

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»

На правах рукописи

Юе Тун

**Национальная репрезентация в символике Олимпийских игр
(на примере СМИ РФ и КНР)**

Профиль магистратуры – «Медиадизайн»

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

Научный руководитель –

**д-р филол. наук, профессор;
Волковский Николай Лукьянович**

Вх. № _____ от _____
Секретарь _____

Санкт-Петербург
2017

Содержание

Введение	4
Глава I. Символика Олимпийских игр: сущность, история, функции ...	10
1.1 Общая характеристика Олимпийской символики	10
1.2 Процесс эволюции визуальной символики Олимпийских игр: этапы, тенденции, функции.....	27
1.2.1 Этапы качественного роста визуальной Олимпийской символики	28
1.2.2 Основные тенденции развития дизайна современной визуальной Олимпийской символики	37
1.2.2.1 Отражение национальных особенностей	37
1.2.2.2. Использование компьютерных технологий.....	38
1.2.2.3 Влияние концепции устойчивого развития.....	39
1.2.3 Функции Олимпийской символики	40
1.2.4 Олимпийская символика в медиа-стратегии освещении Игр	47
Глава II. Особенности национальной репрезентация в символике Олимпийских игр 2008 г. в Пекине, 2014 г. в Сочи и 2016 г. в Рио-де-Жанейро	55
2.1 Китай в символике Олимпийских игр 2008 года в Пекине	55
2.1.1 Репрезентация символики Олимпийских игр в Пекине 2008 г. в СМИ России.....	61
2.1.2 Представление символики Пекинской Олимпиады 2008 г. в СМИ КНР	64
2.2 Представление России в символике Олимпийских игр 2014 года в Сочи	69
2.2.1 Подходы СМИ к использованию атрибутики Сочинской Олимпиады в ее освещении	75
2.2.2 Использование СМИ Китая символики Олимпийских игр в их репрезентации.....	81

2.3 Репрезентация Бразилии в символике Олимпийских игр 2016 года в Рио-де-Жанейро	84
2.3.1. Представление символики Олимпийских игр в Рио-де-Жанейро в российских СМИ	90
2.3.2 Китайские СМИ о символике Олимпийских игр 2016 года в Рио-де-Жанейро	97
Заключение	101
Список литературы	105
Приложения	119

Введение

Актуальность исследования. Олимпийская символика – это основополагающая система атрибутов Олимпийского движения, которая как никогда важна в рамках каждой отдельной страны, и в рамках международного взаимодействия, также. Кроме того, стоит помнить, что основная функция этнокультурных символов, используемых при проведении таких масштабных мероприятий, как Олимпийские игры, международные форумы, выставки и т. д., – реализация культурных стратегий страны с целью формирования позитивного имиджа государства, демонстрации красоты и уникальности национальной культуры¹. Олимпийские и Паралимпийские игры – это не просто главный спортивный форум планеты, а колоссальный стимул для развития страны, в которой они проходят. Игры приносят долгосрочные позитивные социальные и экономические наследия, позволяют устанавливать новые стандарты, популяризируют олимпийские и паралимпийские ценности².

В последние годы XX столетия и начале XXI века во многих средствах массовой информации, публикациях в научно-методических сборниках по олимпийской тематике, допущены значительные неточности в определении правильного толкования олимпийских символов и ритуалов. Эти неточности в значительной степени снижают уровень олимпийского образования³.

Направление «спорт для рекламы» стало приобретать более спонсорско-коммерческий характер, поскольку теперь спонсоры

¹ Амежнова М.В. Этнокультурные символы в контексте российско-китайского взаимодействия: к проблеме интерпретации // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Серия: Гуманитарные науки. 2013. № 11 (671). С. 197-203.

² Кузнецова З.М. Наследие зимних Олимпийских игр Сочи – 2014 // В сборнике: Наследие крупных спортивных событий как фактор социально-культурного и экономического развития региона Международная научно-практическая конференция. Редколлегия: Ф.Р. Зотова, Н.Х. Давлетова, В.М. Афанасьева, Е.М. Курочкина. 2013. С. 56-58.

³ Банников А.М., Банникова Н.А. Олимпийская символика - основополагающий аспект олимпийского образования // Вестник Майкопского государственного технологического университета. 2016. № 2. С. 42-47.

Олимпийских Игр, ассоциируют эмблемы своих компаний с Олимпийскими играми, в целях закрепить в общественном сознании, высокий статус своей кампании, в связи с чем применяется наружная реклама (рекламные плакаты спонсоров с нанесением олимпийской символики), реклама в прессе, печатная реклама (логотипы «Coca-Cola», «Helm Bakeries», «Omega» и пр.), реклама в местах продажи товара «Coca-Cola» и «Helm Bakeries». Всё это путает восприятие правильности репрезентации символики ⁴ . Коммерциализация Олимпийских игр даёт прямое влияние на символику данного действия и её интерпретацию в СМИ. Особенно, если учитывать то, что Современные средства массовой информации играют в нашей повседневной жизни большую роль: пресса, радио, телевидение и Интернет не только информируют нас о том, что происходит в мире, но и упорно и успешно занимаются формированием общественного сознания путем открытого комментирования фактического материала, попадающего в поле их зрения. Публицистика, активно вмешиваясь в жизнь общества, создает не только образы и мифы, но и закрепляют их в сознании аудитории определенными информационными сообщениями, теми или иными способами подачи материала, навязыванием стереотипов⁵ .

В XX в. во внешнеполитической деятельности государств и межкультурном взаимодействии доминировала официальная государственная символика (флаг, герб, гимн и т. д.), которая лишь дополнялась традиционными элементами национальных культур. В конце XX – начале XXI в. под влиянием процессов глобализации, унифицирующих и стандартизирующих способы и формы коммуникации, усилилось стремление субъектов международной деятельности использовать

⁴ Галицын С.В., Ткаченко П.А., Бухарков В.В. Этапы эволюции рекламы в олимпийском движении // Ученые записки университета им. П.Ф. Лесгафта. 2017. № 2 (144). С. 35-40.

⁵ Лугуева Р.Г. Языковые средства создания образа врага в публикациях англоязычных СМИ об олимпийских играх в Сочи // В сборнике: Общетеоретические и частные вопросы языкознания сборник научных статей. Чуваш. гос. пед. ун-т ; отв. ред. Н. В. Кормилиня, Н. Ю. Шугаева. Чебоксары, 2014. С. 31-36.

этнокультурную символику, выражающую самобытность народов. Культура перестала быть дополнительным компонентом в концепции презентации государства во внешнем мире и стала самостоятельным независимым фактором. Другими словами, культура начала выполнять ключевые функции в реализации стратегий государства и общества в гуманитарной сфере. Одним из наиболее ярких и масштабных проявлений стратегии «мирного возвышения» на мировой арене можно считать прошедшие в 2008 г. XXIX летние Олимпийские игры в Пекине⁶.

Важность заключается в том, что Олимпийские Игры как зрелищные соревнования, которые отвлекают детей от компьютера и канала «ТНТ», рождают в их сознании кумиров-спортсменов, идеалу которых ребенок стремится подражать, и, соответственно, начинает увлекаться спортом, следить за ним, а не заувлечся ложными потребностями, такими как курение, употреблением алкоголя и наркотиков. И, безусловно, такое мероприятие, как Паралимпийские Игры, дарит надежду детям-инвалидам на то, что у них есть будущее, несмотря ни на что. Они могут стать спортсменами, и неплохими спортсменами, несмотря на ограниченные возможности, и приносить пользу себе, людям и стране, стать известными людьми и почувствовать себя нужными⁷. Здесь стоит отметить особую роль всех элементов Игр, и их символики, как особого образа.

Все эти аспекты делают тему работы крайне актуальной для анализа.

Низкая степень научной разработанности темы обусловлена отсутствием трудов в области проблемы исследования. В отечественных источниках тема олимпийской атрибутики и символики практически не

⁶ Амежнова М.В. Этнокультурные символы в контексте российско-китайского взаимодействия: к проблеме интерпретации // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Серия: Гуманитарные науки. 2013. № 11 (671). С. 197-203.

⁷ Бурков Г.К. О воспитательном значении олимпийских игр // В сборнике: Актуальные проблемы социогуманитарного образования сборник статей. Уральский государственный педагогический университет, Институт педагогики и психологии детства. 2016. С. 29-32.

исследована. В России и за рубежом издается значительное количество специализированной литературы, касающейся различных аспектов олимпийской символики и атрибутики. Изучение аспектов эволюции олимпийской символики за последние 10 лет в рамках различных стран крайне актуально, как явление, неизменно сопровождающее современные Игры Олимпиад.

Объектом исследования является символика Олимпийских игр в средствах массовой информации России и Китая.

Предметом исследования являются национальные репрезентации в символике Олимпийских игр (на примере СМИ РФ и КНР).

Цель исследования: провести анализ особенностей национальной репрезентации РФ и КНР в символике Олимпийских игр.

Задачи исследования:

1. Охарактеризовать особенности Олимпийской символики.
2. Рассмотреть процесс эволюции и современные направления развития дизайна Олимпийской символики.
3. Исследовать влияние фактора национальной культуры и искусства стран, проводящих Олимпийские игры, на дизайн их символики.
4. Проанализировать функции Олимпийской символики и ее роль в СМИ.
5. Выявить особенности национальной репрезентации в символике Олимпийских игр 2008 года, 2014 года и 2016 года.

Гипотеза: в настоящее время субъекты международной деятельности усиливают степень репрезентации этнокультурной символики, выражающей общую стратегию развития государства, его стратегические цели и политические ориентиры в рамках символики Олимпийских игр и её репрезентации в СМИ.

Методология и методы исследования. В первой главе использован метод анализа, описания, обобщения, синтез; во второй главе применялись

методы структурного анализа, контента-анализа, сравнительно-сопоставительного анализа, аналитики и прогноза.

Эмпирическую базу исследования составляют материалы СМИ Российской Федерации и Китая относительно репрезентации символики Олимпийских игр.

