

Ссылка для цитирования этой статьи:

Белоусов Н.А., Ветрова А.А., Казымов А.И., Рымарь Б.Н., Сказин Н.А. Будущее Олимпийских игр: какие виды спорта исчезнут, а какие станут новыми фаворитами, влияние медийности видов спорта на инвестиции и развитие спортивных федераций // Human Progress. 2024. Том 10, Вып. 12. URL: http://progress-human.com/images/2024/Tom10_12/Belousov.pdf DOI 10.46320/2073-4506-2024-12a-13.

БУДУЩЕЕ ОЛИМПИЙСКИХ ИГР: КАКИЕ ВИДЫ СПОРТА ИСЧЕЗНУТ, А КАКИЕ СТАНУТ НОВЫМИ ФАВОРИТАМИ, ВЛИЯНИЕ МЕДИЙНОСТИ ВИДОВ СПОРТА НА ИНВЕСТИЦИИ И РАЗВИТИЕ СПОРТИВНЫХ ФЕДЕРАЦИЙ

Белоусов Никита Алексеевич

студент,
Дальневосточный федеральный университет
г. Владивосток, Российская Федерация

Ветрова Анна Андреевна

студент,
Дальневосточный федеральный университет
г. Владивосток, Российская Федерация

Казымов Амин Ильясович

студент,
Дальневосточный федеральный университет
г. Владивосток, Российская Федерация

Рымарь Борис Николаевич

студент,
Дальневосточный федеральный университет
г. Владивосток, Российская Федерация

Сказин Никита Андреевич

студент,
Дальневосточный федеральный университет
г. Владивосток, Российская Федерация

Аннотация. В статье рассматривается эволюция олимпийской программы, анализируются исторические причины исключения некоторых традиционных видов спорта (тяжелая атлетика, борьба и др.) и факторы, влияющие на появление новых дисциплин (киберспорт, паркур, падель). Особое внимание уделяется влиянию медийности и цифровых платформ на инвестиционную привлекательность спортивных федераций, а также

механизмам коммерциализации в современном олимпийском движении. Обсуждаются вопросы гендерного баланса, экологической ответственности и важность технологической модернизации в сфере спортивных трансляций. Делается вывод о том, что будущая конфигурация Олимпийских игр будет формироваться под воздействием международных тенденций в области маркетинга, цифровизации и общественных запросов к спорту как социальному институту.

Ключевые слова: Олимпийские игры, исключение видов спорта, новые дисциплины, медийность, инвестиции, спортивные федерации, коммерциализация, цифровые платформы, гендерный баланс, экологическая ответственность.

История формирования олимпийской программы демонстрирует закономерную эволюцию, отражающую культурные, социальные и экономические тенденции своего времени. Начиная с первых современных Олимпийских игр 1896 года, в программе которых было представлено девять видов спорта (по данным официальной статистики Международного олимпийского комитета), дальнейшее развитие привело к постоянному усложнению структуры соревнований и увеличению числа дисциплин, что в значительной степени обусловлено изменением общественных интересов и уровня массовой популярности конкретных видов активности. Так, например, в первой половине XX века из олимпийской программы были исключены гольф и регби, что объяснялось в том числе непропорциональным географическим распространением этих видов спорта и сложностью поиска оптимальной системы проведения состязаний. Однако стремление МОК к вовлечению максимально широкой аудитории и новые экономические возможности вернули гольф и регби в олимпийскую программу в 2016 году [1].

Другим ярким прецедентом стало исключение в 2005 году бейсбола и софтбола с последующей реставрацией этих дисциплин на Играх в Токио (2020), что демонстрирует динамичность самого процесса: с одной стороны, тогдашний отказ был обусловлен сравнительно узким кругом стран, развивающих данные виды спорта на конкурентоспособном уровне, а с другой – последующее возвращение объяснялось ростом популярности бейсбола и софтбола на азиатском континенте, а также активным лоббированием со стороны ведущих профессиональных лиг, прежде всего в Северной Америке (ИОС, 2017).

Вопрос зрелищности и уровня телевизионных рейтингов является одним из ключевых факторов при принятии решений о дальнейшем будущем олимпийских видов спорта. Исследования Olympic Broadcasting Services указывают на то, что совокупная теле- и онлайн-

аудитория Игр в Токио превысила 3,05 млрд человек (OBS, 2021). Именно поэтому МОК активно ищет способы повысить медийную привлекательность Олимпиады, ориентируясь не только на классические телевизионные трансляции, но и на цифровые платформы, где доминирующей группой зрителей выступает молодежь в возрасте до 30 лет. Согласно внутренним опросам комитета, проведенным после Игр 2016 года, динамичные, «экстремальные» и технически зрелищные дисциплины (BMX, скейтбординг, спортивное скалолазание) получают особенно высокую оценку в сегменте аудитории 15–25 лет (IOC, 2018). Данный фактор оказывает прямое влияние на формирование олимпийской программы: скейтбординг, серфинг и спортивное скалолазание вошли в состав Игр 2020 года, а на Олимпиаде 2024 года в Париже к списку дисциплин добавится брейк-данс, который, по прогнозам МОК, привлечёт аудиторию молодежных культур и обеспечит высокую интерактивность в социальных сетях [3].

