

Наумов А.О.

К вопросу о перспективах спортивной дипломатии России (на примере популяризации борьбы самбо)

Наумов Александр Олегович — кандидат исторических наук, доцент, факультет государственного управления, МГУ имени М.В. Ломоносова, Москва, РФ.

E-mail: Naumov@spa.msu.ru

SPIN-код РИНЦ: [2905-0930](https://elibrary.ru/2905-0930)

Аннотация

В статье исследуются вопросы, связанные с перспективами спортивной дипломатии России. В качестве объекта анализа выбрана проблема популяризации борьбы самбо как эффективного российского бренда. Утверждается, что в современном мире важным средством влияния государств на мировую политику является «мягкая сила». Одним из самых недооцененных ресурсов «мягкой силы» Российской Федерации является спорт, в частности, борьба самбо, имеющая в этой связи серьезные перспективы развития. В отличие от хорошо известных за границей, но порой весьма «лубочных» российских брендов, самбо обладает гигантским инновационным потенциалом и отличными стартовыми возможностями. Авторы приходят к выводу, что самбо может выступать важным фактором «мягкой силы» России и инструментом ее спортивной дипломатии как неотъемлемой части дипломатии публичной.

Ключевые слова

Россия, спорт самбо, «мягкая сила», публичная дипломатия, спортивная дипломатия, государственный имидж, национальный бренд.

Центральная задача внешней политики любого государства заключается в укреплении его позиций и авторитета на международной арене, создании благоприятных внешних условий для долгосрочного социально-экономического развития страны. На современном этапе одним из факторов влияния государств на мировую политику является «мягкая сила». Это хорошо понимают в России. В утвержденной президентом В.В. Путиным 30 ноября 2016 года Концепции внешней политики Российской Федерации отмечается, что неотъемлемой составляющей современной международной политики становится использование для решения внешнеполитических задач инструментов «мягкой силы», прежде всего возможностей гражданского общества, информационно-коммуникационных, гуманитарных и других методов и технологий¹.

«Мягкая сила» — это возможность достигать целей на внешнеполитической арене путем убеждения и привлечения симпатий других акторов, способность добиваться желаемого на основе добровольного участия союзников, путем притягательности, а не с помощью подачек или принуждения. Это особая форма

¹ Концепция внешней политики Российской Федерации (утверждена Президентом Российской Федерации В.В. Путиным 30 ноября 2016 г.) // Министерство иностранных дел Российской Федерации [Официальный сайт]. URL: http://www.mid.ru/foreign_policy/news/-/asset_publisher/cKNonkJE02Bw/content/id/2542248 (дата обращения: 10.04.2017).

силового взаимодействия, отличительной чертой которой становится направленность на достижение долгосрочных стратегических целей путем косвенного, неявного воздействия на объект. «Мягкая сила» — сила привлекательности высокой культуры, образования, талантливой дипломатии, логической убедительности аргументов в ходе переговоров, научно-технических достижений, наконец, спортивных успехов². Важнейшим инструментом реализации стратегии «мягкой силы» государства является публичная дипломатия, в задачи которой входит оказание влияния на общественное мнение зарубежных стран посредством различных каналов коммуникации (СМИ, Интернет и т. д.) и путем популяризации отечественных продуктов массовой культуры, включая музыку, кино- и телеиндустрию, туризм, высокую моду, национальную кухню и даже молодежные субкультуры. Зачастую из этого списка (особенно в российском случае) исключается такая существенная составляющая внутри- и внешнеполитической повестки дня, как спорт³. Это тем более удивительно, что сегодня спорт является неотъемлемым элементом в реализации технологий «мягкой силы» и публичной дипломатии любого государства, претендующего на значимый статус в мировой политике.

История спортивных состязаний как фактора международных отношений насчитывает не одно тысячелетие и уходит корнями в Олимпийские игры, проводившиеся в Древней Греции с VIII века до нашей эры. Отечественные исследователи И.В. Понкин и А.И. Редькина предлагают версию, согласно которой историю современного термина «спорт» можно проследить до XIV века, когда моряки, чтобы продемонстрировать и поддерживать в должной форме свои физические навыки, в том числе связанные с их увлечениями подвижными играми, сходили на берег, что именовалось «рас-портировать себя» (иначе говоря — покинуть порт)⁴. В XXI веке спорт стал явлением глобального масштаба, выполняющим множество социальных и политических функций. В первую очередь, он культивирует здоровый образ жизни, что весьма значимо и для экономики, и для обороноспособности любой державы. Сфера спорта вбирает в себя функции воспитания подрастающего поколения и его

