

УДК 32

Коршунов С.С.¹

РЕГИОНАЛЬНЫЙ СПОРТИВНЫЙ БРЕНДИНГ КАК КОМПОНЕНТ ИМИДЖА РОССИИ

Фонд содействия развитию спортивных студенческих организаций

Korshunov S.S.

REGIONAL SPORTS BRANDING AS A COMPONENT OF IMAGE OF RUSSIA

Foundation for Promotion of sports student organizations

Реферат: В статье рассматривается влияние спортивных событий на имидж регионов России. Автор полагает, что это одно из важных направлений спортивного брендинга, выражающего философию создания притягательности образа региона и сосредоточенных в нем спортивных, историко-культурных и политических ресурсов. Успешность спортивного брендинга региона обеспечивает приток инвестиций и туристические потоки. Правильно выстроенный имидж региона вносит определенный вклад в репутационный капитал России.

Ключевые слова: Россия, политический ресурс, спортивный брендинг, имидж государства.

Abstract: The paper examines the impact of sports events on the image of Russian regions. The author believes that this is one of the important areas of sports branding that expresses the philosophy of the creation of the image of attractiveness of the region and centered it sports, historical, cultural and political resources. The success of sports branding the region provides investment and tourist flows. Properly built the image of the region contributes to the reputational capital of Russia.

Keywords: Russia, political life, sports branding, image of the state.

¹ Коршунов Станислав Сергеевич – магистр политологии. Фонд содействия развитию спортивных студенческих организаций. Председатель Фонда.

Актуальность темы обусловлена тем, что спортивные достижения являются имиджевыми факторами для державы. Они своеобразно сублимируют степень мощи и успешности всего государства. Государство всегда в той или иной мере имеет свои идеологические, внутри- и внешнеполитические интересы в области спорта. Россия стремится к улучшению своего имиджа не только в контексте спортивных побед [1; 2; 3; 4; 7; 9; 10; 11; 12; 13; 14; 16; 18].

В рейтинге аналитического агентства «Смыслография» и компании Dow Jones были выявлены интересные особенности упоминаний субъектов РФ в Топ-100 ведущих англоязычных СМИ [5]. Ключевым информационным поводом, повлиявшим на статистику упоминаний нескольких субъектов федерации, стали как раз спортивные события, причем даже не в контексте Олимпийских Игр 2014 года, прошедших в российском Сочи. В частности на страницы иностранных СМИ попадали отдельные результаты и обстоятельства матчей российской футбольной Премьер-лиги, обратившие на себя внимание зарубежных СМИ. Публикации о футбольных клубах «Кубань», «Амкар», «Томь», «Крылья Советов», «Зенит», «Волга», «Рубин» сделали самыми цитируемыми Краснодарский и Пермский края, Томскую и Самарскую области, Санкт-Петербург, Нижегородскую область и Республику Татарстан. Также интерес зарубежных медиа вызывали и другие виды спорта. Например, в Ханты-

Мансийском автономном округе состоялся чемпионат мира по биатлону и шахматная олимпиада. Оба спортивных мероприятия освещались за рубежом и продолжали упоминаться СМИ по завершении.

В регионах России растет количество международных спортивных проектов. Причем они идут по инициативе не только губернатора, но и со стороны спортивных федераций, которые ведут системную работу, проводимую в регионах. Проведение крупных спортивных мероприятий влияет не только на имидж субъекта, но и на восприятие его теми, кто в нем живет [17].

С момента выбора столицей Олимпийских Игр города Сочи наметилась устойчивая тенденция увеличения количества международных соревнований в России. Для многих городов нашей страны мега-события мирового масштаба уровня Олимпийских Игр в Сочи или Чемпионата мира по футболу пройдут стороной. Однако это совсем не означает, что регионы России не смогут воочию увидеть сильнейших спортсменов и оказаться на международном спортивном празднике в своем городе. Ряд российских регионов уже становился инициатором крупнейших соревнований. Крупнейшими из них за период (2006 - 2016) следует называть:

1. *Казань*: чемпионат мира по водным видам спорта (2015), Всемирная Универсиада (2013), чемпионат Европы по дзюдо (2016), чемпионат Европы по самбо (2016), чемпионат мира по фехтованию (2014), чемпионат Европы по тяже-

лой атлетике (2011), чемпионат мира по легкой атлетике среди юниоров (2016), чемпионат мира по хоккею с мячом (2011), Чемпионат Европы по волейболу среди мужских молодежных команд (2006);

2. *Челябинск*: чемпионат мира по дзюдо (2014), чемпионат Европы по конькобежному спорту (2015); этап Кубка мира по конькобежному спорту (2011), чемпионат Европы по водному поло среди женщин, чемпионат мира по тхэквондо (2015), чемпионат Европы по конькам (2015);

3. *Ханты-Мансийск*: чемпионат мира по биатлону (2011), заключительный этап кубка мира по биатлону (ежегодно);

4. *Санкт-Петербург*: Всемирные игры боевых искусств (2013); чемпионат мира по самбо (2013), чемпионат Европы по волейболу (2007), чемпионат Европы по мини-футболу среди молодежи (2008), чемпионат Европы по настольному теннису (2008), Кубок Содружества по футболу (2015), этап Гран-при по фигурному катанию (2005), чемпионат мира по хоккею с шайбой (2016);

5. *Москва*: Кубок Кремля по теннису (ежегодно), чемпионат мира по фигурному катанию (2011), чемпионат мира по легкой атлетике (2013), чемпионат мира по хоккею с шайбой (2016);

6. *Ульяновск и Димитровград*: чемпионат мира по хоккею с мячом (2016);

7. *Нижний Тагил*: Кубок мира по прыжкам с трамплина (2014).

Во многом благодаря Олимпийским играм в российских регионах повышаются стандарты проведения международных соревнований. Лучшая мировая практика была использована в Сочи, а в период после Олимпиады продолжает экстраполироваться на всю страну. Проведение спортивных событий становится катализатором развития российских регионов в целом, затрагивающего:

1. Повышение инвестиционной привлекательности;
2. Рост деловой активности;
3. Создание современных спортивных кластеров федерального значения;
4. Увеличение новых рабочих мест;
5. Развитие транспортной инфраструктуры.

Ключевыми маркерами участия бизнеса в проведении региональных спортивных событий становятся:

1. *Маркетинг инфраструктуры*. Эффективное функционирование и развитие гостиниц, аэропортов, банков и т.п.;
2. *Вложение денег в развитие инфраструктуры при проведении спортивных событий* – строительство гостиниц, ресторанов, стадионов и пр.;
3. *Получение бизнесом от территории определенных преференций*. Помочь региону деньгами на формирование имиджа и взамен получить какие-то блага;
4. *Совместное решение проблем*. Отраслевые объединения и

ассоциации заинтересованы в позитивном имидже, который напрямую влияет на успешность российских компаний за рубежом.

После проведения в Москве, Санкт-Петербурге, Казани, Челябинске, Ханты-Мансийске и других городах спортивных форумов наблюдается расширение креативных возможностей для гостей города, рост деловой активности в этой сфере, который наглядно показывает, как мега-события могут содействовать развитию экономики.

Необходимо обратить внимание на внутренний эффект от всех без исключения спортивных проектов. Многие спортивные функционеры осознанно работают на формирование здорового образа жизни под девизом: «Быть спортивным — это модно!». Самыми массовыми российскими проектами можно признать зимнюю «Лыжную России» и летний «Кросс наций» [17]. Ряд региональных властей и ответственных за развитие своих территорий предполагают, что спортивный инструмент повышения узнаваемости туризма или выставочно-конгрессной деятельности.

В год проведения Универсиады и чемпионата мира по водным видам спорта в Казани удвоился темп прироста турпотока. Во многом благодаря этому туристическая индустрия Республики Татарстан по динамике развития занимает одну из ведущих позиций России. Нужно отметить, что Казань достойно подготовилась к Всемирной Универсиаде. Были построены десятки уни-

кальных объектов, которые в настоящий момент способствуют развитию спорта в частности и развитию региона, в общем. Универсиада преобразила город - наряду со спортивными объектами была усовершенствована городская инфраструктура: дороги, эстакады, переходы, метро и т.д.

