
ВОПРОСЫ ВЫПУСК 8(84), 2022 ПОЛИТОЛОГИИ

Научный журнал

Журнал «Вопросы политологии» включен
в Перечень рецензируемых научных изданий
ВАК при Министерстве науки и высшего образования РФ
по политическим наукам, в которых должны быть опубликованы
основные научные результаты на соискание ученой степени
кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук

Журнал включен в Перечень научных изданий
рекомендованных ВАК Республики Узбекистан
для публикации основных научных результатов диссертаций
по политическим и философским наукам

МОСКВА, 2022

ВОПРОСЫ ПОЛИТОЛОГИИ

Научный журнал

ISSN 2225–8922

Журнал включен
в Перечень ВАК РФ

Председатель Редакционного Совета – ПЛАТОНОВ В.М.,
к.ю.н., заведующий кафедрой политического анализа и управления РУДН,
Председатель Московской городской Думы (1994–2014 гг.)

Редакционный Совет

АВАЗОВ Камиль Халиевич	д.ф. (PhD) по полит. наукам, Региональный центр переподготовки и повышения квалификации работников народного образования Сурхандарьинской области (Узбекистан, г. Ташкент)
АСТВАЦАТУРОВА Майя Арташесовна	д.п.н., профессор, Пятигорский государственный университет (Россия, г. Пятигорск)
БЛОХИН Владимир Владимирович	д.и.н., профессор, РУДН (Россия, г. Москва)
БОЖАНОВ Владимир Александрович	д.и.н., профессор, Белорусский Национальный технический университет (Белоруссия, г. Минск)
ВАНКОВСКА Биляна	профессор политологии и международных отношений факультета философии Университета Святых Кирилла и Мефодия (Македония, г. Скопье)
ВЕЛИКАЯ Наталья Михайловна	д.п.н., профессор, ИСПИ ФНИСЦ РАН, РГТУ (Россия, г. Москва)
ГОНЧАРОВ Пётр Константинович	д.с.н., профессор, Российский университет транспорта (МИИТ) (Россия, г. Москва)
ГРАЧЁВ Михаил Николаевич	д.п.н., профессор, РГТУ (Россия, г. Москва)
ДЭМБЭРЭЛ К.	доктор (PhD), Институт международных отношений АН Монголии (Монголия, г. Улан-Батор)
ЖИЛЫЦОВ Сергей Сергеевич	д.п.н., профессор, Дипломатическая академия МИД РФ (Россия, г. Москва)
КАРАДЖЕ Татьяна Васильевна	д.ф.н., профессор, МПГУ (Россия, г. Москва)
КАССАЕ НЫГУСИЕ В. МИКАЭЛЬ	д.и.н., профессор, РУДН (Россия, г. Москва)
КОВАЛЕНКО Валерий Иванович	д.ф.н., профессор, МГУ им. М.В. Ломоносова (Россия, г. Москва)
КОМЛЕВА Валентина Вячеславовна	д.с.н., профессор, РАНХиГС при Президенте РФ (Россия, г. Москва)
КРИБОКАПИЧ Борис	д.ю.н., Унион–Никола Тесла университет (Сербия, г. Белград)
МЕДВЕДЕВ Николай Павлович	д.п.н., профессор, главный редактор журнала (Россия, г. Москва)
МИХАЙЛОВ Вячеслав Александрович	д.и.н., профессор, РАНХиГС при Президенте РФ (Россия, г. Москва)
НАЗАРОВА Елена Александровна	д.с.н., профессор, МГИМО МИД России (Россия, г. Москва)
НАЗАРОВ Александр Данилович	д.и.н., профессор, МАИ (Россия, г. Москва)
НАСИМОВА Гульнара Орденбаевна	д.п.н., профессор, Казахский Национальный университет им. Аль-Фараби (Казахстан, г. Алматы)
НИСЕНВИЧ Юлий Анатольевич	д.п.н., профессор, НИУ «Высшая школа экономики» (Россия, г. Москва)
ОРЛОВ Игорь Борисович	д.и.н., профессор, НИУ «Высшая школа экономики» (Россия, г. Москва)
ПАХРУТДИНОВ Шукритдин Ильясович	д.п.н., профессор, Институт переподготовки и повышения квалификации руководителей и специалистов системы народного образования имени А. Авлонии (Узбекистан, г. Ташкент)
ПЛЯЙС Яков Андреевич	д.и.н., д.п.н., профессор, Финансовый университет при Правительстве РФ (Россия, г. Москва)
ПРЯХИН Владимир Федорович	д.п.н., профессор, РГТУ (Россия, г. Москва)
ПУСЬКО Виталий Станиславович	д.ф.н., профессор, ВА РВСН им. Петра Великого (Россия, г. Москва)
РУБАН Лариса Семёновна	д.с.н., профессор, отдел исследования проблем международного сотрудничества Института социально-политических исследований ФНИСЦ РАН (Россия, г. Москва)
СЛИЗОВСКИЙ Дмитрий Егорович	д.и.н., профессор, РУДН (Россия, г. Москва)
СЫЗДЫКОВА Жибек Сапарбековна	д.и.н., профессор, ИСАА МГУ им. М.В. Ломоносова (Россия, г. Москва)
ХОПЕРСКАЯ Лариса Львовна	д.п.н., профессор, Киргизско-Российский славянский университет (Киргизия, г. Бишкек)
ШАРКОВ Феликс Изосимович	д.с.н., профессор, РАНХиГС при Президенте РФ (Россия, г. Москва)
ЯН ФУЛИНЬ	проректор Хэйлунцзянского института иностранных языков (КНР, г. Харбин)

