

УДК 796.032.2

ББК 63.3(2)633

МЕГАСОБЫТИЕ «ОЛИМПИАДА-80»: ИНФОРМАЦИОННО-ПРОПАГАНДИСТСКИЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ СОВЕТСКОЙ ИВЕНТ-ДИПЛОМАТИИ²

Р.В. Милованова, аспирант ФГАОУ ВО «Южно-Уральский государственный университет» (НИУ)

E-mail: ruzandreeva@gmail.com

Аннотация

Статья посвящена исследованию феномена советских мегасобытий как одного из инструментов советской культурной дипломатии на примере XXII летних Олимпийских игр. Основное внимание уделяется информационно-пропагандистской работе с зарубежной аудиторией во время подготовки и проведения Олимпиады-80, специфика которой определялась глобальным противостоянием эпохи Холодной войны.

Ключевые слова: *Олимпийские игры, Олимпиада-80, мегасобытие, культурная дипломатия, ивент-дипломатия, пропаганда, Холодная война, СССР.*

Феномен мегасобытий (англ. mega-events) приобрел особое значение во второй половине XX века, являясь следствием глобализационных процессов в политической, экономической, культурной, информационно-технологической сферах, которые включают два взаимосвязанных вектора: транснациональное сотрудничество и транснациональную конкуренцию. Мегасобытия обладают мощным потенциалом формирования и распространения позитивного имиджа принимающей страны, как для внутренней аудитории, так и для международного сообщества. Возможность использования мегасобытий во внешне- и внутривнутриполитических целях превращает их в привлекательный инструмент влияния в глазах представителей политической и экономической элит многих стран мира. Принято считать, что средства, инвестированные в проведение мегасобытий, способны значительно повысить международный статус отдельных регионов и стран, обеспечить долгосрочную позитивную динамику в экономической, политической и социальной сферах, повлиять на развитие дипломатических отношений и позиционирование государства на международной арене. По мнению ряда западных исследователей, успешное проведение подобных мероприятий формирует позитивный внешнеполитический имидж конкретного государства, поскольку дает возможность продемонстрировать организационную эффективность, управляемость и компетентность руководителей страны проведения мероприятия¹.

В данной статье представлена попытка определить роль Олимпийских игр, как одного из классических примеров мегасобытий, а также проанализировать ход и эффективность информационно-пропагандистской кампании, связанной с проведением XXII летних Олимпийских игр 1980 г. в СССР. При этом огромное значение имеют рассекреченные документы Российского государственного архива новейшей истории (РГАНИ), которые были опубликованы на страницах фундаментального сборника документов «Пять колец под кремлевскими звездами»².

Среди трудов зарубежных исследователей, посвященных феномену мегасобытий, следует выделить работы М. Роша, Д. Хорна, У. Дженнингса, М. Доноса³, среди российских авторов – Е. Трубиной⁴.

² Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда (проект №16-18-10213)

М. Рош (M. Roche) определяет мегасобытия как «парады» и «шоу» современного общества, представляющие собой широкомасштабные культурные (в том числе коммерческие и спортивные) мероприятия, которые имеют драматический характер и привлекают массовое общественное внимание, обладают международным значением⁵.

М. Рош выделяет две группы характерных признаков мегасобытий, которые отличают их от других событий: 1) внутренние (продолжительность и масштаб, т. е. число участников и зрителей, число сессий, уровни организационной сложности);

2) внешние (привлекательность для СМИ и туристов, влияние на развитие города-организатора)⁶.

Кроме того, М. Рош обращает внимание на то, что для выделения мегасобытий из ряда других публичных мероприятий следует исходить из характера их участников, аудитории и масштаба интереса средств массовой информации. Для мегасобытий типичны так называемые глобальные участники и зрители, представляющие, по сути, весь мир. Благодаря средствам массовой информации, организующим всемирные трансляции, аудитория мегасобытия может достигать нескольких миллиардов человек, живущих на всех континентах. Вместе с тем, для всех мегасобытий чрезвычайно важна национальная составляющая – их участниками, как правило, являются представители национальных государств, репрезентирующие их на международном уровне, поэтому данные мероприятия служат эффективным инструментом национального строительства, способствуют консолидации национальной идентичности и осознанию чувства национальной принадлежности участников и зрителей⁷.