Наравне со зрелищностью одним из центральных приоритетов в политике МОК остаётся достижение гендерного баланса и инклюзивности в различных видах спорта. Стратегические документы «Олимпийская повестка 2020» и «Олимпийская повестка 2020+5» зафиксировали ключевые принципы, направленные на увеличение доли женщин-участниц и уравнивание количества мужских и женских соревнований. Если в 1984 году на Играх в Лос-Анджелесе женщины составляли лишь около 23% от общего числа атлетов, то к Олимпиаде в Токио эта доля достигла 48,8%. Такие шаги идут рука об руку с расширением дисциплин и категорий, где традиционно доминировало мужское участие. Например, женские соревнования по боксу были официально включены в программу только в 2012 году (Лондон), а женские соревнования по тяжелой атлетике — в 2000 году (Сидней). Подобное стремление к равномерному распределению соревновательных мест по гендерному признаку не только отражает социальные тренды, но и способствует повышению интереса к Играм со стороны глобальных медиа и спонсоров, ориентированных на продвижение ценностей равенства.

Инклюзивность выходит и за пределы вопросов гендерного равенства: во главу угла ставится расширение доступности спорта для людей с ограниченными возможностями здоровья. Паралимпийское движение, хотя и имеет собственную структуру и проведение Игр, находится в тесной взаимосвязи с инициативами МОК. Сотрудничество с Международным паралимпийским комитетом позволяет активнее вовлекать в общественные дискуссии вопросы социальной интеграции людей с инвалидностью. Аналитические отчёты указывают, что поддержка паралимпийского движения не только способствует расширению аудитории спортивных трансляций, но и стимулирует развитие технологий адаптивной инфраструктуры и инновационных решений в области протезирования и спортивной медицины [5].

Несмотря на многолетнюю традицию и статус обязательных для просмотра спортивных дисциплин, некоторые олимпийские виды спорта в последние годы оказались под угрозой исключения. Наиболее часто в этом контексте упоминаются тяжелая атлетика и бокс, хотя еще в 2013 году в фокусе критики неожиданно оказалась и борьба, что вызвало широкую дискуссию о необходимости модернизировать правила и систему судейства. В отношении тяжелой атлетики, по данным официальных решений Международного олимпийского комитета (ИОК, 2019) и Всемирного антидопингового агентства [4], наибольшую обеспокоенность вызывают многочисленные допинговые скандалы, случаи нарушения антидопинговых правил и неспособность отдельных национальных федераций обеспечить необходимый контроль за спортсменами. Сходные проблемы преследуют и бокс, оказавшийся в эпицентре организационных разногласий между МОК и Международной ассоциацией бокса (ИВА), включая вопросы финансирования и прозрачности судейства. Аналитические отчеты указывают, что при сохранении прежнего уровня скандалов и управленческих конфликтов в соответствующих федерациях эти виды спорта рискуют лишиться олимпийского статуса или подвергнуться существенным ограничениям в распределении квот.

Если с традиционными дисциплинами МОК стремится проводить реформы, направленные на повышение прозрачности и привлекательности состязаний (изменение весовых категорий, ужесточение антидопинговой политики), то в отношении новых потенциальных видов спорта политика выглядит куда более гибкой. Ключевым примером стала интеграция в олимпийскую программу ряда молодежных дисциплин, таких как спортивное скалолазание, скейтбординг и серфинг, которые вошли в состав Игр в Токио. В перспективе эксперты всё чаще говорят о киберспорте: его стремительный рост аудитории и значительная коммерческая привлекательность уже привели к проведению «Olympic Virtual Series» в 2021 году, организованной под эгидой МОК. Однако признание киберспорта в качестве полноценного олимпийского вида по-прежнему сопряжено с вопросами регламента, наличия единого международного управляющего органа и согласованием с принципами честной игры. Параллельно набирают обороты такие виды, как паркур и падель: Международная федерация гимнастики (FIG) уже включила паркур в свою структуру, что потенциально открывает путь к олимпийской заявке; Международная федерация паделя (FIP) ведет активные переговоры с национальными олимпийскими комитетами, указывая на высокий темп роста популярности этой ракеточной игры в Европе и Латинской Америке.