Редакционная коллегия

Главный редактор – МЕДВЕДЕВ Н.П., д.п.н., профессор

Абрамова О.Д. (д.п.н.)

Кетягин Г.В. (к.п.н. – зам. гл. редактора)

Насимова Г.О. (д.п.н.)

Шкурина С.С. (к.п.н. – ответ. редактор)

Учрежден

ООО «Издательство
«Наука сегодня»

Журнал зарегистрирован
Федеральной службой
по надзору в сфере массовых
коммуникаций, связи и охраны
культурного наследия

Рег. № ПИ № ФС77–46176
от 12 августа 2011 г.

Журнал издается ежемесячно

Журнал включен в базу РИНЦ
(Российский индекс
научного цитирования)

Включен в каталог
Ulrich's Periodicals Directory
Пятилетний
импакт-фактор журнала: 0, 376

Адрес редакции:
115598, г. Москва, ул. Загорьевская,
д. 10, корп. 4, цокольный этаж,
помещение 1, комната 7-1, офис 4

Тел.: (910) 463-53-42

Интернет-ресурс:
www.voprospolitolog.ru
E-mail: voprospolitolog@yandex.ru

Мнение авторов может
не совпадать с мнением редакции.
При перепечатке ссылка
на журнал обязательна.

Научные статьи, публикуемые
в журнале подлежат обязательному
рецензированию.

Ответственный редактор
Шкурина С.С.

Перевод
Чернышова Е.В.

Компьютерная верстка
Загуменов А.П.

Подписано в печать 26.08.2022

Формат 60×84/8. Объем 38,5

Печать офсетная.

Тираж – 1000 экз.

(1-й завод – 500 экз.)