² Подробнее см.: *Nye J.S. Soft Power: The Means to Success in World Politics*. New York: Public Affairs Group, 2004; *Най Дж.С. Будущее власти*. М.: АСТ, 2014; *Харкевич М.В. «Мягкая сила»: политическое использование научной концепции* // Вестник МГИМО-Университета. 2014. № 2. С. 22–29; *Леонова О.Г. Интерпретация понятия «мягкая сила» в науке* // Обозреватель — Observer. 2014. № 3. С. 80–89; *Паршин П.Б. Два понимания «мягкой силы»: предпосылки, корреляты и следствия* // Вестник МГИМО-Университета. 2014. № 2. С. 14–20; *Soft Power: теория, ресурсы, дискурс* / Под ред. О.Ф. Русаковой. Екатеринбург: ИД «Дискурс-Пи», 2015.

³ *Долматова Т.В., Сорокина Л.В. Физическая культура и спорт как фактор публичной дипломатии* // Вестник спортивной науки. 2015. № 4. С. 10.

⁴ Государственное управление в сфере спорта / Под ред. И.В. Понкина. М.: Буки Веди, 2017. С. 16.

социализации, развития чувства патриотизма и нравственных качеств, выбора активной жизненной позиции и участия в общественной жизни. Спортивные успехи государства в целом способствуют созданию у большей части его граждан представления о правильности реализуемого правительством курса, истинности господствующей в данном обществе системы ценностей.

Спорт обладает способностью объединять людей независимо от их происхождения, воспитания, религиозных взглядов или экономического положения, способствует знакомству с традициями и обычаями других народов, активизирует развитие культурного обмена и межкультурного диалога. Спорт является и инструментом политического воздействия с мощнейшим потенциалом и возможностями; история знает немало примеров того, как разные страны использовали этот инструмент для реализации собственных геополитических целей и задач⁵. Благодаря новым коммуникационным технологиям, росту влияния социальных медиа, доступности и открытости информации сегодня роль и значение спорта в контексте международных отношений выросли многократно. Колоссальная распространенность и популярность спортивного движения во всем мире превращают его в эффективный инструмент популяризации политического и экономического строя, господствующих ценностей, обоснования внешнеполитического курса государства.

Именно спорт в последнее время выходит на одно из первых мест среди факторов, оказывающих наиболее существенное влияние на формирование положительного образа страны. В этих условиях России жизненно необходимо задействовать этот ресурс, последовательно популяризируя не только спорт высоких достижений, но и массовые, народные занятия физической подготовкой. Такая стратегия объективно способствует решению внутренних социально-экономических проблем, содействует росту национального самосознания и патриотизма и, в конечном счете, укрепляет авторитет и престиж страны за рубежом. Вместе с наличием разветвленной и достаточно развитой спортивной инфраструктуры это позволит решать не только насущные локальные задачи спортивной дипломатии, но и в глобальном плане оказывать влияние на умонастроения значительной части населения планеты, выигрывая в «битве за умы и сердца».

⁵ См., к примеру: *Мартыненко С.Е.* Роль спортивной дипломатии в международных отношениях и внешней политике: автореф. дис... канд. истор. наук. М., 2015; *Его же.* Диалектическая взаимосвязь спорта и политики и ее проявление в средствах массовой коммуникации // Вестник МГОУ. Серия: История и политические науки. 2014. № 5. С. 179–186; *Аксянов А.С., Грачев С.И.* Спорт как манипулятор международных политических решений // Глобальный научный потенциал. 2015. № 6 (51). С. 120–123; *Diplomatic Games: Sport, Statecraft, and International Relations Since 1945 / Ed. by H.L. Dichter, A.L. Johns.* Lexington: The University Press of Kentucky, 2014.

Спортивная дипломатия является составной частью дипломатии публичной⁶. В этой роли она выступает важнейшим структурным элементом «мягкой силы» государства, активно способствуя формированию его положительного образа за рубежом. По справедливому мнению Т. Зоновой, международные спортивные состязания служат лучшему взаимопониманию, демонстрируют единство устремлений народов разных стран и континентов. Уровень подготовки спортсменов, их стремление к победе, умение не только выигрывать, но и достойно встречать поражение — все это вклад в формирование имиджа государства⁷.