В последние годы важным критерием при выборе дисциплин становятся технологические факторы, а также соответствие экологическим стандартам. В программных документах «Олимпийской повестки 2020+5» обозначено стремление к повышению

экологичности соревнований и инфраструктуры, что особенно заметно в подготовке к Парижу-2024, где организаторы заявляют о намерении сократить углеродный след на 50% по сравнению с предыдущими циклами. В этой связи динамично развиваются проекты, нацеленные на использование возобновляемых источников энергии, цифровых систем управления мероприятиями и экологически безопасных материалов, что влияет и на характер новых видов спорта, предлагаемых для включения в программу. Некоторые представители МОК указывают, что дисциплины, подразумевающие высокую степень технологической интеграции (например, виртуальные форматы соревнований или гибридные спортивные направления), могут оказаться более предпочтительными для будущих Игр, поскольку они лучше соответствуют требованиям устойчивого развития и современной зрелищности. По этой причине целесообразность включения в олимпийскую программу «энергоемких» дисциплин, требующих масштабной инфраструктуры или сложной логистики, всё чаще ставится под вопрос.

Роль медийности в развитии и финансировании олимпийского спорта становится всё более значимой на фоне стремительного роста цифровых платформ и изменяющихся предпочтений аудитории. Согласно данным Международного олимпийского комитета, до 73% совокупного дохода МОК в четырёхлетнем олимпийском цикле формируют права на телетрансляции и коммерческие партнёрства. Этот показатель иллюстрирует зависимость распространения спорта и его экономической устойчивости от уровня медийного охвата: популярные виды спорта, обладающие высокой зрелищностью и способностью привлекать многомиллионную аудиторию, получают доступ к более серьёзным финансовым ресурсам, чем менее медийно активные дисциплины.

Расширение каналов дистрибуции контента оказывает прямое воздействие на инвестиционную привлекательность спортивных федераций и отдельных видов спорта. Трансляция соревнований не ограничивается телевизионными платформами, всё более заметную роль играют стриминговые сервисы, социальные сети и мобильные приложения, позволяющие осуществлять прямой контакт с болельщиками во всём мире. Такой формат взаимодействия повышает вовлечённость поклонников и даёт возможность генерировать дополнительный доход за счёт подписки, донатов или таргетированной рекламы. По мере роста цифровой аудитории многие федерации, включая Международную федерацию плавания (FINA) и Международную федерацию гимнастики (FIG), активно инвестируют в собственные онлайн-платформы и мобильные приложения, которые повышают лояльность аудитории и расширяют возможности монетизации. Сопровождающие сервисы, например многоканальные трансляции с доступом к дополнительным камерам или интерактивной

статистике, усиливают эффект присутствия и позволяют формировать у зрителей более глубокую эмоциональную связь со спортсменами.

Изменение инвестиционных потоков в олимпийском спорте наиболее ярко отражается в распределении средств между различными дисциплинами и национальными федерациями. Согласно оценкам экспертов, наибольшее финансирование достаётся видам спорта, способным генерировать высокий телерейтинг: например, лёгкая атлетика, плавание и гимнастика традиционно вызывают интерес не только у зрителей, но и у спонсоров, заинтересованных в глобальном охвате. В то же время виды спорта с более узкой аудиторией, пусть даже обладающие многолетней олимпийской историей, могут сталкиваться с ограниченными финансовыми возможностями, что со временем ставит под вопрос их конкурентоспособность и даже присутствие в олимпийской программе. В данном контексте имеет значение и уровень коммерческой адаптации национальных федераций: организации, вовлечённые в современные маркетинговые и цифровые стратегии, гораздо успешнее привлекают дополнительные средства, формируют положительный имидж и способны реализовывать крупные спортивные проекты.

Коммерциализация и маркетинговые стратегии в спортивной сфере основываются на трёх базовых принципах. Во-первых, создание яркой медийной истории вокруг соревнований, где спортсмены выступают не только как участники, но и как медийные личности, способные генерировать контент и взаимодействовать с аудиторией в режиме реального времени. Во-вторых, формирование уникального спонсорского предложения, включающего комплексные рекламные решения для брендов: от традиционного размещения логотипов на экипировке до интеграции в социальные сети и создания совместных проектов (Anagnostopoulos, 2011). В-третьих, партнёрство с технологическими компаниями, способствующими расширению сервисов и повышению качества трансляции. Примером служат инициативы Olympic Broadcasting Services, нацеленные на внедрение передовых систем мультимедийного взаимодействия, включая дополненную реальность и 360-градусные трансляции [6].