Заказ № 712

Отпечатано в типографии
ООО «Белый ветер»

115054, г. Москва, ул. Щипок, 28

Тел.: (495) 651-84-56

ISSN 2225-8922 (print)

12 выпусков в год и

4 выпуска в год переводной (англ.) версии

Языки: русский, английский

<http://voprosplitolog>

Входит в перечень рецензируемых научных изданий ВАК РФ

Включен в каталог периодических изданий Ульрих (Ulrich's Periodicals Directory: <http://www.ulrichsweb.com>)

Материалы журнала размещаются на платформе РИНЦ Российской научной электронной библиотечки, Electronic Journals Library Cyberleninka

Подписной индекс издания в каталоге агентства Роспечать 70035

Цели и тематика

Журнал ВОПРОСЫ ПОЛИТОЛОГИИ – периодическое международное рецензируемое научное издание в области политических исследований. Журнал является международным как по составу редакционного совета и редколлегии, так и по авторам и тематике публикаций.

Научный журнал издается с 2011 года в издательстве «Наука сегодня». С 2016 года издается переводная (англ.) версия журнала. С момента своего создания, журнал ориентировался на высокие научные и этические стандарты и сегодня является одним из ведущих политологических журналов России.

Цель журнала – способствовать научному обмену и сотрудничеству между российскими и зарубежными политологами.

Журнал предназначен для публикации результатов фундаментальных и прикладных научных исследований. Тематическая направленность журнала отражается в следующих постоянных рубриках: «История и философия политики», «Политические институты, процессы и технологии», «Политическая регионалистика и этнополитика», «Политическая культура и идеологии», «Политические проблемы международных отношений и глобализации».

Формат публикаций: научные статьи, обзорные научные материалы, материалы круглых столов, научные рецензии, научные сообщения, посвященные исследовательским проблемам в сфере политики и политологии.

В своей деятельности редакционный совет и редколлегия журнала руководствуется принципами, определяемыми ВАК России для научных журналов, в том числе: наличие института рецензирования для экспертной оценки качества научных статей; информационная открытость издания; наличие и соблюдение правил и этических стандартов представления рукописей авторами.

Целевой аудиторией журнала являются российские и зарубежные специалисты-политологи, а также аспиранты и магистры, обучающиеся по направлениям политология, государственное и муниципальное управление и международные отношения.

Журнал строго придерживается международных стандартов публикационной этики, обозначенных в документе *COPE (Committee on Publication Ethics)* <http://publicationethics.org>

Полные сведения о журнале и его редакционной политике, требования о подготовке и публикации статей, архив (выпуски с 2011 года) и дополнительная информация размещена на сайте: <http://voprosplitolog.ru>

Электронный адрес: voprosplitolog@yandex.ru

ISSN 2225-8922 (print)

12 issues a year plus

4 issues a year of the translated (eng.) version

Languages: Russian and English

<http://voprosplitolog>

Included in the list of peer-reviewed scientific publications of the Higher Attestation Commission of the Russian Federation

Included in the Ulrich's Periodicals Directory

Materials of the journal are placed on the RSCI platform of the Russian scientific electronic library – Electronic Journals Library Cyberleninka

Subscription index of the journal in the Rospechat Agency catalogue is: 70035

Objectives and themes

Academic journal “Political Science Issues” is an international peer-reviewed scientific periodical in the field of political studies. The journal has an international character because of the composition of its Editorial Board, its editors, its contributing authors and topics of its publications.

The scientific journal is published since 2011 at the “Publishing House “Science Today”. Translated (eng.) version of the journal is published since 2016. Since its inception, the journal was guided by high scientific and ethical standards and today it is one of the leading political science journals in Russia.

The purpose of the journal is to promote scientific exchange and cooperation between Russian and foreign political scientists.

The journal is intended for the publication of the results of fundamental and applied scientific research. Thematic focus of the journal is reflected in the following permanent headings: “History and philosophy of politics,” “Political institutions, processes and technologies,” “Political regionalism and ethno-politics,” “Political culture and ideologies,” “Political problems of international relations and globalization.”

Format of publications: scientific articles, reviews, scientific materials, materials of round tables, scientific reviews, scientific reports devoted to research problems in the field of politics and political science.