Источниковую базу исследования, составили материалы отечественной и зарубежной (КНР) историографии Олимпийского движения, посвященные историческим и современным тенденциям в олимпийской символике. Среди них такие труды, как «Культурная олимпиада: эволюция культурных программ олимпийских игр современности» (Быкова А.Е.), «Олимпийские игры: политический и социальный аспекты» (Гусева Е.П., Матина З.Э.), «Проблемы олимпийских игр современности» (Дзержинская Л.Б., Никифорова М.Д.), «Загадки великого символа, или история олимпийских колец» (Лагутина М.Д.), «Античные Олимпийские игры: история и право» (Малинин В.Б., Сокольский Г.Ю.) и пр.

Теоретической базой выступают труды теоретиков и практиков в области темы исследования, такие как «Этнокультурные символы в контексте российско-китайского взаимодействия: к проблеме интерпретации» (Амежнова М.В.), «Олимпийская символика - основополагающий аспект олимпийского образования» (Банников А.М., Банникова Н.А.), «Пьер де Кубертен и возрождение Олимпийских Игр» (Комаров С.Н.), «Эволюция олимпийской символики и атрибутики» (Мисакян Л.Г., Трескин А.В.), «Идеалы Пьера де Кубертена и современное олимпийское движение» (Сучилин А.А.) и др.

Хронологические рамки исследования охватывают период с 2008 по 2016 г.

Научная новизна магистерской диссертации заключается в комплексном анализе научных публикаций в области темы исследования, а

также источников в рамках китайских и российских баз СМИ, который обусловил создание уникального труда.

Теоретическая значимость магистерской диссертации заключается в том, что её материалы могут быть использованы в рамках преподавания дисциплин по направлениям «Журналистика», «Спортивная журналистика», в обучении магистрантов профиля «Медиадизайн».

Практическая значимость магистерской диссертации заключается в том, что результаты разработки могут быть использованы для уточнения смысловой характеристики ряда атрибутов и символов Олимпийских игр.

Структура магистерской диссертации: введение, две главы, заключение, список литературы и приложения.

Глава I. Символика Олимпийских игр: сущность, история, функции

1.1 Общая характеристика Олимпийской символики

Родиной Олимпийских игр является святилище древних греков – Олимпия. Она располагается на западе полуострова Пелопоннес. Это местечко на берегах реки Алфей, прямо у подножия священной горы Кронос, и поныне является местом, где горит вечное пламя, от которого время от времени зажигается огонь Олимпийских игр и дается старт факельной эстафеты⁸.

Олимпийские игры всегда были связаны с тенденциями, происходящими в международном сообществе и национальными особенностями государства, проводивших их. Игры в Берлине 1936 года ассоциируются с пропагандой нацизма и расизма и личностью Адольфа Гитлера. Игры в Мюнхене 1972 года были саботированы в результате трагической резни нескольких членов израильской делегации. Игры в Монреале 1976 года послужили доказательством запрета южноафриканского участия как результата политики апартеида. Игры в Москве 1980 года были бойкотированы несколькими западными странами в знак протеста против советского вторжения в Афганистан. В ответ на это СССР бойкотировал Игры в Лос-Анджелесе 1984 года⁹. Все эти игры активно освещались в СМИ и имели ряд характерных особенностей: позиционирование, атрибутику, символику, стиль и пр.

Высокая коммерческая ценность Олимпийских игр сегодня является одним из оснований первостепенного внимания к ним со стороны международного олимпийского движения с целью совершенствования их

⁸ Синий, черный, красный, желтый, зеленый - цвета олимпийских колец [Электронный ресурс] // URL: <http://fb.ru/article/119603/siniy-chnyiy-krasnyiy-jeltyiy-zeleniy---tsveta-olimpiyskih-kolets> (Дата обращения: 16.12.2013).

⁹ Даниэль Анорве Анорве Олимпийские игры в Пекине (2008), Сочи (2014) и Рио-де-Жанейро (2016) как результат влияния стран БРИКС // Современное право. 2014. № 1. С. 147-152.

экономического аспекта. Так, в итоговом документе 13-го Олимпийского конгресса, состоявшегося в 2009 году в Копенгагене, отмечается: «С помощью членов Олимпийского движения МОК должен тщательно рассмотреть определенные уровни сервиса на Олимпийских играх. В связи с этим было бы полезно сравнить Олимпийские игры с другими крупномасштабными соревнованиями¹⁰.

Современная Олимпиада является крупнейшим мировым спортивным событием. Проводится она раз в два года, чередуя зимние и летние Олимпийские игры. Грандиозное мероприятие собирает тысячи спортсменов со всех уголков мира и объединяет миллионы любителей спорта в месте проведения Олимпиады, а также у экранов телевизоров. Не обходится организация и проведение Олимпийских игр без свойственной им символики, которая утверждена Международным олимпийским комитетом и не может быть изменена без их разрешения¹¹.

Что такое символ? «Словарь русского языка» С. И. Ожегова дает на это следующий ответ: «Символ – предмет или действие, служащее условным знаком какого-либо понятия»¹². В качестве примера приводится голубь как символ мира. От существительного «символ» образован глагол «символизировать» - то, что служит символом чего-нибудь. Например, якорь символизирует надежду¹³. В приведенных примерах и голубь, и якорь являются атрибутами. По словарю Даля значение слова «атрибут» определяется как «отличительная принадлежность, присвоенная кому или чему знак, предмет для отличия»¹⁴. В «Энциклопедическом словаре Брокгауза и Ефрона» говорится, что в искусстве атрибутами называлась

¹⁰ Бубка С.Н. Современный олимпийский спорт: экономический механизм саморазвития // Национальный олимпийский комитет. 2011. С.12-24.

¹¹ Что символизирует Олимпийская символика [Электронный ресурс] // URL: <http://lib2.podelise.ru/docs/77881/index-2283.html>

¹² Ожегов С.И., Словарь русского языка. М.: Госиздательство иностр и нац словарей, 1963. С. 707.

¹³ Там же.

¹⁴ Атрибут. [Электронный ресурс] // Общий толковый словарь русского языка [сайт]. URL: <http://tolslovar.ru/a6841.html>

символическая принадлежность, свойственная какому-либо лицу, преимущественно внешний предмет, значение которого улавливается даже неопытным взглядом. Атрибуты, заменяя надписи, служат, таким образом, языком художника, например, вес и меч – атрибут правосудия, лук и стрелы – любви¹⁵. Атрибуты, имеющие символическое значение, часто встречаются в изображениях древних египтян, греков, римлян и других народов еще за много тысячелетий до нашей эры.

Олимпийская символика также является набором различных атрибутов Олимпийских игр, используемые для продвижения Олимпийского движения во всем мире. Некоторые из них являются базовыми и неизменными, другие меняются в зависимости от того, где проводится та или иная Олимпиада. К олимпийской символике относятся: флаг, эмблема (пять колец и логотип), олимпийский факел (огонь), оливковая ветвь. пиктограммы, талисман, медаль, гимн, клятва, дюзунг¹⁶ (приложение 1). История современных Олимпийских игр насчитывает более века. Олимпийская символика также прошла более, чем столетний путь развития и эволюции. В символике отражаются национальные особенности каждой принимающей страны. Обычно, но не всегда, элементом эмблемы являются олимпийские кольца.

К олимпийской символике и паралимпийской символике относятся также произведения изобразительного искусства, музыкальные, литературные и иные произведения, содержащие олимпийскую символику и (или) паралимпийскую символику или ее элементы и предназначенные для обозначения Олимпийских игр и (или) Паралимпийских игр. Большинство

¹⁵ Атрибут. [Электронный ресурс] // Общий толковый словарь русского языка [сайт]. URL: <http://tolslovar.ru/a6841.html>

¹⁶ Олимпийская символика [Электронный ресурс] // Википедия [сайт]. URL: http://ru.wikipedia.org/Олимпийская_символика

объектов олимпийской и паралимпийской символики охраняется в качестве зарегистрированных товарных знаков¹⁷.

Создание международного имиджа – единственный путь к успеху олимпийского бренда. Международный олимпийский комитет (МОК) развивает некоторые церемонии древних Олимпийских игр. В 1851 году на международной выставке в Лондонском Хрустальном дворце, были показаны великолепные образцы дизайна. С тех пор, люди четко осознали, что для того, чтобы Олимпийские игры стали международным мероприятием, распространяющим олимпийский дух, необходимо тщательно планировать концепцию визуальных проектов.

С 19 по 23 июня 1914 года Международный олимпийский комитет (МОК) провел конгресс в Институте Сорбонны в столице Франции Париже, где также отметил свое 20-летие. На этом собрании инициатор организации современных Олимпийских игр и бывший президент Международного олимпийского комитета (МОК, 1896-1916, 1919-25) Пьер де Кубертен представил самую представительную, символичную и авторитетную символику в истории современных Олимпийских игр: эмблема (пять колец) и олимпийский флаг. На встрече четко оговаривалось, что Олимпийские кольца и Олимпийский флаг являются олимпийской символикой. Исходя из этого, была создана система имиджа олимпийского бренда: эмблема (пять колец), флаг, гимн, девиз и лозунги в качестве вспомогательных положений. Пьер де Кубертен возглавлял МОК на протяжении 29 лет. В 1925 году Кубертен ушел в отставку. Он стал автором важнейшего документа - Олимпийской Хартии (основной документ МОК). В ней были сформулированы идеалы, основные принципы Олимпизма и правила прове-

¹⁷ К вопросу об использовании олимпийской символики [Электронный ресурс] // Новости ФАС регионов России [сайт]. URL: <http://www.regionfas.ru/66/41135> (Дата обращения: 08.10.2013).

дения Олимпиад. Олимпийская хартия и Протокол, Присяга атлетов, церемонии открытия и закрытия Игр - все это было плодом его труда¹⁸.

Олимпийские игры унаследовали великие традиции Древней Греции и на сегодняшнем этапе являются событием мировой важности, большой социальной значимости, служат не только поводом к демонстрации спортивных достижений, но и возможностью людям разных взглядов и национальностей объединиться и лучше узнать друг друга.

