госзакупок¹ для предоставления спортивных услуг, заключалась в составлении контрактов по управлению

62



ГРАФИК 3 Ключевые базовые цели четырех систем спортивной политики



спортивными объектами: в то время как финансовые результаты (например, план по доходам) просчитываются достаточно легко, измерение социальных результатов оказалось серьезной проблемой. Таким образом, предпринимательская политика неизменно фокусировалась на тех результатах, которые легко измеряются и контролируются в рамках существующих контрактов.

В центре внимания миссионерской конфигурации – поддержание направляющей роли независимого некоммерческого сектора в спорте как противовес опоре на правительство, которое устанавливало бы цели. Предполагается, что этот сектор относительно независим и защищен от прямого давления власти, а введение такой селективной автономии способно приносить пользу государству.

Социальная конфигурация несколько иная. Это модель, отраженная в социальном диалоге, который продвигается Еврокомиссией в целом ряде отраслей, в том числе спортивных.

Подход основан на том, что политические решения, чтобы быть устойчивыми и реализуемыми, должны иметь поддержку всех основных заинтересованных сторон. Таким образом, приоритет имеют долгосрочные обязательства в социальной, политической и экономической интеграции. Создание социального потенциала в каждом секторе, к примеру анализ политики с различных точек зрения, при реализации может дать более устойчивую политику.

Эти модели предполагают принципиально различные подходы к политике. Они основываются на достижении разных целей, и между ними существует напряженность. Так, основная цель бюрократической модели – обеспечение подотчетности, тогда как акцент в миссионерской модели сделан на освобождении спортивного сектора от госконтроля ради обеспечения гибкости и адаптируемости, способности реагировать на изменяющиеся обстоятельства, освобождении от бюрократии традиционного государственного аппарата и партийно-поли-

¹Compulsory Competitive Tendering – процедура, введенная в законодательство Великобритании в начале 1980-х, была внедрена целым рядом местных служб страны. По сути, от госструктур (в том числе представляющих спортивный комплекс) на местном уровне стали требовать открыть доступ коммерческим и некоммерческим организациям к участию в торгах по контрактам на управление общественными объектами (Воупе, 1998)

63

№1(2), 2012 | Вестник РМОУ

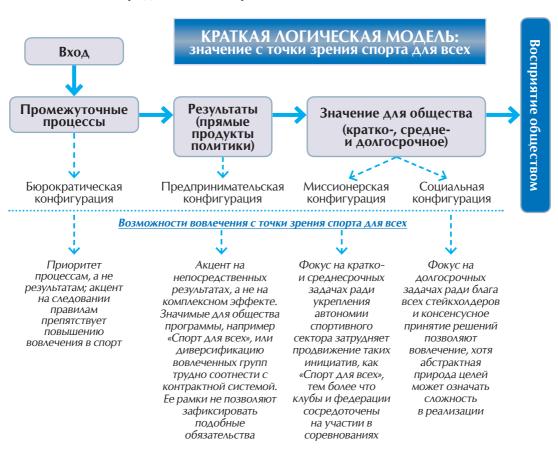




3/27/12 3:05:52 PM

ИНДУСТРИЯ СПОРТА

ГРАФИК 4 Спорт для всех и четыре системы: возможности вовлечения



тических интересов. Точно так же основная задача предпринимательской модели — обеспечить эффективность с точки зрения затрат на единицу продукции, а в социальной конфигурации наиболее важным представляется социальное взаимодействие всех заинтересованных акторов для максимизации выгод от консультаций с точки зрения качества принимаемых решений.

У каждого из этих подходов есть свои сильные стороны, равно как и недостатки (см. граф. 4). Эти недостатки, пожалуй, наиболее наглядно проявляются в традиционной логической модели формирования политики. Бюрократические системы политики по причине их приверженности процессам контроля более склонны к бюрократической дисфункциональности, когда процесс оказывается важнее, чем результат. Скажем, с помощью бюрократических процедур можно отследить каждую копейку, потраченную на спортивную политику, но

при этом крайне сложно получить какие-либо долгосрочные результаты. Традиционные бюрократические механизмы государства в спортивной сфере, например в Великобритании (до неолиберальных реформ 1980-х и 1990-х) и Франции, оказались недостаточно гибкими, чтобы обеспечить успешное вовлечение уязвимых групп населения (Arnaud, 1999; І. Р. Непгу, 2001). Ильзе Хартман-Тьюз (2006) подчеркивает недостатки других государств, относящихся к этой конфигурации, с точки зрения их неспособности привлечь к участию в спорте определенные группы социально стратифицированного населения.

В предпринимательской модели основная трудность в том, чтобы трансформировать социальные цели в договорные требования к поставщикам. Опыт Великобритании в 1980-х и 1990-х говорит о том, что контракты, заключенные местными органами власти с коммерческими подрядчиками, как правило, учитывали

64



лишь финансовую составляющую с минимальным акцентом на социальной отдаче. А если предпринимались серьезные попытки сделать акцент на достижении социальных целей, то за такие контракты не очень активно боролись коммерческие структуры. Часто их выигрывали компании госсектора, которые из-за отсутствия конкуренции и ограниченных финансовых ресурсов не всегда справлялись с достижением социальных целей.

Отсутствие социальных целей и приоритет финансовых объясняет неспособность ответить на спортивные запросы широких слоев населения и тем самым способствовать внедрению спорта для всех, поскольку приоритет отдается наиболее богатым сегментам рынка (Aitchison, 1997; J. A. Coalter, 1995).

Миссионерский подход освобождает спортивный сектор (в частности, элементы некоммерческого сектора) от госконтроля, осуществляя финансирование спорта «на расстоянии вытянутой руки» и сохраняя контроль только в коммерческом плане. Однако этот подход основан на предположении, что если управление спортом передается в ведение опытных и приверженных делу спорта, то остальные внешние факторы приложатся. Конечно, правительство может «рулить», а не управлять политикой, например, посредством налоговых льгот. Однако обеспечить достижение результатов в таких условиях непросто, а разобраться в сложных взаимосвязях интересов некоммерческого сектора и общества, возможно, еще более трудно, особенно если результаты (помимо укрепления здорового независимого спортивного сектора) оказались слабо осязаемы. Кроме того, с идеологией спорта для всех в качестве основной цели в некоммерческом секторе конкурирует идеология успеха в конкурентной борьбе, что проявляется во многих клубах и спортивных федерациях.

Наконец, социальная модель ориентируется глобально на развитие устойчивой и консенсусной политики как системы, которая способствует укреплению потенциала в обществе в целом. А также предполагает приверженность «комплексному формированию политики», коли эта политика направлена на достижение таких результатов, как социальная сплоченность, здоровое общество (в социальном, психологическом, политическом и физическом планах), экономическое развитие и т.д.

Итак, спортивная политика – просто часть большой машины, работающей для достиже-

ния этих более глобальных целей, и спорт для всех при таком подходе занимает свое место. Между тем сама сложность данного подхода порождает проблемы при определении характера поставленных социальных задач, а также с точки зрения межполитических мероприятий, необходимых для достижения целей. Таким образом, реализация целей политики спорта для всех через этот подход по иронии судьбы может затормозиться при попытке укрепления социального капитала через спорт. Тем не менее социальная модель предполагает более активное участие местных общин и добровольных групп, а также работодателей и работников (в спорте и других социальных областях) в управлении системой. Благодаря этому повышается реальный спрос на работу с группами, слабо вовлеченными в спорт. В таком контексте по-прежнему существует проблема оценки латентного спроса в социальной модели.

Направление изменений в системе европейской политики в области спорта

Хотя эти четыре конфигурации полезны как идеальные типы, ясно, что в системе спортивной политики могут быть внутренние трения и запрос на перемены. Яркий пример – растущее давление на бюрократические системы с тем, чтобы ввести элементы рыночных сил. Это происходит в большей или меньшей степени в странах бывшего Восточного блока. Хотя они имеют традиционную культуру контроля спорта со стороны центрального правительства, они также подвергаются давлению с требованиями либерализационных мер. Мы уже упоминали работы Йоланты Зыско (2008), которая указывает на сокращение централизованного бюрократического управления спорта в Польше и тенденции к децентрализации ответственности за спортивные сооружения и услуги местного самоуправления, что, однако, не сопровождается выделением дополнительных ресурсов, которые позволили бы местным властям эффективно управлять процессами. Как результат, снижение качества услуг и/ или рост возможностей для частного сектора восполнить эти пробелы.

В Западной Европе на примере некоторых стран с точки зрения контроля и управления спортом в целом (Франция) и олимпийским спортом в частности (Италия, в рамках деятельности СОNI, Национального олимпийского комитета) мы становимся свидетелями растущей тенденции к внедрению коммерчес-

65



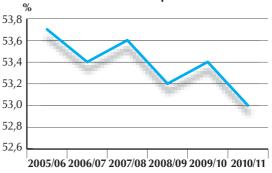
ких подходов там, где раньше было представлено практически исключительно государство. Примеры – отделение от CONI коммерческого крыла (CONI Services) с попутным сокращением государственного финансирования и штата или укрепление во Франции тенденции 1990-х годов к управлению государственными спортивными объектами силами частных компаний. Есть даже планы приватизировать часть INSEP (Национальный институт спорта).

В Великобритании, которую Ками и его коллеги в 2004 году определили как прототип предпринимательской модели, в 2000-х наблюдались явные признаки отхода от неолиберального энтузиазма. Новые лейбористы вплоть до поражения на выборах пытались разработать «комплексную политику», увязав спортивную политику с тем, что делают другие акторы на местах: образование и здравоохранение, охрана окружающей среды, общественный порядок и безопасность, социальная сплоченность и вовлечение общественности, некоммерческий и государственные сектора. Кроме того, лейбористы хотели усилить роль самих граждан в развитии потенциала местных общин, а также в достижении местных политических целей (I. Henry, Harwood, Downward & Robinson, 2008). Этот толчок к развитию местной социальной модели был тесно связан с приверженностью Европейской комиссии к социальному диалогу на европейском уровне, что находит отражение в документе White Paper on Sport (European Commission, 2007).

Наконец, стоит отметить, что приверженность голландцев социальной модели также проходит испытание на прочность. В рамках научно-исследовательского проекта (2004) по заказу Европейской комиссии, озаглавленного «Спорт и межкультурный диалог» (Amara, Aquilina, Henry & PMP Consultants, 2004), голландские коллеги выявили отступление по крайней мере некоторых местных властей от традиционной приверженности плюрализму/мультикультурализму после убийств правого политика Пима Фортейна в 2002-м и режиссера Тео ван Гога в 2004-м. Эти инциденты вызвали широкое обсуждение на национальном уровне по поводу ограничений на социальное взаимодействие с некоторыми частями голландского общества.

С учетом направления движения упомянутых политик и систем может показаться, что объективно происходит отказ от философии, ориентированной на социальное обеспечение в области спорта. Сокращение госрасходов на-

ГРАФИК 5 Вовлеченность в активный отдых и занятия спортом



Источник: Talking Part Survey, Department of Media, Culture and Sport

верняка усилит неравенство в доступе к спорту, а экономическое давление на частные бюджеты, скорее всего, усилит неравенство в гражданском обществе.

Влияние проведения Игр на модели участия в спорте и спорт для всех

Мы уже отметили, что перспективы политики спорта для всех в Европе все менее радужны. Но есть еще один связанный с этим вопрос – о значении для олимпийского движения.

В прошлом считалось, что демонстрация элитного спорта на Олимпийских играх служит вдохновением для участия в спорте на рекреационном уровне. Вместе с тем доказательства в поддержку этого тезиса были слабыми (Veal & Frawley, 2009; Weed, Coren & Fiore, 2009). В связи с победой заявки Лондона на проведение Игр-2012 правительство Великобритании взяло на себя обязательство значительно повысить вовлеченность населения в занятия спортом, рассматривая это как продукт Игр. Исследования на сегодняшний день говорят о том, что такого роста участия среди взрослых не произошло (см. граф. 5).

Тут, однако, необходимо оговориться: отслеживание тенденций в условиях ограниченности исходной информации имеет в значительной степени спекулятивный характер даже притом, что имеющиеся данные в отношении населения Англии гораздо более полные по сравнению с данными о предыдущих Играх.

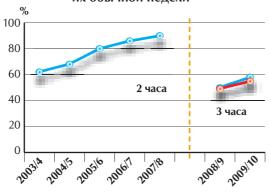
Пожалуй, нужно спросить не столько о том, каковы доказательства, что Игры вызвали рост участия в спорте, сколько о том, какие политические инициативы помогали этому процессу. Здесь применительно к Лондону-2012 действи-

66



ГРАФИК 6

Доля школьников, занимавшихся физкультурой минимум 2–3 часа в неделю в рамках школьного курса «высококачественного физического образования» и хотя бы раз спортом вне школы без учета времени в течение их обычной недели



 Все школьники в возрасте до 11 лет включительно
 Все школьники в возрасте до 13 лет

Источник: исследование по физической культуре и спорту, цитируемое по Grant Thornton Ecorys, Centre for Olympic Studies & Research Loughborough University, Oxford Economics (2012)

тельно есть интересные данные по школьному спорту, демонстрирующие приверженность правительства расширению доступа к спорту и физическому воспитанию (The Physical Education and Sport Strategy for Young People – PESSYP; см. граф. 6). Эти данные показывают, что политика может внести свой вклад в вовлечение населения, в частности, когда институциональный контекст корректно определен (как в сфере образования).

Успешное продвижение спорта среди детей школьного возраста и молодых людей особенно важно, поскольку исследования показали, что взрослые с большей вероятностью будут заниматься спортом, если делали это в более

молодом возрасте (Department of Culture Media and Sport, 2010). Но по иронии судьбы полезная в качестве дополнительного инструмента для системы образования стратегия PESSYP была свернута коалиционным правительством в рамках сокращения расходов из-за кризиса. Вот еще одна иллюстрация влияния политических соображений.

Выводы

В итоге мы пришли к утверждению о том, что при продвижении спорта для всех необходимо понимать культурный контекст. В европейском контексте существуют четко дифференцированные геополитические модели участия. Эти паттерны (хотя и не совсем точно и равномерно) описывают модели спортивной политики, которые являются продуктом политической и культурной истории европейских национальных государств. В нынешних экономических условиях, однако, направление политики нельзя оценить оптимистично по причине экономического давления, а связанная с этим политическая нестабильность отвлекает лидеров государств от приоритетов в области спорта.

Спорт для всех — заветная цель олимпийского движения. Казалось бы, именно это открывает путь к идентификации влияния Игр на рост вовлеченности людей в спорт, но на деле решение такой задачи оказывается слишком сложным. Возможно, главный вопрос даже не в этом. Скорее необходимо изучать, какие именно инициативы несут позитивный эффект и за счет чего. В качестве успешных примеров олимпийское движение может привести образовательные инициативы, которые способствуют сближению сообществ, а кроме того, через воздействие на молодежь — будущее взрослое население — закладывают долгосрочный фундамент.



Источники

Agergaard, **S.** 2011. Development and Appropriation of an Integration Policy for Sport: How Danish Sports Clubs Have Become Arenas for Ethnic Integration. *International Journal of Sport Policy and Politics*, *3*(3), 341–353.

Agergaard, S. & Sorensen, J. K. 2011. The Dream of Social Mobility: Ethnic Minority Players in Danish Football Clubs. *Soccer and Society, 10*(6), 766–780.

Aitchison, **C**. 1997. A Decade of Compulsory Competitive Tendering in UK Sport and Leisure Services: Some Feminist Reflections. *Leisure Studies*, *16*(2), 85–106.

67







Amara, M., Aquilina, D., Henry, I. & PMP Consultants. 2004. Sport and Multiculturalism. Brussels: European Commission: DG Education and Culture.

Arnaud, L. 1999. Politiques Sportives et Minorités Ethniques. Paris: L'Harmattan.

Boyne, G. 1998. Competitive Tendering in Local Government: A Review of Theory and Evidence. Public Administration, 76(4), 695–712.

Bramham, P., Henry, I., Mommaas, H. & van der Poel, H. 1993. Leisure Policy: Supranational Issues in Europe. In P. Bramham, I. Henry, H. Mommaas & H. van der Poel (Eds.), *Leisure Policies in Europe*. Wallingford, Oxon: CAB International.

Breedveld, K. 2011. Europe's Sports for All Still Has a Long Way to Go. s' Hertogenbosch: WJH Mulier Institute – Centre for Research on Sport in Society.

Carlsson, B., Norberg, J., & Persson, H. T. 2011. Editorial: The Governance of Sport Form a Scandinavian Perspective. *International Journal of Sport Policy and Politics*, *3*(3), 305–309.

Centre for Leisure Research. 1993. Sport and Leisure Management: Compulsory Competitive Tendering: National Information Survey Report. London: Sports Council.

Coalter, F. 1995. Compulsory Competitive Tendering for Sport and Leisure Management: A Lost Opportunity. *Managing Leisure: An International Journal, 1*(1), 3–15

Coalter, J. A. 1995. Compulsory Competitive Leisure Management: A Lost Opportunity? Tendering for Sport and Leisure. *Managing Leisure: An International Journal, 1*(1), 3–15.

Collins, M. F., Henry, I. P. & Houlihan, B. M. 1999. Research Report: Sport and Social Exclusion. London: Department of Culture, Media and Sport.

Council of Europe. 1976. Resolution 76(41) On the Principles of the Policy of Sport for All. Strasbourg: Committee of Ministers, Council of Europe.

Department of Culture Media and Sport. 2002. Game Plan: A Strategy for Delivering Government's Sport and Physical Activity Objectives. London: Strategy Unit, Cabinet Office.

Department of Culture Media and Sport. 2010. *Understanding the Drivers, Impact and Value of Engagement in Culture and Sport: An Over-Arching Summary of the Research.* London: Department of Culture Media and Sport.

Department of Environment. 1975. Sport and Recreation. London: HMSO.

Department of National Heritage. 1995. Sport: Raising the Game. London: HMSO.

Emese, I. 2006. Sport Policy in Canada and Hungary: Lessons of Inclusion and Exclusion. *Hungarian Studies Review, 33*(1–2), 191–202.

Esping-Andersen, G. 1989. The Three Worlds of Welfare Capitalism. Oxford.

Eurobarometer. 2004. *The Citizens of the European Union and Sport.* Brussels: European Commission.

Eurobarometer. 2010. Sport and Physical Activity. Brussels: European Commission.

European Commission. 2007. *White Paper on Sport*. Retrieved from http://ec.europa.eu/sport/documents/wp_on_sport_en.pdf.

Girginov, V. 2001. Strategic Relations and Sport Policy Making: The Cases of Aerobic Union and School Sports Federation Bulgaria. *Journal of Sport Management*, 15, 173–194.

Grant Thornton, Ecorys, Centre for Olympic Studies & Research Loughborough University & Oxford Economics. 2012. Baseline and Counterfactual London: Department of Culture, Media and Sport.

Green, M. 2007. Governing under Advanced Liberalism: Sport Policy and the Social Investment State. *Policy Sciences*, 40(1), 55–71.

Hartmann-Tews, **I.** 2006. Social Stratification in Sport and Sport Policy in the European Union. *European Journal for Sport and Society* 3(2), 109–124.

Henry, I., Harwood, C., Downward, P. & Robinson, L. 2008. Sports Partnerships Promoting Inclusive Communities: Lincolnshire, Leicester-Shire and Rutland Sports Partnerships: Monitoring and Evaluation Report Loughborough: Department of Culture, Media and Sport & Sport England.

68



Henry, I. P. 2001. The Politics of Leisure Policy (2nd Ed.). Basingstoke: Palgrave.

Henry, I. P. 2009. European Models of Sport: Governance, Organizational Change and Sports Policy in the EU. Journal of Policy for Physical Education and Sport, 18,

Henry, I. P. & Ko, L. 2009. European Models of Sport: Governance, Organizational Change and Sports Policy in the EU. In K. Petry & W. Tokarski (Eds.), Handbuch Sportpolitik. Berlin: Hofmann-Verlag.

Henry, I. P. & Nassis, P. 1999. Sport, Policy and Clientelism in Contemporary Greece. International Review for the Sociology of Sport, 34(1), 43–58.

Houlihan, B. 1997. Sport, Policy and Politics: A Comparative Analysis. London: Routledge.

International Olympic Committee. 2012. Sport for All Commission. Retrieved 18 January, 2012, from http://www.olympic.org/sport-for-all-commission

International Social Survey Programme. 2007. Leisure Time and Sport. In GESIS (Ed.). Cologne.

Jung, B. 1994. For What Leisure? The Role of Culture and Recreation in Post-Communist Poland. Leisure Studies, 13(4), 262–276.

National Archives. 2011. Sterling Devalued and the IMF Loan. Retrieved 18 January 2012, from UK Government: http://www.nationalarchives.gov.uk/cabinetpapers/ themes/sterlingdevalued-imf-loan.htm

Newman, J. 2001. Modernizing Governance: New Labour, Policy and Society. London: Sage.