Спортивная дипломатия присутствует в арсенале внешнеполитических средств многих стран мира, в том числе и Российской Федерации. Однако в последнее время по российскому спорту был нанесен мощный имиджевый удар (многочисленные допинговые скандалы, неоднозначные решения международных организаций о недопуске спортсменов к соревнованиям, информационные антироссийские кампании в западных СМИ). Несмотря на это, Россия является одной из величайших спортивных держав современности. По общему количеству завоеванных медалей на Олимпийских играх она удерживает второе место в мире (и первое по наградам на зимних Олимпиадах). На домашней зимней Олимпиаде в Сочи в 2014 году Россия уверенно заняла первое место, а по результатам двух последних летних Олимпийских игр становилась четвертой. Также Российская Федерация лидирует в целом ряде отдельных видов спорта. Несмотря на беспрецедентную информационно-психологическую атаку и связанные с этим объективные трудности, страна продолжает находиться в авангарде мирового параолимпийского спорта. Тем не менее, не будет сильным преувеличением сказать, что на данном этапе спортивная дипломатия России находится в кризисе.

Современные имиджевые проблемы отечественного спорта, разумеется, не могут не отражаться и на общем отношении к России за рубежом. В международном общественном сознании до сих пор сохраняется значительное количество стереотипов и фобий, зачастую искусственно культивируемых и поддерживаемых различными «экспертами», профессионально специализирующимися на создании атмосферы враждебности по отношению к России. С другой стороны, негативное в целом восприятие нашей страны за рубежом демонстрируется и в различных

⁶ Murray S. Sports-Diplomacy: A Hybrid of Two Halves. 2011. P. 8.

URL: <http://www.culturaldiplomacy.org/academy/content/pdf/participant-papers/2011-symposium/Sports-Diplomacy-a-hybrid-of-two-halves--Dr-Stuart-Murray.pdf> (accessed: 10.04.2017).

⁷ Зонова Т. Язык спорта универсален, как и язык музыки // Российский совет по международным делам [Официальный сайт]. URL: <http://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/analytics/yazyk-sporta-universalen-kak-yazyk-muzyki/> (дата обращения: 23.06.2017).

профессиональных исследованиях, которые сложно заподозрить в излишнем субъективизме или предвзятости. Так, например, в авторитетном «Индексе хороших стран» С. Анхольта в 2016 году Россия заняла 78-е из 163-х мест⁸. Не вызывает сомнения, что первопричиной подобной удручающей ситуации выступает банальное незнание иностранными респондентами не только современных российских реалий, но и глубочайшего пласта историко-культурного наследия России, того вклада, который наша страна внесла с сокровищницу мировой цивилизации.

В этой связи уместно отметить уникальную, но, к сожалению, почти не используемую сегодня возможность российского спорта продуцировать и продвигать оригинальные отечественные бренды. Как известно, изначально понятие «бренд» являлось идентификатором принадлежности товара, обозначало зарегистрированную торговую марку, товарный знак, однако за последние несколько десятилетий содержание этого термина существенно изменилось. Современный бренд — это своего рода нематериальный актив, набор восприятий в сознании потребителя, имеющий при этом рыночную стоимость. Это миф, который содержит в себе волшебную историю об уникальных качествах и свойствах предметов или явлений, позволяющий тем, кто к нему прибегает, оправдать или превзойти свои ожидания. Брендинг в современном мире становится мощным источником культурогенеза, так как в условиях глобализации конкурируют не только товары и услуги, но и культуры и целые цивилизации⁹.

Главным брендом России, безусловно, является ее историко-культурное наследие. Необходимо сделать все возможное, чтобы познакомить максимально широкую иностранную аудиторию с богатейшей палитрой российской культуры и истории, с русским языком, достижениями в науке, технике, спорте, сделать отечественные продукты «мягкой силы» модными, престижными, выгодными, интересными и незаменимыми для зарубежных партнеров. Целенаправленное создание российских культурных брендов — залог успешного развития России в условиях глобализации, создания благоприятного внешнеполитического образа на международной арене и, как следствие, достижения многих внешнеполитических задач.

В целом, ключевым приоритетом сегодня является разработка эффективной имиджевой стратегии и определение концепции национального брендинга, призванной продвигать позитивный имидж нашей страны по всем коммуникационным каналам.

⁸ The Good Country Index. 1.1 (2016) // The Good Country [Official Site]. URL: <https://goodcountry.org/index/overall-rankings#> (accessed: 10.04.2017).

⁹ См.: *Лысак И.В.* Русская культура как бренд // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2011. № 6. Ч. 1. С. 118–122.

Образ России должен вызывать уважение, быть привлекательным, открывать возможности для конструктивного диалога на основе тех ценностей, которые позиционирует Российское государство как мировая держава и центр уникальной цивилизации. Одним из самых сильных элементов в российском имидже, наряду с литературой, искусством, наукой и кинематографом, выступает именно спорт.