Отличительным признаком любого мегасобытия, помимо масштаба и значимости, является его ярко выраженное влияние на интенсивность и направленность международных туристских потоков. Так, Дж. Хорн (J. Horne) и У. Дженнингс (W. Jennings) отмечают значимость подобных мероприятий для города, региона и страны проведения с точки зрения туристической индустрии, ибо внимание средств массовой информации позволяет формировать положительный образ территории для потенциальных посетителей и инвесторов⁸. Мегасобытия – это краткосрочные мероприятия с долгосрочными последствиями для городов их проведения, связанные с созданием инфраструктуры и специального оборудования, что на организационном этапе требует огромных затрат и долгосрочного планирования⁹.

От мегасобытий следует отличать так называемые календарные события, т. е. мероприятия, проводимые регулярно на одной и той же территории, несмотря на их высокую популярность среди мировой аудитории, какой обладает, например, английская футбольная Премьер-лига. В отличие от мегасобытий, календарные события не способствуют глобальному изменению пространства и созданию новой инфраструктуры, хотя, безусловно, они могут инициировать крупные строительные проекты, каким стало строительство футбольного стадиона Уэмбли в Лондоне к 2007 г.¹⁰

Исходя из перечисленных критериев, крупнейшими мегасобытиями выступают спортивные мероприятия мирового или континентального значения, среди которых ведущее место занимают Олимпийские игры – соревнования, охватывающие множество стран мира благодаря и традиционно приводящиеся один раз в 4 года. В Олимпийских играх участвуют десятки тысяч спортсменов, чиновников, журналистов, представителей других профессий, а также огромное количество зрителей – спортивных болельщиков.

Советский Союз и Россия внесли значительный вклад в мировую историю мегасобытий. Так, М. Рош начинает отсчет спортивных мегасобытий в их современном понимании именно с Олимпийских игр 1980 г. в Москве¹¹. Однако с этим утверждением не согласны некоторые другие исследователи, например, Е. Трубина, отмечают, что масштаб многих советских выставок и фестивалей также был весьма впечатляющим¹². Всемирный фестиваль молодежи и студентов Москве 1957 г. собрал 34 тыс. участников из 131 страны, для его информационного освещения было аккредитовано около 2 тыс. журналистов из 62 государств¹³. Но если говорить именно о спортивных мегасобытиях, то Олимпиада-80,

безусловно, стала для СССР первым подобным опытом. Многолетняя подготовка к проведению, колоссальное внимание национальных и зарубежных СМИ, сотни тысяч посетителей и беспрецедентный драматизм – все это, безусловно, относит Московскую олимпиаду к категории мегасобытий¹⁴. Именно поэтому пример Олимпиады-80 дает возможность рассмотреть специфику подготовки спортивных мегасобытий в контексте международных связей и культурной дипломатии Холодной войны.

Решение о проведении XXII летних Олимпийских игр 1980 г. в Москве было принято Международным Олимпийским Комитетом (МОК) в октябре 1974 г. Это событие имело достаточно долгую предисторию. Советский Союз стал полноправным членом Олимпийского движения только с весны 1951 г., а с 1952 г. советские спортсмены стали регулярно принимать участие в летних и зимних Олимпийских играх. Но только в период нахождения во главе советского государства Л.И. Брежнев СССР впервые подал заявку на проведение Олимпийских игр 1976 г., хотя в итоге выбор был сделан в пользу Монреаля. Вторая заявка СССР была поддержана МОК, избравшем Москву местом проведения летних Олимпийских игр 1980 г. Уже в феврале 1975 г. постановлением ЦК КПСС «О подготовке к XXII летним Олимпийским играм 1980 г. в г. Москве» был утвержден состав Организационного комитета Олимпиады и началась крупномасштабная подготовка к этому событию. В функции Оргкомитета входила координация деятельности министерств, ведомств, общественных и спортивных организаций страны, а также осуществление связей с Международным олимпийским комитетом (МОК), международными спортивными федерациями (МСФ), национальными олимпийскими комитетами (НОК) и другими зарубежными объединениями и организациями¹⁵.