Norberg, J. 2011. A Contract Reconsidered? Changes in the Swedish State's Relation to the Sports Movement. *International Journal of Sport Policy and Politics*, 3(3), 311–326.

Patterson, A. & Pinch, P. L. 1995. Hollowing Out the Local State – Compulsory Competitive Tendering and the Restructuring of British Public-Sector Services. *Environment and Planning a, 27(9), 1437–1461.*

Perkins, D., Nelms, L. & Smyth, P. 2004. Beyond Neo-Liberalism: The Social Investment State? Fitzroy, Victoria: Brotherhood of St. Laurence and the Centre for Public Policy, University of Melbourne.

Porro, N. & Rosso, P. 2001. Berlusconi and Other Matters: The Era of 'Football-Politics'. Journal of Modern Italian Studies (Special Issue: Sport and Society in Italy Today), 348-370.

Skille, E. 2011. Sport for All in Scandinavia: Sport Policy and Participation in Norway, Sweden and Denmark. International Journal of Sport Policy and Politics, 3(3), 327-339.

Sport England & UK Sport, COMPASS 1999, London; UK Sport 1999. Sports Participation in Europe. London: UK Sport.

Van Tuyckom, C. 2011. Sport for All: Fact or Fiction. Individual and Cross-National Differences in Sport Participation from a European Perspective. University of Ghent, Ghent.

Veal, A. J. & Frawley, S. 2009. 'Sport for All' and Major Sporting Events: Trends in Sport Participation and the Sydney 2000 Olympic Games, the 2003 Rugby World Cup and the Melbourne 2006. Commonwealth Games. Sydney NSW: Australian Centre for Olympic Studies, School of Leisure, Sport and Tourism, Faculty of Business.

VOCASPORT Research Group. 2004. Vocational Education and Training in the Field of Sport in the European Union: Situation, Trends and Outlook. Lyon: European Observatoire of Sport and Employment: http://www.eose.org/ktmlpro/files/uploads/ Final%20Report%20English%20Version.pdf.

Weed, M., Coren, E. & Fiore, J. 2009. A Systematic Review of the Evidence Base for Developing a Physical Activity and Health Legacy from the London 2012 Olympic and Paralympics Games. London: Department of Health.

Zysko, J. 2008. Zmiany We Wspolczesnych Systemach Zarzadzania Sportem Wyczynowym w Wybranych Krajach Europejskich. Warsaw: Akademia Wychowania Fizycznego Jozefa Pilsudskiego w Warszawie.

ИНДУСТРИЯ СПОРТА



Сергей Муравьев, главный редактор «Вестника РМОУ»

Статусы национальных хост-агентства и фотопула на Играх-2014: соискание, возможности, эффекты

Интерес к Олимпийским играм открывает для медиа-компаний страны - хозяйки Игр новые горизонты, особенно если соискатель сумел добиться специального статуса.

СЕНЬЮ 2011 ГОДА МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОЛИМПИЙСКИЙ КОМИТЕТ (МОК) присвоил статусы национального хост-агентства и национального фотопула XXII зимних Олимпийских игр 2014 года в Сочи российскому агент-

ству международной информации «РИА «Новости». Соответствующее письмо главному редактору агентства Светлане Миронюк передал председатель медиакомиссии МОК Кеван Госпер в ходе визита в Москву. Этому торжественному событию предшествовали двухлетняя подготовка, изучение опыта китайских и канадских коллег и выработка стратегии с учетом запросов и специфики отечественных потребителей спортивной информации.

О пути соискателя статуса хост-агентства Игр в Сочи рассказали первый

заместитель главного редактора ФГУП РАМИ «РИА «Новости» Максим Филимонов, руководитель Объединенной редакции новостей Олег Осипов и руководитель редакции визуальной информации Владимир Баранов.

Где бы ни проходили Олимпийские игры, интерес к этому событию со стороны общества и местных СМИ всегда очень велик. Медиакомпания, получившая статусы национального хост-агентства и фотопула, также всегда фиксирует резкий всплеск





спроса на ее информационные услуги. Для РИА «Новости», говорят представители агентства, это одна из важных составляющих, рассматриваемая как возможность заявить о себе на более высоком уровне среди российских СМИ (причем в перспективе не только со спортивной информацией, но и с другими информационными продуктами).

Осенью 2009 года в агентстве приступили к обсуждению логистики работы в олимпийском Сочи в преддверии Игр и непосредственно во время соревнований. Прежний опыт работы (на нескольких Играх последних лет агентство имело в общей сложности по шесть аккредитаций) подсказывал, что для полноценного информационного покрытия Игр в Сочи необходимо искать новые, более широкие возможности. Такие

СВЕТЛАНА МИРОНЮК И КЕВАН ГОСПЕР (в центре) на встрече в Москве

возможности мог бы обеспечить статус хост-агентства.

Каковы же эти возможности? Статусы национального хост-агентства (текстовая составляющая) и нацио-

нального фотопула (визуальная составляющая) позволяют обладателям получить:

- значительно более крупную квоту на количество аккредитованных журналистов по сравнению с любыми другими СМИ;
- преференции МОК по офисному пространству и доступу к технологиям;
- режим наибольшего благоприятствования при доступе к местам проведения спортивных мероприятий, выгодные позиции для проведения съемок, бесед в микст-зонах со спортсменами и тренерами;

71





 бесплатное пространство в олимпийском медиацентре, парковочные места и т.п.

В декабре 2009 года представители из лед из лед из педировку в Китай для изучения подходов агентства Синьхуа, которое на тот момент обладало самым свежим опытом работы в качестве национального хост-агентства на летних Играх в Пекине. «Нас интересовала вся процедура, – говорит Максим Филимонов. – Мы правильно выбрали контрагентов: после общения с китайскими коллегами картина сложилась и возникло более четкое понимание сложности и многоплановости задачи. Результатом стала разработка дорожной карты с описанием шагов, которые нам надо предпринять, и ресурсов, необходимых для решения этой задачи».

Спустя два месяца на зимних Играх в Ванкувере высадился большой десант РИА «Новости». «Мы продуктивно общались с представителями Canadian Press – национального

ОЛЕГ ОСИПОВ И МАКСИМ ФИЛИМОНОВ (вверху справа) об опыте китайских коллег узнали из первых рук

хост-агентства Игр в Ванкувере, – вспоминает Олег Осипов. – Коллеги, в том числе главный редактор Canadian Press Скотт Уайт, рассказали о том, как получали этот статус, готовились к Играм, и продемонстрировали, как разверну-

лись непосредственно на Играх. С учетом их опыта, на этот раз касающегося зимних Игр и их специфики, мы несколько скорректировали собственную дорожную карту».

В Ванкувере состоялся первый «подход» к представителям Международного олимпийского комитета. Там коллеги впервые начали разговор о соискании статуса хост-агентства с представителями медиакомиссии МОК (на тот момент РИА «Новости» в качестве контрагента им не было известно, в отличие от агентства ИТАР-ТАСС, которое они знали и помнили по работе еще на Олимпиаде-80 в Москве). Кроме того, были проведены переговоры с соотечественниками – членами МОК, Виталием Смирновым, Александром Поповым и Шамилем Тарпищевым, с целью заручиться их поддержкой в

72

igoplus

процессе соискания статуса. «К тому моменту мы уже имели неплохой бэкграунд, который можно предъявить людям, принимающим решения: агентство освещало не только все Олимпийские игры с 2006 года, но и Паралимпийские игры за этот период, – отмечает Максим Филимонов. – В Ванкувере наши корреспонденты также работали и на Паралимпийских играх».

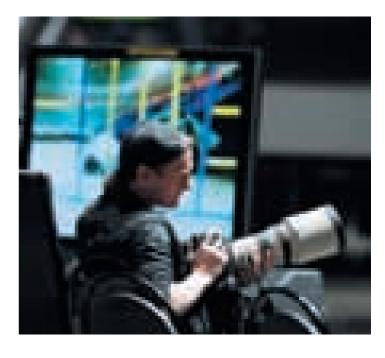
Уже после Игр-2010 по итогам этой работы в московском Манеже была организована фотовыставка, посвященная идеалам олимпийского движения и паралимпизму, и выпущен альбом. Кроме того, совместно с АНО «Спортивное вещание» был проведен фотоконкурс «Спортивная Россия», на котором международное жюри выбирало лучших среди российских профессиональных спортивных фотографов и фотографов-любителей. «Подобная активность, сочетающая административные и PR-мероприятия,

важна для соискателя», – подчеркивает Максим Филимонов.

Когда весной 2011 года комиссия МОК посетила Россию, а входящий в нее руководитель операционной деятельности МОК в области медиа Энтони Эдгар приехал на Зубовский бульвар, РИА «Новости» в

качестве потенциального контрагента было ему уже неплохо известно. Г-н Эдгар встречался не только с руководителями разных подразделений агентства, но и, к примеру, с фотокорреспондентами, которых расспрашивал о будущей работе в Сочи и их устремлениях.

«Наша позиция состояла в том, чтобы донести до членов МОК: для агентства присвоение статуса было бы хорошим стимулом, но развивать спортивную составляющую мы намерены вне зависимости от этого», - говорит Олег Осипов. Так, РИА «Новости» было учреждено специализированное агентство спортивных новостей «Р-Спорт», в орбиту внимания которого попадают все международные соревнования и старты начиная с этапов Кубка мира, равно как и внутрироссийские состязания. «Р-Спорт» работает с широким региональным охватом, сотрудничая в том числе с местными СМИ, которые бесплатно получают информационный продукт в рамках проекта «Федеральный информационный пакет». Впоследствии благодаря этому появился дополнительный аргумент



С привлечением лучших спортивных фотографов разработаны учебные программы, включая style guides для съемки соревнований в тех или иных видах спорта

при презентации возможностей РИА «Новости» по распространению контента: из более чем 2 тыс. СМИ, зарегистрированных в России, лишь малая часть получит доступ к аккредитации на Олимпийские игры в Сочи, тогда как этот продукт поддержит местные газеты и журналы при освещении Игр.

На базе агентства «Р-Спорт» будут проходить профессиональную подготовку журналисты, которым предстоит работать в Сочи. «65–70 аккредитаций на Играх – это много, в обычной «мирной» жизни информагентствам нет нужды содержать такой штат, – рассказывает Владимир Баранов. – В частности, мы провели исследование и выяснили, что требуемого количества (порядка 35 человек) спортивных фотокорреспондентов просто не наберется в России».

Эти кадры необходимо готовить, чем сейчас и начинает заниматься редакция визуальной информации РИА «Новости». С привлечением известных спортивных фотографов были разработаны модульные учебные программы, включая

73

специальные style guides для съемки соревнований в тех или иных видах спорта (в разработке этого образовательного продукта принимал участие корреспондент РИА «Новости» Сергей Гунеев, за плечами которого работа на десяти Олимпийских играх). Первый набор на курс подготовки будет объявлен в этом году. Акцент будет сделан не на столичных фотографах, а кадрах из других городов-миллионников. Логика в том, чтобы в городах России появилось больше обученных спортивных фотокорреспондентов.

Следующей встречей было участие в дебрифе: спустя полгода после Ванкувера обсудить прошедшие Игры и планы на будущее в Красной Поляне собрались представители МОК, оргкомитетов «Ванкувер-2010» и «Сочи-2014». Там представители РИА «Новости» вновь подтвердили намерение быть соискателями статуса хост-агентства, рассказали о подготовке персонала и развитии сетей распространения инфор-

мации. «К тому моменту мы уже чувствовали себя (и, можно сказать, нас воспринимали так и другие) полноправными участниками процесса, – говорит Олег Филимонов, – поскольку у агентства была поддержка Олимпийского комитета Рос-

сии (ОКР), Оргкомитета «Сочи-2014» и представителей правительства, курирующих проект».

Здесь надо подробнее остановиться на преимуществах статуса хост-агентства. Итак, самое главное - обладатель такого статуса получает возможность вне квоты, распределяемой ОКР, направить большое количество людей и произвести максимальное количество контента. В случае с РИА «Новости» речь идет о 65-70 сотрудниках, которые будут работать в Сочи. Такой ресурс позволяет гарантировать, что на каждом спортивном мероприятии Игр будут работать двое сотрудников агентства - корреспондент и фотокорреспондент. Никакое другое российское СМИ позволить себе этого не сможет хотя бы потому, что общая квота аккредитаций в Сочи, выделенных для отечественных журналистов, составит по предварительным данным около 200 единиц, без учета представителей РИА «Новости» (текст, фото) и АНО «Спортивное вещание» (видео).

Есть еще один важный нюанс: международные информационные агентства, которые при-

знаны МОК и имеют преференции при работе на Олимпийских играх (речь идет об агентствах Reuters, Associated Press и France-Presse), сфокусированы в большей степени на атлетах-победителях и атлетах-призерах. В свою очередь, одно из требований, которые МОК предъявляет к национальному хост-агентству, состоит в необходимости концентрироваться на выступлении атлетов, представляющих страну хозяйку Игр. Проще говоря, выступление занявшего условное 7-е место российского лыжника может оказаться вне поля зрения Reuters, но обязательно будет освещено РИА «Новости» (корреспонденты будут следить за его выступлением, «проведут» по трассе, возьмут интервью в микст-зоне и т.д.).

Российские информационщики готовятся ни много ни мало войти в историю. «Впервые с того момента, когда была изобретена фотография, национальные СМИ страны-хозяйки полу-

«Впервые с того момента, когда была изобретена фотография, национальные СМИ страны – хозяйки Олимпийских игр получат фотографии соревнований бесплатно»

чат фотографии из Сочи бесплатно», — завляет Владимир Баранов. Для подписчиков специальной олимпийской фотоленты создадут механизм регистрации, и начиная со дня, предшествующего открытию Игр в Сочи, и заканчивая тремя днями после закрытия подписчики будут иметь бесплатный доступ к базовому визуальному контенту.

«Что касается спортивных ассоциаций, федераций и союзов, то в рамках сотрудничества с Олимпийским комитетом России уже сейчас мы освещаем деятельность олимпийских сборных команд по всем видам спорта, включая ход подготовки и отбора к Играм (новостные и аналитические материалы, фото- и видеоконтент)», – рассказывает Олег Осипов.

Кроме того, у агентства прямые отношения со многими федерациями, которым мы помогаем информировать общественность об их деятельности в области спорта высших достижений, детско-юношеского спорта, отбора в национальные и олимпийские команды, организации соревнований различного уровня.

74





Корреспонденты и фотокорреспонденты агентства работали, в частности, на Юношеских играх в Инсбруке. Еще одна область сотрудничества – регулярное проведение офлайновых мероприятий (круглых столов, конференций и обсуждений), посвященных различным спортивным событиям, с использованием всех возможностей агентс-

тва. «Можно сказать, что РИА «Новости» едва ли не единственное в стране СМИ, которое на системной основе фактически ежедневно освещает деятельность спортивного сообщества не только в наиболее популярных видах спорта, таких как футбол или хоккей, но и вообще во всех олимпийских видах спорта», – резюмирует Олег Осипов.

Разумеется, статусы национального хостагентства и фотопула позволяют формировать и предлагать информационные продукты профессиональным потребителям и за рубежом. «В свое время мы как российское агентство в качестве профессионального медиаселлера

ПРИОБРЕТЕН-НЫЙ В ВАНКУВЕРЕ ОПЫТ ВЛАДИМИР БАРАНОВ (справа) передаст фотокорам, которым предстоит работать в Сочи

покупали олимпийскую фотоленту из Пекина-2008 именно у агентства Синьхуа, – вспоминает Олег Филимонов. – Причина в том, что их предложение было более выгодным с точки зрения соотношения цены, оперативности и разнообразия». Можно предположить, что продукт российского агентства окажется не менее привлекательным,

чем у китайских коллег в 2008 году, и спрос на него будет велик.

С другой стороны, важна имиджевая составляющая. «Наши фотокорреспонденты займут место на лучших площадках для съемки, где будут творчески конкурировать с фотокорреспондентами ведущих мировых агентств», – говорит Владимир Баранов. Наконец, с административной и организационной точек зрения успешная работа в Сочи открывает для РИА «Новости» возможность занять более высокое место в условном рейтинге организаторов глобальных спортивных событий.

75



Александр Деревоедов, кандидат медицинских наук, советник генерального директора Российского антидопингового агентства «РУСАДА»

Допинг в спорте и борьба с ним

Система противодействия допингу в спорте, включающая международные и национальные структуры, постоянно совершенствуется ради эффективности этой работы.

ЛАВА И МАТЕРИАЛЬНЫЕ БЛАГА, СОПРОВОЖДАЮЩИЕ ВЫСОКИЕ СПОРТИВНЫЕ достижения, всегда подталкивали спортсменов к поиску путей искусственной стимуляции человеческих возможностей. Эти попытки не всегда воспринимались мировым спортивным сообществом как противоречащие духу спорта. Первыми, кого за

использование стимуляторов отстранили от соревнований в 60-х годах XIX века, были голландские пловцы. В 20-х годах прошлого столетия начала складываться система противодействия допингу в спорте, которая поначалу носила фрагментарный характер.

Наряду с накоплением информации, разработкой методов детекции, изучением последствий влияния отдельных субстанций на организм спортсмена в мире формировалось отношение к применению допингов как недопустимому способу подготовки, противоречащему этическим нормам спорта и угрожающему здоровью и даже жизни спортсменов.

Поначалу вся тяжесть борьбы с допингом легла на олимпийское движение и спортивные федерации, что зачастую вызывало обвинения в конфликте интересов и неэффективности. Стремление повысить эффективность этой работы на фоне все большего

проникновения допингов в спорт и разработки новых методов детекции привело в 1990-е к созданию организации, работа которой ориентирована исключительно на противодействие допингу в спорте во всем мире, – Всемирного антидопингового агентства (ВАДА).

Созданная к настоящему времени система, включающая международные и национальные структуры, нормативные документы и международные правовые акты, позволяет эффективно противодействовать применению допингов, хотя и требует постоянного совершенствования.

Допинг. Определение понятия. История

Понятие «допинг» было введено в спорт в 1865 году (по другим данным, значительно раньше) и долгое время связывалось со стимуляцией лошадей во время скачек.



Первоначально под допингом понималось использование субстанций, искусственно повышающих эффективность выступлений. Наиболее полным можно считать определение допинга, данное Международным конгрессом по спортивной медицине (Страсбург, 1965 г.): «Допинг – это введение в организм человека любым путем вещества, чуждого этому организму, какой-либо физиологической субстанции в ненормальном количестве или какого-либо вещества неестественным путем для того, чтобы искусственно и нечестно повысить результат спортсмена во время выступления на соревнованиях». В узком смысле слова данное определение не потеряло своего значения и сегодня, хотя с точки зрения противодействия нечестным подходам к достижению высоких спортивных результатов оно является неполным и недостаточным.

Всемирный антидопинговый кодекс ВАДА определяет допинг как нарушение одного или нескольких антидопинговых правил.

К нарушениям антидопинговых правил Кодекс ВАДА относит:

- наличие запрещенной субстанции, или ее метаболитов, или маркеров в пробе, взятой у спортсмена;
- использование либо попытка использования спортсменом запрещенной субстанции или запрещенного метода;

- отказ или непредоставление проб без уважительной причины после получения официального уведомления или любое другое уклонение от сдачи проб;
- нарушение существующих требований относительно доступности спортсмена для взятия у него проб во время внесоревновательного периода, включая непредоставление информации о местонахождении спортсмена и пропуски тестов;
- фальсификация или попытка
 фальсификации в любой составляющей
 допинг-контроля;
- обладание запрещенными субстанциями и запрещенными методами;
- распространение или попытка распространения запрещенной субстанции или запрещенного метода;
- назначение или попытка назначения спортсмену запрещенного метода или запрещенной субстанции, помощь, потворство, подстрекательство, пособничество, сокрытие или любой другой вид соучастия.

Кодекс ВАДА принимает правило строгой ответственности, введенное Антидопинговым кодексом олимпийского движения. Согласно данному принципу, ответственность лежит

77

на спортсмене, поэтому обнаружение в пробе спортсмена запрещенной субстанции всегда определяется как нарушение антидопинговых правил.

Как уже упоминалось, началом современной истории борьбы с допингом можно считать 20-е годы XX века. Первой спортивной федерацией, запретившей использование стимуляторов, стала Международная ассоциация легкоатлетических федераций. Это произошло в 1928 году. Позже ее примеру последовали и другие международные федерации, однако из-за отсутствия системы выявления запрещенных субстанций принимавшиеся меры были недостаточно эффективными. Проблема усугубилась с изобретением в 1930-м синтетических стероидов и широким их использованием в 1950-х.