На наш взгляд, весьма перспективным российским брендом, актуальным имиджевым проектом и одновременно одним из самых недооцененных ресурсов «мягкой силы» и спортивной дипломатии современной России является борьба самбо. Надо отметить, что особенность спортивных брендов заключается в том, что они тесно связаны с общими ценностями спорта — целеустремленностью, победами, состязательностью, страстью, благородством, патриотизмом, здоровым образом жизни. Бренд самбо имеет еще более уникальную природу. Борьба самбо — это не только ярчайший символ успеха отечественного спорта, но и значимая часть символического капитала российской культуры, удачно и доступно раскрывающая для иностранцев многогранную суть России. Более того, за брендом самбо выстраивается целый ряд других притягательных образов, способных улучшить имидж России в мире.

Самбо (аббревиатура, образованная от словосочетания «САМоборона Без Оружия») — вид спортивного единоборства и комплексная система самообороны, разработанная в первой половине XX века в СССР.

Самбо — это наука обороны, а не нападения. Данный вид спорта уникален тем, что не несет в себе агрессии. Помимо развития важных физических качеств спортсмена (сила, выносливость, ловкость, быстрота реакции, координация движения, чувство равновесия) самбо способствует формированию волевой, инициативной и гармоничной личности, развивает патриотизм и гражданственность. Как справедливо отмечал президент России и мастер спорта по самбо В.В. Путин, «самбо — это не только спорт, но и жизненная философия. Это стремление к совершенству и собранность, быстрота реакции и воля, мужество и точность в оценке ситуации. Самбо воспитывает и закаляет характер, все те качества, которые очень нужны не только на спортивной арене, но и в жизни. Человек, овладевший его приемами, уверен в себе, в своих силах. Он знает, что может постоять за себя и защитить другого»¹⁰.

Самбо — исконно российский национальный вид спорта, вобравший в себя не только лучшие черты других единоборств, но и впитавший нравственные принципы многочисленных народов России, лучшие частички их самобытных культур.

¹⁰ Цит. по: Известные люди о самбо // Федерация самбо Нижегородской области [Официальный сайт]. URL: http://xn--80ac6afaer.xn--plai/content/argumenty_uspeha.html (дата обращения: 10.04.2017).

Современное самбо синтезировало все самое интересное, яркое и оригинальное из грузинской чадаобы, армянской кох, молдавской трынте, якутской хапсагай, таджикской гушт, узбекской куради, казахской и киргизской курес, туркменской гореш, азербайджанской, русской борьбы на поясах и адыгейской адыгэбэнач, татарско-башкирской кураш, финско-французской, вольно-американской, английской, швейцарской борьбы, японских дзюдо и сумо. В самбо, таким образом, легко можно обнаружить элементы национальных единоборств многих народов России и других бывших республик СССР (и не только!). Именно это определяет специфику системы самбо, направленной на поиск всего передового и целесообразного. Философия самбо — философия постоянного развития, обновления, открытости ко всему новому и лучшему. Сегодня в арсенале самбо насчитывается более десяти тысяч приемов, и оно продолжает постоянно совершенствоваться.

История самбо неразрывно связана с историей Российского государства¹¹. Становление самбо как нового вида борьбы состоялось в 20–30 годы XX века в результате упорной и кропотливой работы нескольких выдающихся теоретиков и практиков — В.А. Спиридонова, В.С. Ощепкова, А.А. Харлампиева и других. Уже в 1930-е годы самбо вошло в нормативы комплекса ГТО. Официальной датой рождения самбо следует считать 16 ноября 1938 года. В этот день вышел приказ Всесоюзного комитета по делам физической культуры и спорта № 633 «О развитии борьбы вольного стиля». Было принято решение об организации во всех республиках Советского Союза системы подготовки самбистов, а также создана «Всесоюзная секция борьбы вольного стиля (самбо)». Уже на следующий год прошел первый всесоюзный чемпионат по новому виду спорта. Начавшаяся летом 1941 года Великая Отечественная война прервала поступательное развитие самбо, став одновременно для него жесткой проверкой. Самбисты сражались в рядах РККА и участвовали в подготовке личного состава, многие из них были награждены боевыми орденами и медалями, некоторые стали Героями Советского Союза, доказав на практике жизнеспособность и эффективность данного вида борьбы в боевых условиях.

В 1950-е годы самбо вышло на международную арену, стремительно завоевывая популярность. В 1964 году полностью укомплектованная самбистами советская команда по дзюдо с сенсационным триумфом выступила на

¹¹ Подробнее см.: Андреев В.М., Чумаков Е.М. Борьба самбо. М.: Рипол Классик, 1967. С.4–5; Ваисов К.М., Кудрявцев Д.В. Борьба самбо. Техника и методика обучения. Омск: Изд-во ОмГТУ, 2010. С. 5–9; Анисимов А.В., Ратько К.С. Самбо: исторический аспект // Правоохранительные органы и правоохранительная деятельность: история и современность. Сборник научных трудов. Владимир: Владимирский юридический институт Федеральной службы исполнения наказаний, 2015. С. 115–116.