The Editorial Board and the editors of the journal in their activities are guided by the principles defined by VAK of Russia for scientific journals, including: presence of the institute of peer review for the expert quality assessment of scientific articles; information openness of the publications; availability and compliance with the rules and ethical standards for the submission of manuscripts by the authors.

The target audience of the journal is Russian and foreign specialists-political scientists, as well as graduate students and masters in the fields of political science, state and municipal management and international relations.

The journal strictly adheres to the international publishing standards and publication ethics identified in the *COPE (Committee on Publication Ethics)* document. <http://publicationethics.org>.

Full details of the journal and its editorial policy, requirements to the preparation and publication of articles, archive (issues since 2011) and additional information are available on the website: <http://voprosplitolog.ru>

E-mail address: voprosplitolog@yandex.ru

СОДЕРЖАНИЕ

ИСТОРИЯ И ТЕОРИЯ ПОЛИТИКИ

Солодова Г.С.

Идеология как источник социальной власти..... 2552

Порошков М.М.

Особенности распространения идеологических концептов
в современном политическом дискурсе 2559

Прончев К.Г.

Концепция «иерархического персонализма»:
политологический аспект 2570

ПОЛИТИЧЕСКАЯ СОЦИОЛОГИЯ

Рязанцев С.В., Храмова М.Н., Леденева В.Ю., Брагин А.Д.

Индекс интеграции иммигрантов в России:
теоретико-методологические основы..... 2584

Титов В.В.

Место образа «другого»
в конструировании национальной идентичности 2600

Трофимов П.А.

Концептуальные аномалии теории
мультикультурного гражданства Уилла Кимлики..... 2610

ПОЛИТИЧЕСКИЕ ИНСТИТУТЫ, ПРОЦЕССЫ И ТЕХНОЛОГИИ

Лу Сяо, Сельцер Д.Г.

Меритократия как принцип формирования
управленческой элиты современного Китая 2618

Адамова М.А., Агеева Е.А., Манкиева А.В.

К вопросу об эскалации насилия как способа делегитимации
государственной власти террористическими организациями 2627

Григорян Д.К., Токарева А.В.

Шутинг в учебных заведениях:
проблема власти или общества? 2636

Алимардонов Л.

Политическая реклама в формировании
активной гражданской позиции у молодежи..... 2646

Гаджиева Л.А.

Современные тенденции развития
региональной культурой политики в России..... 2652

Леньков Д.А. Гражданское общество России в контексте мировых трендов развития гражданского общества	2662
---	------

ГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ И ОТРАСЛЕВЫЕ ПОЛИТИКИ

Самусева О.А. Эволюция инновационной политики КНР	2669
---	------

Пашин М.М. Модернизация политики здравоохранения в Чили в период пандемии новой коронавирусной инфекции	2682
--	------

ТЕОРИЯ И ИСТОРИЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ И ВНЕШНЕЙ ПОЛИТИКИ

Назаров А.Д. Международные выставки HeliRussia как инструмент повышения конкурентоспособности и продвижения новинок отечественной вертолетной индустрии на внутренний и внешние рынки	2687
---	------

Сурма И.В. Изменение внешней политики США, ЕС и НАТО: трансформация парадигмы действий	2701
---	------

Шульга Е.П. Деятельность USAID в центральноазиатском регионе: настоящее и будущее	2708
--	------

Кожухова К.Е. Китайская стратегическая культура в белой книге «Тайваньский вопрос и причина воссоединения Китая в новую эпоху»	2719
--	------

Бабченко М.С. Динамика молдово-приднестровского переговорного процесса	2727
--	------

Мехмет Урпер. Влияние исламского фактора на формирование и развитие стратегии международной политики Турции (часть 2)	2735
--	------

Семёнова О.В. Информационно-аналитическое обеспечение внешнеполитического процесса	2746
---	------

Ван Цзиньхуэй. Российско-китайский вектор на Дальнем Востоке в условиях антироссийских санкций	2757
---	------

Рабат Луджан.