Смерть велосипедиста Кнуда Йенсена во время велогонки на Олимпийских играх

в Риме в 1960 году, причиной которой стало применение амфетаминов, ускорила внедрение тестирований спортсменов. Спустя шесть лет, в 1966-м, Международный союз велосипедистов и Международная футбольная федерация вводят обязательную процедуру тестирования во время соревнований.

В 1967-м МОК создает Медицинскую комиссию и издает список запрещенных субстанций. Первые тесты на допинг были проведены на зимних Олимпийских играх в Гренобле и летних Олимпийских играх в Мехико в 1968-м. Большинство международных спортивных федераций начали проводить тестирование к 1970 году.

Выявление запрещенных субстанций в пробе было сложной задачей в связи с отсутствием валидированных методик. В 1974-м появились методы обнаружения анаболических стероидов, в 1986-м в запрещенный список был включен кровяной допинг. Первый метод выявления рекомбинантного эритропоэтина появился только в 2000 году к Олимпийским играм в Сиднее.

В 1998-м во время велогонки «Тур де Франс» полиция в ходе специального рейда обнаружила большое количество запрещенных препаратов. Это событие, получившее большой общественный резонанс, привело к переоценке роли правительств в противодействии допингу. Ранее

первой страной, принявшей в 1963 году антидопинговое законодательство, была Франция. Ряд других стран последовали ее примеру, однако международное взаимодействие на этом направлении не было эффективным.

Скандал на «Тур де Франс» подчеркнул необходимость создания независимого международного агентства, которое могло бы унифицировать стандарты и координировать усилия спортивных организаций и правительств.

В 1999 году Международный олимпийский комитет инициировал проведение в Лозанне I Всемирной конференции по борьбе с допингом в спорте, в которой приняли участие представители олимпийского движения, правительств, межправительственных и неправительственных организаций. В соответствии с рекомендациями конференции, 10 ноября 1999 года было создано Всемирное антидопинговое агентство.

Смерть велосипедиста Кнуда Иенсена на Играх в Риме в 1960 году ускорила внедрение тестирований спортсменов

Всемирная антидопинговая программа и основные документы, регламентирующие борьбу с допингом в спорте

Всемирная антидопинговая программа введена Кодексом ВАДА и другими документами агентства и имеет три уровня. Документы первых двух уровней являются обязательными для антидопинговых и спортивных организаций, документы третьего уровня носят рекомендательный характер.

К первому уровню Всемирной антидопинговой программы относится Всемирный антидопинговый кодекс ВАДА, который был принят в Копенгагене 3 марта 2003 года на Всемирной конференции по борьбе с допингом в спорте. Международные спортивные федерации, национальные олимпийские комитеты, Международный олимпийский комитет, Международный паралимпийский комитет, ВАДА, национальные антидопинговые организации и организаторы крупных

78





спортивных соревнований подписали Кодекс ВАДА и тем самым приняли его перед Олимпийскими играми 2004 года в Афинах. Все перечисленные организации называются подписавшимися сторонами. По мере появления новых антидопинговых организаций количество подписавшихся сторон увеличивается. В 2009-м статус подписавшейся стороны получило Российское антидопинговое агентство «РУСАДА».

Кодекс ВАДА содержит антидопинговые правила, которым должны следовать спортсмены и антидопинговые организации во всех странах и видах спорта. Кодекс позволяет унифицировать принципы борьбы с допингом: пробы у всех спортсменов берутся по одной и той же схеме, к нарушителям одних и тех же правил применяются одинаковые санкции

Антидопинговые правила, как и правила соревнований, – спортивные правила, по которым проводят соревнования. Спортсмены принимают эти правила как условие участия в соревнованиях и обязаны их соблюдать.

В ноябре 2007 года в Мадриде на Всемирной конференции по борьбе с допингом была принята новая редакция Кодекса ВАДА, которая вступила в силу с 1 января 2009-го.

Сейчас снова идет активный процесс его обсуждения при участии всех заинтересованных сторон. Новая версия документа будет принята в конце 2013 года на IV Всемирной конференции по допингу в спорте в Йоханнесбурге (ЮАР).

Ко второму уровню относятся международные стандарты. Таких стандартов пять:

1. ЗАПРЕЩЕННЫЙ СПИСОК.

Запрещенный список представляет собой перечень запрещенных в спорте субстанций и методов. Список обновляется не реже одного раза в год. Субстанция или метод могут попасть в запрещенный список, если отвечают двум из трех критериев:

- помогают спортсмену получить преимушество над соперниками,
- опасны для здоровья спортсмена,
- противоречат духу спорта.

Также субстанция или метод должны быть внесены в запрещенный список, если они способны маскировать использование других запрещенных субстанций и методов.

2. СТАНДАРТ ТЕРАПЕВТИЧЕСКОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ.

Спортсмен имеет право использовать запрещенные субстанции или методы в терапев-

тических целях при условии получения разрешения от антидопинговой организации. Цель Международного стандарта терапевтического использования – гармонизировать процесс предоставления разрешения на терапевтическое использование в различных видах спорта и странах.

Критериями выдачи разрешения являютя·

- возможность значительного ухудшения состояния здоровья спортсмена, если в процессе лечения какого-либо острого или хронического заболевания он не сможет использовать запрещенную субстанцию или запрещенный метод;
- терапевтическое использование запрещенной субстанции или запрещенного метода не приведет к дополнительному улучшению спортивных результатов, кроме ожидаемого улучшения, связанного с возвращением к нормальному состоянию здоровья под воздействием терапевтического эффекта от применения данной субстанции или метода;
- отсутствие разумной терапевтической альтернативы использованию запрещенной субстанции или запрещенного метода;
- необходимость использования запрещенной субстанции или запрещенного метода не может быть следствием, полностью или частично, предыдущего нетерапевтического использования субстанций из запрещенного списка.

3. СТАНДАРТ ТЕСТИРОВАНИЯ.

Целью применения Международного стандарта тестирования является эффективное планирование тестирования и сохранение целостности и идентичности проб начиная с момента уведомления спортсмена и до отправки пробы в лабораторию.

4. ЛАБОРАТОРНЫЙ СТАНДАРТ.

Международный стандарт для лабораторий обеспечивает получение достоверных результатов при анализе допинг-проб. Также он позволяет создать для всех аккредитованных лабораторий единую гармонизированную схему предоставления результатов и отчетов. Кроме того, в стандарте перечислены критерии, которым должны соответствовать аккредитованные ВАДА лаборатории.

5. СТАНДАРТ ПО ЗАЩИТЕ ЧАСТНОЙ ИНФОРМАЦИИ.

Основная цель данного стандарта – обеспечение защиты частной информации, которая используется в процессе осуществления любых

79

мероприятий, направленных на противодействие допингу в спорте.

Третий уровень Всемирной антидопинговой программы включает в себя модели лучших практик и руководства ВАДА. Он носит рекомендательный характер, облегчая антидопинговым организациям разработку их собственных документов и проведение основных антидопинговых мероприятий.

Несмотря на главенствующую роль Кодекса ВАДА, существует ряд ограничений, которые препятствуют прямому использованию документа в разных странах. Так, правительства не могут выступать подписавшимися сторонами, поскольку Кодекс ВАДА разработан и принят неправительственной организацией. Поддержка кодекса правительством подтверждается подписанием Копенгагенской декларации о борьбе с допингом в спорте и присоединением к Конвенции ЮНЕСКО. Конвенция ЮНЕСКО

«О борьбе с допингом в спорте» была принята 19 октября 2005 года в Париже. Российская Федерация ратифицировала ее одной из первых 27 декабря 2006 года.

Прямому применению положений Кодекса ВАДА препятствуют особенности законодательства отдельных стран, а также различие тре-

бований, предъявляемых к организации и проведению спортивных мероприятий в различных видах спорта. В связи с этим многие разделы кодекса – рамочные и позволяют антидопинговым организациям разрабатывать правила, учитывающие особенности национальных законодательств, особенности видов спорта и особенности организации крупных спортивных мероприятий.

7 ноября 2010 года вступил в силу Федеральный закон № 82-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О физической культуре и спорте в Российской Федерации». В статье 26 закона впервые определены такие понятия, как «допинг», «допинг-контроль», «общероссийская антидопинговая организация», «общероссийские антидопинговые правила» и ряд других. Определены обязанности федерального органа исполнительной власти в области физической культуры и спорта, физкультурно-спортивных организаций, общероссийской антидопинговой организации по предотвращению допинга в спорте и борьбе с ним.

Борьба с допингом в мире

Роль и ответственность всех участников борьбы с допингом в спорте определены в части 3 Кодекса ВАДА.

Основу системы противодействия допингу составляют антидопинговые организации, которые Кодекс ВАДА определяет как подписавшиеся стороны, ответственные за разработку антидопинговых правил, направленных на планирование, проведение и обеспечение эффективности мероприятий допинг-контроля. Антидопинговыми организациями являются Международный олимпийский комитет, Международный паралимпийский комитет, другие оргкомитеты крупных международных соревнований, которые проводят тестирования на своих соревнованиях, ВАДА, международные федерации, национальные олимпийские и паралимпийские комитеты и национальные антидопинговые организации.

Сейчас в мире насчитывается 34 лаборатории, которые аккредитованы Всемирным антидопинговым агентством

Если ВАДА выполняет функцию методологического и координирующего центра, то основными антидопинговыми организациями для страны и вида спорта являются национальные антидопинговые организации и международные федерации. Национальные антидопинговые организации должны разработать национальные антидопинговые правила, а международные федерации – свои антидопинговые правила. Эти правила соответствуют основным положениям Кодекса ВАДА и приводят механизмы реализации его положений в соответствие с условиями страны или конкретного вида спорта. Так, несмотря на то что санкции в отношении спортсменов, нарушивших антидопинговые правила, принимаются в строгом соответствии с Кодексом ВАДА, механизмы расследования и принятия решений могут быть различными в разных странах. Это же относится и к процедуре выдачи разрешения на терапевтическое использование. Юрисдикция международных федераций распространяется на спортсменов международно-

80





го уровня, национальных антидопинговых организаций – на спортсменов национального уровня. При этом любая антидопинговая организация

имеет право тестировать любого спортсмена независимо от его уровня. Помимо разработки правил антидопинговые организации несут ответственность за их реализацию в рамках своей юрисдикции.

В ряде регионов мира для оказания помощи в организации противодействия допингу странам, где эти службы только начинают развиваться, создаются региональные антидопинговые организации.

В признании соответствия страны Кодексу ВАДА ключевая роль принадлежит ее правительству. Согласно положениям Конвенции ЮНЕСКО, правительства должны содействовать антидопинговым организациям и антидопинговым лабораториям, финансировать мероприятия допинг-контроля, образовательные и научные программы, регулировать оборот биологически активных добавок. Законо-

МЕХАНИЗМЫ РАССЛЕДОВАНИЯ и принятия решения о санкциях в разных странах могут разниться

дательство стран, присоединившихся к Конвенции ЮНЕСКО, должно быть приведено в соответствие с ней в части противодействия допингу в

спорте. ВАДА осуществляет регулярный мониторинг соответствия стран Всемирному антидопинговому кодексу, результаты которого один раз в два года обсуждаются на исполкоме и совете учредителей ВАДА. Одним из последствий признания страны не соответствующей Кодексу ВАДА может стать, например, отказ в проведении крупных спортивных мероприятий на территории этой страны.

Анализ проб спортсменов осуществляется в антидопинговых лабораториях, аккредитованных или иным образом одобренных ВАДА. Сейчас в мире насчитывается 34 аккредитованные лаборатории, одна из которых расположена в Москве. Получение аккредитации производится в случае соответствия лаборатории Международному стандарту для лабораторий.

Несмотря на то что национальные спортивные федерации не являются антидопинговыми

81



БОЛЕЕ 20 ТЫС. ПРОБ собирает ежегодно национальное агентство «РУСАДА»

Положения Трудового кодекса позволяют разрывать договор со спортсменом, который был уличен в употреблении допинга

организациями, их роль в противодействии допингу очень велика. Антидопинговые правила международных федераций и национальных антидопинговых организаций реализуются на уровне национальных федераций, от которых в большой степени зависит эффективность антидопинговых мероприятий.

В соответствии с Кодексом ВАДА, спортсмены, а также тренеры, врачи, менеджеры команд и другие специалисты обязаны знать и соблюдать антидопинговые правила. Спортсмены должны быть доступными для взятия проб, нести ответственность за то, что они употребляют в пищу и используют при подготовке к соревнованиям. Персонал, в свою очередь, должен сотрудничать при реализации программ тестирования спортсменов и способствовать формированию негативного отношения спортсменов к допингу.

Международный спортивный арбитражный суд, расположенный в Лозанне, является высшей судебной инстанцией, которая рассматривает международные споры в области спорта.

Это специализированный третейский суд, решения которого имеют обязательную силу для всех участников международных спортивных соревнований и обжалованию не подлежат.

Допинг-контроль

Мероприятия допинг-контроля наряду с образовательными программами служат основной составляющей любой антидопинговой программы. Допинг-контроль – это сложный многоступенчатый процесс, который включает:

- планирование тестирования,
- предоставление информации о местонахождении спортсмена,
- сбор и транспортировку проб,
- лабораторные исследования,
- запросы на терапевтическое использование,
- обработку результатов,
- проведение слушаний и рассмотрение апелляций.

Спортсмен может быть протестирован в любом месте как во время, так и вне соревнований с 6 до 23 часов. При этом количество тестиро-

82





ваний в год никак не оговаривается и зависит от плана антидопинговых организаций. Сбор проб осуществляется специально обученным персоналом, инспектором допинг-контроля и инспектором по сбору крови.

В проведении мероприятий допинг-контроля участвуют несколько специфических структур и организаций. Планирование сбора проб, непосредственно их сбор и транспортировку, а также обработку результатов проводит антидопинговая организация, выступившая инициатором сбора проб. Исследование проб проводится в аккредитованной ВАДА независимой антидопинговой лаборатории, выбор которой зависит от антидопинговой организации. Решение о выдаче разрешения на терапевтическое использование принимает независимый Комитет по терапевтическому использованию, а решение о санкциях в отношении спортсмена – независимый Дисциплинарный антидопинговый комитет. Рассмотрение апелляций спортсменов международного уровня проводит Спортивный арбитражный суд в Лозанне, спортсмены национального уровня могут подавать апелляцию в один из арбитражных спортивных судов в Российской Федерации.

Каждый из разделов допинг-контроля основан на положениях Всемирного антидопингового кодекса, международных стандартах ВАДА, национальных антидопинговых правилах и национальном законодательстве.

Система планирования тестирований основывается на оценке риска применения запрещенных веществ в разных видах спорта. Антидопинговые организации анализируют, насколько может быть эффективен допинг в различных видах спорта в соревновательный и тренировочный периоды, после чего планируют сбор проб. Это позволяет проводить тесты целевым образом, а не тестировать всех подряд.

При планировании тестирований в расчет берется целый ряд показателей, например сезонный график тренировок и соревнований, требования к физической подготовке в различных видах спорта, возможные схемы приема различных препаратов, результаты спортсмена, его предшествующая допинговая история и др.

Внесоревновательный контроль в спорте необходим, поскольку многие запрещенные препараты эффективны лишь в процессе подготовки к соревнованиям и в период восстановления, а применение их во время соревнований не имеет смысла. Внесоревновательный

контроль координируется через специальную систему ADAMS (Anti-Doping Administration and Management System). Она систематизирует информацию о местонахождении спортсмена и делает ее доступной для антидопинговых организаций. ADAMS представляет собой базу данных, расположенную в Интернете с учетом соблюдения законодательства о защите информации. Спортсмены, входящие в регистрируемый пул тестирования международной федерации или национальной антидопинговой организации, в соответствии с Международным стандартом тестирования, обязаны предоставлять информацию о своем местонахождении. Если спортсмен не предоставляет или некорректно предоставляет информацию в систему ADAMS, он получает предупреждение. Три таких предупреждения в течение 18 месяцев ведут к дисквалификации.

Для более эффективного планирования и проведения целевых тестирований была разработана программа по созданию биологического паспорта спортсмена, которая с 2011 года работает и в России. Речь идет о системе сбора и обработки информации о некоторых биологических параметрах спортсмена. На основе этой информации становится возможным заподозрить применение различных запрещенных субстанций и методов, что может служить основанием как для внезапного тестирования, так и для применения санкций. В мировой практике уже были случаи дисквалификации спортсменов на основании данных биопаспорта.

Борьба с допингом в России

На протяжении последних лет был проведен ряд законодательных, организационных и структурных преобразований, направленных на предотвращение использования запрещенных средств и методов в спорте. В результате была создана национальная система противодействия допингу в спорте, определены сферы полномочий, направления деятельности всех участников этого процесса, источники, порядок и объемы финансирования антидопинговых мероприятий. Одной из основных целей системы противодействия допингу является создание условий, когда применение допинга спортсменом было бы невыгодным и неприемлемым для него самого, тренера и врача.

В сложившейся системе вопросы разработки положений антидопинговой политики находятся в ведении Министерства спорта, туризма и молодежной политики, соответствующее

83

•

ИНДУСТРИЯ СПОРТА



подразделение которого координирует работу по реализации основных направлений антидопинговой деятельности.

НП «РУСАДА» реализует основные мероприятия допинг-контроля, а также проводит превентивную работу по предупреждению использования и назначения запрещенных субстанций. ФГУП «АДЦ» – антидопинговая лаборатория, аккредитованная ВАДА, – проводит исследования допинг-проб.

Вся работа проводится в тесном взаимодействии как между перечисленными структурами, так и со сборными командами страны, включая персонал команд, спортсменов и медицинских специалистов.

Приказом №307 Минспорттуризма от 13 апреля 2011 года были утверждены Общероссийские антидопинговые правила, отражающие приоритеты национальной политики в области противодействия допингу и определяющие

порядок проведения мероприятий допинг-контроля, включая дисциплинарные процедуры и порядок направления и рассмотрения запросов на терапевтическое использование. Такой документ принят в Российской Федерации впервые, что позволило привести процедуры в полное соответствие документам ВАДА с учетом особенностей организации этой работы в России.

В последние годы произошли также важные изменения в российском законодательстве. Так, 30 марта 2008 года вступил в силу Федеральный закон «О внесении изменений в Трудовой кодекс Российской Федерации», который дает право разрывать трудовой договор со спортсменом, если он был уличен в употреблении допинга или если срок его дисквалификации превышает шесть месяцев. Также в законе прописаны обязанности спортсмена соблюдать Общероссийские антидопинговые правила и антидопинговые правила, утвержденные международными

84

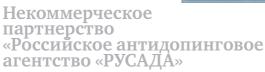
•

антидопинговыми организациями, проходить допинг-контроль и предоставлять информацию о своем местонахождении в целях проведения допинг-контроля. Кроме того, Трудовой кодекс предусматривает обязанность тренера принимать меры по предупреждению нарушения спортсменом антидопинговых правил.

22 ноября 2011 года был принят Федеральный закон «О внесении изменений в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях и статьи 26 и 261 Федерального закона «О физической культуре и спорте в Российской Федерации», позволяющий штрафовать и дисквалифицировать тренеров и врачей в области спортивной медицины за нарушение антидопинговых правил.

Также ежегодно обновляются редакции

нормативно-правовых актов в области противодействия допингу в спорте. 14 июня 2011 года была утверждена новая редакция нормативно-правового акта о порядке проведения допинг-контроля; ежегодно Минспорттуризма утверждает перечни субстанций и (или) методов, запрещенных для использования в спорте, которые соответствуют запрещенному списку ВАДА.



НП «Российское антидопинговое агентство «РУСАДА» было создано в январе 2008 года. Основные направления деятельности организации – разработка и внедрение национальных антидопинговых правил, организация и проведение тестирований, разработка и реализация образовательных программ, проведение научных исследований в области борьбы с допингом, расследование нарушений антидопинговых правил, координация работы независимых комитетов, международное сотрудничество.

НП «РУСАДА» является одной из ведущих антидопинговых организаций по количеству проводимых тестирований. Число собираемых ежегодно допинг-проб превышает 20 тыс.

Одна из основных задач антидопинговой организации – защита прав спортсменов. Когда речь идет о возможных нарушениях анти-

допинговых правил, спортсмен имеет право на беспристрастное и справедливое разбирательство в независимом Дисциплинарном комитете, где будут выслушаны все его аргументы, приняты во внимание все представленные им доказательства. В случае вынесения санкций у спортсмена есть право апелляции в суды спортивного арбитража.

В тех случаях, когда по состоянию здоровья спортсмену необходимы препараты, входящие в запрещенный список, он может подать запрос на терапевтическое использование, который рассматривается независимым комитетом, в состав которого входят специалисты различных областей медицины. Если решение Комитета по терапевтическому использованию не удовлетворит спортсмена, он может также об-

ратиться в апелляционные инстанции.