XVIII Олимпийских играх в Токио, пропустив вперед в общекомандном зачете лишь родоначальников дзюдо — японцев. В 1966 году на конгрессе Международной федерации любительской борьбы самбо было официально признано международным видом спорта. В 1972 году в Риге был проведен первый открытый чемпионат Европы по самбо, а на следующий год в иранском Тегеране среди одиннадцати команд прошел первый чемпионат мира, на котором советские спортсмены завоевали девять золотых медалей из десяти. Спустя еще четыре года был разыгран первый Кубок мира по самбо, в 1979 году — первый чемпионат мира среди молодежи, в 1981 году в Мадриде прошел первый чемпионат мира среди женщин. В последующие годы регулярно проводились чемпионаты Европы, мира, международные турниры, создавались федерации самбо в новых странах. Казалось, уже на московской Олимпиаде 1980 года самбо должно было войти в программу Игр и стать олимпийским видом спорта. Однако в спорт вмешалась большая политика; став заложником геополитических противоречий между СССР и западными странами, самбо оказалось за бортом Олимпиады-80. Тем не менее, уже в 1984 году была создана Международная федерация самбо со штаб-квартирой в швейцарской Лозанне. Русский язык официально был признан основным языком международного общения этого вида спорта.

1990-е годы оказались для самбо, как и для всей страны, непростым и турбулентным периодом. В условиях развала Советского Союза особую популярность приобрели различные виды восточных единоборств, чему в немалой мере способствовал американский Голливуд (выступавший мощнейшим орудием «мягкой силы» Запада), который активно пропагандировал эффектные приемы карате, айкидо, ушу и т. д. Но уже в первом десятилетии нового века произошел настоящий ренессанс самбо. В июне 2003 года самбо было признано национальным и приоритетным видом спорта России. В марте 2014 года в соответствии с президентским указом была введена обязательная сдача нормативов комплекса ГТО занимающимися физической культурой и спортом, и в ноябре 2015 года в вариативную часть этого комплекса было включено новое испытание IV–VI ступеней — «Самозащита без оружия». Почти одновременно началась реализация предложения В.В. Путина о включении борьбы самбо в школьную программу. В 2016 году в рамках Всероссийского проекта «Самбо в школу» был разработан и успешно апробирован в 33 школах трех российских регионов методический комплекс по проведению занятий самбо на уроках физкультуры с первого по одиннадцатый класс. 29 марта 2016 года рабочая группа проекта заявила о начале внедрения самбо в школьную программу всей страны, справедливо отмечая, что

он «ориентирован на возрождение культурных традиций, воспитание молодого поколения, обладающего духовно-нравственными ценностями, культурой здорового и безопасного образа жизни, способного ценить подвиги дедов и прадедов, при необходимости быть защитниками своего Отечества, а также достойными носителями русского языка и русской культуры»¹². Недавно стартовала схожая программа «Самбо в ВУЗы». Уже разработана и внесена в Реестр образовательных программ Примерная программа по физкультуре начальной, основной и средней школы, включающая модуль самбо. Идет переподготовка и повышение квалификации преподавателей физкультуры, которые будут вести занятия по самбо, проводятся мастер-классы по этому направлению подготовки. В дальнейшем проект будет распространен на всю страну, включая государственные ВУЗы¹³. Кроме того, самбо является неотъемлемым элементом физической и специальной подготовки личного состава силовых структур России.

Сегодня самбо входит в число наиболее массовых видов спорта в стране. По данным Всероссийской федерации самбо, этой борьбой в России занимаются около полумиллиона человек, причем почти половина из них — дети¹⁴. Ежегодно проводится более ста пятидесяти соревнований различного уровня. Растет популярность самбо и за рубежом. Как было указано выше, с начала 1970-х годов проводятся международные соревнования по этому виду борьбы. По данным на начало 2017 года, самбо развивается в 120 странах мира; членами Международной федерации самбо являются 84 национальные федерации, расположенные на постсоветском пространстве, в Европейском союзе, обеих Америках, Азии и Африке. Их число постоянно увеличивается. В декабре 2014 года Международной федерацией самбо была подана заявка в Международный Олимпийский комитет о включении борьбы самбо в программу Олимпийских игр (разумеется, и сейчас данная цель остается приоритетной для всех самбистов мира). В 2015 году на чемпионате мира по самбо в марокканской Касабланке 16 ноября был объявлен Международным днем самбо.