Советское руководство стремилось использовать олимпийские игры в идеологических целях, рассматривая их информационное освещение как действенный инструмент пропаганды. Еще в 1975 г. в структуре оргкомитета «Олимпиады-80» было создано Управление пропаганды, которое возглавил опытный специалист по информационно-пропагандистской работе Владислав Георгиевич Шевченко, который с середины 1950-х гг. работал на ответственных постах в Комитете молодежных организаций (КМО) СССР, Государственном комитете СССР по культурным связям с зарубежными странами и Агентстве печати «Новости» (АПН). Даже в преамбуле официального отчета Оргкомитета «Олимпиада-80» подчеркивалось, что важнейшим их достижением стало предоставление тысячам иностранных туристов возможности ознакомиться с жизнью советского общества¹⁶. «Презентационная» парадигма советских мегасобытий и международных туристских связей СССР к тому времени уже являлась устоявшейся. Олимпиада-80 в организационном отношении должна была превосходить все предыдущие игры и продемонстрировать всему миру преимущества социалистической системы, а её многочисленные иностранные гости после посещения СССР должны были способствовать распространению за рубежом позитивной информации о советской действительности¹⁷.

Деятельность по пропаганде Олимпиады-80 за рубежом включала в себя такие основные мероприятия:

1) регулярное проведение мероприятий, рассчитанных как на журналистов (пресс-конференции, брифинги, встречи), так и на более широкую аудиторию (фотовыставки, творческие мероприятия, тематические выставки;

2) распространение печатной продукции на иностранных языках: журналов «Олимпиада-80» и «Олимпийская панорама», книг, брошюр, буклетов и другой печатной продукции;

3) демонстрация документальных кинофильмов и телевизионных передач, осуществление радиотрансляций, посвященных роли спорта в СССР и подготовке к проведению Олимпийских игр;

4) безвозмездное и коммерческое распространение сувениров с олимпийской символикой, включая монеты, значки, средства почтовой оплаты.

Для характеристики масштабов этой деятельности приведем лишь несколько цифр. Так, общий тираж выпущенных в СССР олимпийских изданий превысил 50 млн экземпляров, в 110 странах мира прошло более 6,5 тыс. сеансов демонстрации документальных фильмов о подготовке Олимпиады-80, выставка «Москва олимпийская» экспонировалась в 162 городах 71 страны мира¹⁸.

При этом в геополитических реалиях Холодной войны сформировалось три внешних направления распространения данной информационной продукции: аудитория социалистических стран; аудитория «развивающихся» стран Азии, Африки и Латинской Америки; аудитория развитых капиталистических стран. Каждое из этих направлений имело определенную специфику.

Наиболее продуктивным, безусловно, было информационное сотрудничество со странами «социалистического лагеря». Регулярно проводились встречи информационных агентств и агентств печати социалистических стран по вопросам пропаганды Олимпийских игр. Например, на таком совещании, проходившем 5-7 декабря 1978 г. в Берлине, кроме СССР были представлены ГДР, НРБ, ВНР, ПНР, ЧССР, СРВ, КНДР и Куба. По уважительной причине не смогла приехать делегация румынского информационного агентства «Аджерпрес», а представители югославского агентства ТАНЮГ проигнорировали приглашение. Участники встречи признали необходимым использование Олимпиады-80 для пропаганды социалистического образа жизни и договорились регулярно и активно обмениваться соответствующими информационными материалами. К написанию такого рода материалов предполагалось привлекать «не только видных спортсменов, тренеров, спортивных судей, но и ученых, деятелей литературы и искусства, руководителей государственных и общественных организаций»¹⁹.

На начальном этапе подготовки Олимпиады-80 наиболее «острым» в идеологическом отношении с точки зрения международного восприятия данного мегасобытия являлся «южно-африканский вопрос». Оргкомитет XXII Олимпийских игр в СССР добился от МОК решения о том, что на Олимпиаду-80 представители Южно-Африканской Республики (ЮАР) не должны быть допущены не только в качестве спортсменов или технических специалистов, но и в качестве туристов. Этот шаг, противоречивший принципам олимпизма и Хельсинской декларации 1975 г. был позитивно встречен большинством африканских государств, успешно идущих по пути деколонизации и осуждавших режим апартеида в ЮАР. Оргкомитет «Олимпиада-80» совместно с целым рядом государственных и общественных организаций СССР (включая ССОД, Советский комитет защиты мира, Советский комитет солидарности стран Азии и Африки, Комитет советских женщин) в 1976-1980 гг. реализовывал целый комплекс мероприятий по обеспечению поддержки проведения Олимпийских игр в Москве в странах Азии, Африки и Латинской Америки. Он включал в себя усиление двухсторонних спортивных контактов СССР с «развивающимися странами» (включая направление тренерских кадров и безвозмездную передачу спортивного инвентаря), организацию кинопоказов и проведение кинофестивалей советских фильмов спортивной тематики, гастроли творческих коллективов. Особое внимание уделялось распространению в странах «третьего мира» олимпийской печатной продукции, для чего использовались каналы Министерства внешней торговли, Министерства путей сообщения, Министерства культуры, Морфлота, ССОД, «Интуриста», Бюро международного молодежного туризма «Спутник»²⁰.