Планирование, тестирование, расследование и санкции являются важным, но не единственным аспектом деятельности организации. НП «РУСАДА» стремится предотвращать случаи нарушения антидопинговых правил и потому активно разрабатывает и проводит образовательные программы для различных аудиторий: спортсменов, врачей, тренеров, спортивных менеджеров. Проводятся так-

же образовательные программы для спортсменов младших возрастных групп, в том числе интерактивные и с элементами игры.

В 2009 году было подписано трехстороннее соглашение между ВАДА, Антидопинговым агентством Норвегии и НП «РУСАДА». Целью соглашения была подготовка последнего к сертификации по стандарту ISO 9001. По итогам проведенных мероприятий, связанных с внедрением системы менеджмента качества, 29 декабря 2011 года НП «РУСАДА» было признано соответствующим требованиям стандарта ISO 9001:2008 в заявленных областях сертификации.

•

Сергей Муравьев, главный редактор «Вестника РМОУ»

Турнир «Макдоналдс Золотая шайба» в Москве: практика спонсорства в массовом спорте

Всероссийские соревнования «Золотая шайба», традиции которых сохраняются несколькими поколениями, остаются в масштабе страны самыми массовыми среди молодежи. Интересное совпадение: зимой 2014 года, когда Сочи будет принимать зимние Игры, «Золотой шайбе» исполнится 50 лет. В столице вот уже в течение пяти лет вместе с Москомспортом турнир развивает титульный спонсор - компания «Макдоналдс».

ПЕРВУЮ СУББОТУ МАРТА ЛЕДОВЫЙ ДВОРЕЦ СПОРТА НА ХОДЫНКЕ принимает финал городских соревнований. Торжественного открытия мальчишки в хоккейной форме и их болельщики и болельщицы на трибунах

ждут с волнением: кто из звезд спорта, возможно, даже лидеров страны поприветствует их? Люди, которых ребятам привычнее видеть по телевизору, сегодня здесь, перед ними, а главными героями телевизионных репортажей станут сами юные хоккеисты. «Не устаю повторять, что хоккей – наш национальный продукт, – сказал Владислав Третьяк на церемонии открытия финала-2012. – И сегодня он объединил маленьких хоккеистов и заслуженных ветеранов».

Эмоциональная ассоциативная связь возникает не только между по-

колениями, детьми и звездами, но и между массовым спортом и олимпийскими соревнованиями. На это работают атрибуты большого хоккея и узнаваемость титульного спонсора московской «Золотой шайбы» – еще и в качестве спонсора глобальных спортивных мероприятий. «Исторически «Макдоналдс» как большой бренд является спонсором спорта высоких достижений: с 1976 года – Олимпийских игр,

а также крупнейших футбольных соревнований, – отмечает Светлана По-

№1(2), 2012 | Вестник РМОУ

086-089_Muraviev_MacDonnalds.indd 86 3/27/12 3:07:03 PM





В СЕЗОНЕ-2011/2012 в московском турнире участвовало более 360 команд

лякова, PR-директор компании «Макдоналдс» в России и Восточной Европе. – Мы счастливы быть официальным рестораном «Сочи 2014», спонсором чемпионата мира по футболу – 2018 в России, Юношеских Олимпийских игр».

При этом наряду с глобальными мероприятиями поддержка касается grassroots projects – местных проектов, направленных на пропаганду и развитие массовых физкультуры и спорта. Пять лет назад в качестве такового «Макдоналдс» выбрал «Золотую шайбу» - самый популярный детский хоккейный турнир, с богатой историей и при этом отвечающий философии компании. Светлана Полякова объясняет почему. «Макдоналдс» как бренд с большой историей, в частности 22-летней в России, придерживается принципиальной позиции: мы не просто продаем гамбургеры, а предоставляем впечатления посетителям ресторанов, - говорит она. - Это подразумевает многое, включая интерьеры, быстрое обслуживание, новые концепции и т.д. Плюс к этому, оперируя в данном случае на российском рынке, «Макдоналдс» автоматически становится активным участником жизни общества. В том числе в пропаганде активного образа жизни».

Целевая аудитория в данном случае – дети. Принцип energy in – energy out применительно к питанию подразумевает: потребителю предлагают качественные продукты, разнообразие и детальную информацию о них, однако только сбалансированного питания еще недостаточно для того, чтобы вести правильный образ жизни. Необходимы занятия физкультурой и спортом. Отсюда миссия спонсора: любому ребенку в возрасте от 10 до 16 лет, желающему попробовать себя в хоккее, нужно дать такую возможность.

В практическом плане для достижения этой цели задействовано несколько инструментов.

Организация и финансирование турнира «Золотая шайба» – результат сотрудничества профильного федерального министерства, хоккейных организаций, местных органов власти и спонсоров. Три эти организации – Минспорттуризма, Федерация хоккея России и Всероссийская общественная организация «Клуб юных хоккеистов «Золотая шайба» им. А.В. Тарасова» при содействии Министерства образования и науки осуществляют общее руководство. В период с декабря по июнь по всей стране проходят четыре этапа соревнований. На первых двух этапах состязания проводятся на уровне муниципальных образований и субъектов Федерации. На третьем выявляют лучших уже на уровне федеральных округов. Наконец, четвертый этап охватывает финальные соревнования среди городских, сельских и женских команд. Москва и Санкт-Петербург имеют собственный календарь. Так, в Москве соревнования стартуют в декабре и заканчиваются ранней весной: финал турнира проходит в Ледовом дворце спорта на Ходынке в первую субботу марта. Принципиальное условие – любительский характер соревнований: к участию не допускаются ребята, обучающиеся в детско-юношеских спортивных школах и схожих заведениях (исключение сделано лишь для младшей группы).

Один из каналов коммуникации создается с использованием инфраструктуры компанииспонсора. Ежегодно в течение месяца в 10 ресторанах «Макдоналдс» в разных округах столицы дети видят обращение: «Хочешь играть в хоккей – заполни анкету, и ты сможешь попасть в команду «Золотой шайбы». Затем анкеты обрабатываются, с детьми, приславшими их, связываются менеджеры проекта и назначают время и место встречи с тренером на катке, который территориально удобен ребенку. Тренер, к которому придут ребенок и его родители, не скажет: «Знаешь, ты маловат и не подходишь нам». Позитивный контакт будет гарантирован. Ребенок покатается, покажет себя, получит консультацию тренера. Главное – желание ребенка, а дальше его определят в ту или иную команду.

27



Поддержка, работающая на повышение узнаваемости турнира, осуществляется также средствами наружной рекламы (билборды 3х6 на улицах города), путем оформления открытых хоккейных коробок и размещения информационных материалов в нескольких сотнях московских школ.

Но есть и другие способы, учитывающие вызовы информационного общества. В отличие от 1970-х, периода расцвета массового детского спорта, сегодня у молодежи объективно больше возможностей для проведения досуга. Скажем, в борьбе за внимание детей спорт во дворе конкурирует с ... компьютером. Общение в социальных сетях, игры, обмен фотографиями и видео способны занять едва ли не все свободное время ребенка. «Попробуйте вытащить мальчишку из дома, когда он увлечен компьютерной игрой!» – восклицает Алексей Пыжов, заместитель руководителя Москомспорта, начальник

В последние несколько лет число командучастниц в столице постоянно растет, и если в сезоне-2008/2009 их насчитывалось около 300, то минувшей зимой превысило 360. Вокруг «Золотой шайбы» формируется особенное сообщество – детей и их родителей, тренеровинструкторов. Одних только ребят, играющих в командах, уже более 10,5 тыс., а с учетом родителей и организаторов можно говорить о нескольких десятках тысяч москвичей, так или иначе причастных к этому событию. «Игры турнира в сезоне-2011/2012 посетили почти 40 тыс. зрителей, а на финал собралось свыше 5 тыс. человек, - называет цифры Светлана Полякова. – Ради того чтобы как можно большее число детей приобщалось к спорту, мы и участвуем в поддержке турнира».

Вспоминая о «Золотой шайбе» 30–40-летней давности, именно энтузиазм детей и их родителей приводит в пример Алексей Пыжов.



Создание поводов, позволяющих детям ощутить собственную нужность и сопричастность, — главная задача таких проектов

управления по организации массовой физкультурной работы и взаимодействию с территориальными органами власти и управления.

Организаторы «Золотой шайбы» используют эту реальность в своих целях. Создан интернет-сайт igrayvhockey.ru, посвященный турниру, сформирована группа пользователей в социальной сети «Вконтакте». Контент сайта – это не только история турнира, правила и новости, но и специальные проекты вроде хоккейных мастер-классов в формате видеоуроков. Спонсорская поддержка позволяет привлекать для записи мастер-классов звезд большого хоккея. Например, участие в проекте принимал чемпион мира и Олимпийских игр, обладатель Кубка Стэнли Валерий Каменский. Благодаря таким подходам дети, уже участвующие в соревнованиях «Золотой шайбы» или интересующиеся турниром и вообще хоккеем, получают информационные площадки для общения и даже обучения. Так Интернет становится инструментом, с помощью которого увлечение ребят поддерживается, а не наоборот.

«Если не было хоккейной коробки, расчищали лед на водоемах, если не было амуниции, делали сами, – рассказывает он. – С ребятами из нашего двора мы мастерили щитки из журнала «Наука и жизнь», мамы помогали делать форму. Во дворе сами заливали площадку, дворник тетя Вера всегда была готова открыть помещение с лопатами и шлангами. И родители, естественно, выходили».

В новой реальности, считает Алексей Пыжов, роль общественности по-прежнему важна. «Для того чтобы «Золотая шайба» развивалась, надо понимать, где играть, – утверждает он. – В школьном спортзале в хоккей не поиграешь, значит, необходима хоккейная коробка. Градостроительные планы подразумевают выделение площадей для спортивных ядер во дворах с учетом особенностей конкретной территории, поскольку нужно не забыть о детских площадках, парковках и т.д. Территория в Москве дорогая и заполнена по-разному, поэтому мы не говорим, что коробка должна быть обязательно стандартных размеров, где-то есть

88





меньше. Второй момент. Пришли мальчишки на площадку. Им кто-то должен залить лед, поддерживать его. Решение этих вопросов лежит на границе желания администрации, в распоряжении которой определенные средства и технические возможности, и самих жителей. И третье. Для тренировок и подготовки к соревновательным турнирам нужно участие взрослых - инструкторов, а также родителей. И это происходит. Мы возрождаем дух московского дворика, семейную идею в массовом спорте. Во всех муниципалитетах есть отделы физкультуры и спорта, которым, согласно городскому закону, переданы полномочия в области организации физкультуры во дворе. Если все звенья объединить, возникает идеальная картинка, как это должно работать».

Еще одно сообщество, без которого невозможно представить «Золотую шайбу» и массовый спорт вообще, — это тренеры. Наряду с родителями их можно назвать драйверами процесса. Между тем проблема нехватки тренеров или их недостаточной мотивации едва ли не основная сейчас для российского массового спорта. Для тренеров «Золотой шайбы» «Макдоналдс» второй год под-

ряд организует семинары, где тренеры получают информацию от экспертов (психологов или физиологов, например) в области детской физкультуры и конкретно детского хоккея. Как любая тематическая конференция, куда специалисты приходят ради общения с людьми своего цеха, для тренеров эти семинары еще и возможность пообщаться в комфортной обстановке.

Главные же герои – дети – должны чувствовать себя вовлеченными в большой мир спорта. Создание поводов, позволяющих детям ощутить собственную нужность и сопричастность, – важнейшая задача таких проектов. «С нынешнего года «Макдоналдс» стал спонсо-



МАКСИМ ТРЕТЬЯК, вратарь юниорской сборной России, и СВЕТЛАНА ПОЛЯКОВА, «Макдоналдс»



Призы финалистам вручает президент клуба «Золотая шайба», двукратный олимпийский чемпион ИГОРЬ РОМИШЕВСКИЙ

ром Юношеских Олимпийских игр, — говорит Светлана Полякова. — И совершенно логично, что на финал сезона-2011/2012 мы пригласили вратаря юниорской сборной России Максима Третьяка и капитана команды Ивана Николишина, которые провели мастер-класс для участников «Золотой шайбы». Перед ребятами — живой пример того, чего может достичь мальчишка в 15 лет, если он увлечен большой целью».

За пять лет спонсорства турнира «Макдоналдс» реализовал немало проектов, которые позволяют детям почувствовать: взрослым небезразлично, что делают дети. Так, в 2010 году перед Олимпийскими играми в Ванкувере каждый участник «Золотой шайбы» мог оставить пожелание сборной России по хоккею. Ребята писали письма с пожеланиями своим старшим коллегам, рисовали. А затем 20 из них, чьи обращения были признаны лучшими, отправились на автобусе в Новогорск с символической золотой шайбой. В ней лежали все собранные пожелания, и ребята лично передали ее игрокам сборной на тренировке. У 10–15-летних ребят была возможность экипироваться в раздевалке, взять клюшки и выйти на лед вместе с главным тренером Вячеславом

Быковым, нападающим Алексеем Морозовым и другими звездами, которым через две недели предстояла борьба за олимпийское золото. Юные хоккеисты ощутили причастность к грандиозному событию.

С точки зрения создания моды на спорт такие турниры, как «Золотая шайба», очень важны. Их участники – будущие потребители большого спорта. Десятки тысяч детей, попробовавших себя в этих соревнованиях, уже не понаслышке знают, что такое быть в команде, и этот опыт помогает воспитывать гордость за страну и ее сборные (и не обязательно только в хоккее).

3/27/12 3:07:04 PM



ОЛИМПИЙСКОЕ НАСЛЕДИЕ



Василий **К**узищин, доктор исторических наук, профессор кафедры истории древнего мира МГУ им. М.В. Ломоносова

Священное перемирие – основа концепции Олимпийских игр Древней Греции

История философии Олимпийских игр определяет принцип священного перемирия (экехерию) в качестве фундаментального. Такая концепция проистекает из самого положения Древней Греции: политического, религиозного и экономического.

ВОЕ НАЗВАНИЕ ОЛИМПИЙСКИЕ ИГРЫ ПОЛУЧИЛИ ОТ МЕСТНОСТИ Олимпия, расположенной в области Элида в западной части Пелопоннеса. Здесь находилось главное святилище верховного божества греческого

пантеона – Зевса, отца богов и людей. Олимпийские игры были частью общегреческого ритуального празднества в честь Зевса. Первые Олимпийские игры, по-видимому, восходят к далеким гомеровским временам и, скорее всего, носили религиозный характер. Но постепенно, с распространением культа Зевса как главного божества эллинов, олимпийское празднество приобретало общегреческое значение. Наряду с сохранением религиозной природы Игр как празднества в честь Зевса, в их структуре усиливалась светская составляющая.

Разрастается и обретает сложный характер сама мировоззренческая идеология олимпийского праздника. К VI–V векам до н. э. это уже не только чествование отца богов и людей Зевса, но и самое крупное празднество греческого народа как единой национальности, свидетельство его социально-культурного единства.

Особенностью геополитического и политического положения Древней Греции было устойчивое существование на относительно небольшой территории свыше сотни самостоятельных городов-государств, так называемых

полисов. Они отличались друг от друга своим политическим устройством: одни из них имели демократическое прав-





ДРЕВНЮЮ ГРЕЦИЮ образовывали сотни полисов (самостоятельных городов-государств)

ление, другие - аристократическое или олигархическое, третьи управлялись тиранами. В небольших городах-государствах было мало земли и полезных ископаемых, и потому между ними довольно часто вспыхивали споры, противоречия, нередко перераставшие в боевые действия, длившиеся годами. История Древней Греции наполнена столкновениями и войнами между соседними полисами. Они ослабляли, разоряли каждый полис, порождали длительную вражду, ненависть друг к другу.

Поэтому одной из постоянных и жизненно важных проблем были взаимоопасные многолетние войны. Редко в истории классической Греции можно выделить периоды, свободные от военных действий. Такое специфическое положение представляло собой реальную опасность самоистребления мелких греческих государств, разрушения замечательных культурных ценностей.

В связи с этим в качестве первоочередной политической задачи перед греками стояла задача выживания греческой национальности, требовалось найти достаточно эффективную систему средств, которые бы сдерживали, сводили к минимуму грозящую опасность. В частности, таким средством явилась организация регулярного олимпийского праздника в честь бога Зевса, проводившегося в местечке Олимпия один раз в четыре года.

Одной из фундаментальных основ Олимпиад стало священное перемирие (экехерия). Оно торжественно провозглашалось перед каждыми Играми, и на время проведения самого мероприятия, а также прибытия участников и зрителей Игр в Олимпию и их отхода в родные полисы войны приостанавливались, военные действия прекращались. А так как участники и зрители

прибывали со всего Средиземноморья, перерыв в военных действиях (экехерия) достигал двух месяцев. Имело большое значение то, что в Олимпию направлялись представители всех греческих полисов, в том числе и тех, которые воевали друг с другом. Их атлеты, принимавшие участие в текущих военных действиях, бежали по одним и тем же спортивным дорожкам, соревнуясь между собой. Они бок о бок стояли на пьедестале, получали наградные венки, вместе участвовали в заключительной трапезе, посвященной Зевсу. На трибунах олимпийского стадиона жители воюющих государств мирно общались, болея за своих атлетов. Все это не могло не остужать воинственные страсти, и неудивительно, что после проведения Олимпийских игр не одна война заканчивалась миром.

В чем же заключалась концептуальная основа священного перемирия, объявляемого перед началом каждых Олимпийских игр? Согласно сведениям античных источников, на первых по-

91

ОЛИМПИЙСКОЕ НАСЛЕДИЕ

рах празднество в честь Зевса не предполагало такого перемирия, поэтому военные действия, смуты и различные напасти продолжали терзать Элладу и во время проведения олимпийского праздника. Это побудило основателей Олимпийских игр спросить самого знаменитого оракула Греции (оракул бога Аполлона, сына Зевса), что же нужно сделать, чтобы предотвратить войны, междоусобные распри и эпидемии. И пифия ответила так:

«Воздерживаясь от войны, вы защищаете вашу страну. Обучайте эллинов общепризнанной дружбе, как только придет дружеский пятый год (то есть год новой Олимпиады)».

По всей вероятности, именно на основе этого предсказания Дельфийского оракула в VI веке до н. э. в олимпийских правилах было сформулировано понятие перемирия во время подготовки и проведения Олимпиад, которое получило особое название – «экехерия». Таким

рованном верховными богами существенно обогатило действующую концепцию олимпийских празднеств. Это привело к преображению самого олимпийского святилища, его религиозно-художественного оформления, а также к серьезным модификациям содержания многих традиционных мифов и образов самих богов. Прежде всего это коснулось понимания восходящего к далеким гомеровским временам мифа о возникновении Олимпийских игр.

Как известно, одной из самых древнейших святынь, воздвигнутых в центре олимпийского Альтиса, было святилище Пелопейон. Его поставили в честь одного из мифических основателей, героя Пелопса. Миф повествует, что Пелопс был сыном Тантала, который усомнился во всеведении богов и хотел проверить, действительно ли они знают будущее. И устроил им проверку. Он пригласил богов на пир, убил своего сына и угостил богов мясным



«Воздерживаясь от войны, вы защищаете вашу страну. Обучайте эллинов общепризнанной дружбе"

образом, экехерия имела под собой как чисто религиозное предписание высших божеств древнегреческого пантеона, Зевса и Аполлона, так и сугубо светское содержание, поскольку было направлено против внешних войн, внутренних раздоров, голода и болезней, которые были частыми гостями в жизни древних греков. В итоге сложное сочетание божественного благотворного разума с практической целесообразностью реального человека предопределило высший авторитет этого понятия, которое провозглашалось на самых знаменитых и чтимых – Олимпийских – играх.

Практицизм Олимпийских игр состоял в том, что в сельской стране, какой была Греция в древности, сроки их проведения определялись именно тем временем, когда наступал перерыв в сельскохозяйственных работах. Текущий урожай уже собран, а сев нового еще не начался (Олимпиады проводились во второй половине августа – первой половине сентября).

Включение в олимпийский устав положения о священном перемирии как санкциони-

блюдом, приготовленным из тела Пелопса. Но боги узнали об этом преступлении и жестоко наказали вероломного Тантала. Пелопс был ими оживлен. Конечно, эта мрачная версия никак не подходила к радостному олимпийскому празднеству и подверглась пересмотру. Новый вариант мифа изложил поэт Пиндар в одной из своих Олимпийских од. Поэт считал, что никакого убийства Пелопса не было, а во время пира у Тантала его юный сын так понравился богу Посейдону, что он перенес его из дома отца на священный Олимп.

Также переосмысливался мифический рассказ о победе в забеге колесниц, на котором царь Элиды Эномай погубил многих знатных юношей. Эномай объявил, что он выдаст замуж свою красавицу дочь Гипподамию за того юношу, который превзойдет его в заездах на колесницах. Если же юноша проиграет, то будет убит. Но во время заезда Эномай коварно поражал их сзади копьем. Так он погубил многих достойных юношей. Пелопс, который также добивался руки Гипподамии, подкупил царского возницу

92





и обогнал Эномая. Эномай поплатился своей жизнью.