Современное общество уже не представляет Олимпиаду без определённых символов. Некоторые символы создаются индивидуально для каждой принимающей страны. Символика должна запоминаться и отражать существующие тенденции. Олимпийские игры представляют собой всемирный праздник единения государств, которые соревнуются в спорте, а не в политических играх. Символы Олимпиад отражают главные постулаты этого мероприятия – развитие спорта, а также добрых взаимоотношений и взаимопонимания между странами.

Каждый символ возник неслучайно и имеет свою историю. Некоторые символы, такие как кольца, флаг, гимн, оливковая ветвь, клятва и лозунги остались на сегодняшний день неизменными. Другие символы, такие как эмблема игр олимпиады, факел, талисман и медаль могут меняться от игр к играм, иметь свои особенности, основанные на принципах, вкусах и традициях принимающего Олимпиаду государства. Немаловажную роль в этом играет и политическая обстановка, поскольку она находит свое отражение в контексте олимпийских символов. Первым примером может послужить факел 1936 года Олимпиады в Берлине, где национализм читается в подтексте формы факела и букв.

Рассматривая организационную составляющую Олимпийских игр можно выделить ядро самого события и его оболочку. Ядром являются спортивные соревнования, сама олимпийская программа, а его оболочкой

¹⁸ Комаров С.Н. Пьер де Кубертен и возрождение олимпийских игр // Современные проблемы сервиса и туризма. 2008. № 3. С. 4-6.

является церемониал, олимпийская символика и атрибутика, олимпийская культурная программа, коммерческие мероприятия. В культурной программе находят выражение социальная, этическая и нравственная стороны олимпийского движения, содержание которого по мысли Пьера де Кубертена, выражается формулой: спорт - наука искусство. «Спорт средство культуры, - писал Кубертен. - Искусство должно соседствовать со спортом»¹⁹.

Олимпийский флаг – это атласное белое полотно с олимпийской эмблемой. Флаг придуман Пьером де Кубертенем в 1913 году. Впервые поднятие флага состоялось в 1914 году в столице Франции, но не на Олимпийских играх, а к празднованию 20-летия возрождения этих соревнований. Планировалось использовать Олимпийский флаг на играх в 1916 г. Из-за войны соревнования не состоялись, и знамя не было представлено публике. И только в 1920 году на VII летних Олимпийских играх в Антверпене впервые был поднят Олимпийский флаг. Кольца символизируют пять частей света. Шесть цветов (вместе с белым фоном полотна) скомбинированы так, что представляют собой национальные цвета всех без исключения стран мира. Каждое открытие Олимпийских игр начинается с поднятия на флагштоке стадиона без золотого окаймления Олимпийского флага. Знамя изготавливает страна, которая проводит на своей территории соревнования. Во время закрытия страна, в которой проходили состязания, передает государству, в котором их планируется проводить через четыре года, Олимпийский флаг. Но он уже с золотым окаймлением²⁰.

Эмблема игр представляет собой пять колец, символизирующие единство Олимпийского движения в пяти частях света. Эмблема является

¹⁹ Быкова А.Е. Культурная олимпиада: эволюция культурных программ олимпийских игр современности // В сборнике: Олимпийское движение: история и современность Материалы XXVII Олимпийской научной сессии молодых ученых и студентов Сибири. под общ. ред. Н.В. Колмогоровой. 2016. С. 11-15.

²⁰ Гросова А. Олимпийский флаг - что он символизирует? [Электронный ресурс] // URL: <http://fb.ru/article/146211/olimpiyskiy-flag---chto-on-simvoliziruet#image442404> (Дата обращения: 10.07.2014).

«символом деятельности олимпийского движения, союза пяти континентов и спортсменов со всего мира»²¹. Слева направо по очереди расположены кольца разных цветов: синее, черное, красное, желтое и зеленое. Форма фигуры представляет собой небольшую трапецию, которая сужается к низу. Благодаря повторению колец получается интересный динамический визуальный эффект. Для самых первых современных Олимпийских игр использовались плакаты, на которых не было символики. Позднее пять олимпийских колец стали простым и динамичным символом Олимпийских игр. С тех пор эмблема менялась только несколько раз. Например, в 1936 году в Берлине кольца были поставлены в один ряд. Таким образом, эмблема Олимпийских игр остаётся практически неизменной.

Цвет колец и символическое значение фигуры точно воплощают внутренний дух Олимпиады. Пять цветов символизируют единство пяти континентов и встречу спортсменов со всего мира на Олимпийских играх. Они полностью воплощают идеи Олимпиады: «Все страны, все народы» и «Олимпийская семья». Они не только показывают дружбу и единство спортсменов всего мира под флагом олимпийских игр, но также подчеркивают, что все спортсмены должны быть честными на игровом поле. Круг – простая и совершенная стандартная форма. Психолог Карл Джоан говорит: «круглый означает совершенное, связанные кольца означают продолжение»²². Поэтому пять колец представляют собой равенство и мир между народами мира и надежду на то, что Олимпийские игры будут развиваться. С идеей служения делу мира между народами согласен Пьер де Кубертен²³.

²¹ Банников А.М., Банникова Н.А. Олимпийская символика – основополагающий аспект олимпийского образования. Вестник Майкопского государственного технологического университета. 2016. № 2. С. 42-47.

²² 乐泉, 奥林匹克运动与文化艺术, 大众文艺出版社, 2008年, 第38页。[Лэ Цюань. Олимпийское движение, культура и искусство. Пекин: Массовая литература и искусство, 2000. С. 38.]

²³ Олимпийский логотип. [Электронный ресурс] // Официальный сайт Олимпийского комитета Китая [сайт]. URL:

Логотип. Эмблему Олимпийских игр также часто называют логотипом. Обычно варианты логотипа рассматриваются очень долго. Финальный образец дизайна логотипа утверждается Исполкомом МОК. Эмблема включает изображение и текст, которые выражают определенный смысл. Логотип содержит в себе простую и сильную символику, которая легко распознается и запоминается. Благодаря визуальному языку изображения логотип выражает тему олимпийского духа. Логотип игр отображает ценностные ориентации олимпийских игр и культурную коннотацию. Используя методы визуального коммуникационного дизайна, эмблема подробно художественно разъясняет олимпийские идеи. Она может показать уважение принимающей страны к олимпийскому духу и продолжение олимпийских традиций.

Талисман. Наибольший интерес у зрителей вызывает талисман Олимпиады. Словосочетание «олимпийский талисман» (Olympic Mascot) первоначально появилось во французском Провансе (Mascotto). Это слово в 19-м веке встречается во французском словаре орфографии. Позднее из этого слова и развилось английское слово Mascot. Оно обозначает, что какой-то человек или животное может приносить благоприятные и хорошие вещи, удачу. Каждый талисман имеет свою уникальность. Через дизайн концепций, моделей и символические системы талисманы могут выражать идеи национальной духовной культуры. Во время Олимпийских игр используются дружественные талисманы, которые призваны сокращать дистанцию между людьми. Именно поэтому они любимы у аудитории Олимпийских игр.

Талисман может соединять людей, страны, регионы и этнические группы. Талисман получает признание у себя и за рубежом, создавая образ хозяина игр. Дизайн и тема олимпийского талисмана – одни из самых ярких способов репрезентации традиционной культуры и национальных особенностей страны. Они показывают стремление страны или города к

гармонии и прогрессу, демонстрируют уникальные местные, исторические и культурные характеристики принимающей страны. Это истинная ценность талисмана.

Понятие «олимпийский талисман» официально было утверждено летом 1972 года на сессии Международного Олимпийского Комитета, проходившей в рамках XX Олимпийских игр в Мюнхене²⁴.

Миссия олимпийского талисмана - «отразить дух страны-хозяйки игр, принести удачу спортсменам и накалить праздничную атмосферу».

С того времени, когда появились талисманы, произошли изменения не только в их внешнем виде, но и в смысловом донесении²⁵.

Первый талисман появился в 1968 году на Олимпиаде в Гренобле – это был маленький лыжник Шусс. Он имел большую красно-белую голову с олимпийскими кольцами, а тело было окрашено в тёмно-синий цвет. В 1972 году в Мюнхене появилась такса Вальди синего цвета в оранжевом свитере. Канада в 1976 году избрала своим талисманом бобра. Он был чёрного цвета с красным поясом, на котором светились пять колец. Этот талисман получился мрачным.

Самых первых талисманов отличает простота в сочетании с олимпийской символикой, без особой смысловой нагрузки, но с появлением талисманов начала 80-х годов XX века представления о талисманах изменились глобально, и конечно, в этом свою роль сыграл Олимпийский Мишка Московской Олимпиады 1980 г. Именно тогда, талисман впервые был повернут лицом к людям, озаряя всех своей улыбкой и дружелюбным взглядом, т.е. в талисман были добавлены черты, присущие человеку, что не могло не отразиться на популярности такого талисмана. Московский талисман 1980 года запомнился всем – это был мишка с доброй улыбкой.

²⁴ Лебедева О.Д. Олимпийская символика: история и современность // Бюллетень медицинских интернет-конференций. 2013. Т. 3. № 11. С. 1272.

²⁵ Немова Д.В., Быльева Д.С. Коммуникативное послание олимпийских талисманов // В книге: Коммуникативные стратегии информационного общества Труды VI Международной научно-теоретической конференции. 2013. С. 281-284.

И в этом же году на зимней Олимпиаде в Лейк-Плэсиде, талисман в виде енота был одет в спортивный костюм, который также олицетворял человеческий образ. Постепенно олимпийская символика уходила на второй план, и все ярче проявлялся национальный характер стран. Первым таким талисманом стал Орленок Сэм на Олимпийских играх в Лос-Анджелесе. Всем известно, что Орел является главным символом Америки, и этот талисман был одет в национальные цвета США.

Далее важное изменение произошло в количестве представляемых талисманов, на Олимпиаде 1988 года в Калгари, впервые их стало двое, а с 1998 года и до настоящего времени на каждых Олимпийских играх количество талисманов составляет минимум 2, максимальное число талисманов составило 5 на Играх в Пекине. В 2008 году китайцы создали не одного, а целых пять талисманов Олимпиады под общим названием Фива, т.е. дети удачи. Эти дети отображали пять природных стихий: вода, лес, огонь, земля и небо.