Ведущий консультант по брендингу в России С. Митрофанов убежден, что если у Москвы сложился имидж финансового центра России, у Санкт-Петербурга — исторически-архитектурного центра, то проведение Универсиады-2013 и матчей чемпионата мира-2018 может закрепить за Казанью имидж спортивной столицы [8].

А. Скопин считает, что Татарстан в отличие от других регионов России осуществляет не отдельные мероприятия, а системное развитие республики и получают синергетический эффект. Например, «Камаз» - здесь спорт, наука и производство связаны вместе - это комплексный бренд [15].

Определенных успехов в проведении крупных международных соревнований добился Большой Урал, в структуре мероприятий которого только 2% соревнований в 2014 году являлись международными, 13% общероссийскими, а 85% региональными [17]. С 2011 по 2014 год этот регион принял 205 международных соревнований. Лидерами по количеству соревнований стали Свердловская и Тюменские области. Разбивка по видам спорта определяет самыми популярными: легкую атлетику, бокс и дзюдо. О популярно-

сти уральских соревнований международного масштаба говорит то, что трансляцию одного только Кубка мира по прыжкам с трамплина из Нижнего Тагила в декабре 2014 года посмотрели около 40 млн человек во всем мире.

Как отметили в департаменте по спорту и молодежной политике Тюменской области, несколько лет назад регион даже сталкивался с проблемой приглашения участников при организации международных стартов: «Для многих представителей зарубежья Тюмень казалась глухим сибирским городом с легендами о морозах и медведях. Нам удалось развеять эти сомнения» [17].

Рейтинговые соревнования международного уровня принимает Челябинск. Губернатор Челябинской области лично курировал проведение чемпионата Европы по дзюдо в столице Южного Урала в уже далеком 2011 году. Чиновник подчеркивал, что «нам важно позиционировать Челябинск в рамках европейского пространства и в будущем этот имидж окупится. Из-за существовавшего ранее «железного занавеса» практически все мегаполисы нашей страны, за исключением Москвы и Санкт-Петербурга, просто не знают. Поэтому стоит задача популяризировать регионы России. Нам надо будет провести не одно, а несколько соревнований подобного уровня, чтобы о Челябинске знал любой европеец, как, например, о Мюнхене или Дюссельдорфе». Специально к этому чемпионату проведена реконструкция дорог, приведены в порядок газоны на основных

магистральных, произведен ремонт фасадов домов «гостевого маршрута». Тем самым косметический ремонт как альтернатива капитальной сочинской стройке также позволила гостям из Европы увидеть симпатичный город, ранее ассоциировавшийся только с металлургической промышленностью.

После европейского дзюдо Челябинская область принимала целую россыпь значительных мировых турниров: этап Кубка мира по конькобежному спорту (2011), чемпионат Европы по водному поло среди юниорок (2012), чемпионат мира по дзюдо (2014), чемпионат Европы по конькобежному спорту (2015); чемпионат мира по тхэквондо (2015), чемпионат Европы по конькам (2015). Подобной регулярности могут позавидовать болельщики в любом городе Европы. Город уже давно располагает достаточного уровня транспортными развязками, гостиничным хозяйством и продолжают строить новые гостиницы.

Еще один российский регион, где спорт оказывает максимальное имиджевое влияние на образ территории – Югра. Ханты-Мансийск из нефтедобывающей окраины страны постепенно превратился в лыжную и биатлонную столицу России. Сегодня в Югре один из лучших комплексов в мире и по организации, а собственная телерадиокомпания «Югра» была официальным хост-бродкастером чемпионата мира по биатлону [6]. Благодаря постоянным трансляциям из Ханты-Мансийска в Европе давно знают, что Югра - это не только нефть и газ, но и насы-

щенная спортивная жизнь. Знаменитая немецкая биатлонистка М. Гёсснер заявила на одной из пресс-конференций: «Ханты - это один из моих любимых этапов. Мне нравится здешняя трасса, очень приветливые болельщики и отличная атмосфера, поэтому занять призовое место на этом этапе мне особенно приятно» [6].