Эти довольно неприглядные стороны древних мифов никак не подходили к честной борьбе и высшей справедливости, положенным в основу олимпийского устава. И миф о состязании Пелопса и Эномая был пересмотрен. По принятой в Олимпии версии, Пелопс победил в борьбе с Эномаем не потому, что подкупил возницу, а благодаря своему спортивному искусству. Поэт Пиндар пишет:

...Но нет, это сказки: Ведь так часто людская молва Переходит за грани истины; И сказания, испещренные вымыслами, Вводят в обман. Ведь Харита, Подательница всего, что нам мило, Столько уж раз Представляла нам неверное верным! Нет, бегущие дни надежнейшие свидетели: Человек о богах Должен говорить только доброе, И на нем не будет вины. Пелоп, сын Тантала! Я скажу о тебе иное, чем предки...

Hem! Я не смею назвать людоедами богов! Слишком часто кара настигала богохульников...

ПИНДАР. ОЛИМПИЙСКИЕ ПЕСНИ. ОДА I. 28–39, 51–53

В греческом пантеоне насчитывалась не одна сотня богов, героев, божественных существ. Однако на вершине общегреческой божественной пирамиды находилось 12 олимпийских богов. Они, по греческой версии, представляли одну семью. Главные – три брата: Зевс, верховный бог-громовержец, ведающий миром; Посейдон, повелитель морей и всей влаги; Аид, царь подземного мира. Каждый из них имел жену и детей. Это высшие боги Греции. Зевс был создателем и покровителем свя-

НА ВЕРШИНЕ общегреческой божественной пирамиды находились

93

№1(2), 2012 | Вестник РМОУ

12 олимпийских

богов

ОЛИМПИЙСКОЕ НАСЛЕДИЕ

щенной Олимпии. Здесь находился его храм, здесь были построены храмы в честь его супруги, некоторых из его детей и близких героев, в том числе Пелопса. Эти храмовые постройки и культовые статуи излучали могущество, благородство, справедливость. Скульпторы и архитекторы опустили те качества Зевса, которые подчеркивали его негативные черты: грубую силу, переходящую в насилие, капризы, несправедливости. Зевс, покровитель Олимпии, изображался как светлый, добрый, милостивый Спаситель, Хранитель. Все это должно было показать благородство, высший моральный характер Олимпии в целом, Олимпийских игр и их участников.

Идеалу высшего покровителя Олимпийских игр пытались соответствовать и греческие атлеты. Их идеалом был победитель на Играх, воплощающий понятие «калос кагатос», означающее «совершенная телесная красота»

и «высшие нравственные качества». Согласно греческим представлениям, долгожданную победу на Олимпийских играх давали не длительные тренировки (хотя они, конечно, были), а божественная воля Зевса, которая распространялась на того, кто превосходил своей телесной силой и высшими нравственными качествами и тем самым угодил Зевсу.

Любопытно, что среди изображений и скульптур в Олимпии, прославляющих богов и героев, детей и любимцев Зевса, теряется такое важное для многих народов (например, для римлян) божество, как бог войны и кровопролития мрачный Арес. Его единственное небольшое изображение, поставленное в углу храма и малозаметное для посетителей, словно спрятано, в то время как остальные боги и потомки Зевса стоят на самых видных местах. Строители Олимпии стремились показать светлые, радостные, мирные стороны деятельности богов



Зевс выступал как божественный Проксен (покровитель) всех эллинов, приезжавших в Олимпию и становящихся его гостями



и потому не акцентировали их насильственные, военные функции. И это соответствовало общему созидательному характеру концепции олимпийского праздника.

Как свидетельствуют древние документы, на Олимпийских играх собиралось до 30 тыс. человек, которые прибывали в Олимпию или в качестве сопровождающих атлетов, или в качестве зрителей из многих полисов обширного Средиземноморского региона, включая Причерноморье. Прекращались (вернее, прерывались) многие войны, участники и зрители общались между собой в радостном возбуждении среди прекрасных памятников Олимпии, заводили знакомства и деловые связи, наслаждались прекрасной природой, миром и спокойствием. Среди гостей довольно много было представителей греческой интеллектуальной элиты. Из источников известно, что Олимпийские игры посещали многие представители эллинской культуры, к примеру Геродот, Фукидид, Горгий, Лисий, Демосфен, Аристотель, Платон, Пиндар и др.

94

Вестник РМОУ



Они обменивались мнениями, наблюдали выдающиеся шедевры греческой архитектуры и скульптуры, черпали вдохновение в самих состязаниях, в которых выступали красивые атлеты, прилагавшие напряженные усилия для достижения победы. Это был драгоценный творческий обмен друг с другом, так сказать, показательная творческая мастерская для новых шедевров.

Замечательному единению и общению многих выдающихся художников Греции на Олимпийских играх способствовало еще одно важное обстоятельство, которое повышало

значение олимпийского содружества. В сформировавшейся концепции олимпизма покровитель Олимпии Зевс почитался не только как верховный бог, установитель законности и порядка. В его культе получила развитие такая функция, как священное покровительство съехавшихся из самых отдаленных мест участников и зрителей проводимых торжеств. Зевс выступал как божественный Проксен (покровитель) всех эллинов, приезжавших в Олимпию и становящихся таким образом его гостями. Тем самым на всех прибывших распространялся древний обычай гостеприимства. Они становились гостями, о которых заботятся самым

внимательным образом. Все эллины, оказывавшиеся гостями Зевса, становились также гостями друг друга, благодаря чему полнее и прочнее ощущали свое национальное единство. Это ощущение тесной национальной связи на Олимпийских играх дополнялось традиционным пиршеством, проводимым в заключительный день Олимпиады. Совместная трапеза юридически и сакрально как бы скрепляла олимпийский договор всех греков, определяющий характер олимпийского праздника, который предполагал гостеприимство, доброжелательное, мирное, спокойное общение. Вот почему все архитектурные и скульптурные шедевры, установленные в Олимпии, подчеркивали прежде всего национальное единство греков, невозможность кровавых войн, благотворность мирного существования.

Возникавшее во время пребывания на празднике взаимоуважение сохранялось и после того, как участники разъезжались по своим полисам. Само понятие гостеприимства предполагало длительность отношений, которые могли даже передаваться по наследству. Из обычая священного гостеприимства между отдельными греками и даже разными полисами рождались деловые связи и обеспечивающие их дипломатические отношения внутри обширного древнегреческого мира.

И в этом плане олимпийские празднества, в частности принцип священного мира, сыграли

крупную роль. Дело в том, что для проведения такого грандиозного собрания греков нужна была хорошая организация. И все полисы договорились, что подготовку каждой Олимпиады будет проводить полис Элида, расположенный по соседству с Олимпией, вдали от острых политических проблем Греции. Согласно мифу, это решение было провозглашено Дельфийским оракулом как ответ самого Аполлона. Опираясь на данное решение, греки определили, что именно этот полис будет осуществлять подготовку и организацию олимпийских состязаний, а после них, вплоть до новой Олимпиады, поддерживать святилище, храмы, сооружения и их со-

держимое в порядке.

Вот что по этому поводу говорит Страбон: «Ифит установил Олимпийские игры, а элейцы были теперь священными. В силу этих обстоятельств население Элиды достигло процветания, ибо, в то время как другие полисы постоянно воевали друг с другом, одни элейцы пользовались продолжительным миром, да и не только они сами, но и чужестранцы, жившие у них, так что их область стала самой населенной из всех» (Strab. VIII, 8, 33). Согласно этому договору, Элида должна была организовывать Игры, поддерживать общее состояние священного перемирия в Греции, а после праздника следить за порядком в олимпийском святилище. Она не должна была участвовать в военных союзах, вести войны и политику, чреватую войной.



95



В сущности, это был полноценный международный договор о постоянном нейтралитете Элиды, признанный всеми греческими полисами. В истории международной дипломатии это первый договор, который создал прецедент достижения соглашения о нейтралитете одного субъекта по отношению к группе других государств (таков, например, международный нейтралитет Швейцарии в современном мире).

Благодаря особому международному положению в системе греческих государств, неприкосновенности для военных вторжений и поддержанию вечного нейтралитета, общей концепции миротворческих действий и всему художественному оформлению Олимпия действительно выступала эффективной школой воспитания мира и созидания. Как место, откуда провозглашалось священное перемирие, Олимпия рассматривалась как источник мира в обширной греческой ойкумене. Вот почему

404 годы до н. э.) – завершилась заключением мирного договора между Афинским и Пелопоннесским союзами при прямом обращении к помощи Зевса Олимпийского как главного гаранта и блюстителя мирных отношений между смертельными противниками. Была предусмотрена специальная клятва в прочности заключенного мира перед алтарем Зевса Олимпийского, приносить ее полагалось ежегодно, а условия мирного договора – начертать на бронзовой стеле и выставить ее в храме Зевса Олимпийского накануне предстоящих Олимпийских игр. Видимо, такая процедура хранения и демонстрации условий мирного договора – а он заключался на целых 100 лет – обеспечивала ему самое широкое и постоянное признание во всем греческом мире.

Итак, в античном греческом мире Олимпия воспринималась как неприкосновенная для военных действий зона, источник священного



Имеется достаточное количество данных, показывающих эффективное действие экехерии в реальной исторической жизни

считалось, что мирные договоры, заключаемые воюющими сторонами в конце особенно крупной военной кампании, обретают особенную авторитетность, если они заключаются в Олимпии или передаются на хранение в храм Зевса Олимпийского.

Древнейшие договоры, восходящие к середине VI века до н. э., в частности договоры между Элидой и Гереей, договор между Сибарисом и сардами, хранились именно в Олимпии. Для заключения договора между Лесбосом и Лакедемоном в 428 году до н. э. представители обеих сторон встретились для переговоров в Олимпии накануне Олимпиады. «Оправдайте наши надежды, – говорили послы с Лесбоса, – которые возлагают на вас (лакедемонян) эллины, устыдитесь Зевса Олимпийского, в святыне которого мы находимся, подобно молящим о защите...» (*Thuc. Ill, 14, 13*). И такой договор был подписан и находился под особым покровительством Зевса Олимпийского.

Одна из самых ожесточенных войн в греческом мире – Пелопоннесская война (431–

перемирия, регулярно объявляемого каждые четыре года. Храм Зевса Олимпийского использовался в качестве хранилища самых важных международных документов. Само же олимпийское празднество воспринималось как место, где эти мирные договоры провозглашаются всенародно и получают международное признание.

Все эти важные обстоятельства приобретали особое значение в международных отношениях многочисленных греческих полисов. Оно заключалось главным образом в мощном миротворческом воздействии на общественное мнение и политическую жизнь Эллады в целом. Тем самым как бы формировался эффективный механизм противодействия деструктивным силам, ведущим к разрушению греческой государственности и культуры.

Как действовал этот миротворческий механизм в неспокойном мире? Или, может быть, высокие принципы мирного сосуществования, провозглашаемые институтом священного перемирия, были лишь теоретической конструкцией, которая в действительности не работа-

96



ла? В нашем распоряжении имеется достаточное количество данных, показывающих эффективное действие экехерии и в реальной исторической жизни. Эти данные говорят о том, что даже малейшие нарушения олимпийского устава и правил встречали в греческом мире самый решительный и дружный отпор. Из многих сообщений можно привести наиболее характерные. В 420 году до н. э. Спарта (среди греческих государств она была самой большой державой) попыталась присоединить соседнее местечко Лепрей, и там появились вооруженные спартанцы. Спарта была сурово наказана огромным штрафом и, самое главное, отстранялась от участия в следующих Олимпийских играх. Все попытки оправдаться были пресечены, и могущественная, самая сильная военная держава в греческом мире была вынуждена подчиниться решению суда. Она выплатила штраф, освободила занятое поселение и принесла извинения за нарушение олимпийских правил.

Другой пример. Нерон, правитель великой Римской империи, самолично перенес Игры 65 года н. э. на два года, а затем провел Олимпиаду, где одержал несколько побед. Но греческий мир эту Олимпиаду не признал и аннулировал победы всемогущего римского правителя. Остальные примеры показывают, что редкие случаи нарушения олимпийского устава наказывались самым строгим образом и наказания были неотвратимыми для всех вплоть до всесильного императора.

Эффективные миротворческие принципы экехерии, сформировавшиеся во время проведения олимпийских празднеств и активно использующиеся в международных отношениях греческого мира, раздираемого многочисленными войнами, не только смягчали международную ситуацию и предотвращали разрушительные войны, но и являлись важным фактором культурно-религиозного единства, национального самосохранения, создавая условия для развития всех сфер великой эллинской цивилизации.

Возрожденные в 1896 году Олимпийские игры унаследовали этот фундаментальный принцип древних Олимпиад и положили его в основу современных олимпийских принципов. В Олимпийской хартии, основном законе современного олимпизма, регулирующем организацию всего олимпийского движения, так



формулируются цели олимпийского движения: «Содействие развитию физических и моральных качеств, которые являются основой спорта; воспитание молодежи с помощью спорта в духе взаимопонимания и дружбы, способствующих созданию лучшего и более спокойного мира; всемерное распространение олимпийских принципов для создания доброй воли между народами. Олимпийские игры объединяют спортсменов-олимпийцев всех стран в честных и равноправных соревнованиях. Международный олимпийский комитет обеспечивает максимально широкую аудиторию для Олимпийских игр; по отношению к странам или отдельным лицам на Олимпийских играх не допускается никакой дискриминации по расовым, религиозным или политическим мотивам».

Современные Олимпийские игры, сохраняя заложенное более 2 тыс. лет назад мощное созидательное начало, служат делу установления стабильного мира. Выработанные в глубокой древности миротворческие принципы продолжают играть роль хранителей общечеловеческих ценностей, на которых базируется наша противоречивая цивилизация.

97

ОЛИМПИЙСКОЕ НАСЛЕДИЕ



ГРЭМ ФЕЙН, декан факультета менеджмента Университета Капилано



Кейси Дорин, декан факультета туризма Университета Капилано

Создание академического наследия зимних Олимпийских игр 2010 года

Опыт Университета Капилано (Канада)

Соседство с объектами Игр открывает перед вузом уникальные возможности. Преподаватели и студенты получили богатый опыт, и в то же время внесли свой вклад в развитие олимпийского движения.

О ТОГО КАК ВАНКУВЕР СТАЛ СТОЛИЦЕЙ ОЛИМПИЙСКИХ ИГР 2010 ГОДА, в Университете Капилано задумались над тем, как привлечь студентов и дать им возможность получить реальный образовательный опыт во вре-

мя Игр. Мы тщательно изучили, как ранее другие высшие учебные заведения в олимпийских столицах участвовали в Играх. Мы пригласили представителей австралийского Университета Западного Сиднея и попросили их поделиться опытом, полученным в 2000-м на Олимпиаде в Сиднее.

Осознавая, что качественный образовательный опыт студентов является нашей непосредственной обязанностью, а не обязанностью Оргкомитета Игр, Университет Капилано сосредоточил все усилия на создании академического наследия, которое

принесет пользу нашим студентам, сотрудникам, институту и обществу. Это означало создание образовательных возможностей, включение Олимпийских игр в нашу программу, открытие трех кампусов для социальных и культурных мероприятий и тесный контакт с другими организациями для максимальной реализации нашей программы – «Учись! Участвуй! Празднуй!».

Работая с Организационным комитетом Ванкувера (VANOC) и с общественностью, мы использовали свою языковую компетенцию, опыт в управлении ме-







«Люди, которые приходят в Олимпийские игры, — это люди, предназначенные для Олимпийских игр, и пытаться отвлечь их от этого бессмысленно». Ли Бартлетт, координатор стратегии Олимпийских игр, Университет Бригама Янга, США

роприятиями, международном образовании, организации деятельности местного населения и туризме, для того чтобы Олимпийские игры были именно такими, какими мы их себе представляли. Мы надеемся, что благодаря этим усилиям наши студенты получили жизненно важный опыт, который невозможно приобрести в аудитории.

Дорога к Играм 2010 года

Олимпийские игры проходили в Ванкувере и Уистлере с 12 по 28 февраля 2010 года (Паралимпийские игры – с 12 по 21 марта) и пропагандировались как уникальное в своем роде событие. Лоренс Чалип в своей статье «Максимальная реализация потенциала Игр в Сиднее для туризма» отметил, что «одним из ключевых вопросов для города или страны, принимающих Олимпийские игры, является их наследие, ины-

ми словами, долгосрочные перспективы от проведения Олимпийских игр». Мы задались вопросом, каковы долгосрочные перспективы и выгоды от участия Университета Капилано в Олимпиаде-2010, еще в 2003-м, за год до того, как Ванкувер был выбран столицей Игр.

С учетом того, что влияние на регион должно было стать безусловно значимым, было очень важно понять, каким образом наш университет сможет использовать эту уникальную возможность. Как единственное образовательное учреждение, которое базируется в Ванкувере и Хоу Саунд, Университет Капилано имел выгодную позицию, чтобы воспользоваться предоставленными Играми возможностями. Однако мы находились достаточно далеко от центра олимпийской активности (не в центре города и не в ближайшей доступности к основным местам проведения соревнований).

QC

ОЛИМПИЙСКОЕ НАСЛЕДИЕ

Когда мы стали изучать потенциал Олимпийских игр, основное внимание было уделено внешней стороне. Изначально рабочая гипотеза состояла в том, что Игры соберут огромное количество людей и принесут много новых возможностей для пропаганды университета и демонстрации миру яркого события. После анализа опыта других образовательных учреждений, принимавших участие в Олимпийских играх, университет отошел от подобного подхода как основной цели, прежде всего потому, что Игры являются грандиозным событием, которое сосредоточено на относительно небольшом географическом пространстве (то есть в центральной зоне, где проходят основные мероприятия). Данный подход был подкреплен специальной литературой и обсуждением ключевых вопросов с институтами столиц прошлых Олимпийских игр.

У университета были возможности как до, так и во время Игр. Масштаб этих возможностей ограничивался лишь степенью нашей креативности и изобретательности. Перед нами стоял практический вопрос: как мы можем максимально реализовать имеющийся шанс. В 2003 году Олимпийские игры казались очень далекими, однако мызнали, что необходимо начинать работу по привлечению университета как можно раньше.

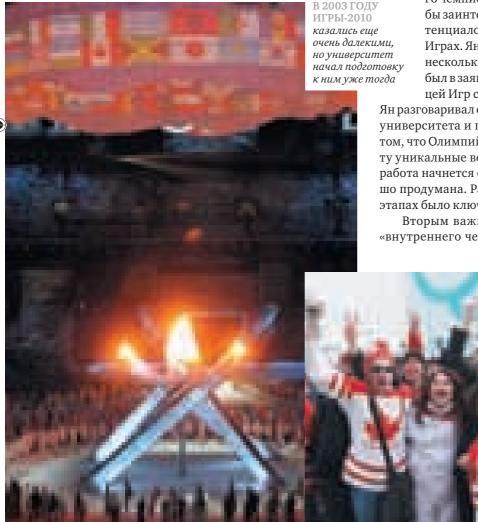
Олимпийская стратегия Университета Капилано

На первом этапе необходимо было получить одобрение на исполнительном уровне. Мы осуществили это благодаря привлечению «внешне-

го чемпиона» – человека, который смог бы заинтересовать людей Играми и потенциалом от участия университета в Играх. Ян Тайт участвовал в подготовке нескольких Олимпийских игр, а также был в заявочном комитете, когда столицей Игр стал Ванкувер. В июле 2003-го

Ян разговаривал с исполнительным комитетом университета и помог убедить сотрудников в том, что Олимпийские игры дадут университету уникальные возможности при условии, что работа начнется скоро и стратегия будет хорошо продумана. Развитие стратегии на ранних этапах было ключевым фактором ее успеха.

Вторым важным элементом было найти «внутреннего чемпиона» для этой стратегии



100



и убедить комитет инициировать запланированные усилия. Кейси Дорин, декан факультета туризма, а также декан, ответственный за Хоу Саунд (включая Уистлер), согласился взять на себя обязанности координатора и поставил себе задачу создать небольшую рабочую группу, участники которой встречались дважды в семестр начиная с 2003 года. Команда состояла из сотрудников факультета и администрации, которые помогали проводить данную стратегию в жизнь от начала до конца.

Следующая стадия этого процесса включала широкие исследования и сбор информации. Координатор провел встречи с Университетом Юты, Университетом Бригама Янга, Университетом Лиллехаммера и колледжами в Австралии. Одним из первых реальных результатов работы стратегии был приезд в кампус Северного Ванкувера Конрада Озога и Джо Релича (представителей Университета Западного Сиднея). Они поделились опытом и результатами работы со своими олимпийскими комитетами. Эти знания были, безусловно, очень важны для понимания того, что смогли сделать образовательные институты раньше, что им практически удалось (и, вероятно, еще важнее, что не удалось). В докладах был поднят вопрос о важности стать участником олимпийских событий как можно раньше, а также о необходимости четкого плана. Это было общее наблюдение на стадии исследования, обмен опытом, выводы из результатов участия в Олимпиаде других институтов. Несколько учебных заведений рассказали, что стали участниками событий слишком поздно и упустили шанс получить максимальную отдачу от Олимпийских игр.