Вместе с тем, работа по популяризации самбо могла бы быть более эффективной. Уровень взаимодействия спортивного сообщества, государства,

¹² Всероссийский проект «Самбо в школу» // Федеральное государственное бюджетное учреждение «Федеральный центр организационно-методического обеспечения физического воспитания» [Официальный сайт]. URL: <http://xn--b1atfb1adk.xn--p1ai/projects/page36> (дата обращения: 23.06.2017).

¹³ В школах и вузах России будут изучать самбо // Педсовет [Сайт]. 27.02.2017. URL: <https://pedsovet.org/beta/article/v-skolah-i-vuzah-rossii-budut-izucat-sambo> (дата обращения: 23.06.2017).

¹⁴ Проект «Самбо в школу» может начать работать в тысяче школ в следующем году // Всероссийская федерация самбо [Официальный сайт]. 04.03.2017. URL: <http://sambo.ru/press/news/2017/4495> (дата обращения: 10.04.2017).

социально ответственных компаний и институтов гражданского общества в данной области остается на низком уровне. По сути, отсутствует стратегия позиционирования самбо в центральных и федеральных СМИ. Налицо острый дефицит соответствующих интернет-ресурсов: существуют сайты региональных и всероссийских федераций, спортивных школ и других организаций, которые, однако, либо не хотят, либо не могут заниматься продвижением этого вида спорта в одиночестве. На интернет-порталах не достаточно мультимедийного наполнения, который привлекал бы внимание целевой, особенно молодежной, аудитории, новостные заметки далеко не всегда имеют актуальный контент, возможности для коммуникативного процесса зачастую просто отсутствуют.

За пределами нашей страны ситуация выглядит еще сложнее. Не будет преувеличением сказать, что потенциал самбо для формирования благоприятного образа России за рубежом практически не задействован, хотя именно самбо может выступать «якорным» брендом, «окном», через которое иностранная аудитория начинает знакомство с богатейшей отечественной культурой и непреходящими ценностями Российской цивилизации. На данный момент ресурс самбо вообще не используется для популяризации русского языка за рубежом и консолидации многомиллионной российской диаспоры. Учитывая популярность самбо не только на постсоветском пространстве, но и в странах дальнего зарубежья (Сербии, Румынии, Франции, Нидерландах, Германии, Японии, Бразилии, Австралии и др.), оно может и должно выступать действенным и мощным объединительным стимулом для организаций соотечественников. То же относится и к роли самбо в социокультурных и гуманитарных проектах в рамках евразийской интеграции, ведь на пространстве бывшего СССР этот бренд хорошо узнаваем, а сама борьба имеет крепкие позиции. В Армении, Казахстане, Белоруссии, Киргизии (а также на Украине, которая по известным причинам не участвует в проектах Евразийского союза) самбо востребовано и популярно. Вполне уместным выглядит идея популяризации самбо не только среди стран-членов ЕАЭС, но также в форматах ШОС и БРИКС. Огромные возможности грамотное использование бренда самбо имеет и для развития внутреннего и внешнего туризма Российской Федерации. Наконец, самбо является хрестоматийным примером аутентичного продукта советской эпохи, и его продвижение идеально вписывается в ставший в последнее время модным тренд, формирующий запрос на товары с лейблом «сделано в СССР».

Следует особо отметить, что основное внимание программ по популяризации самбо должно быть сконцентрировано на молодежной среде. Не секрет, какой потенциал несет в себе работа с подрастающим поколением. В современном информационном веке именно молодежная аудитория является наиболее активной, мобильной, динамичной, инициативной, любознательной, лишенной многих искусственно навязанных стереотипов и одновременно чрезвычайно восприимчивой к новым идеям. Молодежь — это основной ресурсный потенциал, будущее любой нации и любого государства и основной объект воздействия технологий «мягкой силы».

В ставшей легендарной книге «Борьба самбо» один из основателей этого вида борьбы А.А. Харлампиев писал: «Занятия по борьбе самбо должны служить в первую очередь воспитанию и подготовке молодежи. Поэтому важно, чтобы занимающихся самбо было больше. Поставьте себе задачей: привлечь в секцию самбо не менее трех своих товарищей»¹⁵. Выполнить и перевыполнить эту задачу, а также добиться других не менее важных целей вполне возможно с помощью комплексной программы продвижения самбо как органичного бренда России. Стоит отметить, что в отличие от хорошо известных за границей, но порой весьма «лубочных» российских брендов (балалайка, матрешка, водка и т. д.) самбо обладает гигантским инновационным потенциалом и отличными стартовыми возможностями. Сама философия самбо (оборона, а не нападение; идеология постоянного развития; готовность впитывать все лучшее; честная борьба строго по правилам) вкуче с растущей популярностью этого вида спорта на международной арене позволит позиционировать Россию как сильную и решительную, но миролюбивую и открытую всему миру державу, разрушая тем самым искусственно создаваемые мифы о якобы органическом экспансионизме и агрессивности нашей страны.