Характеристика социально-политической жизни
и политической культуры населения
в Сирийской Арабской Республике 2764

Лю Цзинюань, А Гудаму.

Вклад Китая в реформирование системы
глобального управления 2773

Стальной А.Л.

Особенности восприятия проблемы
«немецкой виновности» в послевоенной ГДР 2782

Шолкова М.А.

Японо-американский альянс
при Д. Трампе и Дж. Байдене 2790

СТУДЕНЧЕСКАЯ НАУКА

Ильин П.А.

Средства массовой информации в современной России
как инструмент управления общественным мнением 2796

Оленич Ю.С.

Современные политические инструменты противодействия
терроризму 2804

Санжаров В.А.

Механизмы построения положительного имиджа
международными футбольными организациями
(на примере ФИФА): вызовы и тенденции 2810

Свиридов А.А.

Политические кризисы, вызванные энергетическими факторами:
Суэцкий кризис 1956 года 2817

Тянь Чжо.

Русский неоконсерватизм и путинизм 2826

НАШИ АВТОРЫ 2835

ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ РУКОПИСЕЙ 2842

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ 2844

В.А. САНЖАРОВ

студент Санкт-Петербургского
государственного университета,
Россия, г. Санкт-Петербург

МЕХАНИЗМЫ ПОСТРОЕНИЯ ПОЛОЖИТЕЛЬНОГО ИМИДЖА МЕЖДУНАРОДНЫМИ ФУТБОЛЬНЫМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ (НА ПРИМЕРЕ ФИФА): ВЫЗОВЫ И ТЕНДЕНЦИИ

Цель данной работы – определить инструментарий, который используются ФИФА для улучшения своего имиджа. В соответствии с целью исследования формулируются следующие задачи: выявить причины необходимости изменения стратегии имидж-мейкинга организации, определить инструментарий, направленный на улучшения имиджа ФИФА на примере конкретный кейсов. Для проведения исследования автором использовались как общенаучные методы, в частности, дедукция, индукция, анализ и обобщение, так и специальные методы – нарративный метод, индексный метод, метод анализа документов, и метод кейс-стади. Отмечается, что усилия организации по улучшению своего имиджа в последние годы, в первую очередь, связаны с коррупционным скандалом 2010-2015 гг. В следствие, к ФИФА резко упало доверие и снизилась лояльность футбольных фанатов. Помимо этого, ушли многие крупные партнеры, что резко сказалось на доходах организации. Для того, чтобы восстановить свой имидж, ФИФА инициировала ряд внутренних реформ, которые были ориентированы на повышение прозрачности организации и ее турниров. Делается вывод о том, что ключевой составляющей улучшения имиджа ФИФА стали инициативы, направленные на вовлечение женщин в футбол, развитие данного вида спорта в развивающихся странах, защиту прав человека и пропаганду здорового образа жизни.

Ключевые слова: международные организации, имидж-мейкинг, ФИФА, футбол, спорт, спортивный менеджмент.

С глобализацией международных отношений, спорт стал одной из важнейших частей культурной и политической жизни. Как и другие явления спорт вовлекается в процесс информатизации и цифровизации, а в последние десятилетия играет важную роль в инструментарии внешней политики

многих государств. В связи с этим, в науке и практике, активно развивается спортивный имиджмейкинг, брендинг и маркетинг поскольку именно имидж помогает добиться доверия партнеров и зрителей, в результате превратив это в крупные доходы от сотрудничества, а также от продажи прав на трансляцию спортивных мероприятий или билетов для их посещения.

Эти тенденции присущи практически всем видам спорта, однако, футбол, как наиболее популярный и распространенный во всем мире, имеет огромный потенциал в спортивном имиджмейкинге. Особенно это относится к Международной федерации футбола (ФИФА), которая является одной из главных международных футбольных организаций в мире и в последнее время сталкивается с вызовами к своей репутации.