В 2006-м координатор Капилано-2010 посетил Турин, чтобы своими глазами увидеть, как проходят Игры и какие чувства они вызывают в людях. Основным выводом из увиденного было то, что Олимпийские игры гораздо больше, чем просто спортивные состязания. Это шанс увидеть олимпийский огонь и стать свидетелем того, как Игры оставляют в душе города и страны истинное наследие.

Главным результатом данного исследования было то, что фокус стратегии Капилано в значительной степени сместился от внешней перспективы к более внутренне ориентированному подходу. Вместо вопроса, что мы можем сделать для Игр, встал вопрос, что Игры могут дать Университету Капилано. Как с помощью Игр университет может достичь своих целей?

Мы поставили перед собой задачу «максимизировать возможности университетского сообщества – студентов, сотрудников факультета и друзей Университета Капилано – участвовать в этом грандиозном событии». Это стало поворотным моментом стратегии.

Больше года Университет Капилано исследовал возможности, предоставляемые Олимпийскими играми 2010 года. Одним из ключевых рассматриваемых вопросов были потенциальные выгоды и возможности участия университета в Играх. Они были представлены как:

- 1. Повышение студенческого опыта.
- **2.** Предоставление студентам и институту глобальной перспективы.
- 3. Повышение статуса университета благодаря глобальным сетям и пропаганде университета в мире.
- **4.** Создание потенциала для выполнения практических задач.
- 5. Развитие возможностей для сотрудников университета получить опыт от проведения Игр.
- Исследование возможностей, благодаря которым университет мог бы стать активным центром происходящих событий.
- 7. Обеспечение возможностей для партнерских отношений.
- **8.** Создание экономических возможностей.

Комитет также обсуждал сильные стороны университета и его вклад в общее олимпийское движение. Это было особенно важно, поскольку Университет Капилано территориально несколько изолирован от центральных олимпийских событий.

- **1.** Прекрасное сочетание сооружений и оборудования, замечательное место.
- 2. Физический инвентарь: парковки, аудитории, компьютерные лаборатории, аудио- и видеооборудование, театр, кафетерий, спорткомплекс и т.д.
- **3.** Стратегическое местоположение по отношению к Ванкуверу и Уистлеру.

101



- 4. Идеальное расположение для того, чтобы стать центром активности для Северного и Западного Ванкувера, Бернаби, Солнечного Берега и Хоу Саунда.
- **5.** Большой потенциал рабочей и волонтерской силы (идеальные возможности для работы и сотрудничества).
- **6.** Непосредственная близость к Сайпресс-Маунтин (место соревнований по фристайлу и сноуборду).
- 7. Тесные контакты с сообществами коренных жителей.
- 8. Международные связи и опыт.
- 9. Ресурсы: сотрудники факультета, служащие, администрация, студенты, привлеченное сообщество (непрерывное обучение, театр, спорткомплекс); культурные и спортивные программы.

В свете всех исследований и дискуссий, проходивших в течение первого года, университет

шего планирования и, вероятно, послужило основой для того, чтобы Университет Капилано явился первым в истории МОК образовательным учреждением, получившим звание института, внесшего значительный вклад в развитие общества Community Contributor. «Благодаря тому что мы увеличили время самостоятельной работы во время Игр, наши студенты будут иметь шанс получить реальный опыт, который нельзя приобрести в аудитории, – сказал президент университета Грег Ли. – Мы готовы помочь Играм-2010, нашему обществу и прежде всего нашим студентам».

Имея широкие параметры стратегии и определенные цели, мы выбрали тему для участия университета в Играх, которая стала подобна теме Университета Юты для зимних Игр 2002 года, – «Учись! Участвуй! Празднуй!».

Стратегия Университета Капилано основывалась на достижении качественного обра-



"Учись! Участвуй! Празднуй!" – такой девиз сопровождал участвовавших в Играх представителей Университета Капилано

сконцентрировал свое внимание на том, как мы должны подойти к Олимпийским играм и ко всем мероприятиям, связанным с Олимпиадой, с точки зрения долгосрочной перспективы и устойчивого наследия после 2010 года.

Взгляд из 2010-го в 2020-й

С развитием стратегии участие университета в Олимпийских играх сосредоточилось на создании академического наследия для наших студентов, служащих, института и сообщества. Первым крупным шагом было решение увеличить время ежегодного перерыва в занятиях для самостоятельной работы (reading break) с пяти дней до 17 (12-28 февраля). Это было сделано, чтобы освободить время для работы над стратегией и помочь студентам и сотрудникам факультета получить опыт и максимизировать свои возможности. Университет Капилано принял это решение в апреле 2006-го и стал, безусловно, первым образовательным учреждением, которое взяло на себя подобные обязательства. Это дало больше возможностей для дальнейзовательного опыта для студентов, а комитет сосредоточил свои усилия на нескольких широко определенных областях, таких как:

– Поиск для наших студентов в преддверии и во время Игр возможностей для стажировки, обучения и участия в волонтерском движении, а также временного трудоустройства.

«Я был на стажировке в Организационном комитете Солт-Лейка в течение четырех месяцев до начала Игр... Хотя мои пять месяцев волонтерства подходили к концу, это был действительно стоящий опыт. Было удивительно так активно участвовать в процессе еще до начала Игр... Это был двухнедельный праздник для всего мира, и мне посчастливилось принять в нем участие», — говорит один из студентов Университета Юты.

- Изменения в расписании занятий из-за Игр:
- **1.** Внесение в программу университета пункта «Построение Олимпийских игр».
- 2. Курсы по выбору (подтверждение участия студентов, основанное на доверии),

102



ОРГКОМИТЕТ ПРЕДОСТАВИЛ УНИВЕРСИТЕТУ право использовать логотип Игр-2010

которые студенты посещают в преддверии и во время Игр. Подобные курсы в Юте включали:

- «Лидерство, сервис и Олимпийские игры 2002»;
- «Греческое искусство и архитектура»;
- «Олимпийские игры: древние и современные».
- 3. Лекции. Университет Юты разработал серию лекций, которая включала следующие темы:
 - «Происхождение Олимпийских игр»;
 - «История Олимпийских игр»;
 - «Женщины и зимние Олимпийские игры»:
 - «Северная Америка и зимние Игры»;
 - «Любительский спорт и зимние Игры»;
 - «Коммерциализм и зимние Игры»;
 - «Политика зимних Игр»;
 - «Олимпийская символика».

Распространение стратегии было одним из ключевых ее пунктов, и в 2008 году было составлено и распространено общеуниверситетское письмо, которое вместе с брошюрой вручили каждому в университете. А вскоре после этого был разработан специальный вебсайт. В результате всех приготовлений основная работа по формированию стратегии была сделана. Следующим этапом стало ее осуществление.

Ключевые пункты стратегии Капилано

Как уже было упомянуто, к 2006 году большая часть стратегии Капилано была готова, что позволило институту максимизировать свое участие. То, что параметры стратегии были разработаны к 2006-му, дало время университету подготовиться к участию, а идеям – укрепиться и развиться. Несмотря на то что не весь университет оказался задействован, реальные результаты превзошли ожидания даже в тех областях, которые не были учтены.

Общие пункты ЗВАНИЕ ИНСТИТУТА, ВНЕСШЕГО БОЛЬШОЙ ВКЛАД В РАЗВИТИЕ ОБШЕСТВА

Наличие четкого плана позволило университету быть открытым идеям и инновациям. Одним из основных строительных блоков стратегии стало то, что Организационный комитет Ванкувера (VANOC) присвоил университету звание института, внесшего большой вклад в развитие общества. После нескольких месяцев переговоров в октябре 2008-го было подписано соглашение. Одним из выгодных итогов данного соглашения стало то, что университет теперь ассоциировался с Играми и имел право использовать логотип.

Благодаря программе Community Contributor Университет Капилано обеспечил Организационному комитету Ванкувера парковочные места (часть соглашения, касающаяся предоставления товаров и услуг). Те, кто посещал мероприятия, могли парковать свои автомобили в кампусе Капилано в Северном Ванкувере – это была часть программы Park and Ride. Кроме того, большое количество студентов и работников университета приняли участие в стажировках волонтеров и имели возможность сотрудничать с Оргкомитетом Ванкувера. Капилано также получил широкий спектр внутриуниверситетских прав и особые выгоды, которые способствовали тому, что университет стал ассоциироваться с Играми, что включало различные виды рекламы и карьерных возможностей.

Для университета основное преимущество соглашения заключалось в том, что студенты и сотрудники получили хорошие возможности до и во время Игр. Например, Оргкомитет Ванкувера присвоил студентам университета особый код «Капилано», что помогало им найти работу онлайн. Их резюме автоматически поднимались на первые позиции при отборе среди соискателей.

Другим значимым элементом партнерства стало гарантированное место Университету

103

ОЛИМПИЙСКОЕ НАСЛЕДИЕ

Капилано в эстафете олимпийского огня. Университет решил, что такая уникальная возможность должна быть предоставлена студенту. Комитет согласился, и состоялся конкурс. Студентов попросили рассказать о себе.

- **1.** Что привело вас в Капилано, чем вы планируете заниматься по окончании учебы.
- 2. Как ваша история соотносится с темой конкурса «Праздновать возможное», а также ценностями Университета Капилано и Олимпийских игр.
- 3. Предоставьте любую дополнительную информацию, которая, по вашему мнению, может быть полезной для понимания того, почему именно вы должны нести олимпийский огонь от имени Университета Капилано.

Комитет получил много заявок. Победила девушка, которая тяжело болела, но продолжала упорно заниматься учебой.

решил использовать их как дополнительную мотивацию. Например, во многих рассылках было такое добавочное сообщение: «Вы можете выиграть билеты на Олимпиаду Ванкувера! Если вы выпускник Университета Капилано, сообщите о себе контактную информацию онлайн, и ваше имя будет внесено в список лиц, которые могут выиграть билеты на хоккейный финал. Если вы дадите ссылку на другого выпускника, ваше имя будет внесено в список тех, кто может выиграть два билета на церемонию открытия Олимпиады. Для получения дополнительной информации, обращайтесь на сайт capilanou.ca/alumni/stories».

Университет приобрел 108 билетов, которые использовались в различных целях, включая следующие:

- пропаганда здорового образа жизни,
- пешие прогулки до мест соревнований,
- кампания против гриппа,



ДЛЯ УЧАСТИЯ В ЭСТАФЕТЕ ОЛИМПИЙСКОГО ОГНЯ СТУДЕНТОВ ОТБИРАЛИ ПО КОНКУРСУ. ПОБЕДИЛА ДЕВУШКА, КОТОРАЯ ТЯЖЕЛО БОЛЕЛА, НО ПРОДОЛЖАЛА УПОРНО УЧИТЬСЯ

Вот отрывок из ее письма. «В январе 2008 года я была очень больна – тяжелая форма церебральной аневризмы, которая могла стать смертельной в любой момент. Фактически я была на грани смерти трижды за девять дней: первый раз – из-за обострения аневризмы, второй – из-за гидроцефалии и, наконец, спазм сосудов и удар, обездвиживший правую сторону тела... Именно истинный олимпийский дух помог мне достойно пройти все испытания. Все студенты, инструкторы, друзья, вся моя семья очень поддержали меня тогда. Для меня было бы огромной честью нести олимпийский огонь от имени Университета Капилано».

В декабре 2009 года всех финалистов пригласили на завтрак к президенту поделиться своими историями.

БИЛЕТЫ

Еще одной существенной выгодой от соглашения Community Contributor стало то, что Университет Капилано получил доступ к лучшим билетам на Игры. После обсуждений университет

- лотереи на посещение соревнований,
- развитие связей выпускников,
- деятельность, связанная с созданием устойчивого наследия,
- мотивация для участия в разного рода мероприятиях, таких как встречи выпускников, ориентирование и др.

«Учись!» Основные моменты

Как было упомянуто выше, основная цель олимпийской стратегии Университета Капилано состояла в использовании Игр-2010 для расширения преподавательских и образовательных возможностей. Наши преподаватели работали по ряду направлений (изучение ситуаций, анализ соревнований, олимпийские темы в разных курсах и т.д.), пять из которых мы решили описать в этой статье:

- 1. Curriculympics (департамент бизнеса).
- 2. Письма о взаимопонимании с туристической маркетинговой организацией Tourism Destination Marketing Organization с целью поощрять

104





студентов вести информационные киоски (департамент туризма).

- **3.** Обучающая программа Nordic Center долины Каллаган (департамент по организации зон отдыха).
- **4.** Электронное наследие (E-Legacies; компания LinkBC).
- **5.** Программа устойчивого развития Energy Manager.

Одним из самых первых отделов, направивших свои усилия на подготовку к Играм, стал отдел бизнеса. Его сотрудники участвовали в осуществлении нескольких инициатив, но самым интересным был проект Curriculympics.

Основная идея этого проекта состояла в том, чтобы вдобавок к традиционным курсам предложить студентам уникальный академический и жизненный опыт в рамках курса, позволяющего изучать стратегическую деловую экспансию в Канаде, а также стать непосредственными участниками Олимпийских игр.

Сотрудники отдела понимали, что имеют уникальную возможность участвовать в Играх, находясь в непосредственной близости к происходящим спортивным событиям и правильно координируя академическую программу. Олимпийские игры помогли студентам почувствовать и пережить ажиотаж перед Играми, все основные события во время Игр и ощутить, что такое олимпийское наследие.

105

|

ОЛИМПИЙСКОЕ НАСЛЕДИЕ

МЕМОРАНДУМ О ВЗАИМОПОНИМАНИИ С КОМПАНИЯМИ TOURISM VANCOUVER И TOURISM WHISTLER

Одним из наиболее активных департаментов в процессе реализации стратегии Университета Капилано был департамент туризма и организации зон отдыха. Осенью 2007-го в этот отдел обратилась маркетинговая компания Tourism Vancouver для привлечения студентов университета к организации и ведению информационных стендов на период Игр (такое же соглашение было подписано с компанией Tourism Whistler в 2008-м).

Инновационное соглашение между Университетом Капилано и компанией Tourism Vancouver обеспечило студентам платные практикумы во время зимних Олимпийских и Паралимпийских игр – 2010. Студенты работали в отделе обслуживания туристов, используя и развивая свои организационные и коммуникативные навыки.

Антонсон, президент и генеральный директор компании Tourism Vancouver. – Это совместное усилие по подготовке будущих лидеров в области туризма, которые принесут пользу как туристической индустрии, так и всему обществу».

УЧЕБНАЯ ПРОГРАММА NORDIC CENTER ДОЛИНЫ КАЛЛАГАН

Департамент по организации зон отдыха Университета Капилано имел уникальные партнерские отношения с центром в долине Каллаган. 35 студентов прошли обучение (и получили зачетные единицы; credits) как менеджеры в области биатлона и прыжков с трамплина (сертификат первого уровня). Это позволило им работать в месте проведения спортивных состязаний во время Игр. 15 из этих студентов решили продолжать обучение и работать волонтерами на Континентальном кубке по прыжкам с трамплина и соревнованиях по лыжному двоеборью в де-



Соглашение между университетом и TourismVancouver обеспечило студентам оплачиваемые практикумы в сфере обслуживания туристов

Летом 2009 года компания наняла 20 студентов университета. Они прошли обучение и работали в информационном центре на оплачиваемых должностях, получив зачетные единицы (credits) за летний период и период проведения Игр. Следующий отрывок из пресс-релиза иллюстрирует это событие.

«До того как Ванкувер был выбран столицей Олимпиады-2010, Университет Капилано начал изучать возможности привлечь своих студентов к реальному образовательному опыту во время Игр, – сказал президент Университета Капилано доктор Грег Ли. – Партнерские отношения с компанией Tourism Vancouver будут способствовать продвижению нашей стратегии «Учись! Участвуй! Празднуй!» тем, что дадут уникальную возможность практики нашим студентам».

«Это соглашение с Университетом Капилано даст студентам уникальный образовательный опыт, а также обеспечит компанию хорошо подготовленными сотрудниками на время Олимпийских и Паралимпийских игр, — отметил Рик

кабре 2008 года. Они выполняли разные функции, включая подготовку места проведения соревнований, проверку оборудования, передачу информации о ходе мероприятия. Один студент получил оплачиваемый практикум на пять месяцев в Олимпийском парке Уистлера и работал на пяти международных соревнованиях, проходивших зимой 2009-го.

E-LEGACIES

За несколько лет до Олимпийских игр стало очевидно, что университетская система недостаточно подготовлена для того, чтобы помочь нашим преподавателям связать учебный материал с Олимпийскими играми. Капилано помог устроить серию встреч в сотрудничестве с LinkBC (образовательная сеть по вопросам туризма и гостеприимства) и попытаться поднять эту проблему. Необходимо было создать учебную программу, учитывающую предстоящие Игры, но, по словам бизнес-инструктора Университета Капилано, она должна была быть простой и надежной. В течение короткого про-

106



межутка времени был инициирован проект E-Legacies, основным преимуществом которого стала простота. Стратегия подразумевала обеспечение информацией тех, кто хотел включить Олимпиаду в свое расписание.

Этот проект был создан, чтобы стимулировать интеграцию олимпийских вопросов, тем и примеров в учебную программу. Со временем данный проект эволюционировал в проект Ореп Education Resources Legacy («Открытое наследие ресурсов образования») под попечительством сети LinkBC (округ Колумбия). В связи с этим институты округа получили доступ к информации об Олимпийских и Паралимпийских играх 2010 года, а также площадку для диалога и обмена мнениями и идеями. Проект имеет три основных компонента:

1. 2010 Today Discussion Starters

Темы представлены набором уникальных материалов, заставляющих задуматься и побуждающих к дискуссии и спорам.

2. 2010–2012 Learning: Who's Doing What?

Пользователи могут просматривать и скачивать актуальную информацию о происходящем в университетах и колледжах Канады и Великобритании, новости, отчеты, современные исследования, образовательная деятельность и онлайн олимпийские ресурсы.

3. 2010–2012 Online Resource Centre

Пользователи могут связываться с бесплатной онлайн-библиотекой, содержащей сотни статистических данных, отчетов, новостей, тенденций, современных вопросов по проведению Олимпийских и Паралимпийских игр 2010 и 2012 годов.

ИНИЦИАТИВЫ ДЕПАРТАМЕНТА ПО РАБОТЕ С КАДРАМИ

Все департаменты университета привлекались к участию в Играх и использованию их как основы для разработки своих стратегических планов и целей. Кадровый департамент очень активно использовал Игры как тему для своих инициатив. Интересным примером может служить инициатива Walk to the Venues («Дойди пешком до места проведения Игр»). Участники должны были пройти определенное расстояние, эквивалентное расстоянию до разных олимпийских объектов. Каждый участник получал шагомер и должен был отмечать, как далеко он ушел. Призами стали билеты на олимпийские соревнования.

ПРОГРАММА УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

Устойчивое развитие, являясь одной из ключевых тем Игр-2010, было также в фокусе внимания университета и местной власти. Университетский стратегический план включал следующие пункты:

- быть ответственным гражданином;
- развивать и реализовывать методы снижения негативных экологических последствий;
- продолжать инициативы по охране окружающей среды;
- продолжать инициативы, такие как кампания United Way по объединению усилий, которые показывают наши обязательства перед обществом;
- демонстрировать финансовую отчетность нашим стейкхолдерам.

Рассматривая Игры как возможность продвигать собственные инициативы, университет смог включить в свою стратегию олимпийское участие. В рамках программы Community Contributor Капилано смог номинироваться на звание Звезды устойчивого развития (Sustainability Star), осуществив ряд инициатив в этом направлении, включая инициативы по охране окружающей среды.

«Участвуй!» Основные моменты СОТРУДНИКИ. УЧАСТИЕ ФАКУЛЬТЕТА. СВОБОДНЫЙ ГРАФИК

Вторым ключевым компонентом стратегии была концепция участия в Играх максимального количества сотрудников и студентов университета.

Основной элемент здесь – работа с сотрудниками университета и университетскими сообществами для привлечения к работе по подготовке и проведению Олимпиады. Для преподавателей вопрос решался относительно просто, поскольку они могли потратить отпуск или время, предназначенное для профессионального развития, на период проведения Игр. Для сотрудников вопрос решался по-другому, так как университет должен был продолжать работу и во время Игр. После нескольких месяцев переговоров был разработан план, согласно которому сотрудники могли работать сверхурочно осенью 2009-го, а затем использовать это время как отгулы во время Игр.