Также Югра претендует и на столицу шахмат. Президент ФИДЕ К. Илюмжинов - не только частый гость Югры, но и организатор международных шахматных баталий.

Не менее успешно занимаются развитием и другие региональные функционеры, но практически у всех российских регионов есть определенные проблемы и недоработки, с которыми сталкиваются эксперты и зрители. Генеральный директор агентства спортивного маркетинга Premium Sport (Москва) С. Самойлов выделяет одну из главных проблем в организации международных соревнований в регионах. Если область, край или республика проводит крупное спортивное событие, то необходимо выстроить кампанию с точки зрения привлечения туристов. Сейчас это большая проблема всех отечественных оргкомитетов. Зачастую они все внимание уделяют спортивной составляющей, но мало задумываются о том, какую пользу может принести событие, как представить регион. Главная ошибка при

организации информационной поддержки мероприятий в регионах - шаблонность, которая ни СМИ, ни зрителям не интересна. Необходимо проанализировать потенциальную аудиторию мероприятия и понять, какие каналы маркетинговых коммуникаций использовать, чтобы выстроить эффективную стратегию продвижения события [17]. Также маркетолог полагает, что субъекты Российской Федерации, рассчитывающие увеличить роль спортивных мероприятий должны расставить приоритеты, по видам спорта исходя из существующей инфраструктуры, возможностей ее развития и территориальных традиций. Однако еще важнее не копировать прежние сценарии таких проектов, а привносить новые идеи, чтобы зрительский интерес к мероприятию постоянно возрастал.

В завершении можно подчеркнуть, что за время Олимпиады в Сочи известный биатлонист М. Фуркад выложил в своем Инстаграме 15 фотографий, которые в общей сложности собрали 74 тысячи «лайков» и почти три тысячи комментариев. Такой факт подтверждает, что спортивные мероприятия скрывают в себе колоссальный ресурс воздействия на имидж территорий. И те регионы, кто в полной мере научатся им пользоваться, будут удивлены результатом [17].

Список литературы

1. Алексеев К.А. Спортивная составляющая имиджа страны // Имидж государства/региона: современные подходы: новые идеи в теории и практике

коммуникации. Сборник научных трудов. Вып. 3 /отв. ред. Д.П. Гавра. – СПб.: Роза мира, 2009. – 264 с.

2. Анохин М.Г., Гришин О.Е. Репутационный капитал России в глобальном мире //Материалы Международного научного конгресса «Глобалистика – 2009: пути выхода из глобального кризиса и модели нового мироустройства» /Под общей ред. И.И. Абылгазиева, И.В. Ильина. В 2-х тт. Том 1. - М.: МАКС Пресс, 2009. – С. 169-172.

3. Боголюбова Н.М., Николаева Ю.В. Государственный брендинг: теоретические и практические аспекты //Журнал «Грамота». 2014. URL: www.gramota.net/materials/3/2014/10-3/7.html (Дата обращения: 01.05.2017).

4. Василенко И.А. Национальные бренды: новые тенденции мирового опыта для России //Компас целей. 2014. URL: <http://analitikaru.ru/2014/05/12/nacionalnye-brendy-novye-tendencii-mirovogo-opyta-dlya-gossii/> (Дата обращения: 01.05.2017).

5. Взгляд на российские регионы с Запада - Результаты первого совместного рейтинга аналитического агентства «Смыслография» и компании Dow Jones //AGT Communications Group. 2011. URL: <http://www.agt-holding.ru/news/archive/2752/> (Дата обращения: 01.05.2016).

6. Где в России жить хорошо //Югра. 2013. URL: <http://www.ugra-start.ru/ugra/1613> (Дата обращения: 01.05.2017).

7. Дементьев А. Полезны ли Олимпиады и чемпионаты мира по футболу для экономики? // Forbes.ru. 2014. URL: <http://www.forbes.ru/mneniya-column/idei/260557-polezny-li-olimpiady-i-chempionaty-mira-po-futbolu-dlya-ekonomiki> (Дата обращения: 01.05.2017).