Однако не менее важным для советской стороны был охват олимпийскими информационно-пропагандистскими мероприятиями аудитории развитых капиталистических стран. Первоначально предполагалось, что важную роль в этом деле могут сыграть зарубежные специалисты. Например, в записке посольства СССР в Великобритании в октябре 1976 г. сообщается о встрече с «известным специалистом по вопросам работы с прессой и рекламы» К. Морганом, который предложил создать в Лондоне информационный центр московской Олимпиады, имеющего представительство в Риме, Париже, Бонне, Брюсселе, Нью-Йорке и Австралии. По идее К. Моргана в этой структуре должны были

работать зарубежные журналисты, адаптирующие и распространяющие полученные из Москвы материалы²¹. Посольство СССР в Великобритании и Оргкомитет «Олимпиада-80» заинтересовались этим предложением и вступили в дальнейшие переговоры с Морганом, однако впоследствии, по всей видимости, решили развивать собственную информационную сеть за рубежом, состоящую из представителей можно было использовать для решения пропагандистских задач за рубежом.

Проведение любого мегасобытия, помимо больших возможностей, создает и серьезные потенциальные риски для стран-организаторов. Организационные ошибки при проведении мегасобытия в условиях сфокусированного интереса к его проведению со стороны мировой аудитории вместо ожидаемых выгод для национального бренда могут обернуться репутационными потерями, превратив мегасобытие в мегафиаско²². В условиях Холодной войны и глобального противостояния двух систем эта проблема приобретала наибольшую остроту.

Учитывая это обстоятельство, Оргкомитет «Олимпиады-80» и АПН постоянно проводили мониторинг зарубежной прессы, анализируя основные акценты освещения подготовки и проведения Олимпийских игр в СССР. Судя по регулярно составлявшимся информационным обзорам критические оценки Олимпиады-80 в основном давались в средствах массовой информации капиталистических стран. Чаще всего предметом критики являлось: нарушение прав человека, неудовлетворительное развитие сферы услуг, цензура, негласное присутствие сотрудников КГБ в Спорткомитете, Оргкомитете «Олимпиада-80» и среди спортсменов, строгий паспортный режим²³. Представители тех западных СМИ, которые в Советском Союзе традиционно рассматривались как наиболее «клеветнические» (в первую очередь, радиостанции «Свобода» и «Свободная Европа») столкнулись с большими трудностями при попытке аккредитации своих журналистов для освещения мероприятий Олимпиады-80²⁴. В категорию «клеветнических» попадали даже те материалы западной прессы, которые явно имели юмористический характер, например, информация западногерманского журнала «Штерн» о том, что в преддверии Олимпиады-80 «для французских гурманов выводят в Астрахани особый вид лягушек, которых продают за валюту». В ответ на эти «враждебные выпады» следовали уверения советской стороны о том, что «пригласив XXII Олимпийские игры в Москву, Советский Союз не преследовал никаких других целей, кроме выраженных в идеях олимпийского движения – идей гуманизма, мира и дружбы между народами, близких советскому народу»²⁵.