УЧАСТИЕ СТУДЕНТОВ/ИНСТИТУТА. ДЕНЬ-2010

Еще одним элементом стратегии поощрения участия в Играх был День-2010. День был спла-

3/27/12 3:08:39 PM

107

ОЛИМПИЙСКОЕ НАСЛЕДИЕ

нирован таким образом, чтобы создать позитивную атмосферу и помочь настроиться на Игры. Это позволило сотрудникам и студентам больше узнать о самих Играх, а также о стратегии подготовки университета к ним.

Мероприятие было назначено на время ланча. Подготовленные заранее палатки представляли Организационный комитет Ванкувера, Университет Капилано, олимпийские талисманы, олимпийские атлеты, ораторы, поднимающие вопросы Олимпийских игр и устойчивого наследия. Все это сопровождалось сбором средств для проведения кампании Оргкомитета Ванкувера Own the Podium («Займи место на подиуме»).

ГОЛОСА ЗА И ПРОТИВ. ДИАЛОГ СТОРОН

В течение нескольких лет подготовки к Олимпийским играм Университет Капилано поощрял диалог между своими сотрудниками по во-

ТЕХ, КТО БЫЛ ПРОТИВ проведения Игр в Ванкувере, тоже привлекли к диалогу



просам участия в Играх – как позитивного, так и негативного характера. Некоторые сотрудники выступали против Игр, в связи с чем университет прилагал определенные усилия, чтобы их голоса были услышаны как часть процесса.

Одно из наиболее интересных мероприятий состоялось в марте 2007 года. Оно было связано с выходом документального фильма Five Ring Circus (thefiveringcircus.com). Этот противоречивый фильм показал, «как это трехнедельное мероприятие полностью меняет Ванкувер, как соблюдаются и не соблюдаются обязательства по социальному и экономическому устойчивому развитию, охране окружающей среды и как подготовка к Играм влияет на различные слои общества».

Показ фильма происходил в кинозале одного из департаментов, после чего режиссер ответил на вопросы аудитории, а далее состоялась общая дискуссия на тему предстоящих Игр.

ТРУДОУСТРОЙСТВО И ВОЗМОЖНОСТИ ВОЛОНТЕРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ДЛЯ СТУДЕНТОВ

Одним из наиболее важных элементов стратегии Капилано было предоставление студентам реальной возможности работать и быть волонтерами во время Игр. Для наших студентов это был уникальный шанс приобрести опыт работы с различными компаниями, а также развить и реализовать свои профессиональные навыки.

Заблаговременная подготовка, без сомнения, помогает в этом процессе. Объявив заранее, что период самостоятельной работы будет более длительным, мы тем самым позволили

студентам и сотрудникам правильно организовать свое время до начала Игр.

Сотрудник, отвечающий за трудоустройство студентов, работал вместе с Оргкомитетом Ванкувера, что позволяло студентам Университета Ка-

пилано найти работу на время Игр. Благодаря программе VANOC's Community Contributor все студенты и сотрудники Капилано получили так называемый «код волонтера», дающий возможность самостоятельно рассматривать вакансии.

Центр по трудоустройству студентов университета (Capilano Student Employment Centre) стал средоточием деятельности этого компонента стратегии. Был организован веб-сайт, где перечислялись все возможности. Группа Olympic Broadcasting Services (OBS) одна из первых начала сотрудничать с университетом по вопросу найма студентов. Она отвечала за создание программ и прямую теле- и радиотрансляцию зимних Олимпийских игр в Ванкувере. Преимуществом работы с этой организацией было то, что вакансии для студентов были интересными и хорошо оплачиваемыми.

Чем ближе была Олимпиада, тем известнее становился Университет Капилано – как место, куда могут прийти работодатели и найти необходимые кадры для различных областей.

«Празднуй!» Основные моменты

Третьим пунктом стратегии был пункт «Празднуй!». Университет сосредоточил усилия на по-

108



строении фундамента, который позволит студентам, преподавателям и сотрудникам в полной мере развиваться в двух основополагающих направлениях олимпийского движения – спорте и культуре. Было принято решение продлить период самостоятельной работы для студентов, что позволило всем нам полноценно участвовать в Играх и воспользоваться открывшимися в этой связи возможностями.

Еще одним важным компонентом стратегии было привлечение к участию в Культурной Олимпиаде. Университет Капилано гордится одной из крупнейших в Западной Канаде образовательных программ по изобразительному искусству и исполнительским видам искусства, а также действующим театром. Программный директор театра работал с Оргкомитетом Ванкувера с самого начала, сделав 10 представлений, которые стали частью празднований в Культурной Олимпиаде.

В качестве примера можно привести тот факт, что несколько студентов из университетского театра участвовали во многих олимпийских мероприятиях, исполняя роль олимпийских талисманов.

Заключение. Выводы и уроки

Университет Капилано приложил много усилий для того, чтобы максимально использовать зимние Олимпийские и Паралимпийские игры 2010 года. Обдуманное стратегическое планирование позволило использовать Игры как катализатор содействия целям Игр. Университет ни разу не отошел от своего стратегического плана, и любая новая инициатива только подкрепляла его. Олимпийские игры послужили мощным двигателем для усиления творческой деятельности и введения инноваций в работе университета. Это оказалось экономически очень выгодно: вся стратегия обошлась менее чем в 10 тыс. долларов.

Вот несколько идей, которыми могут воспользоваться высшие учебные заведения в будущем:

- 1. Начните заранее.
- 2. Сосредоточьтесь на проекте.
- **3.** Будьте реалистами. Оцените, что представляют собой Игры и происходящее вокруг них.
- **4.** Проведите собственное исследование. Это поможет вам понять, как отразятся Игры на вашем сообществе и институте в целом.

- Сформулируйте, чего именно вы хотите достичь, используя свою стратегию, как Олимпийские игры могут способствовать реализации стратегии института.
- **6.** Найдите «чемпиона», который отнесется неравнодушно к вашему проекту.
- 7. Подключите все возможные средства для достижения своей цели (например, воспользуйтесь возможностями соглашения Community Contributor).
- **8.** Работайте с уже имеющимися партнерами и постарайтесь воспользоваться Играми как возможностью приобрести новых.
- 9. Постарайтесь вовлечь все подразделения института, особенно те, которые выражают явное желание работать в этом направлении.
- **10.** Рекламируйте свою стратегию как можно чаще.
- **11.** Будьте готовы вносить изменения в стратегический план по мере его осуществления.
- 12. Планируйте, планируйте, планируйте.
- 13. Создайте крепкую инициативную группу.
- **14.** Не отчаивайтесь раньше времени, верьте в свой план.
- **15.** Сосредоточьтесь на студентах и образовании это сделает ваш план более привлекательным.
- **16.** Уделите время творческой деятельности института и его сотрудников (необходимо время, чтобы семя, брошенное в благоприятную почву, проросло).
- 17. Подходите творчески к решению всех задач.
- **18.** Найдите способы привлечь тех, кто изначально не хотел участвовать в проекте.
- **19.** Сделайте частью вашей стратегии открытый диалог.

109

ТЕСТОВЫЕ СОРЕВНОВАНИЯ-2012

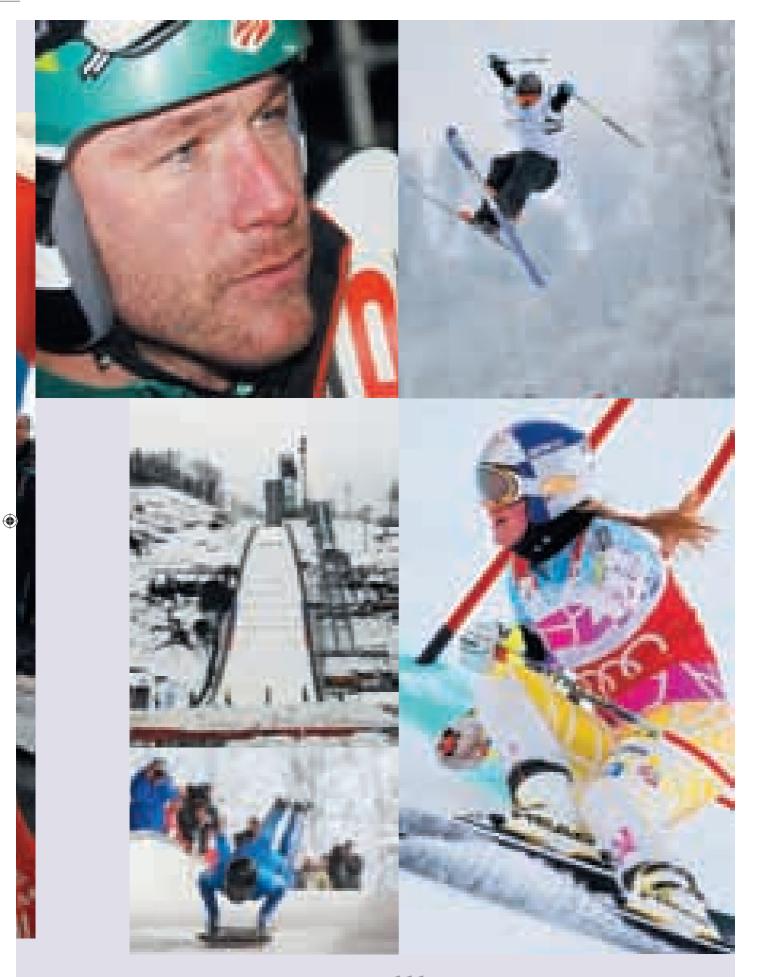
Сочи высокой пробы



За два года до зимних Игр объекты горного кластера – горнолыжный комплекс «Роза Хутор» и лыжно-биатлонный «Лаура», сноуборд-парк и фристайлцентр «Экстрим» – приняли тестовые соревнования международного и российского уровня. Первые летающие лыжники опробовали Большой олимпийский трамплин, а бобслеисты приступили к обкатке трассы центра «Санки». И если этапы Кубка мира по горнолыжному спорту (сначала среди мужчин, а затем среди женщин) были уже вторым тестом для комплекса «Роза Хутор», который принимал спортсменов на своих склонах годом ранее, то для остальных объектов минувшая зима стала временем первой серьезной пробы.

110

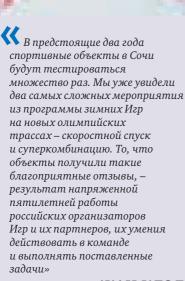




111 №1(2), 2012 | Вестник РМОУ

₋ (

ТЕСТОВЫЕ СОРЕВНОВАНИЯ-2012



ЖАН-КЛОД КИЛЛИ, председатель Координационной комиссии МОК

Благодаря природным характеристикам здешних мест трассы могут быть лучшими в мире. Но к этому вопросу надо подходить с осторожностью, хорошо продумать маршруты»

БОДЕ МИЛЛЕР (США), олимпийский чемпион



3/27/12 3:08:55 PM

703

112









Все вокруг словно дышит позитивом. Никак не ожидала, что в России у меня такое большое количество болельщиков, и этот факт очень радует. Трасса достаточно сложная, какой и должна быть олимпийская трасса. Подобной больше нет нигде в мире. Я буду счастлива приехать сюда для участия в Олимпиаде»

ЛИНДСИ ВОНН (США), олимпийская чемпионка

Роза Хутор» стала пионером тестовых соревнований. Первые из них, этап Кубка Европы по горнолыжному спорту, мы провели еще в феврале прошлого года. В этом сезоне с января по март, когда курорт был закрыт для туристов, мы приняли восемь различных турниров, включая впервые проходивший в России этап Кубка мира по горнолыжному спорту. Открывшиеся накануне соревнований на курорте «Роза Хутор» отели Park Inn и Tulip Inn не только помогли значительно улучшить вопросы, связанные с размещением участников соревнований, но и без преувеличения стали центром всех тестовых соревнований в горном кластере. Именно здесь размещались рейс-офисы различных турниров, проходили заседания штабов. С гордостью могу сказать, что мы проделали огромную работу. Службы курорта трудились в буквальном смысле днем и ночью, чтобы успешно провести все запланированные соревнования. И, на наш взгляд, успешно справились с поставленными задачами, доказательством чему могут служить высокие оценки со стороны международных и российских федераций, спортсменов и тренеров. Мы продемонстрировали: Игры готовы проводить хоть завтра!»

СЕРГЕЙ БАЧИН, генеральный директор «Розы Хутор»

113





На сегодняшний день мы имеем прекрасный совмещенный стадион для соревнований лыжников и биатлонистов. Считаю, что он станет одним из лучших стадионов в мире. Наши ребята будут иметь возможность тренироваться здесь больше, чем другие спортсмены. Можно сказать, каждый поворот будут знать»

ВИТАЛИЙ МУТКО, министр спорта, туризма и молодежной политики России

От Игр к Играм трассы становятся все сложнее, и Сочи не исключение. Чтобы завоевать олимпийские медали, придется хорошо поработать. Я сама прошла всю трассу, и мне очень понравилось. Трасса получилась уникальной во всех отношениях, не могу вспомнить ни одной аналогичной дистанции»

ЕЛЕНА ВЯЛЬБЕ, трехкратная олимпийская чемпионка, президент Федерации лыжных гонок России

Хороший стадион, стрельбище оснащено всем необходимым по последнему слову техники. Отдельно хотелось бы остановиться на трассах. Таких сложных рельефов биатлон, пожалуй, еще не видел... Слабому в Сочи делать нечего»

ВАЛЕРИЙ ПОЛЬХОВСКИЙ, главный тренер сборных команд России по биатлону

114

№1(2), 2012 | Вестник РМОУ

110-119_fotoreportage.indd 114 3/27/12 3:08:57 PM







ТЕСТОВЫЕ СОРЕВНОВАНИЯ-2012



116 №1(2), 2012 | Вестник РМОУ





Характеристики разгона отличные, порадовала высота полета. Трамплин позволяет показывать очень высокие результаты – до 140 метров»

ДМИТРИЙ ИПАТОВ, член сборной России, победитель Универсиады-2007

Особая благодарность строителям, которые в поистине героические сроки справились со своей задачей»

АХМЕД БИЛАЛОВ, вице-президент ОКР, сенатор

Сегодня прыжки на лыжах с трамплина как вид в мире очень популярны. Буквально через два-три года Россия серьезно укрепит свои позиции, в том числе и в мировом рейтинге спортсменов»

ЮРИЙ НАГОРНЫХ, замминистра спорта

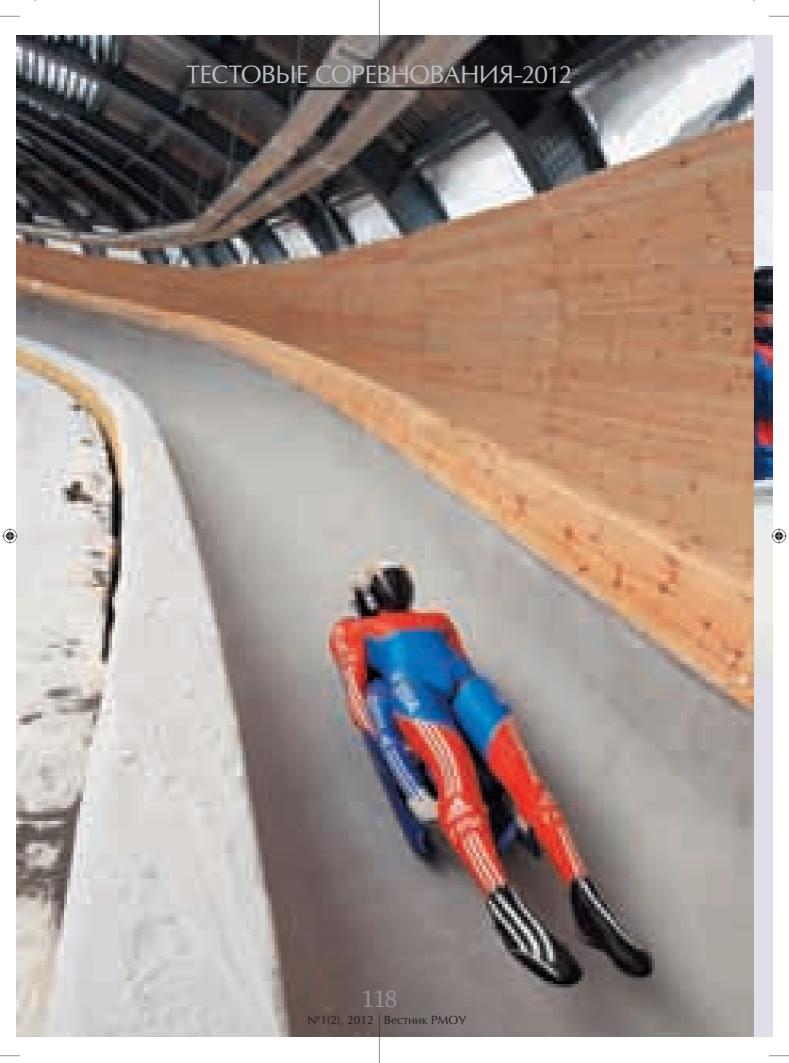
Комплекс уникален, практически неуязвим для ветра, а трамплины имеют комфортную траекторию»

ВЛАДИМИР СЛАВСКИЙ, вице-президент Федерации прыжков на лыжах с трамплина и лыжного двоеборья России

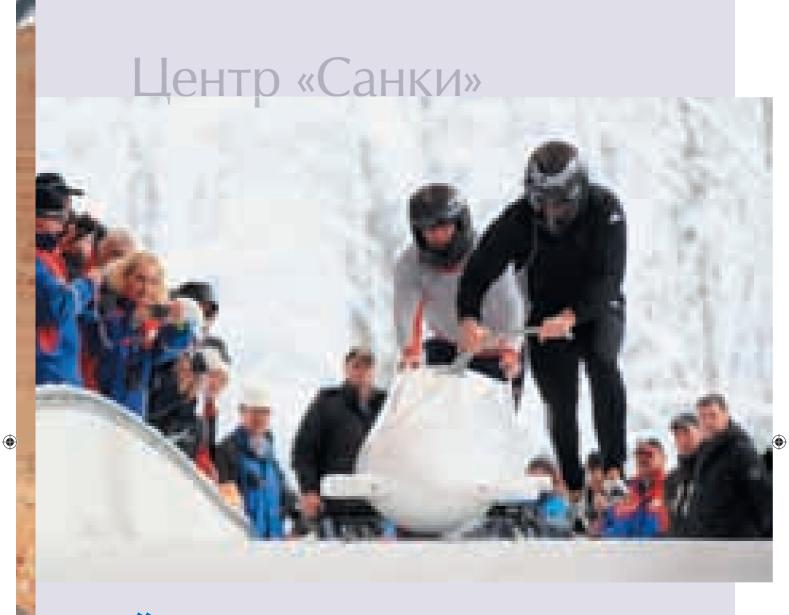
Комплекс «Русские горки» Большой олимпийский трамплин

117









К Спортсмены, опробовавшие трассу, в один голос говорят: она хороша для управления и преимущество на ней будет иметь та команда, которая сможет больше тренироваться именно здесь, в Сочи»

ВЛАДИМИР КОЗЛОВ, олимпийский чемпион, технический директор Федерации бобслея России

Я приезжал в Сочи много раз, чтобы следить за ходом строительства, и могу с уверенностью сказать: работа проделана гигантская. Это свидетельствует о том, что Россия сможет подготовить великолепные Игры в 2014 году»

ИВО ФЕРРИАНИ, президент Международной федерации бобслея и скелетона

Максимальная скорость на трассе составит 135 км/ч. Здесь есть контруклоны – специальные участки, которые призваны гасить скорость. Кроме этого, проектом, который был согласован международной федерацией с самими спортсменами, предусмотрены защитные барьеры, препятствующие вылетам с трассы»

ВИКТОР ПРЯДЕИН, вице-президент госкорпорации «Олимпстрой»

При подготовке материалов рубрики использовались, в частности, фото, предоставленные пресс-службой госкорпорации «Олимпстрой»

119



 \bigcirc

2012 апрель-

Календарь спортивного менеджера

Олимпийская наука и образование

16—18 мая – конференция «Законодательство, политика и олимпийское движение». Организована департаментом спортивного менеджмента и медиа Школы изучения здоровья и возможностей человека Колледжа Итака, США (Conference on Law, Policy and the Olympic Movement; School of Health Sciences and Human Performance, Ithaca College). Исторические, юридические, политические и экономические аспекты организации Олимпийских игр. Третья конференция цикла, начатого конференциями в мае 2010-го и мае 2011-го. Лондон, Великобритания

19–24 июля – международная конференция «Наука, образование и медицина в спорте» (International Convention on Science, Education and Medicine in Sport, ICSEMIS). Глазго, Великобритания

25—26 июля – Первый международный коллоквиум центров олимпийских исследований (Loughborough University, First International Colloquium of Olympic Studies and Research Centres). Университет Лафборо, Великобритания