8. Ермолаева П., Носкова Е., Шакирова А. Имидж Татарстана: на чем сделать акцент? // РБК. 2014. URL: <http://www.business-gazeta.ru/article/103310/> (Дата обращения: 01.05.2017).

9. Закс Л. и др. Современная Россия: путь к миру – путь к себе //Материалы XI Всероссийской научно-практической конференции Гуманитарного университета. Екатеринбург, 2008.

10. Концепция внешней политики Российской Федерации //Министерство иностранных дел Российской Федерации. 2013. URL: http://www.mid.ru/foreign_policy/official_documents/-/asset_publisher/CptICkV6BZ29/content/id/122186 (Дата обращения: 01.05.2017).

11. Ляпоров В.Н. Бренд-политика как основа внешнеполитической стратегии //ProReclamu.com. 2007. 14 сентября. URL: <http://www.proreclamu.com/articles/branding/7148-qp.html> (Дата обращения: 01.05.2017).

12. Международный имидж. Почему он важен // РИА Новости. 2013. URL: http://ria.ru/valdaiclub_anniversary_comment/20130915/963257442.html (Дата обращения: 01.05.2017).

13. Мухин А.А. Образ России в современном мире // Центр политической информации. М., 2013. URL: <http://www.gosbook.ru/node/67695> (Дата обращения: 01.05.2016).

14. Неймар М.А. Международный имидж России // Мир и политика. 2012. URL: <http://mir-politika.ru/2282-mezhdunarodnyu-imidzh-rossii.html> (Дата обращения: 01.05.2017).

15. После Универсиады Татарстан поднимет имидж на мировой арене – эксперты] //РБК. 2013. URL: <http://rt.rbc.ru/tatarstan/14/08/2013/55928bd39a794751dc82e684> (дата обращения: 01.05.2017).

16. Прозуменщиков М.Ю. Большой спорт и большая политика] //Уроки истории. М.: РОССПЭН, 2004. - 462 с. URL: <http://www.urokiistorii.ru/media/book/2009/08/bolshoi-sport-i-bolshaya-politika> (Дата обращения: 01.05.2017).

17. Роль спортивных мероприятий в формировании имиджа регионов // СпортБизнесКонсалтинг. 2015. URL: <http://s-bc.ru/news/%D0%A0ol-sportivnyh-meropriyatij-v-formirovanii-imidzha-regionov.html> (Дата обращения: 01.05.2017).

18. Улитина М.О. Формирование международного имиджа России в условиях информационной глобализации: автореф. дис. ... канд. полит. наук. М., 2015.

Reference

1. Alekseyev K.A. Sportivnaya sostavlyayushchaya imidzha strany //Imidzh gosudarstva/regiona: sovremennyye podkhody: novyye idei v teorii i praktike kommunikatsii /Sbornik nauchnykh trudov. Vyp. 3 /otv. red. D.P. Gavra. – SPb.: Roza mira, 2009. – 264 s.

2. Anokhin M.G., Grishin O.Ye. Reputatsionnyy kapital Rossii v global'nom mire // Materialy Mezhdunarodnogo nauchnogo kongressa «Globalistika – 2009: puti vykhoda iz global'nogo krizisa i modeli novogo miroustroystva» /Pod obshchey red. I.I. Abylgazyeva, I.V. Il'ina. V 2-kh tt. Tom 1. - М.: MAKS Press, 2009. – S. 169-172.

3. Bogolyubova N.M., Nikolayeva YU.V. Gosudarstvennyy brending: teoreticheskiye i prakticheskiye aspekty //Zhurnal «Gramota». 2014. URL: www.gramota.net/materials/3/2014/10-3/7.html (Data obrashcheniya: 01.05.2017).

4. Vasilenko I.A. Natsional'nyye brendy: novyye tendentsii mirovogo opyta dlya Rossii //Kompas tseley. 2014. URL: <http://analitikaru.ru/2014/05/12/nacionalnye-brendy-novye-tendencii-mirovogo-opyta-dlya-rossii/> (Data obrashcheniya: 01.05.2017).