Однако с конца 1979 г. основное международное напряжение вокруг Олимпиады-80 создавал «афганский вопрос». Ввод советских войск в Афганистан 27 декабря 1979 г. ознаменовал новый виток противостояния Холодной войны и послужил для США и ряда других капиталистических стран решающим аргументом критики проведения Олимпиады в Москве. Уже 1 января 1980 г. на встрече стран НАТО правительства США, Великобритании и Канады высказались за бойкот московской Олимпиады. Это предложение было направлено в МОК, а СССР был выдвинут ультиматум о незамедлительном выводе войск из Афганистана. Ситуация осложнялась тем, что эти события происходили накануне открытия Зимней Олимпиады в Лейк-Плэсиде, от участия в которой СССР не собирался отказываться. Тогда же, на 82-й сессии МОК, вопрос был вынесен на голосование, и единогласным решением Москва сохранила право на проведение XXII Летних Олимпийских игр. Под давлением президента США Дж. Картера американская администрация заявила об отказе национальной команды от участия в московской Олимпиаде. Позже к этому решению присоединились более 30 других государств, включая ФРГ и Японию. Парадокс заключался в том, что бизнес-круги США, ФРГ и Японии, спортивные делегации которых так и не приехали в Москву, являлись наиболее активными коммерческими партнерами Оргкомитета «Олимпиада-80», причем основная масса контрактов была заключена и реализована ещё до ввода советских войск в Афганистан²⁶.

По вопросу, связанному с бойкотом московской Олимпиады в позиции африканских стран, просматриваются вполне определенные тенденции. Мусульманские государства

Африки бойкотировали игры. И, напротив, активную поддержку Олимпиаде оказали те страны, которые входили в зону агрессии ЮАР. Острая борьба велась за привлечение на свою сторону президента Всеафриканского верховного совета по делам спорта А. Ордиа (Нигерия), завершившая успехом СССР. Приезд в Москву делегаций развивающихся стран оплачивался за счет Оргкомитета Олимпиады-80. Такая филантропия не имела аналогов в истории проведения олимпиад. Для ряда развивающихся стран полная оплата поездки их спортсменов на Олимпийские игры стало решающим фактором для принятия решения об участии их Национальных комитетов в Олимпиаде. Беспрецедентное финансирование иностранных спортивных делегаций подтверждает, что Олимпиада, рассматривалась в Советском Союзе средством достижения идеологических, а не коммерческих целей²⁷.

Обострение «афганского вопроса» заставило советское руководство и Оргкомитет «Олимпиада-80» искать различные пути для решения этой сложной ситуации. Усилилась пропагандистская деятельность через посольства и другие информационные каналы, особенно по отношению к странам, которые колебались в выборе между промосковской и проамериканской позициями. По согласованию с МОК всем спортсменам было объявлено о гарантиях возможности участия в соревнованиях в обход бойкота под олимпийским флагом вместо национального. Все информационно-пропагандистские усилия советской стороны в этот период были направлены на то, что Олимпиада-80 должна состояться и пройти на самом высоком уровне при максимальном участии стран мира и их представителей. Ускоренными темпами создаются новые информационно-пропагандистские материалы для советской и международной аудитории, включая плакаты, книги, кинопродукцию и даже мультипликационные фильмы. В своей совместной записке Отдел пропаганды и Отдел внешнеполитической пропаганды ЦК КПСС рекомендовали «...нашим средствам массовой информации занимать выдержанную, спокойную позицию в вопросах о призывах к бойкоту Московской олимпиады, приводя высказывания противников бойкота, видных спортсменов»²⁸.

Олимпийская информационно-пропагандистская работа достигла своего апогея накануне и во время проведения Игр. Специфика этого этапа заключалась в том, что непосредственно на территории СССР оказалось беспрецедентное количество зарубежных гостей, далеко не все из которых были настроены доброжелательно. По подсчетам исследователя А. Попова количество зарубежных посетителей Советского Союза, приезд которых был обусловлен фактором Олимпиады, составило свыше 226 тыс. чел. Среди них около 3,5 тыс. составляли спортсмены, 8,3 тыс. – другие участники официальных спортивных делегаций, 3,5 тыс. представителей средств массовой информации и более 211 тыс. иностранных туристов²⁹. Причем они находились не только в Москве, но и в других городах страны, которые принимали матчи олимпийского футбольного турнира (Ленинград, Минск, Киев) и олимпийскую регату (Таллин).