Талисманом Паралимпийские игры 2002 стала выдра Отто, подобный выбор имел некоторый «экологический» аспект: выдры в этом регионе были практически истреблены из-за загрязнения воды и браконьерства. Не в последнюю очередь из-за популярности талисмана в последующие годы ситуацию удалось исправить. В последнее время все чаще в виде талисманов предстают неодушевленные выдуманные существа, начиная с Олимпийских Игр в Афинах 2004 года, где талисманами стали древнегреческие куклы. Также в пример можно привести талисманы в виде капельки льда и снега.

Одной из современных тенденций является привязка талисмана к истории страны и нередко можно встретить скрытый смысл имени талисмана Игр, например, на Играх в Пекине 2008 года при соединении первых букв имен талисманов, можно было получить следующее донесение: «Пекин приветствует Вас!»

В Лондоне 2012 года талисманами стали одноглазые Уэнлок и Мендвилль. Эти существа представляли собой инопланетные создания, что они символизируют непонятно (Приложение 2).²⁶

Талисманы Игр Сочи 2014 в виде леопарда, зайки и мишки, были созданы и выбраны голосованием и поэтому наши талисманы особо не привязаны к какому-либо глубокому смыслу, главное, что они важные представители природы нашей страны. Белый мишка отсылает нас в прошлое, к Олимпиаде в Москве, белый леопард, похожий на снежного барса, символизирует Кавказ - регион, где находится столица Олимпийских игр 2014 года, а зайка представляет важный вид спорта в нашей стране – фигурное катание.

Талисманы Олимпийских игр имеют богатую историю, прошли глобальные изменения в их образе, но самое главное в них появилась более глубокое смысловое направление, теперь практически каждый талисман доносит до нас какое-то послание той страны, которую он представляет. Каждый человек мечтает получить небольшую частичку Игр, и, конечно, организаторы Игр этим пользуются, используя талисман как средство донесения нужной информации до людей не только одной страны, но и всего мира. Такое послание распространяется по всему миру и организаторы Игр этим привлекают наше внимание к различным сферам нашей жизни, от культуры и традиций стран до политической и экологической ситуации в мире.

Спустя время многие страны критикуют и даже ругают свои талисманы, которых сами и выбирали. Пожалуй, единственный кто остался в душах русских людей – это московский мишка Топтыгин. Так почему же сегодня в качестве талисманов стали появляться странные существа? Люди перестали видеть прекрасное даже в олимпийском талисмане. Нам кажется, что такие тенденции являются негативными.

²⁶ История талисманов [Электронный ресурс] // URL: <https://lapin.ru/blog/istoriya-talismanov>

Пиктограммы. Ещё одним важным символом Олимпийских игр (зимних, летних, паралимпийских) являются пиктограммы. Пиктограмма – это знак, отображающий важнейшие узнаваемые черты объекта, чаще в схематичном виде²⁷. Пиктограммы отображают виды спорта, представленные на играх.

Пиктограммы передают характеристики различных видов спорта зрителям при помощи простых и схематичных изображений. Пиктограммы помогают зрителям и спортсменам преодолевать языковой барьер. Они четко передают необходимую информацию всем участникам игр, чтобы те могли попасть в точное место проведения игры. Основная функция олимпийских пиктограмм – узнавание. Также они показывают мысль, которую хочет передать принимающая страна.

Из-за стиля дизайна разных периодов и разных дизайнерских идей различных стран, пиктограммы каждых Олимпийских Игр отличаются от других. Но в целом, они имеют похожие черты. Такая согласованность помогает регулировать правила оформления пиктограмм Олимпийских Игр и их эстетический дизайн, которые оказывают неизменное влияние на культурную трансляцию Олимпийских Игр.

Первое схематичное изображение видов спорта было использовано на Олимпиаде 1936 года в Берлине. Несмотря на то, что это нововведение было принято не сразу, оно стало аналогом официального графического символа. Такой символ мир увидел в 1964 году на Олимпиаде в Токио. Пиктограммы придумали графики Ю.Камекуро и К.Масару. Схематичные изображения должны были помочь спортсменам и зрителям легко ориентироваться на месте проведения соревнования. В Мехико (1968 год) пиктограммы были размещены на цветном фоне, где для каждого вида спорта был выработан свой цвет. Например, для фехтования – жёлтый цвет, для парусного спорта – синий. Такой вариант не прижился, поскольку большое количество цветных

²⁷ Словари и энциклопедии на Академики [Электронный ресурс] URL: http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_tech/867/пиктограмма

и разнообразных пиктограмм вызывало путаницу и разфокусированность внимания всех участников и зрителей Олимпиады.

В Мюнхене этот недостаток символов был исправлен, был предложен следующий вариант – чёрные фигуры атлетов и спортивных снарядов на белом фоне. Наиболее совершенные современные пиктограммы разработал Н.Белков для Олимпиады в Москве. Атлеты белого цвета на чёрном фоне оказались очень лаконичными, чёткими, ясными и хорошо читаемыми.

Принцип отображения белого на однородном фоне в разработке спортивных пиктограмм применяется и сегодня. Некоторые страны в пиктограммах обыгрывают характерный для них традиционный предмет. Например, австралийцы в своих символах отразили мотив бумеранга. Они оказались очень интересными и оригинальными, но из-за цветных рамок – плохо читаемыми. Для Афинских игр были придуманы пиктограммы в древнегреческом чернофигурном стиле.

Англичане удивили весь мир, разработав пиктограммы не только для Олимпиады 2012 года, но и для Паралимпийских игр. Атлеты прорисованы достаточно подробно и хорошо читаются на чёрном фоне. Паралимпийские эмблемы изображены при помощи плавных линий голубого и красного цвета на белом фоне. Мы считаем, такой подход к спортивным пиктограммам правильным (Приложение 3). Сегодня создание пиктограмм для Олимпиад базируется на уже сложившихся традициях символов и особенностях принимающих стран.

Олимпийский огонь. Он символизирует мир, свет, солидарность и дружбу. В Древней Греции на Олимпийских играх люди зажигали огонь в соответствии с религиозными правилами. Согласно древнегреческим мифам, Прометей похитил огонь с Олимпа и принес его людям. Поэтому с тех пор стало традицией начинать каждую Олимпиаду именно с зажигания Олимпийского огня. Впервые на современных Олимпийских играх огонь впервые использовали в Берлине в 1936 году, тогда прошла эстафета с

Олимпийским факелом. Этот ритуал до сих пор играет важную роль в процессе открытия Олимпийских игр.

В Древней Греции во время проведения Олимпийских игр существовала традиция зажигания олимпийского огня. В память о первых Олимпийских играх в наше время за несколько месяцев до открытия очередных Игр в городе Олимпия стартует факельная эстафета. Олимпийский огонь у развалин древней Эллады зажигает греческая девушка. Переходя из рук в руки бегунов, олимпийский факел преодолевает долгий путь, прежде чем достичь олимпийского стадиона. В день открытия Олимпиады последний участник факельной эстафеты поднимается к огромной чаше «светильни ка» и зажигает олимпийский огонь, который не гаснет, пока продолжаются Игры. Самым древним олимпийским символом является Олимпийский огонь. В ознаменование почести Зевсу, древние греки зажигали на алтарях Олимпии священный огонь. Его свет символизировал одновременно и жертву, и божественную справедливость судейства и присутствие на Играх самих богов, сошедших с Олимпа. Ритуал зажжения был возобновлен Кубертенем в 1912 году.

Олимпийский огонь символизирует чистоту, попытку совершенствования и борьбу за победу. Традиция зажигать огонь на стадионах была начата в 1928 году. Эстафета по доставке факела в город где проводились игры впервые состоялась в 1936 году²⁸.

Олимпийский факел. Он используется для зажигания Олимпийского огня. На зимней Олимпиаде в 1960-м году в Соединенных Штатах дизайнер Джон Хэнк определил основные принципы дизайна факела: он должен воплощать в себе образ принимающей игры страны и тему текущей Олимпиады. С тех пор факел приобрел огромное значение на Олимпийских играх.

²⁸ Лебедева О.Д. Олимпийская символика: история и современность // Бюллетень медицинских интернет-конференций. 2013. Т. 3. № 11. С. 1272.

Олимпийский огонь и факел впервые зажгли в Амстердаме в 1928 году, но эстафета с последующим зажжением произошла лишь на Олимпийских играх 1936 года в Берлине. Дизайн факела в Берлине был придуман Вальтером Лемке. Факел Лемке выражал аскетизм. В 1948 году, в Лондоне подхватили идею эстафеты. Лондонский факел был придуман Ральфом Лаверсом. Его дизайн был продиктован классическим стилем в архитектуре. Автор факела Олимпиады 1952 года в Хельсинки не известен, но сам факел был довольно необычным, потому что имел деревянную ручку, на которой была закреплена серебряная чаша. Римский факел (1960 год) из алюминия с бронзовым покрытием был изящным. Его дизайн был навеян античными скульптурами. Дизайн факела 1968 года (Мехико) отличается простотой. Факел напоминает свёрнутый веер, из кончиков которого складывается выгравированная надпись «Мехико 68». Факел Олимпиады в Москве 1980 года отличается от своих предшественников не только формой, но и использованием специальных шнуров, пропитанных оливковым маслом для того, чтобы огонь имел розовый оттенок.

В 1984 году в Лос-Анджелесе был представлен факел с выгравированным изображением главного стадиона принимающей страны. Один из самых красивых и богатых Олимпийских факелов был представлен в Сеуле (1988г.). На нём были выгравированы два дракона как символ гармонии Востока и Запада. Зимняя Олимпиада 1992 года в Альбервилле стала отправной точкой для авангардных и экстравагантных форм факелов. Факел в виде нераскрывшегося бутона придумал знаменитый дизайнер Филипп Старк.