Безусловно, реализация программ, посвященных популяризации самбо как бренда России, должна быть встроена в более широкую имиджевую стратегию развития спортивной дипломатии России и осуществляться сразу по нескольким направлениям. Уже предприняты усилия по разработке яркой идейной концепции и популярного слогана, созвучного настроениям большинства граждан страны и отвечающего ее культурно-историческим традициям («Самбо — наука побеждать»). Следует его и далее активно продвигать. Необходим системный охват всех каналов массовых коммуникаций с помощью новейших информационных технологий с особым акцентом на возможности социальных сетей, видеохостингов, мобильных приложений

¹⁵ Харлампиев А.А. Борьба самбо. М., 2012. С. 178.

и других инструментов т. н. публичной дипломатии *Web 2.0*. Важно насытить бренд самбо ключевыми событиями отечественной истории и социокультурными символами (например, вклад самбистов в победу в Великой Отечественной войне). Крайне уместным выглядит подключение известных деятелей науки и культуры к проектам и разработке и проведению спортивно-информационных кампаний в связи с национальными праздниками и памятным датами из российской истории. Следует в полной мере задействовать потенциал организаций соотечественников за рубежом. Большое значение в связи с продвижением самой борьбы самбо должно быть отведено популяризации культурных и природных достопримечательностей страны, других успешных российских брендов, научных и спортивных достижений России. Наконец, нужно максимально ответственно подойти непосредственно к разработке стратегии брендинга самбо как уникального вида спорта. На наш взгляд, оптимальным здесь является атрибутивный подход, предполагающий тщательную работу со всеми составляющими бренда (функциональная сущность, известное имя, стандарты, ассоциации, ценности, история) как неотъемлемыми и взаимодополняющими друг друга частями единой системы¹⁶.

В январе 2017 года заместитель секретаря Совета Безопасности Российской Федерации Р.Г. Нурғалиев абсолютно справедливо заметил, что самбо — «это единственная в мире спортивная дисциплина, где приоритетным является общение на русском языке. А самбо на планете занимаются в 120 странах. Если хотите, это наш национальный бренд, важный элемент культурного влияния русского языка на другие страны и народы. По сути, это то же самое, скажем, что для американцев бейсбол, японцев — дзюдо, корейцев — тхэквондо. И его мы всячески должны развивать и использовать в нынешней столь непростой международной обстановке»¹⁷.

Представляется, что популяризация борьбы самбо в России и за рубежом (возможно, в рамках специальной программы, основанной на принципах частно-государственного партнерства) может не только стать серьезным стимулом для развития отечественной спортивной дипломатии, но и в целом способствовать укреплению международного престижа страны и решению многих важных внутри- и внешнеполитических задач Российской Федерации.

¹⁶ Подробнее см.: *Малыгин А.* Атрибутивный подход к построению спортивных брендов // Вестник РМОУ. 2016. № 1. С. 36–51.

¹⁷ Цит. по: Самбо как бренд // Всероссийская федерация самбо [Официальный сайт]. 22.01.2017. URL: <http://sambo.ru/press/news/2017/4356> (дата обращения: 10.04.2017).

Список литературы:

1. Аксянов А.С., Грачев С.И. Спорт как манипулятор международных политических решений // Глобальный научный потенциал. 2015. № 6 (51). С. 120–123.
2. Андреев В.М., Чумаков Е.М. Борьба самбо. М.: Рипол Классик, 1967.
3. Анисимов А.В., Ратько К.С. Самбо: исторический аспект // Правоохранительные органы и правоохранительная деятельность: история и современность. Сборник научных трудов. Владимир: Владимирский юридический институт Федеральной службы исполнения наказаний, 2015. С. 114–120.
4. Ваисов К.М., Кудрявцев Д.В. Борьба самбо. Техника и методика обучения. Омск: Изд-во ОмГТУ, 2010.
5. Всероссийский проект «Самбо в школу» // Федеральное государственное бюджетное учреждение «Федеральный центр организационно-методического обеспечения физического воспитания» [Официальный сайт]. URL: <http://xn--b1atfbladk.xn--p1ai/projects/page36> (дата обращения: 23.06.2017).
6. В школах и вузах России будут изучать самбо // Педсовет [Сайт]. 27.02.2017. URL: <https://pedsovet.org/beta/article/v-skolah-i-vuzah-rossii-budut-izucat-sambo> (дата обращения: 23.06.2017).
7. Государственное управление в сфере спорта / Под ред. И.В. Понкина. М.: Буки Веди, 2017.
8. Долматова Т.В., Сорокина Л.В. Физическая культура и спорт как фактор публичной дипломатии // Вестник спортивной науки. 2015. № 4. С.10–12.
9. Зонова Т. Язык спорта универсален, как и язык музыки // Российский совет по международным делам [Официальный сайт]. URL: <http://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/analytics/yazyk-sporta-universalen-kak-yazyk-muzyki/> (дата обращения: 23.06.2017).
10. Известные люди о самбо // Федерация самбо Нижегородской области [Официальный сайт]. URL: http://xn--80ac6afaer.xn--p1ai/content/argumenty_uspeha.html (дата обращения: 10.04.2017).
11. Концепция внешней политики Российской Федерации (утверждена Президентом Российской Федерации В.В. Путиным 30 ноября 2016 г.) // Министерство иностранных дел Российской Федерации [Официальный сайт]. URL: http://www.mid.ru/foreign_policy/news/-/asset_publisher/cKNonkJE02Bw/content/id/2542248 (дата обращения: 10.04.2017).
12. Леонова О.Г. Интерпретация понятия «мягкая сила» в науке // Обозреватель — Observer. 2014. № 3. С.80–89.