Развитие спортивных федераций в долгосрочной перспективе всё в большей степени определяется их способностью к адаптации в условиях цифровой экономики. Ряд федераций, например Международная федерация велосипедного спорта (UCI) и Международная федерация баскетбола (FIBA), активно прорабатывают онлайн-трансляции и формируют собственный медиаконтент для продвижения мероприятий вне зависимости от крупнейших телекомпаний, что позволяет уменьшить риски зависимости от одного источника финансирования и укрепить прямые коммуникации с болельщиками по всему миру. Такой

подход даёт федерациям больше свободы в выборе стратегических партнёров и открывает дополнительные каналы доходов.

Подобная трансформация медиапространства стимулирует спорт к более гибкой и технологически ориентированной организации, где ключевым показателем становится способность занять устойчивую нишу в глобальном конкурентном поле зрелищных индустрий. В результате смещаются акценты в вопросах финансирования: наиболее привлекательными для крупных инвесторов становятся виды спорта с высоким потенциалом роста цифровой аудитории, увеличивающие число вовлечённых болельщиков и обеспечивающие диверсификацию источников дохода. Ставка на инновационные форматы, насыщенные интерактивными элементами, и сотрудничество с технологическими компаниями превращаются в приоритет для федераций, стремящихся укрепить свою позицию в олимпийском движении и получать стабильное финансирование вне зависимости от традиционных схем продажи телеправ.

Список литературы

1. Preuss H. Event Legacy in the Olympic Games. London: Routledge, 2019. 264 p.
2. Anagnostopoulos C. Stakeholder management in Greek sport clubs: implications for policy // European Sport Management Quarterly. 2011. Vol. 11, № 4. P. 465–487.
3. Международный олимпийский комитет (ИОС). Marketing Fact File: официальный отчет. [Электронный ресурс]. 2020.
4. World Anti-Doping Agency (WADA). World Anti-Doping Code: 2020. [Электронный ресурс]. Монреаль: WADA, 2020.
5. International Paralympic Committee (IPC). Official Paralympic Report. Bonn: IPC, 2019. 112 p.
6. Olympic Broadcasting Services (OBS). Tokyo 2020 Broadcasting Report. Lausanne: OBS, 2021. 74 p.

THE FUTURE OF THE OLYMPIC GAMES: WHICH SPORTS WILL DISAPPEAR AND WHICH WILL BECOME NEW FAVORITES, THE IMPACT OF MEDIA SPORTS ON INVESTMENT AND DEVELOPMENT SPORTS FEDERATIONS

Belousov Nikita Alekseevich

Student,

Far Eastern Federal University
Vladivostok, Russian Federation

Vetrova Anna Andreevna

Student,
Far Eastern Federal University
Vladivostok, Russian Federation

Kazimov Amin Ilyasovich

Student,
Far Eastern Federal University
Vladivostok, Russian Federation

Rymar Boris Nikolaevich

student,
Far Eastern Federal University
Vladivostok, Russian Federation

Skazin Nikita Andreevich

Student,
Far Eastern Federal University
Vladivostok, Russian Federation

Annotation. The article examines the evolution of the Olympic program, analyzes the historical reasons for the exclusion of some traditional sports (weightlifting, wrestling, etc.) and factors influencing the emergence of new disciplines (esports, parkour, padel). Special attention is paid to the impact of media and digital platforms on the investment attractiveness of sports federations, as well as the mechanisms of commercialization in the modern Olympic movement. The issues of gender balance, environmental responsibility and the importance of technological modernization in the field of sports broadcasting are discussed. It is concluded that the future configuration of the Olympic Games will be shaped by international trends in marketing, digitalization, and public demands for sports as a social institution.

Keywords: Olympic Games, exclusion of sports, new disciplines, media, investments, sports federations, commercialization, digital platforms, gender balance, environmental responsibility.

References

1. Preuss H. The legacy of the Olympic Games. London: Routledge, 2019. 264 p.
2. Anagnostopoulos S. Stakeholder management in Greek sports clubs: policy implications // European Sport Management Quarterly. 2011. Volume 11, No. 4. pp. 465-487.
3. International Olympic Committee (IOC). Marketing Facts file: Official report. [electronic resource]. 2020.
4. World Anti-Doping Agency (WADA). World Anti-Doping Code: 2020. [electronic resource]. Montreal: WADA, 2020.
5. The International Paralympic Committee (IPC). The official report on the Paralympic Games. Bonn: IPC, 2019. 112 pages.
6. Olympic Broadcasting Service (OBS). A report on TV and radio broadcasting in Tokyo in 2020. Lausanne: OBS, 2021. 74 p.