Целью данной работы является выявление инструментария, который используются ФИФА для улучшения своего имиджа.

Научная новизна работы обусловлена комплексным исследованием инструментов формирования позитивного образа ФИФА.

Практическая значимость работы определяется выявлением опыта имиджмейкинга ФИФА, который может быть затем применен отечественными футбольными организациями.

Теоретическая значимость работы обусловлена слабым характером разработанности темы в отечественной и зарубежной литературе. Кроме того, в работе предпринимается попытка дополнить существующие представления об изучаемой проблеме.

Для более детального понимания работы механизмов и сути проблемы важно рассмотреть концептуально-теоретические основы формирования имиджа в футболе.

Под имиджем следует понимать социально обусловленный феномен, который выступает в качестве сообщения аудитории и способа взаимодействия с ней [5].

Характер и потенциал имиджа той или иной спортивной организации определяется множеством факторов, например, сложившимися представлениями о ней в обществе, ее материальная ценность, политика, репутация отдельных функционеров организации и т.д. Это определяет всю сложность феномена имиджа в футболе и спорте.

Формирование позитивного имиджа должно руководствоваться определенной стратегией, которая включает отслеживание изменения восприятия организации обществом и определенные на основе этих данных действия по улучшению ее имиджа [4].

Создать позитивный имидж призван спортивный брендинг, который определяется как вид деятельности, направленный на формирование у потребителя устойчивого предпочтения к бренду спортивной организации посредством воздействия на потребителя спортивной составляющей товарного знака, коммуникации с ним, а также с помощью PR-акций, которые

должны выделить субъект из всего многообразия акторов в данной сфере [2].

Все инструменты спортивного брендинга, как правило, направлены на установление сотрудничества международной спортивной организации с аудиторией, которая, в результате, приобщается к имиджу организации, выражает признание и лояльное отношение к ценностям и политике организации.

Говоря о футболе, следует сказать, что в данном виде спорта инструментарий по созданию привлекательного бренда крайне богат.

Во-первых, международные футбольные организации стремятся выстроить истории и легенды, которые подогревают обсуждение вокруг бренда, усиливают к нему интерес и привлекают новую лояльную аудиторию [1].

Во-вторых, международные футбольные организации также используют персональные бренды «звездных» игроков и тренеров для реабилитации и улучшения собственного имиджа [6].

В-третьих, имидж футбольных организаций формируется благодаря успешному взаимодействию со средствами массовой информации от которых полностью зависит то как будет подана информация аудитории.

В-четвертых, позитивный имидж международных футбольных организаций также помогают сформировать ее гуманитарные и социально-ориентированные действия. В частности, многие клубы и международные федерации уже давно создали отдельные подразделения по осуществлению деятельности в данном направлении. Они создают условия для футбола в развивающихся странах, оказывают благотворительную помощь различным объединениям, проводят обучающие семинары и т.д. Это позволяет не только изменить отношение аудитории к бренду, но и заслужить признание компаний, которые захотят приобщиться к имиджу и пойдут на деловое сотрудничество.

Говоря о практической деятельности конкретных организаций по восстановлению и улучшению своего имиджа, следует обратиться к действиям ФИФА, чей бренд столкнулся с серьезными вызовами.

ФИФА играет главную роль в международной системе футбола. Организация была основана как союз футбольных федераций Швейцарии, Швеции, Нидерландов, Дании, Франции, Бельгии и Испании в 1904 году в Париже. Сегодня федерация объединяет 211 ассоциаций, направляет развитие футбола и осуществляет организацию чемпионатов и матчей.

Коммерческий успех федерация приобрела при президенте Й. Блаттере. При его руководстве прибыль организации возросла в несколько раз. Рост доходов, желание привлечь новых спонсоров придали важность работе над имиджем.