Индустриальный дизайнер Анре Рикард создал оригинальный факел для Олимпиады в Барселоне (1992г.). По форме он напоминал гвоздь. Более современный и оригинальный факел был в Нагано (1998г.). За основу были взяты традиционные факелы Таймацу. Он был изготовлен из алюминия и горел за счёт пропана, что позволило создать лёгкую и экологически чистую

конструкцию. В Сиднее, в 2000 году был представлен трёхслойный факел, символизирующий три стихии: воду, землю и огонь. Афинский факел 2004 года был создан промышленным дизайнером Андреасом Варотсосом, который изобразил Древнюю Грецию в виде деревянной вставки из оливкового дерева в сочетании с современностью – металлом. Такой факел был лаконичен, но технически несовершенен. В Пекине мы увидели факел в виде свитка, который создала компания Lenovo. Он был сделан из алюминия и магния, а в качестве горючего использовали пропан. Этот символ стал самым технологичным и экологичным в истории факелов²⁹. Олимпийский факел в Сочи 2014 года был оригинальным и интересным, но технически оказался не совершенным (Приложение 2).

Олимпийский факел, пройдя свою эволюцию, становится более интересным, оригинальным, экологичным и технологически совершенным. На изменения конструкции и материала факела влияют экологические причины. Большую роль в создании факела играет не только дизайнерское видение, но и исследования в области промышленности, технологий. Совершенствуется идея поддержания огня в различных климатических условиях, материалы, используемые в создании факела.

Оливковая ветвь. Ещё один символ Олимпиады – Оливковая ветвь, а точнее, венок. Его вручают обладателям первого места. Эта традиция зародилась в Древней Греции, но до 2004 года (в Афинах) она не использовалась в играх. Сейчас Олимпийская ветвь является неизменной частью Олимпиады.

Олимпийские игры – это, в первую очередь, соревнование, в котором кто-то выигрывает, а кто-то проигрывает. Было принято решение присваивать победителям медали разного достоинства. Для каждой Олимпийских игр разрабатывается уникальный дизайн. Медаль, как и другие

²⁹ Факел Олимпиады: хроника создания. [Электронный ресурс] // Спортивный журнал [сайт]. URL: <http://sportzur.com/2014/02/fakel-olimpiady-hronika-sozdaniya.html>

элементы Олимпийской символики, отражает национальные особенности принимающей страны.

Церемония награждения на современных Олимпийских играх включает в себя такие обязательные процедуры, как поднятие государственных флагов, включение государственных гимнов и вручение медалей победителям. Во время награждения победителей представителями МОК, мы можем видеть выражения радости и волнения на лицах спортсменов. Медаль представляет государственную ценность, приносит известность спортсмену, который ее получил, а также подтверждает его достижения.

Медали Олимпийских игр 1986 года в Афинах были только серебряными и бронзовыми. Это было обусловлено тем, что у древних греков не было золотых медалей. Победителя они награждали серебряной медалью и короной из оливковой ветви, а спортсмена, занявшего второе место, бронзовой медалью и лавровой короной.

Олимпийские игры 1900 года в Париже и 1904 года в Сент-Луисе проводились совместно с Всемирными выставками. В 1907 года МОК провел встречу в Гааге, где принял решение награждать тройку победителей золотой, серебряной и бронзовой медалью.

Олимпийский гимн впервые прозвучал в 1896 году. Его музыку написал композитор Спирос Самарос, слова - Костис Паламас. До 1960 года страны сами писали гимн Олимпиады, но потом был возвращен первый вариант. Менялся только язык, на котором исполняли гимн. Перевод гимна с греческого на русский язык к Олимпиаде в Москве 1980 года сделал поэт Роберт Рождественский.

Клятва и лозунги. Неотъемлемой частью олимпиады являются клятва и лозунги. Лозунги основаны на олимпийском девизе, придуманном священником Дидоном. Вот как звучал девиз на латинском языке: «быстрее, выше, храбрее», но нам более известен английский вариант – «быстрее, выше, смелее». Существует две олимпийские клятвы: одна произносится на

открытии Олимпиады от имени спортсменов, а вторая – от имени судей. Спортсмены клянутся соблюдать правила и быть благородными по отношению к другим спортсменам, к судьям и зрителям. Судьи – быть честными и справедливыми. Такие клятвы являются не только важным элементом Олимпийских игр, но и демонстрируют, как люди должны соблюдать правила и держать слово, данное в клятве. К сожалению, не все спортсмены и судьи бывают честными.

Рассмотрев историю каждого символа Олимпиады, можно сделать вывод, что сейчас они упрощаются, становятся технологически совершенными, но теряют свою красоту, особенность, самобытность. Талисманов становится всё больше, но они не запоминаются, не вызывают положительных эмоций. В отличие от них, пиктограммы становятся более совершенными, лаконичными, ясными и самобытными.

В современном мире, где каждый человек спешит по своим делам и не видит происходящего вокруг, где молодёжь становится жестокой, где люди оценивают окружающих как вещи, по их «стоимости», где во время Олимпийских игр судьи, политики, болельщики ведут «нечестную игру», необходимы символы, которые будут объединять людей в спорте, в добрых помыслах. Поэтому тенденция развития олимпийских символов должна стоять на страже доброты, порядочности, мира.

1.2 Процесс эволюции визуальной символики Олимпийских игр: этапы, тенденции, функции

С тех пор как «отец» Олимпийских игр Пьер де Кубертен возобновил проведение Олимпийских игр, разработка визуального дизайна современных Олимпийских игр пережила процесс длительного развития. С непрерывным развитием олимпийской идеологии, современного искусства и дизайна,

повышения интереса общественности к Олимпиаде, визуальный дизайн изображения постепенно развивается и совершенствуется.

1.2.1 Этапы качественного роста визуальной Олимпийской символики

Первоначально эмблемы, пять колец и другие визуальные изображения, связанные с Олимпиадой, не были связаны друг с другом. Затем стал развиваться системный дизайн, который связал все эти элементы. Процесс развития образов Олимпиады можно разделить на четыре этапа: исследование, формирование, развитие и зрелость.

Этап исследования: 1896 – 1908 гг. Первый этап исследования олимпийского визуального дизайна изображения охватывает период с первых Олимпийских Игр (в 1896 году) до четвертой Олимпиады (в 1908 году). В 1896 на первых современных играх в Афинах не было ни эмблем, ни плакатов. На обложке официального отчета данных Олимпийских игр была изображена девушка в платье. Она держит в руках венок, сплетенный из оливковых листьев, который символизирует честь победителя. На фоне изображен Парфенон и стадион Мара Мур, которые отражают атмосферу Древней Греции. Надпись в верхнем левом углу «776-1896 до н.э.» обозначает дату начала древних и современных Олимпийских игр и показывает взаимосвязь между ними. Это изображение наглядно показывает особенности Олимпийских игр в Афинах и отличает их от других спортивных соревнований.

Парижская Олимпиада 1900 года, Олимпийские игры в Сент-Луисе в 1904 году и Олимпийские игры в Лондоне в 1908 году были частью Всемирной выставки «World Expo». Европейские и американские обложки и плакаты развивались под влиянием тенденций господствующего в то время модернистского искусства и дизайна. На этих Олимпийских играх плакаты использовались для распространения информации о соревнованиях. Кроме того, даже медали и сертификаты спортсменов сыграли роль в области

распространения информации об Играх и способствовали распространению олимпийского движения.

С первой (в 1896 году) и по четвертые Олимпийские Игры (в 1908 году) олимпийский отчет, официальная обложка программы, коммерческие спортивные плакаты и др. были оригинальными олимпийскими визуальными образами. Они отражали форму и стиль того времени. Это не традиционный визуальный образ в современном смысле, но именно так был заложен фундамент олимпийского визуального дизайна изображения.

Формирующий этап: 1912 – 1960. Олимпийские игры в 1912 - 1960 год пережили эпоху войн и революций. Олимпийские визуальные образы и система организации игр рождались под влиянием модернистского искусства и дизайна и искусства войны. Рождение олимпийского визуального образа имеет эпохальное значение в истории олимпийского движения. Он превратился из абстрактного смысла олимпиады в изображение. Это сыграло благоприятную роль для понимания олимпийских игр. В этот период при создании Олимпийского визуального дизайна пытались избавиться от эффекта политических и коммерческих факторов, подчеркнуть независимость зрительного образа. В это время появились пять олимпийских колец, эмблема Олимпиады, олимпийские плакаты, пиктограммы, карта соревнований и т.д.

В 1912 году в Стокгольме в 1912 году появился первый плакат, созданный специально для Олимпийских игр. Это ознаменовало рождение зрительного образа Олимпиады. На этой картине изображен обнаженный спортсмен и развевающие разноцветные флаги конкурирующих наций. Этот яркий, броский и контрастный плакат имел сильный визуальный эффект.

В 1913 году основатель современной Олимпиады Пьер Кубертен рекомендовал дизайн олимпийского логотипа. В 1914 году он представил схему из пяти олимпийского колец. После этого, в 1920 года на Олимпийских

играх в Антверпене Международный Олимпийский Комитет утвердил, что синий, желтый, зеленый, черный, красный цвета колец символизируют Европы, Азии, Океании, Африки и Америки. Пять колец на логотипе символизируют единство пяти континентов. Но этот дизайн эмблемы Олимпиады в то время еще не появился на олимпийских плакатах.

В 1924 году парижане провели одни из самых успешных Олимпийских игр в то время. На этой Олимпиаде родилась первая эмблема принимающей страны. Как и на гербе Парижа, на эмблеме Олимпиады, которая проводилась в столице Франции, изображен парусник в море. Такое изображение символизировало то, что Олимпийские игры в Париже оказали влияние на развитие Олимпийского движения. С тех пор дизайн олимпийского логотипа и дизайн плаката разделили.

На Олимпиаде 1932 года в Лос-Анджелесе впервые появилось изображение колец. С тех пор олимпийские кольца стали неотъемлемой частью эмблемы Олимпийских игр. Это поворотный момент в истории дизайна эмблемы Олимпийских игр. Дизайн олимпийской символики постепенно развивался и становился все более зрелым.

С 1936 года в визуальном образе символики стали находить выражение искусство и культура принимающей страны. Это расширило тематику изображений на плакатах. Это повлияло на эстафету олимпийского огня и проведение различных мероприятий. Тираж плакатов был увеличен, формировались различные серии плакатов. Они стали важной частью визуального содержания Олимпийских игр.

На Олимпиаде 1960 года в Риме в эмблеме использовались мотивы древней римской культуры. На этой эмблеме был изображен символ города Рима – «римская волчица». С тех пор в дизайне Олимпийской эмблемы стали прослеживаться национальные мотивы.