По мнению российского исследователя В.Э. Багдасаряна, демонстрационный ряд Олимпиады-80 больше внимания уделял показу национальной самобытности народов, населяющих СССР, фольклорным компонентам материальной и духовной культуры, тогда как во время проведения Фестиваля молодежи и студентов 1957 г. акцент был сделан на демонстрацию некой единой советской нации³⁰. В 1980 г. национальный колорит особенно ярко проявлялся во время мероприятий, связанных с символической эстафетой доставки в Москву олимпийского огня, которая проходила через населенные пункты Молдавии, Украины и Центральной России. Для встречи иностранных гостей Олимпиады-80 активно привлекались многочисленных ансамблей народного творчества, в интерьерах гостиниц и ресторанов очень часто использовались традиционные мотивы народной культуры³¹. Тема национальной самобытности и этнокультурного разнообразия СССР особенно ярко проявлялась в организации олимпийского питания. В рекламных изданиях для иностранных гостей Олимпиады-80 утверждалось, что лучшую уху из линя с белыми грибами и раковыми клешнями им предложат в Минске, отборного копченого угря или балтийскую сырть – в Таллине, а вергуны, соложеники и фруктовый узвар – в Киеве. За Москвой закреплялся в том

числе статус «кулинарной столицы» страны, где помимо «исконно русской кухни» гостей Олимпиады-80 ожидали «украинский борщ, узбекский плов, грузинский шашлык, азербайджанский суп пити, армянская толма», а также сотни других национальных блюд³².

Одним из первых шагов руководства СССР, связанных с подготовкой к XXII летним Олимпийским играм, стало принятое в 1975 г. решение о создании Дома информации в Москве, который в том числе предполагалось использовать как международный пресс-центр Олимпиады-80. С инициативой создания такого объекта совместного использования выступили Министерство иностранных дел СССР, АПН и Союз журналистов СССР. Дом информации должен был представлять собой современное здание площадью более 50 тыс. кв. м, оснащенное новейшим информационно-техническим оборудованием³³. К началу Олимпиады-80 для её освещения было аккредитовано свыше 5,5 тыс. журналистов, из которых около 3,5 тыс. представляли зарубежные средства массовой информации³⁴. Помимо Главного олимпийского пресс-центра и Олимпийского телерадиоцентра действовало 27 локальных пресс-центра, расположенных непосредственно на территории спортивных сооружений. Наибольшее количество зарубежных журналистов размещалось в московских гостиницах «Космос» и «Россия», где специально для них была организована круглосуточная работа ресторанов, кафе и баров. Советская сторона была заинтересована в тиражировании для мировой аудитории собственных информационных материалов о ходе Олимпиады-80, которые готовились усилиями АПН. Всего только за дни проведения Игр за рубежом на разных языках было опубликовано свыше 10 тыс. подготовленных информационных материалов АПН, однако основная масса этих публикаций приходилась на социалистические и развивающиеся страны. Авторитетные средства массовой информации капиталистических стран предпочитали размещать материалы собственных корреспондентов, которые нередко содержали противоречивые оценки Олимпийских игр. На страницах некоторых европейских и североамериканских изданий утверждалось, например, что создав идеальные условия для спортсменов и членов олимпийской семьи на фоне продовольственных затруднений внутри страны советские власти лишней раз подчеркивают «глубокую пропасть», которая существует в стране между рядовыми гражданами и элитой. Внимание западных журналистов также привлекали всевозможные инциденты в олимпийской Москве – драка на дискотеке в Олимпийской деревне, одиночный пикет одного из итальянских туристов против ущемления прав гомосексуалистов в СССР, не подтвердившийся слух о просьбе одного из афганских спортсменов предоставить ему политическое убежище в посольстве США³⁵. Пример Олимпиады-80, как одно из самых масштабных советских мегасобытий, является типичным примером информационно-пропагандистского противостояния двух систем эпохи Холодной войны. Глобальные идеологические оппоненты стремились монополизировать информационное поле и заполнить его выгодным для себя содержанием. Однако в реальности действовать приходилось в конкурентных условиях, где каждая из сторон спешила объявить себя победителем даже тогда, когда успехи были мнимыми или преувеличенными. Так, в секретной записке ЦК КПСС «Об итогах Игр XXII Олимпиады 1980 года» утверждалось: «В целом удалось сбить антиолимпийскую и антисоветскую волну пропаганды Запада, прорвать «информационную блокаду» вокруг Игр... Враждебный тон, занятый в первые дни Олимпиады зарубежными средствами массовой информации, затем в основном сменился на объективный, доброжелательный, чему способствовала тщательная организация Игр в целом и полное обеспечение нормальных условий для функционирования прессы...»³⁶.