Серьезный удар по имиджу организации нанес выбор России и Катара в качестве стран-хозяек для проведения чемпионата мира по футболу в 2018

и 2022 гг. Это послужило началом расследования внутри ФИФА и выявлению ряда коррупционных случаев в 2010-2015 гг., в которые были вовлечены высокопоставленные функционеры организации. В частности, были обнаружены документы, указывающие на скрытые платежи в 2014 г. в пользу заявки Катара. Всего швейцарской полицией было задержано 7 сотрудников ФИФА, которые в общей сумме получили взятку в 150 млн. долл. В результате, от компании ушли многие коммерческие партнеры, включая Emirates Airlines и Sony, а президент Й. Блаттер был вынужден подать в отставку. О падении имиджа организации также говорят результаты опроса Transparency International согласно которому 4 из 5 футбольных фаната не доверяют организации [9].

Эксперты указывали на, что улучшение имиджа организации будет крайне долгой и трудной задачей. Тем не менее ФИФА предприняло ряд мер по восстановлению своей репутации.

В ФИФА была реализована реформа, которая вводила новые элементы в организационную структуру организации и управление персоналом. В частности, были ограничены полномочия и срок работы президента ФИФА, на регулярной основе публикуются сведения о доходах высокопоставленных функционеров, было увеличено количество женщин на руководящих позициях в организации. Президентом организации стал ранее рекомендовавший себя бывший генеральный секретарь УЕФА Д. Инфантино, который поставил задачу о дальнейшем реформировании ФИФА.

С имиджем ФИФА неразрывно связаны чемпионаты, проводимые под эгидой организации. Одним из самых крупных турниров ФИФА является Чемпионат мира по футболу, который является средством продвижения интересов, ценностей и инициатив, влияющих на улучшение имиджа организации. Именно поэтому ФИФА старается улучшить честность в рамках турнира. Например, например, с 2016 г. применяется система видеопомощи арбитрам, которая призвана повысить прозрачность решений судей. ФИФА также принимает жесткие ограничительные меры против тех футболистов, которые нарушают рамки поведения на турнире. Например, организация применила санкции против футболистов сборной Швейцарии, этнических косоваров, которые оскорбили членов сборной Сербии на Чемпионате мира в 2018 г. [7].

Большое значение в повышении имиджа организации имеют социально-ориентированные инициативы. В частности, ФИФА активно занимается развитием и продвижением женского футбола. В 2011 г. реализуется проект Live Your Goals целью которого является вовлечение девочек в футбол. ФИФА также реализует программы, ориентированные на развитие спорта в развивающихся странах. Например, в странах Африки реализуются такой проект как «Победим в Африке с Африкой» [3].

Кроме того, с целью повышения своего имиджа ФИФА в сотрудничестве с другими международными организациями реализует гуманитарные акции. Например, в партнерстве с Организацией Объединенных Наций проводятся «Матчи против бедности». Совместно с Всемирной организацией здоровья реализуется программа борьбы против курения. Вместе с Детским фондом ООН организация борется против эксплуатации детского труда в мире. Сотрудничая с Международным Олимпийским комитетом и Всемирным антидопинговым агентством, ФИФА предпринимает усилия против использования спортсменами допинга.

ФИФА реализует ряд проектов в сфере защите прав человека. В частности, в 2016 г. в устав организации были внесены положения в соответствии с которыми организация привержена соблюдению международно-признанных прав человека. Кроме того, в 2016 г. в ФИФА была учреждена должность Директора по правам человека, а через год создан Экспертный совет по правам человека, который публикует отчеты по соблюдению организацией обязательств в данной области.

Результатом вышеизложенных мер стала реабилитация и улучшения имиджа ФИФА. Так, в соответствии с опросом Ipsos Global Advisor в котором приняли участие 19 000 человек из разных стран мира, 70% респондентов высказались о своем доверии организации [8].