В этот период растут требования к дизайну олимпийской символики, что сказывается на его активном развитии. Символика должна была отражать

дух олимпийского движения, культуру, искусство и традиции принимающих стран. Такой подход помог в распространении олимпийских идей и их влияния. Сочетание искусства с дизайном Олимпиады способствовало общему процветанию.

Однако из-за отсутствия четкой системы дизайна, визуальный образ этого периода является децентрализованным, изображения не являются унифицированными, визуальное воздействие изображения было небольшим.

Период развития: 1960 – 1980 гг. В это время олимпийское движение развивалось в спокойной обстановке. Увеличивался масштаб Олимпийских игр, в мероприятии задействовалось все больше людей. В это время Олимпийские игры и олимпийское движение становятся особенной ценностью в сознании людей. Вместе с повышением значимости Олимпиады в обществе и широкомасштабным распространением идей олимпийского движения растут требования к дизайну визуальных элементов Олимпиады. В течение этого периода по всему миру распространяется дизайн в стиле модерн, появившееся в Bauhaus.

Появились новые требования к визуальной символике – она должна быть более выразительной, систематичной и коммуникативной. В 1964 году на Токийских олимпийских играх успешно использовалась идентификационная система распознавания образов в области коммерческого дизайна, поэтому элементы изображения Олимпийских игр впервые составили систему разработки и дизайна. С тех пор дизайн олимпийского образа вступил в новый этап – дизайн системы.

На данном этапе принимающие страны определяют концепции и темы дизайна олимпийской символики. Большинство стран, принимающих игры, используют визуальный дизайн Олимпийских игр в качестве платформы, благодаря которой можно показать уровень дизайна страны. Также игры являются хорошей возможностью улучшить общий уровень дизайна в стране. Для создания дизайна символики Олимпийских игр приглашаются

лучшие дизайнеры принимающей страны и всего мира. В соответствии с концепцией Олимпийских игр они создают визуальные образы для мероприятия и продумывают их коммуникативное воздействие.

Олимпийские игры в Мехико 1968 года были первыми Олимпийскими играми в Латинской Америке. Мексика – это старейшая цивилизация на американском континенте с длинной историей и богатой культурой и уникальным климатом и растительностью. Эти особенности обеспечивают богатую базу изображений для визуального дизайна Олимпийских игр.

В соответствии с этой темой, организационный комитет Мехико нанял известного американского графического дизайнера Лэнса Веймана в качестве руководителя по работе в сфере визуальной коммуникации и британского промышленного дизайнера Питера Мудоса в качестве руководителя по части дизайна специальных продуктов. Таким образом, сформировалась международная команда из многих известных дизайнеров.

Согласно предложению дизайнера Лэнса Веймана национальная культура стала темой дизайна визуального образа Олимпийских игр. Для создания дизайна эмблемы мексиканских Олимпийских игр дизайнеры взяли за основу элементы культуры древних Майя и Ацтеки и образы из древнеиндийских изображений и сочетали их с современными визуальными эффектами, создающими динамику. Также в эмблеме содержится английское название города “Mexico” и цифры «68». Так что дизайн эмблемы с одной стороны, отражает динамику, современность, а с другой, имеет сильные исторические культурные истоки.

Команда дизайнеров создавала эмблему по принципу: «информация, эстетика, функционализм». Эмблему изображали на плакатах флагах, билетах, одежде, а также использовали в фильмах и телевизионных передачах.

Лэнс Вейман совместно с Питером Мудосом разрабатывали дорожные знаки, карты местности и другие изображения. Все изображения были

выполнены в виде квадратных знаков, на них были изображены почтовые ящики, телефонной будки, аптечки первой помощи и др. Также особую функцию в дизайне выполняли цвета, например, были выпущены билеты разных цветов на места на стадионе, которые также помогали зрителям быстро найти свое место. Цвет выполнял функцию навигации.

Олимпийский визуальный дизайн 1968 года в Мехико сочетает Олимпийский дух с национальными культурными особенностями. С одной стороны, визуальная символика игр обогатилась за счет национальной культуры, с другой стороны местная культура получила новый виток в своем развитии и получила распространение по всему миру. Олимпийские игры в Мексике закончились уже давно, но их успешный визуальный образ и олимпийский дизайн оказали существенное влияние на последующие игры.

Олимпийские игры 1972 года проводились в Мюнхене. Германия является источником двух мировых войн, но теперь страна стремилась показать всему миру, что она уже попросилась с прошлым и стала важной экономической силой. Германия выбрала для своих Олимпийских игр тему «Сияющий Мюнхен», надеясь, что Олимпийские игры станут фестивалем для молодежи всего мира. Мюнхенский организационный комитет нанял выдающегося немецкого дизайнера Отл Айхера, который должен был отвечать за визуальный дизайн системы олимпийских изображений. Для дизайна Олимпийских игр Отл Айхер выбрал тему для дизайна «Вселенная и свет». Эмблема Игр – спираль, известная как «вселенная». Свет, излучаемый из центра изображения, неограниченно распространяется в разные стороны и символизирует олимпийский дух, «свет, свежесть, благородство».

Для разработки графической системы Олимпийских игр Отл Айхером была приведена целая команда из дизайнеров. Они разрабатывали ее в строгом соответствии с сеткой квадратов, важна была упорядоченность элементов. Все шрифты использовались без декоративного элемента. Отл Айхер также установил стандартную цветовую систему. Для того, чтобы

отразить атмосферу космоса дизайнер использовал холодные цвета – два оттенка синего цвета, два оттенка зеленого, а также яркие зеленый, желтый и оранжевый цвета. Также в дизайне использовались нейтральные цвета – белый, серый и черный. Эта цветовая гамма использовалась в дизайне плакатов. Она полностью отражала немецкий характер – рациональный и спокойный.

На этих Олимпийских играх появился первый в истории официальный талисман – «Такса Вальди». Это немецкая собака, голова и хвост которой окрашены в голубой, синий, зеленый, желтый цвета. Они символизируют немецкую землю и небо, а также передает оживленную и праздничную атмосферу.

В этот период в дизайне формируется единый образ, развивается Олимпийский визуальный постмодернистский художественный стиль.

Зрелый период: 1984 – наше время. С 1984 года олимпийские игры вступили в новый коммерческий период. Международный олимпийский комитет нашел способ зарабатывать деньги при помощи олимпийских образов. Постепенно сформировалась олимпийская маркетинговая модель. Олимпийский визуальный образ постепенно трансформируется в маркетинговый бренд, который представляет собой полностью сформировавшийся визуальный дизайн. Олимпийский визуальный образ теперь приобрел еще и экономическую и социальную ценность.

Олимпийские игры 1984 года в Лос-Анджелесе были полностью организованы подрядчиком. В дополнение к задаче создать дизайн, который отражал бы олимпийскую атмосферу, необходимо было продумать коммерческую организацию игр в Лос-Анджелесе.

Лос-Анджелес расположен на западном побережье Южной Калифорнии, все четыре сезона здесь солнечно. Этот мегаполис, образованный из городских агломераций в радиусе нескольких сотни

километров, является одним из самых важных экономических и культурных центров в Соединенных Штатах.

Основная задача дизайнеров заключалась в том, как создать олимпийский образ. Они также должны были думать о том, как передать общий образ Олимпийских игр в Лос-Анджелесе посредством телевизионных СМИ. С этой целью МОК заключил контракт с двумя дизайнерскими компаниями, которые отвечали за общий план проектирования символики. Затем две компании передали субподряд более 60 дизайнерским фирмам для завершения деталей проекта. В разработке участвовали тысячи дизайнеров. Дизайн всех элементов Олимпийских игр был завершен за очень короткое время. Это пример самого быстрого выполнения работы над дизайном игр, высочайшего уровня инженерного качества и дизайна в истории Олимпийских игр до 1984 года. Высокий уровень дизайна и организации был обеспечен даже не полностью за счет государственного финансирования.

Идея эмблемы Олимпийских Игр в Лос-Анджелесе развивается из дизайна государственного флага США. Пять звезд, накладывающихся друг на друга, состоящие из 13 линий градиента создали эффект движения и символизировали непрерывный прогресс. 13 линий также символизируют независимость 13 штатов США. В эмблеме использовались яркие привлекательные цвета, которые передавали характер солнечной Калифорнии. Весь дизайн отражал живой американский характер и производил сильное впечатление во всем мире.

Коммерциализация талисмана также началась с этих Олимпийских игр. Талисман Олимпийских игр Сэм представляет собой орла с мороженым. Красный, белый и синий являются официальными цветами Соединенных Штатов. Талисман и эмблема вторят друг другу.

Олимпийские игры 1996 года в Атланте стали юбилейными, прошло 100 лет с первой современной Олимпиады. Поэтому дизайн символики

отражает не только национальные особенности страны, но и выражает величие сотых Олимпийских игр. С этой целью организационный комитет Атланты выдвинул концепцию дизайна «распространение столетнего Олимпийского духа».

Основным элементом эмблемы Олимпийских игр 1996 года в Атланте является факел. Изображение состоит из пяти олимпийских колец и цифры «100». Форма цифры «100», состоящей из столбов древнегреческой архитектуры, символизирует родину Олимпийских игр. Пламя по форме состоит из пяти звезд. Форма самой верхней пятиконечной звезды указывает на то, что каждый спортсмен пытается стремиться к совершенству. В эмблеме используются очень яркие цвета. Золотой цвет отсылает нас к цвету самой главной награды – золотой медали, зеленый обозначает цвет лавровых ветвей древних олимпийских победителей, голубой символизирует Соединенные Штаты, оранжевый и красный цвета символизируют страсть и жизнь. После разработки эмблемы, дизайнеры на основе стиля эмблемы разработали серию вторичных логотипов, которые использовались в разной продукции Олимпийских игр в Атланте.

Дизайн пиктограмм Атланте также связан с концепцией «распространение столетнего Олимпийского духа». Дизайнеры выбрали фигуры силуэтов, которые показывают элегантность спортсменов и жителей Юга. Изображение фигур было создано под вдохновением фигурами древнегреческих спортсменов. Пиктограммы и эмблемы дополняют друг друга, создают гармоничное единство.

