

**Роль чемпионата мира по футболу в формировании имиджа России: опыт контент-анализа**

**Научный руководитель – Кочетков Владимир Викторович**

***Махова Ксения Борисовна***

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Кафедра социологии международных отношений, Москва, Россия

*E-mail: m-ksyshen-19\_98@mail.ru*

Международный имидж государства является сложной и динамической категорией. Одним из первых исследователей, кто отметил важность изучения имиджа государства, стал Кеннет Боулдинг. Американский ученый подчеркивал, что имидж основывается не на реальных фактах, а на представлениях отдельных людей, которые впоследствии способны оказать воздействие на поведение целых наций [3].

В исследовательском поле имидж государства часто оказывается синонимичным таким понятиям, как «образ» и «бренд». Особенно интересным представляется понятие «медиаобраз России», концептуализированное Е.Б. Богдан. Под медиаобразом России понимается «выраженный в медиапространстве образ страны, созданный средствами массовой информации в сотрудничестве с разными сферами духовного творчества и отражающий особенности текущего момента действительности» [Богдан, 2007:14].

Чемпионат мира по футболу стал одним из самых масштабных спортивных событий 2018 года, а потому значимым мероприятием для международного имиджа России. По данным Министерства связи и массовых коммуникаций, было выдано 1,5 млн паспортов болельщика [2]. Однако это лишь официальные данные по факту покупки билета, болельщики приезжали в Россию часто для общей атмосферы, находясь на фестивале болельщиков или просматривая трансляции в точках питания.

В феврале 2018 года автором был проведен контент-анализ медиаобраза России на основе публикаций в англоязычных печатных и электронных изданиях, посвященных повестке чемпионата мира по футболу 2018 года. По результатам данного исследования, наибольшую частоту употреблений получили категории президента Российской Федерации, российского населения, вопросы безопасности, отношение к ЛГБТ-сообществу, проблемы сексизма, расизма, допинга и коррупции. В анализируемых текстах были затронуты проблемы как внешней, так и внутренней политики России. В частности, приобрели новую актуальность «потемкинские деревни». В данном случае их появление было связано с косметической отделкой центральных точек города для болельщиков чемпионата мира и игнорированием проблем горожан. Также в публикациях нашла отражение внешнеполитическая повестка - вхождение Крыма в состав Российской Федерации, вооруженные конфликты в Сирии, отравление Скрипалей.

В целом проведение чемпионата мира не изменило отношение зарубежных средств массовой информации к проводимой Россией политике, которая является одной из основных координат международного имиджа. Однако издания признали, что Российская Федерация справилась с организацией масштабного спортивного мероприятия, хоть и подробно описав все трудности, с которыми пришлось столкнуться правительству и населению.

**Источники и литература**

- 1) Богдан, Е.Н. Медиаобраз России как средство консолидации общества: структурно-функциональные характеристики : автореферат дис. ... кандидата филологических наук. М.: МГУ, 2007.

наук : 10.01.10 / Богдан Елена Николаевна; [Место защиты: Моск. гос. ун-т им. М.В. Ломоносова]. - Москва, 2007. - 25 с.

- 2) В Минкомсвязи назвали число выданных паспортов болельщика на ЧМ-2018 [Электронный ресурс]. - URL: <https://russian.rt.com/sport/news/530906-minkomsvyaz-fan-id-chm-2018> (дата обращения: 01.03.2019).
- 3) Boulding, K. E. The image: knowledge in life and society / K. E. Boulding. – Ann Arbor, MI: University of Michigan Press, 1956. – 175 p.