Эта цитата отчасти соответствовала действительности, отражая действительно колоссальную по своим объемам работу Оргкомитета «Олимпиада-80», в том числе проявлявшуюся в информационно-пропагандистской сфере. Но во многом советские функционеры выдавала желаемое за действительное. Позитивный имиджевый эффект от проведения в СССР XXII летних Олимпийских игр в основном затронул лояльно настроенную аудиторию в социалистических странах и некоторых странах «третьего мира». В то же время в большинстве развитых капиталистических государств, а также в арабских

странах, этот эффект был нивелирован усиливающейся под влиянием событий в Афганистане политической конфронтацией с СССР. В целом очевидно, что при всей своей важности пример Олимпиады-80 не позволяет создать целостной картины специфики использования Советским Союзом мегасобытий как средства культурной дипломатии. Для более глубокого понимания этого вопроса также необходимо рассмотрение информационно-пропагандистских аспектов организации и проведения других масштабных событий «неспортивного» характера: Всемирных фестивалей молодежи и студентов и Всемирных торгово-промышленных выставок ЭКСПО.

Примечания

- ¹ Donos, M. Communicating sport mega-events and the soft power dimensions of public diplomacy, in: Thesis MA degree in Communication. Ottawa, Canada, 2012. С. 99.
- ² Пять колец под кремлевскими звездами: Документальная хроника Олимпиады-80 в Москве / Гл. ред. Н.Г. Томилина. Сост. Т.Ю. Конова, М.Ю. Прозуменщиков – М.: МФД, 2011. 944 с.
- ³ Donos, M. Communicating sport mega-events and the soft power dimensions of public diplomacy, in: Thesis MA degree in Communication. Ottawa, Canada, 2012.; Horne, J. The Four ‘Cs’ of Sports Mega-Events: Capitalism, Connections, Citizenship and Contradictions, in: Olympic Games, Mega-Events and Civil Societies. Globalization, Environment, Resistance, ed. by G. Hayes, J. Karamichas. Basingstoke, New York: Palgrave Macmillan, 2012. pp. 31–45.; Jennings, W. Olympic Risks. Basingstoke and New York: Palgrave Macmillan, 2012.; Ritchie, J.R. Assessing the impact of hallmark events: conceptual and research issues. Journal of Travel Research, 1984, 23(2), pp. 2-11.; Roche, M. Mega-Events and Urban Policy, Annals of Tourism Research, 1994, 21(1), pp. 1–19.; Roche, M. Mega-events and modernity: Olympics and expos in the growth of global culture, London: Routledge. 2000.
- ⁴ Трубина, Е.Г. Полис и мегасобытия / Е.Г. Трубина // Отечественные записки. – 2012. – №3 (48) [Электронный ресурс]. – URL: <http://strana-oz.ru/2012/3/polis-i-megasobytiya>.
- ⁵ Roche, M. Mega-events and modernity: Olympics and expos in the growth of global culture, London: Routledge. 2000. С. 1.
- ⁶ Там же. С. 9-10
- ⁷ Пасынкова, В. Олимпийские игры в процессе глобальной спортизации: сравнительный анализ мегасобытий / В. Пасынкова // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2013. – №5. – С. 58.
- ⁸ Horne, J. The Four ‘Cs’ of Sports Mega-Events: Capitalism, Connections, Citizenship and Contradictions, in: Olympic Games, Mega-Events and Civil Societies. Globalization, Environment, Resistance, ed. by G. Hayes, J. Karamichas. Basingstoke, New York: Palgrave Macmillan, 2012. pp. 31–45.; Jennings, W. Olympic Risks. Basingstoke and New York: Palgrave Macmillan, 2012.
- ⁹ Roche, M. Mega-events and modernity: Olympics and expos in the growth of global culture, London: Routledge. 2000. С. 130.
- ¹⁰ Ritchie, J.R. Assessing the impact of hallmark events: conceptual and research issues. Journal of Travel Research, 1984, 23(2), pp. 2-11. С. 2.
- ¹¹ Roche, M. Mega-events and modernity: Olympics and expos in the growth of global culture, London: Routledge. 2000. С. 2.
- ¹² Трубина, Е.Г. Полис и мегасобытия / Е.Г. Трубина // Отечественные записки. – 2012. – №3 (48) [Электронный ресурс]. – URL: <http://strana-oz.ru/2012/3/polis-i-megasobytiya>.
- ¹³ VI Всемирный фестиваль молодежи и студентов: Сборник материалов. – Москва: Мол. гвардия, 1958. С. 3.
- ¹⁴ Roche, M. Mega-events and modernity: Olympics and expos in the growth of global culture, London: Routledge. 2000. С. 1
- ¹⁵ Долгов, С.Н. Развитие структур государственной власти и общественных организаций СССР по подготовке и проведению Олимпиады-80/ С.Н. Долгов // Власть. – 2014. – №1. – С. 141–143.
- ¹⁶ Игры XXII Олимпиады [в 3-х тт.]. Т. 2. Подготовка и проведение. – М., 1981. С. 7.
- ¹⁷ Попов, А.Д. «Марафон гостеприимства»: Олимпиада-80 и попытка модернизации советского сервиса / А.Д. Попов // Cahiers du monde russe. – 2013. – Vol. 54. – №1-2. – Р. 267.
- ¹⁸ Пять колец под кремлевскими звездами: Документальная хроника Олимпиады-80 в Москве. – М.: МФД, 2011. С. 799.
- ¹⁹ Там же. С. 195-196.
- ²⁰ Там же. С. 119–121.
- ²¹ Там же. С. 130–131.
- ²² Трубина, Е.Г. Полис и мегасобытия / Е.Г. Трубина // Отечественные записки. – 2012. – №3 (48) [Электронный ресурс]. – URL: <http://strana-oz.ru/2012/3/polis-i-megasobytiya>.
- ²³ Чепурная, О.В. «Олимпиада-80»: советское мегасобытие в контекстах холодной войны / О.В. Чепурная // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2013. – №5. – С.45.