Дизайн талисмана игр в Атланте был полностью создан при помощи компьютерных технологий. Рисование от руки было заменено компьютерными технологиями. Это был прецедент компьютерного дизайна олимпийских визуальных искусств.

В 1980-х годах усилились тенденции мировой глобализации и экономической интеграции. В это время проявилась высокая

гуманистическая ценность Олимпийских игр и их широкомасштабное влияние. МОК способствовал созданию визуального образа и бренда Олимпийских игр, для того, чтобы создать имидж мероприятия. Олимпийский визуальный образ вошел в период зрелого развития.

1.2.2 Основные тенденции развития дизайна современной визуальной Олимпийской символики

1.2.2.1 Отражение национальных особенностей

Олимпийские игры, как глобальное комполитичное культурное событие, популяризирующее олимпийское движение, неизбежно приводит к мультикультурализму. Член МОК Хэ Чжэнлянь говорит: «Одна из причин успеха Олимпийского движения в течение ста лет – это уважение различных культур и их соединение ... Без преувеличения можно сказать, что мультикультурализм – это богатство и сила олимпийского движения»³⁰.

Так как Олимпийские игры являются глобальным мероприятием, необходимо, чтобы дизайн Олимпийских визуальных образов содержал в себе элементы разных культур и национальных особенностей. Сотрудничество разных стран в проведении Олимпийских игр, развитие стран Азии, Африки, Латинской Америки привели к увеличению влияния разных культур на Олимпийское движение. Это способствовало развитию мультикультурализма Олимпийских игр.

На визуальный дизайн олимпийской символики влияют мультикультурные тенденции и современный художественный стиль. В будущем Олимпийское движение будет демонстрировать миру культуру, созданную народами всех стран. Олимпийские игры будут площадкой, где сможет развиваться мировая культура, где различные культуры будут

³⁰ 何振梁, 奥林匹克运动的普遍价值与多文化世界, 体育文化导刊, 2002年第2期。[Хэ Чжэнлянь. Универсальная ценность олимпийского движения и многокультурный мир // Спортивной культуры. 2002. № 2.]

взаимодействовать. Это будет влиять на развитие мультикультурного олимпийского визуального искусства. Межкультурное взаимодействие будет способствовать взаимопониманию между разными странами, миру во всем мире и прогрессу.

Мультикультурализм Олимпийских игр неизбежно приводит к проявлениям мультикультурализма в дизайне визуальной символики. Культура может быть представлена с помощью среды. В различных регионах эта среда представлена в разнообразной материальной форме. Разные страны и разные национальности имеют собственные уникальные формы местного искусства и культуры. Во время проведения Олимпийских игр, национальная культура будет отражаться в дизайне олимпийского визуального искусства.

Например, на играх 2004 года в Афинах в дизайне пиктограмм можно заметить влияние искусства древней керамической скульптуры и традиционного изображения черно-белых фигур на вазах. Пиктограммы похожи на керамические осколки. Дизайн талисмана этих игр создавался под влиянием образов древнегреческих кукол 7 века до нашей эры.

Дизайн эмблемы игр 2008 года в Пекине выполнен в виде традиционной китайской печати. Белые линии на красном фоне напоминают китайский иероглиф. Такая эмблема отражает традиционную китайскую культуру. До этого в дизайне эмблемы никогда так ярко не выражалась национальная культура.

Таким образом, в символике Олимпийских игр отражаются национальные особенности стран, проводящих соревнования.

1.2.2.2. Использование компьютерных технологий

С наступлением цифрового века, компьютерный дизайн стал неотъемлемой частью тенденции развития визуальной символики. Олимпийские игры как важная форма культурной жизни человека, также получают выгоду от использования информационных и компьютерных

технологий. Содержание и формы визуального дизайна символики демонстрируют тенденцию цифрового развития. Применение цифровых технологий в визуальном оформлении Олимпийских игр постепенно изменило способы создания Олимпийских визуальных образов.

Например, для демонстрации олимпийских визуальных изображений мы можем использовать электронные экраны и технологию жидких кристаллов. Мы можем показывать эмблему, талисман и различные плакаты Олимпийских игр в форме презентации потокового мультимедиа, создавать универсальную 360-градусную подвижную платформу.

В дизайне навигационных систем используются интерактивные технологии. Для участвующих спортсменов и аудитории создается удобная и эффективная система указателей. Для распространения визуальных сообщений на Олимпийских играх используются трехмерная анимация, цифровое видео. Эти формы искусства меняют традиционные формы отображения информации и создают для аудитории более динамичный и стильный визуальный контент. В будущем олимпийское визуальное искусство будет все больше подвергаться влиянию дигитализации.

1.2.2.3 Влияние концепции устойчивого развития

Человечество активно использует ограниченные ресурсы Земли. Все более заметным становится противоречие между человеком и природой. Существует концепция устойчивого развития, предусматривающая разумное использование природных ресурсов. При создании дизайна природные ресурсы должны использоваться рационально. Устойчивый дизайн способен улучшить отношения между человеком и природой.

Основное требование устойчивого дизайна заключается в том, что необходимо максимально уменьшить выбросы вредных веществ и использовать материалы, которые впоследствии могут быть вторично переработаны. Это требование относится и к дизайну Олимпийской

символики. Для того, чтобы не увеличивать загрязнение природы, при создании дизайна олимпийских атрибутов учитывается концепция устойчивого развития. Они должны создаваться из возобновляемых материалов. Важно учитывать возможность повторного использования материала, из которого сделаны олимпийские атрибуты. Так можно уменьшить негативное влияние человека на окружающую среду.

В то же время, забота об окружающей среде может выражаться в том, что в дизайне символики будут использоваться изображения, образы, слова, связанные с природой.

1.2.3 Функции Олимпийской символики

Олимпийские игры – это особый культурный феномен, имеющий большую социальную значимость. Они имеют уникальную культурную функцию: призывать к прекращению войны и восстановлению мира. Прародителем современных Олимпийских игр считается Пьер де Кубертен: «В 1882 году в Сорбонне Пьер де Кубертен публично выступил с предложением о возрождении Олимпийских игр»³¹. Именно он предложил проводить игры раз в четыре года в разных странах, как это происходило в Древнем мире. В 1894 году Пьер де Кубертен разработал Олимпийскую хартию – «сборник уставных документов Международного олимпийского комитета, свод законов и правил, которыми руководствуется олимпийское движение»³².

Как сказал Пьер де Кубертен, что в Олимпийских играх есть другие вещи, которые по своим характеристикам присутствуют в других спортивных соревнованиях³³. Смысл и цвет олимпийской символики выходят

³¹ Комаров С.Н. Пьер де Кубертен и возрождение Олимпийских Игр. Современные проблемы сервиса и туризма. 2008. № 3. С. 4-6.

³² Сучилин А.А. Идеалы Пьера де Кубертена и современное олимпийское движение. Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2012. № 4.

³³ 顾拜旦, 奥林匹克思想, 奥林匹克出版社, 1993年, 第26页。[Пьер де Кубертен. Олимпийские смыслы. Пекин: Олимпийское издательство, 1993. С. 26.]

далеко за рамки самого спорта. Символика Олимпийских игр является наиболее ценным нематериальным активом в олимпийской системе который выполняет ряд значимых социальных и культурных функций.

Прежде всего это - **функция распространения олимпийского движения.** Визуальная олимпийская символика – это самые влиятельные образы Олимпийских игр, используемые для распространения олимпийского движения.

Функция распространения уникального художественного своеобразия и особенностей принимающих стран. Визуальная символика является воплощением культуры и региональных особенностей принимающей страны и мостом мировой культуры и искусства. Символика имеет высокую техническую, художественную, орнаментальную ценность, а также высокую коммуникативную ценность. Олимпийская символика имеет большое значение для общения между представителями разных стран, распространения уникального художественного своеобразия и особенностей принимающих стран.

Функция распространения национальной культуры. Хуан Антонио Самаранч сказал: «Ведущая идеология МОК должна основываться на коммуникации восточной и западной культур».³⁴ Действительно, восточная спортивная культура внесла большой вклад в олимпийское движение. Олимпийские игры становятся инструментом распространения традиционной китайской культуры на Западе. В процессе Олимпийских игр восточная и западная культуры начинают взаимодействовать. Благодаря Олимпийским играм местные и национальные особенности принимающих стран становятся известными во всем мире. Смысл олимпийской символики должен основываться на межкультурной коммуникации и общении, простирается за пределы культурных границ разных стран и народов. В современном мире

³⁴ 程志理、薛雨平，奥林匹克文化教程，南京：江苏教育出版社，2007年，第13页。
[Чэн Чжили, Сюэ Юйпин. Учебник олимпийской культуры. Нанкин: Цзянсуское педагогическое издательство, 2007. С. 13.]

языковой барьер часто мешает коммуникации между представителями разных стран и народов, а олимпийская символика становится мостом, объединяющим разные культуры.

Для представления особенностей региональной культуры каждая страна, проводящая Олимпийские игры, использует элементы дизайна.

Часто для графического представления особенностей национальной культуры используются такие компоненты, как архитектурные сооружения, символизирующие город, в котором проходит Олимпиада, олимпийский факел, элементы уникальной национальной культуры. Такие образы позволяют создать индивидуальный визуальный язык для каждой Олимпиады. По сравнению с текстовым языком, он имеет большее количество функций и преимуществ. Например, эмблема Олимпийских игр 2008 года в Пекине – «Танцующий Пекин» представляет традиционную китайскую культуру с ее спецификой. В данной эмблеме сочетаются способ традиционной китайской печати, искусство каллиграфии, традиционный для Китая красный цвет и олимпийские кольца. Данная эмблема в полной мере воплощает китайскую национальную культуру и тысячелетнее наследие одной из самых древних цивилизаций. К тому же, символика пропагандирует олимпийский дух и но энтузиазм китайского народа.