13–14 августа – конференция «Олимпийские игры: новые глобальные вызовы». Организаторы – Оксфордский университет, Университет Центрального Ланкашира, издательский дом «Рутледж», журнал «Спорт в обществе» (The Olympic Games: Meeting New Global Challenges; University of Oxford, University of Central Lancashire, Routledge, Sport in Society). Оксфорд, Великобритания

23–25 августа – конференция «Спорт для инвалидов: двигатель социальных изменений». Организована Центром исследований мира и согласия и Международной федерацией спорта на колясках и для людей с ампутацией (Disability Sport: A Vehicle for Social Change; Centre for Peace and Reconciliation Studies, CPRS, and the International Wheelchair and Amputee Sports Federation, IWAS). Ковентри, Великобритания

Всероссийские научно-практические конференции Минспорттуризма и молодежной политики

Апрель, Омск. «Современная система спортивной подготовки в биатлоне»

Апрель, Якутск, Республика Саха (Якутия). «Инновационные подходы в подготовке спортсменов по олимпийским видам спорта: вольная борьба, пулевая стрельба, бокс». Организатор – ФГБОУ ВПО «Чурапчинский государственный институт физической культуры и спорта»

Апрель, Чайковский, Пермский край. «Подготовка единоборцев: теория, методика и практика». Организаторы – Министерство физической культуры и спорта Пермского края, ФГБОУ ВПО «Чайковский государственный институт физической культуры»

Апрель, поселок Малаховка, Московская область. Всероссийская с международным участием очнозаочная конференция «Дифференцированный подход в системе многолетней подготовки спортсменов различной квалификации, специализирующихся в игровых видах спорта (баскетбол, волейбол, теннис, футбол, мини-футбол, американский футбол, женский футбол)». Организатор – ФГБОУ ВПО «Московская государственная академия физической культуры»

120

№1(2), 2012 | Вестник РМОУ







Апрель, Москва. «Основы и практика разработки федеральных стандартов спортивной подготовки»

Апрель, Москва. «Совершенствование системы подготовки высококвалифицированных игроков в футболе». Организатор – Российский футбольный союз

Май, Москва. «Велоспорт и другие технические виды адаптивной физической культуры» в рамках 2-й международной специализированной выставки Reha Moscow International – 2012. Организатор – региональное отделение Паралимпийского комитета России в Москве

Май, Москва. «Актуальные проблемы и перспективы развития следж-хоккея в Российской Федерации» в рамках 2-й международной специализированной выставки Reha Moscow International – 2012. Организатор – региональное отделение Паралимпийского комитета России в Москве

Май, Москва. «125 лет со дня рождения И.М. Саркизова-Серазини: путь от реабилитации до спортивных рекордов. Достижения и перспективы отечественной лечебной физической культуры». Организатор – ФГБОУ ВПО «Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма» (ГЦОЛИФК)

Май-июнь, Москва. «Актуальные проблемы подготовки спортсменов высокой квалификации в зимних олимпийских видах спорта (бобслей, санный спорт, сноуборд, горнолыжный спорт, фристайл, конькобежный спорт)»

Май, Смоленск. I Международная научно-практическая конференция «Современные средства повышения физической работоспособности спортсменов». Организатор – ФГБОУ ВПО «Смоленская государственная академия физической культуры, спорта и туризма»

Июнь-июль, Санкт-Петербург. «Инновационные технологии в зимних видах спорта (прыжки на лыжах с трамплина, лыжное двоеборье, фигурное катание, керлинг)»

Июнь, Москва. «Проблемы обеспечения дополнительным питанием спортсменов и профилактика профессиональных заболеваний». Организаторы – «Фэр Экс Интер», F.Expo AG

Сентябрь, Санкт-Петербург. «Проблемы и достижения подготовки спортсменов в зимних паралимпийских видах спорта»

Конференции и форумы

10–12 мая – выставка и конференция «Интеграция. Жизнь. Общество-2012». Посвящена проблемам интеграции людей с ограниченными возможностями. Москва, Россия

17—19 мая – международная выставка Moscow Reha International. Проводится дирекцией по строительству и инновациям национальных паралимпийских проектов Паралимпийского комитета России в контексте подписания Россией Конвенции ООН о правах инвалидов. В программе научно-практические конференции, круглые столы и семинары. Москва, Россия

24–26 мая – форум «Спорт-Сочи-2012». Сочи, Россия

20–23 июня – международный конгресс «Медицина спорта. Сочи-2012». В рамках конгресса состоится III Всероссийская научно-практическая конференция, посвященная актуальным проблемам научнопрактического и медико-биологического обеспечения квалифицированных спортсменов. Кроме того, пройдет выставка «Спортивная медицина». Сочи, Россия

Выставки и ярмарки

12-15 апреля - III Всероссийская специализированная выставка «Туризм. Спорт. Отдых». Ижевск,

13–15 апреля – международная выставка оборудования и услуг для подводного плавания Asia Dive Expo (ADEX). Сингапур, Сингапур

13-14 апреля – 8-я межрегиональная специализированная выставка «Отдых, Туризм. Спорт». Воро-

13–15 апреля – футбольный салон Galaxy Foot. Париж, Франция

18–20 апреля – 8-я международная выставка оборудования и технологий для горных и зимних видов спорта и отдыха Alpitec-2012. Выставка оборудования и товаров для зимних видов спорта Prowinter-2012. Больцано, Италия

19–22 апреля – выставка «Спорт. Отдых. Экстрим». Ростов-на-Дону, Россия







НАВИГАТОР

- **19–22 апреля** международная выставка фитнеса и здорового образа жизни FIBO-2012. Эссен, Германия
- **20–22 апреля** международная выставка для любителей лошадей HansePferd Hamburg 2012. Гамбург, Германия
- **25–27 апреля** салон SAM-2012, посвященный менеджменту безопасности в горах. Гренобль, Франшия
- **27–29 апреля** выставка фитнеса и спорта Australian Fitness & Health Expo 2012. Сидней, Австралия
- **4–7 мая** международная выставка лошадей и пони, товаров и услуг для конного спорта и верховой езды «Иппосфера». Санкт-Петербург, Россия
- 9–13 мая выставка лошадей Royal Windsor Horse Show. Виндзор, Великобритания
- **10–13 мая** выставка фитнеса RiminiWellness-2012. Римини, Италия
- **11–13 мая** межрегиональная специализированная выставка «Урал: Спорт. Активный отдых 2012». Екатеринбург, Россия
- 18–20 мая выставка фитнеса Fit-Expo Poznan 2012. Познань, Польша
- **22–24 мая** выставка спортивных товаров, услуг и оборудования Sports Unlimited Valencia 2012. Валенсия, Испания
- 24–27 мая международный фестиваль Extreme World Expo Show (Extremex-2012). Москва, Россия
- **31 мая 3 июня** Балтийский морской фестиваль 2012 . Международная специализированная выставка яхт, катеров, оборудования и снаряжения для водных видов спорта, рыбалки, туризма и отдыха. Санкт-Петербург, Россия
- 1-3 июня фестиваль конного спорта Equitana Open Air 2012. Нойс, Германия
- **8–10 июня** выставка индустрии красоты и фитнеса Beauty & Fitness Expo 2012. Гонконг
- 14–17 июня международный фестиваль фитнеса 2012. Рим, Италия
- **12—15 ИЮЛЯ** выставка товаров и идей для активного отдыха Outdoor-2012. Фридрихсхафен, Германия
- **25–29 июля** выставка лошадей Eurocheval-2012. Оффенбург, Германия
- **26—29 июля** выставка товаров для спорта и отдыха на открытом воздухе Asia Outdoor Trade Show 2012. Нанкин, Китай
- 16-19 августа международная выставка велоиндустрии Ispo Bike. Мюнхен, Германия
- **6–9 сентября** 14-я Международная конная выставка «Эквирос-2012» и 5-я специализированная выставка «Эквирос Junior». Москва, Россия
- **11–14 сентября** XI Международная выставка-ярмарка «Российские охотничье-спортивные товары». Ижевск, Россия
- 15–17 сентября выставка велосипедов R'Bike-2012. Лион, Франция





НАВИГАТОР

3 полезные ссылки для спортивного менеджера



www.olympic.ru

О чем сайт: к 100-летию Олимпийского комитета России сайт организации кардинально обновлен. Изменился дизайн, улучшилась навигация. Среди новинок — раздел о россиянах в международном олимпийском движении и исторический раздел об Олимпийском комитете в царской России.

Чем полезен: помимо информации для широкого круга людей, интересующихся спортом и олимпийским движением, часть разделов адресована целевым аудиториям. Так, работникам СМИ пригодится раздел о повестке дня различных меропритий ОКР и сроках аккредитации для участия в них. Тем, кто планирует связать свою судьбу с индустрией спорта, адресован раздел «Олимпийское образование».

Особенности: удобно структурированная информация обо всех олимпийских видах спорта, включая описание вида, историю выступлений отечественных спортсменов, контакты руководящих органов и персон, ссылки на национальные и международные спортивные федерации. Здесь публикуются официальные документы, ведется календарь спортивных событий в Москве, России и мире.



www.olympians.ru

О чем сайт: рассказывает о деятельности некоммерческой благотворительной организации «Фонд поддержки олимпийцев России», которую патронируют руководители государства. Информация адресована всем причастным к развитию спорта в стране, в том числе представителям спорта высших достижений, детско-юношеских школ олимпийского резерва, ветеранам олимпийского движения.

Чем полезен: широкому кругу читателей позволяет составить представление о механизмах поддержки олимпийского движения в России, основных действующих лицах этого процесса. Занятым в спортивной индустрии полезен раздел о программах фонда – как действующих, так и реализованных, в том числе детальные отчеты о выполнении утвержденных программ. Соискателей грантов – спортсменов и тренеров – информирует об условиях и процедуре.

Особенности: информация для грантополучателей изложена не только посредством публикации документов и регламентов, но и в популярной форме «вопрос-ответ».

www.valovs.ru



<u>О чем сайт:</u> Всероссийская ассоциация летних олимпийских видов спорта (ВАЛОВС) объединяет 32 спортивных союза и федерации. Главные задачи – организационная и финансовая поддержка федераций летних олимпийских видов спорта и их программ подготовки к Олимпийским играм. Является органом, участвующим во взаимодействии представителей спортивного сообщества и власти разных уровней.

Чем полезен: отражает активность национальных федераций в различных областях, является информационной площадкой для обмена мнениями их представителей, в частности, о требующих решения вопросах подготовки к Олимпийским играм.

<u>Особенности:</u> содержит среди прочего официальную информацию ВАЛОВС о грантах для спортивных федераций и союзов (условиях получения этих грантов, их размере и областях, на которые они не могут быть израсходованы).

123

№1(2), 2012 | Вестник РМОУ





3/27/12 3:09:27 PM



Summary

- Welcome address of Armenian National Olympic Committee President Gagik Tsarukyan. In his address to readers of "Vestnik" Gagik Tsarukyan expressed his confidence in strengthening the partnership between the Armenian NOC and the RIOU, and wishes all the best to teachers, students and future alumni of the University.
- "We all must change". Being interviewed Sochi mayor Anatoly Pahomov talks about the legacy the Sochi Olympic Games will leave, and about the steps of the local authority for further sustainable development of the region.
- Legal problems and state regulations of sport in Russia and Poland. The lawyers Nikolay Peshin and Bogush Bomanovsky compare the lawmaking and sports regulating experience of the two countries.
- Introduction to sports marketing. The representative of the Russian association of sports industry organizations Andrey Malygin in his work introduces the conceptual construct and different areas of sports marketing.
- European Policy Systems and Sport for All as a Policy Objective.

 Ian Henry (Centre for Olympic Studies & Research, Loughborough University) reviews the birth, the development and a relative decline of the Sport for All movement in Europe over the last 50 years.
- Status of national information host-agency and photopool: application, opportunities, effects. The representatives of the "RIA News" agency, which got the status of the Sochi Games host-agency and national photopool, tell the "Vestnik" editor-in-chief Sergey Muravyev about the process of applying for this status and about the possibilities the agency and its partners the Russian media might have.







- Doping in sport and how to control it. The national anti-doping agency RUSADA CEO adviser Alexander Derevoedov talks about the history and today's global system of controlling doping, its structure and working principles, as well as about the national anti-doping agency.
- "McDonald's Golden Puck" Tournament in Moscow. The "Vestnik" editor-in-chief Sergey Muravyev studies the modern experience of organizing the child hockey tournament competitions in the Russian capital the legendary "Golden Puck". In the winter 2014, when Sochi will host the Winter Games, "Golden Puck" will celebrate its 50 anniversary.
- Olympic truce the fundamental basis of the Olympic Games concept in Ancient Greece. A historian Vasily Kuzischin brings the readers to the Ancient Olympia times.
- Creating an Academic Legacy from the 2010 Winter Olympic Games. The Capilano University's Deans of Business and Tourism Graham Fane and Casey Dorin witnessed that the luck to be based close to the Olympic venues provides unique opportunities. Professors and students got a once-in-a-lifetime experience and in their turn made a contribution to the development of the Olympic movement.
- Test competitions − 2012. Two years before the Sochi Winter Games different venues of the olympic mountain cluster hosted a number of test competitions. The comments of athletes and organizers are in the photo report "Sochi of high standard".







Annotation

Welcome address of Armenian National Olympic Committee President Gagik Tsarukyan.

There is a good partnership between Armenian NOC and RIOU. There have already been official visits of our organizations; the memorandum of cooperation has been signed. We highly appreciate the role of the University as an important educational institution for spreading olympic knowledge and training staff in sports sphere. Today sport needs professional managerial staff, experts who have knowledge and skills in organizing and managing sports industry. I am sure RIOU will become the educational ground for new highly qualified specialists.

Sochi mayor Anatoly Pahomov: "We must change"

The Olympic Games will leave great legacy to the city with modern stadiums, well-developed infrastructure, world standard accommodation and service. Our strategic aim is to take advantage of the perspectives we have at the moment and realize them fully for the benefit of the city and its citizens. It is a tough moment because it is a well-known fact that there have been situations in olympic history when the huge amount of money invested by some countries in staging the Olympic Games did not bring any profit, it became a real ballast for these countries. Modern sports facilities turned out to be non-demanded and were gradually destroyed. It happened because these countries didn't manage to arrange and use properly the olympic legacy. They did not do the essential pre-work, there was no correlation between economic and social spheres of these countries with the changes being in progress.

Legal problems and state regulations of sport in Russia and Poland.Nikolay Peshin and Bogush Bomanovsky

State regulation of sport is implemented in the Russian Federation at two levels: federal level and subject level. The huge amount of regulations in sport belongs to local legislation. However many subjects of federation limit their activity to one or two statutes in this sphere. Moreover, quite often subjects of federation do not show initiative and do not try to solve the problems from the sphere of joint activity. While the sport legislation of the Russian Federation needs improving seriously both at the federal and local levels, is it possible to take into account and apply the experience of neighbor states? The question is quite controversial, but no doubt we need to learn such experience. In Poland, for instance, sport is a subject of regulation as a sphere of public life, as activities of individuals, groups, and as a sphere of commercial activity. Sport encourages economic development, state recognition, uniting people, joint work and aspiration to success.

Introduction to sports marketing. Andrey Malygin

Sports marketing appeared in Russian in the late 1990-s and was regarded as everything connected with business in sport. The country was in the process of marketing changes in different spheres including sport. Professional sport, called "the sport of high achievements" in the soviet period, also started looking for the forms of development in new conditions. Some athletes and coaches tried to realize their potential in other countries, where their experience was in high demand; others had to give up sport completely. But a lot of specialists continued working in the country, step by step acquiring new knowledge and skills – attracting sponsors, selling advertising products and TV rights. Marketing development of sports industry is still in progress now, but at the moment when sport and commercial



success largely depends on the ability of a sports manager to find the right decisions in different market conditions, marketing is becoming an effective means on the way to victory. We can say for sure – in Russia the time of sports marketing has eventually come.

European Policy Systems and Sport for All as a Policy Objective.Ian Henry, Centre for Olympic Studies & Research, Loughborough University

This review paper outlines the emergence, development and relative decline of Sport for All policy in Europe over the last half century. Sports policy generally and more specifically Sport for All, has reached a point at which some of the basic tenets upon which sport for all policy are built have been called into question. However, the intrinsic value of sport, in terms of enjoyment and the right of individuals to access to life-enhancing activity, has given way to a series of extrinsic rationales, in which the universal availability of sport has been replaced by selective access for those who can afford it, and to a system in which increasingly elite sport, and support for sport for the young and school-based sport, overshadow the importance of sport for all per se. However the article will conclude with a discussion of the ways in which the staging of the Games themselves, despite evidence to the contrary in relation to adult participation, appears to have been able to leverage additional exposure of young people to opportunities in sport and physical education.

Status of national information host-agency and photopool: application, opportunities, effects. Sergey Muravyev

Wherever the Olympic Games are held, the interest in this event from the public and local media is always great. A media-company, which got the status of a host-agency and national photopool, is always in high demand on the information market. The Russian agency "RIA Novosti", having this status, intents to present itself at the higher level among the Russian media. This is the first time in modern history from the moment of inventing photo, when national media of a host country during the Olympic Games will receive the visual content from Sochi 2014 for free. Besides, it will be a springboard for developing sports photo in the country: under special educational programmes the agency is going to prepare several dozens of photographers from different cities. There is another important nuance: international information agencies recognized by the IOC tend to focus on athletes-winners and athletes-awardees. One of the requirements which the IOC has to a national host-agency is the necessity to concentrate on host country athletes presentation. Surely, the status of a host-agency and national photopool enables us to form and suggest information products to professional customers abroad. The image component is also important. From administrative and organizational point of view, the successful work in Sochi gives the Russian agency a good possibility to occupy a high position in the rating of large sport events organizers.

Doping in sport and how to control it. Alexander Derevoedov

Glory and material benefits which accompany high sport achievements have always encouraged athletes to look for the way of artificial stimulation of human abilities. 1920-s witnessed the start of anti-doping system in sport which was quite fragmentary. Apart from accumulating information, working out the methods of detection, learning the consequences of some substances influence on an athlete's body, people regarded using doping as an intolerable method of training which contradicted with ethic norms of sport and which might be dangerous to health or even life of athletes. The Olympic Movement and sports federations were the first organizations to fight with doping, which often resulted in their being accused of inefficiency and conflict of interests. To increase the effectiveness







of this work, with the types of doping and anti-doping methods developing very fast, a new special organization - the World Anti-Doping Agency - was created in 1990-s to prevent using doping in sport all over the world. The current system including international and national structures, documents and international rules and regulations enables us to resist using doping, although it requires constant betterment.

"McDonald's Golden Puck" Tournament in Moscow. Sergey Muravyev

"Golden Puck" Tournament with traditions of several generations is still one of the most popular sport competitions among young people in the country. An interesting coincidence: in the winter 2014, when Sochi will be a host city of the Winter Games, the "Golden Puck" will be 50. The experience of organizing the tournament in the Russian capital in the last five years combines the traditional (involving municipal resources) approach and the modern marketing approach (involving partners and sponsors with the company McDonald's as the main one). As a result, the amount of young hockey players who participate in the tournament is increasing every year and now it is more than 10 thousand people. A special community is being formed around the "Golden Puck" – children and their parents, coaches, instructors; so we can say about several dozens of Muscovites who are anyway concerned with the "Golden Puck".

Olympic truce – the fundamental basis of the Olympic Games concept in Ancient Greece. Vasily Kuzischin

The peculiarity of Ancient Greek geopolitical and political position was the stable coexistence of more than 100 independent city-states so-called pole on the relatively small territory. The history of Ancient Greece is full of fights and wars between neighboring pole is. These collisions weakened, devastated every polis, giving rise to lasting enmity and hatred to each other.

One of the major political problems for Greek people was the survival of the nation. It was necessary to find the effective system of measures which could prevent the danger. One of these effective measures was holding every four years the regular olympic holiday in honour of the national god Zeus living in Olympia. The notion of olympic truce (ekecheiria) was introduced in the structure of the olympic holiday. It was proclaimed every time before the Games, and all struggles against the participating city-states were postponed until the games were finished.

Creating an Academic Legacy from the 2010 Winter Olympic Games. The Capilano University Experience. Graham Fane, Dean of the Faculty of Business; Casey Dorin, Dean of Tourism

Before Vancouver was awarded the 2010 Olympic Games, Capilano University began exploring ways that it could involve its students in real-life learning experiences during the event. Capilano University focused on creating an academic legacy that would benefit their students, employees, institution and communities through a variety of means. These included creating learning opportunities, building the Olympic Games into our curricular mix, opening three campuses up to social and cultural activities, and partnering with other businesses and organizations to get the maximum leverage out of the main theme: Educate! Participate! Celebrate! By working with the Vancouver Organizing Committee (VANOC) and the communities-at-large, Capilano utilized their expertise in language, special event management, volunteerism, international education, film, aboriginal activities and tourism to make the Olympics work for our vision, rather than the other way around.

128