5. Vzgl'yad na rossiyskiye regiony s Zapada - Rezul'taty pervogo sovместnogo reytinga analiticheskogo agentstva «Smyslografiya» i kompanii Dow Jones //AGT Communications Group. 2011. URL: <http://www.agt-holding.ru/news/archive/2752/> (Data obrashcheniya: 01.05.2016).

6. Gde v Rossii zhit' khorosho //Yugra. 2013. URL: <http://www.ugra-start.ru/ugra/1613> (Data obrashcheniya: 01.05.2017).
7. Dement'yev A. Polezny li Olimpiady i chempionaty mira po futbolu dlya ekonomiki? //Forbes.ru. 2014. URL: <http://www.forbes.ru/mneniya-column/idei/260557-polezny-li-olimpiady-i-chempionaty-mira-po-futbolu-dlya-ekonomiki> (Data obrashcheniya: 01.05.2017).
8. Yermolayeva P., Noskova Ye., Shakirova A. Imidzh Tatarstana: na chem sdelat' aktsent? //RBK. 2014. URL: <http://www.business-gazeta.ru/article/103310/> (Data obrashcheniya: 01.05.2017).
9. Zaks L. i dr. Sovremennaya Rossiya: put' k miru – put' k sebe //Materialy XI Vserossiyskoy nauchno-prakticheskoy konferentsii Gumanitarnogo universiteta 10-11 aprelya 2008 goda. Yekaterinburg, 2008.
10. Kontseptsiya vneshney politiki Rossiyskoy Federatsii //Ministerstvo inostrannykh del Rossiyskoy Federatsii. 2013. URL: http://www.mid.ru/foreign_policy/official_documents/-asset_publisher/CptICk6BZ29/content/id/122186 (Data obrashcheniya: 01.05.2017).
11. Lyaporov V.N. Brend-politika kak osnova vneshnepoliticheskoy strategii //ProReclamu.com. 2007. 14 sentyabrya. URL: <http://www.proreclamu.com/articles/branding/7148-qp.html> (Data obrashcheniya: 01.05.2017).
12. Mezhdunarodnyy imidzh. Pochemu on vazhen // RIA Novosti. 2013. URL: http://ria.ru/valdaiclub_anniversary_comment/20130915/963257442.html (Data obrashcheniya: 01.05.2017).
13. Mukhin A.A. Obraz Rossii v sovremennom mire //Tsentr politicheskoy informatsii. M., 2013. URL: <http://www.gosbook.ru/node/67695> (Data obrashcheniya: 01.05.2016).
14. Neymar M.A. Mezhdunarodnyy imidzh Rossii // Mir i politika. 2012. URL: <http://mir-politika.ru/2282-mezhdunarodnyy-imidzh-rossii.html> (Data obrashcheniya: 01.05.2017).
15. Posle Universiady Tatarstan podnimet imidzh na mirovoy arene – eksperty] //RBK. 2013. URL: <http://rt.rbc.ru/tatarstan/14/08/2013/55928bd39a794751dc82e684> (Data obrashcheniya: 01.05.2017).
16. Prozumenshchikov M.YU. Bol'shoy sport i bol'shaya politika] //Uroki istorii. M.: ROSSPEN, 2004. - 462 s. URL: <http://www.urokiistorii.ru/media/book/2009/08/bolshoi-sport-i-bolshaya-politika> (Data obrashcheniya: 01.05.2017).
17. Rol' sportivnykh meropriyatij v formirovanii imidzha regionov //SportBiznesKonsalting. 2015. URL: <http://s-bc.ru/news/%D0%A0ol-sportivnyh-meropriyatij-v-formirovanii-imidzha-regionov.html> (Data obrashcheniya: 01.05.2017).
18. Ulitina M.O. Formirovaniye mezhdunarodnogo imidzha Rossii v usloviyakh informatsionnoy globalizatsii: avtoref. dis. ... k. polit. n. M., 2015.