Таким образом, усилия ФИФА по улучшению своего имиджа в последние годы были связаны с коррупционным скандалом корни которого уходят в 2010-2015-е гг. Резко упало доверие и лояльность футбольных фанатов к ФИФА, ушли многие крупные партнеры, что резко сказалось на доходах организации. Для того, чтобы восстановить свой имидж, ФИФА инициировала ряд внутренних реформ, которые были ориентированы на повышение прозрачности организации и ее турниров. Крайне важной составляющей улучшения имиджа ФИФА также являлись инициативы, направленные на вовлечение женщин в футбол, развитие данного вида спорта в развивающихся странах, защиту прав человека и пропаганду здорового образа жизни.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. Костиков В.Ю. Влияние имиджа спорта на формирование трендов и развитие имиджа страны за рубежом // Вестник МНЭПУ. 2014. No 1 // https://www.elibrary.ru/download/elibrary_22676205_73160073.pdf.

2. Костиков В.Ю. Концепт спортивного брендинга: теоретико-методологические параметры // Вопросы теории и практики журналистики. 2017. Т. 6. No 4 // <http://jq.bgu.ru/reader/article.aspx?id=21766>.

3. Николаева Ю.В., Боголюбов М.А. Гуманитарные программы футбольного сообщества // Приволжский научный вестник. 2011. No 4 // <https://cyberleninka.ru/article/v/gumanitarnye-programmy-futbolnogo-soobschestva>.

4. Фомичев С.А., Фролова Н.М. Средства формирования имиджа спортивной организации. 2017 // <http://journal.mrsu.ru/wp-content/uploads/2017/03/fomichev-frolova.pdf>.

5. Черемушникова И.К. Имидж как выразитель культурных смыслов // Вестн. Волгогр. Гос. Ун-та. Сер. 7. Филос. 2008. No 2 (8) // <https://cyberleninka.ru/article/n/imidzh-kak-vyrazitel-kulturnyh-smyslov/viewer>.

6. Bovim E. Making FIFA Great Again: Mission Impossible? 2016 // <https://www.theglobalist.com/fifa-sports-corruption-football/>.

7. FIFA Fines Three Swiss Players for 'Unsporting Behavior'. 2018 // <https://www.bloomberg.com/news/articles/2018-06-25/fifa-fines-3-swiss-players-for-goal-celebration-gestures>.

8. Global Attitudes Towards the FIFA World Cup 2018 in Russia. 2018 // <https://www.ipsos.com/en/global-attitudes-towards-fifa-world-cup-2018-russia>.

9. 4 in 5 football fans say Blatter should not stand for FIFA president: poll of 35,000 in 30 countries. Transparency International. 2016 // <https://www.transparency.org/en/press/4-in-5-football-fans-say-blatter-should-not-stand-for-fifa-president-poll-o>.

IMAGE-MAKING IN INTERNATIONAL FOOTBALL ORGANIZATIONS (ON THE EXAMPLE OF FIFA): CHALLENGES AND TRENDS

The aim of this paper is to identify the tools that FIFA uses to improve its image. In accordance with the purpose of the study, the following tasks are formulated: to identify the reasons for the need to change the organization's image-making strategy, to identify tools aimed at improving the image of FIFA by the example of specific cases. To conduct the research, the author used both general scientific methods, in particular, deduction, induction, analysis and generalization, and special methods – narrative method, index method, document analysis method, and case study method. It is noted that the efforts of the organization to improve its image in recent years are primarily related to the corruption scandal of 2010-2015. As a result, trust in FIFA has plummeted and the loyalty of football fans has decreased. In addition, many large partners left, which dramatically affected the organization's income. In order to restore its image, FIFA initiated a number of internal reforms that were aimed at increasing the transparency of the organization and its tournaments. It is concluded that initiatives aimed at involving women in football, the development of this sport in developing countries, the protection of human rights and the promotion of a healthy lifestyle have become a key component of improving the image of FIFA.

Key words: international organizations, image-making, FIFA, football, sports, sports management.