²⁴ Там же. С.45–46.

²⁵ Пять колец под кремлевскими звездами: Документальная хроника Олимпиады-80 в Москве. – М.: МФД, 2011. С. 242, 244.

²⁶ Попов А.Д. Репетиция капитализма?: международная коммерческая деятельность Оргкомитета «Олимпиада-80» (1975-1980 гг.) // Вестник Харьковского национального университета им. В.Н. Каразина. Серия «История». – 2014. – Вып. 49. – С. 137–138.

²⁷ Багдасарян, В.Э. Советское зазеркалье. Иностранный туризм в СССР в 1930–1980-е годы. – М.: ФОРУМ, 2007. С. 211–212.

²⁸ Пять колец под кремлевскими звездами: Документальная хроника Олимпиады-80 в Москве. – М.: МФД, 2011. С. 541.

²⁹ Попов, А.Д. «Марафон гостеприимства»: Олимпиада-80 и попытка модернизации советского сервиса / А.Д. Попов // Cahiers du monde russe. – 2013. – Vol. 54. – №1-2. – P. 291–292.

³⁰ Багдасарян, В. Э. Олимпиада-80 и олимпийский туризм через призму «холодной войны» / В.Э. Багдасарян // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2008. – №3. – С.10–27.

³¹ Попов, А.Д. «Марафон гостеприимства»: Олимпиада-80 и попытка модернизации советского сервиса / А.Д. Попов // Cahiers du monde russe. – 2013. – Vol. 54. – №1-2. – P. 275–276.

³² Попов, А. «Зачем нам это скипидар напополам с лимонадом?»: Кулинарные секреты Олимпиады-80 // Родина. – 2014. – №12. – С. 147.

³³ Пять колец под кремлевскими звездами: Документальная хроника Олимпиады-80 в Москве. – М.: МФД, 2011. С. 36–37.

³⁴ Там же. С. 798.

³⁵ Там же. С. 774–775.

³⁶ Там же. С. 798.

"OLIMPIADA-80" – THE SOVIET MEGA-EVENT IN THE CONDITIONS OF COLD WAR

*R. V. Milovanova, graduate student South-Ural State University
E-mail: ruzandreeva@gmail.com*

Abstract

Article is devoted research the phenomenon of Soviet mega-events as an instrument of Soviet cultural diplomacy as an example of the XXII Summer Olympic Games. It focuses on information and propaganda work to foreign audiences during the preparation and holding of the Olympic Games-80, the specificity of which is determined by the global confrontation of the Cold War.

Keywords: *Olympic Games, the Olympics-80, mega-events, cultural diplomacy, event diplomacy, propaganda, the Cold War, the USSR.*