13. *Лысак И.В.* Русская культура как бренд // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2011. № 6. Ч. 1. С. 118–122.
14. *Малыгин А.* Атрибутивный подход к построению спортивных брендов // Вестник РМОУ. 2016. № 1. С. 36–51.
15. *Мартыненко С.Е.* Диалектическая взаимосвязь спорта и политики и ее проявление в средствах массовой коммуникации // Вестник МГОУ. Серия: История и политические науки. 2014. № 5. С. 179–186.
16. *Мартыненко С.Е.* Роль спортивной дипломатии в международных отношениях и внешней политике: автореф. дис... канд. истор. наук. М., 2015.
17. *Най Дж.С.* Будущее власти. М.: АСТ, 2014.
18. *Паршин П.Б.* Два понимания «мягкой силы»: предпосылки, корреляты и следствия // Вестник МГИМО-Университета. 2014. № 2. С. 14–20.
19. Проект «Самбо в школу» может начать работать в тысяче школ в следующем году // Всероссийская федерация самбо [Официальный сайт]. 04.03.2017. URL: <http://sambo.ru/press/news/2017/4495> (дата обращения: 10.04.2017).
20. Самбо как бренд // Всероссийская федерация самбо [Официальный сайт]. 22.01.2017. URL: <http://sambo.ru/press/news/2017/4356> (дата обращения: 10.04.2017).
21. *Харкевич М.В.* «Мягкая сила»: политическое использование научной концепции // Вестник МГИМО-Университета. 2014. № 2. С. 22–29.
22. *Харлампиев А.А.* Борьба самбо. М., 2012.
23. *Diplomatic Games: Sport, Statecraft, and International Relations Since 1945 / Ed. by H.L. Dichter, A.L. Johns.* Lexington: The University Press of Kentucky, 2014.
24. *Murray S.* Sports-Diplomacy: A Hybrid of Two Halves. 2011. URL: <http://www.culturaldiplomacy.org/academy/content/pdf/participant-papers/2011-symposium/Sports-Diplomacy-a-hybrid-of-two-halves--Dr-Stuart-Murray.pdf> (accessed: 10.04.2017).
25. *Nye J.S.* Soft Power: The Means to Success in World Politics. New York: Public Affairs Group, 2004.
26. Soft Power: теория, ресурсы, дискурс / Под ред. О.Ф. Русаковой. Екатеринбург: ИД «Дискурс-Пи», 2015.
27. The Good Country Index. 1.1 (2016) // The Good Country [Official Site]. URL: <https://goodcountry.org/index/overall-rankings#> (accessed: 10.04.2017).

Naumov A.O.

**Sports As a Prospective Instrument of Soft Power in Russia
(On the Example of Popularization of Sambo)**

Alexander O. Naumov — Ph.D., Associate Professor, School of Public Administration, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russian Federation.
E-mail: Naumov@spa.msu.ru

Annotation

The article explores the issues related to the prospects of Russia's sports diplomacy. The author scrutinizes the problem of popularizing Sambo as an effective Russian brand. It is asserted that in the modern world soft power plays an important role in international relations. One of the most underestimated resources of the soft power of the Russian Federation is sport, in particular, Sambo, which has serious prospects for development in this regard. Sambo as a Russian brand has a huge innovative potential and excellent starting opportunities. The author concludes that Sambo can be an important factor of Russia's soft power and an instrument of its sports diplomacy, an integral part of public diplomacy.

Keywords

Russia, sambo, soft power, public diplomacy, sports diplomacy, state image, national brand.