Для демонстрации национальных особенностей в символике Олимпийских игр часто используются изображения главных архитектурных сооружений принимающих стран. На эмблеме лондонских Олимпийских игр 1948 года изображено здание Вестминстерского дворца с часовой башней «Биг-Бен». Они показывают миру архитектуру средневековой готики. Для визуального представления Олимпийских игр 1980 года в Москве использовалось изображение Московского Кремля, а в 2000-ом году в Сиднее на олимпийской эмблеме появилось изображение Сиднейского оперного театра. Эмблемы и другая символика олимпийских игр являются своеобразным культурным визуальным языком, который упрощает

межкультурное взаимодействие и способствует распространению национальной культуры принимающей страны.

Способность соединять все страны и культуры. Международный Олимпийский комитет является компанией, которая управляет крупнейшим мировым проектом и брендом. МОК провел широкомасштабное исследование рынка, в процессе которого людей опрашивали на предмет знания мировых брендов. Исследование показало, что большинство людей знает об известных брендах гораздо меньше, чем об олимпийской символике. Выяснилось, что в мире больше нет такого визуального знака, который был бы способен соединять все страны и мировые культуры.

Инструмент коммерциализации. Олимпийские игры – это крупный международный бизнес, оказывающий большое влияние на экономику принимающих стран. Однако, изначально Олимпийские игры задумывались, как некоммерческий проект. Отец-основатель современных Олимпиад Пьер де Кубертен предложил три основных принципа Олимпиады: они должны быть неполитизированными, некоммерческими, а спортсмены, участвующие в соревнованиях не должны были быть профессионалами.

В соответствии с правилами МОК, до проведения 23-их Олимпийских игр (в 1984 году в Лос-Анджелесе, в США), все расходы были необходимы городам, проводящим Олимпиаду. Со временем три принципа, провозглашающие ценности Олимпийских игр были забыты из-за возрастающего масштаба соревнований. Со временем Олимпиада становилась коммерческой, а спортсмены, выступающие на играх становились, профессиональными. Система рыночной экономики неизбежно вынуждала Олимпийские игры становиться более коммерческими.

Продажа продукции с изображением олимпийских колец и эмблем, талисманов стала важным источником финансирования игр. К тому же, символика игр становится хорошим способом рекламирования Олимпийских игр, так СМИ, Интернет и телевидение транслируют ценности Олимпийских

игр всему миру. Олимпийская символика оставляет глубокое впечатление в сознании людей и создает имидж олимпийского бренда.

Отражает духовную сущность Олимпийских игр. Любая успешная олимпийская символика помогает отражать духовную сущность Олимпийских игр, максимально широко распространяет олимпийские образы в мире и создает образ Олимпийских игр в общественном сознании.

Способствует развитию искусства дизайна. Олимпийская символика является образцом высокого уровня дизайна. В каждый успешный дизайн символики, вкладывается множество знаний и усилий. Дизайнеры олимпийских символов и других визуальных элементов игр создали визуальный образ, ставший яркой звездой в истории олимпийских игр. Например, Робер Майлз Руниан, один из дизайнеров эмблемы 23-их Олимпийских игр в Лос-Анджелесе в 1984 году, сказал, что для того, чтобы найти точную форму выражения, они разработали тысячи вариантов, а для графики звезд они нарисовали сотни изображений, чтобы после многочисленных попыток получить удовлетворительный окончательный результат. Для того, чтобы в результате работы получилась эмблема, которая станет символом Олимпийских игр, необходимо преодолеть уплатить бесчисленные трудности. Поэтому собственная ценность и стоимость эмблемы пропорциональна усилиям, приложенным в процессе работы над символикой.

Выполняет функцию визуального образа Олимпийских игр. Кроме того, что Олимпийская символика выражает олимпийский дух, показывает национальные особенности культуры различных стран, она также играет важную роль в коммерциализации Олимпийских игр. Продажа продукции с визуальными образами Олимпийских игр влияет на получение прибыли. Как сказал бывший президент МОК Хуан Антонио Самаранч: «Коммерциализация – это самый мощный фактор, который заставляет спорт

адаптироваться к потребностям современного общества»³⁵. Он считал, что олимпийское движение «должно не плыть по воле политических волн, а управлять с позиций финансовой силы»³⁶. Коммерциализация олимпийского спорта стала реальностью. Он так же считает, что Олимпиада – это бренд, и в то же время огромный нематериальный актив. Олимпиада имеет одновременно коммерческую и духовную ценность. Таким образом, Олимпийские игры – это крупнейшее спортивное событие, которое очень похоже на масштабную стратегическую деятельность олимпийской торговой марки.

Олимпийские игры 1984 года в Лос-Анджелесе стали первым шагом на пути коммерциализации Олимпийских игр. В тот момент МОК предложил программу - TOP (The Olympic Partner). Данная программа встретила энтузиазм компаний участвующих в олимпийском маркетинге. С 1985-ого года до 2008 года благодаря программе ТОП, следуя целям получения прав и сотрудничества, спонсоры олимпийских игр заплатили Международному олимпийскому комитету в общей сложности 2,39 млрд. долларов. В то же время, они сами получили огромную прибыль от Олимпийских игр.

Талисманом Олимпийских игр в Лос-Анджелесе был орленок Сэм, он стал первым талисманом Олимпиады, который начал приносить реальную коммерческую прибыль. Известные компании соревновались за право использовать олимпийскую символику в своей продукции. Талисман, использовавшийся на Олимпийских играх в Сиднее, принес организаторам прибыль в размере 2.13 миллионов долларов, а талисман игр в Афинах – 2.01 миллион долларов. Прибыль талисмана в Пекине составляет более 3 миллионов долларов.

³⁵ 程志理、薛雨平，奥林匹克文化教程，南京：江苏教育出版社，2007年，第118页。
[Чэн Чжили, Сюэ Юйпин. Учебник олимпийской культуры. Нанкин: цзянсуское педагогическое издательство, 2007. С. 13. С. 118.]

³⁶ Главные достижения Хуана Самаранча на посту президента МОК. Справка. [Электронный ресурс] // РИА Новости. [сайт]. URL: <http://ria.ru/spravka/20100421/225149009.html> (Дата обращения: 21.04.2010).

Итак, что коммерциализация Олимпийских игр неизбежна. Однако, не стоит забывать об основных принципах Олимпийских игр. Коммерциализация не должна наносить ущерб основным принципам Олимпийских игр.

Доносит до общественности ценности олимпийского движения.³⁷ В своей книге «Исторические исследования олимпийского визуального образа» доктор Ван Цзюнь из Пекинского спортивного университета разделяет олимпийские образы на три уровня в зависимости от характеристик олимпийского движения и концепции визуального образа: распознавание понятий, распознавание поведения и визуальное распознавание.

С помощью визуального распознавания, которое располагается на третьем уровне, олимпийская концепция, культурная характеристика, содержание олимпийского движения, олимпийские организационные нормы и другие абстрактные семантики преобразуются в конкретные символы и рисунки и формируют конкретную визуальную форму коммуникации.

«Способность выражения у визуальных изображений значительно выше, чем у языка».³⁸ Олимпийское визуальное искусство изображения обладает коммуникативной силой и привлекательностью, а также в полной мере доносит до общественности ценности олимпийского движения. Многочисленные преимущества визуального распознавания играют важную роль в содействии развитию современного олимпийского движения. Люди могут понимать олимпийскую информацию в одно мгновение, становится легче достичь цели распознавания.

Создает среду с богатой художественной атмосферой. Основная цель Олимпийского движения – гуманизм. Благодаря играм у людей формируются

³⁷ Wei Yew. The Olympic Image: the first 100 years. New York : Books Nippan. 1997. 448 с.

³⁸ 范景中, 贡布里希论设计, 长沙: 湖南科学技术出版社, 2001年, 267页。[Фань Цзинчжун. Дизайн – Гомбрих. Чанша: Хунаньское научно-техническое издательство, 2001. 267 с.]

эстетический вкус и духовные ценности. Посредством внедрения олимпийского визуального искусства, Олимпийские игры не только показывают красоту природы, красоту человеческого тела, красоту силы, красоту спорта, но и создают красивый мир с помощью разнообразных форм визуального дизайна.

В то же время, визуальный дизайн Олимпийских игр создает среду с богатой художественной атмосферой. Произведения искусства Олимпийских игр, постепенно превратились в символ Олимпийских игр и визитную карточку принимающей страны. В глобальной перспективе визуальный дизайн повысит общую культурную коннотацию и эстетическую ценность современных Олимпийских игр.³⁹

1.2.4 Олимпийская символика в медиа-стратегии освещении Игр

Современные Олимпийские игры могут существовать только в условиях открытости общества, потому что они являются международными. Переход к рыночной экономике привел к активной коммерциализации спорта, формированию новых отношений между организаторами Олимпийских игр и теми, кто выступает в качестве «потребителей». Одна из главных составляющих успешного проведения Игр и выполнения их миссии заключается в информировании общественности с помощью СМИ об инновационных аспектах Игр, которая заключается в поддержке имиджа Игр, как события международного масштаба.

Эта поддержка осуществляется посредством регулярной коммуникации со средствами массовой информации при помощи специальных проектов, рассылки новостей, пресс-конференций и пресс-туров для журналистов, оперативного предоставления достоверной информации в прессу,

³⁹ 宋敏、祝帅，设计为奥运服务，艺术与设计，2007年第5期，第32页。[Сун Минь, Чжу Шуай. Дизайн для олимпийской службы // Искусство и дизайн. 2007. № 5. С. 32.]

публикации в зарубежных СМИ и регулярного мониторинга информационного поля вокруг Игр с его последующим анализом.

К средствам массовой информации относятся:

- Периодические печатные издания.
- Радиопрограммы.
- Телепрограммы.
- Интернет.
- Иные формы распространения массовой информации⁴⁰.

С точки зрения некоторых исследователей, развитие социальных сетей (ВКонтакте, Facebook, Одноклассники, Twitter) позволяет относить их в список видов СМИ». ⁴¹

Л.И. Лубышева считает, что использование олимпийской символики в средствах массовой информации способствует:

1. Увеличению продаж спортивной атрибутики, сувениров с изображением символики.
2. Рекламе Олимпийских игр.
3. Консолидации общества.
4. Информированию о традициях и особенностях страны-организатора Олимпийских игр, созданию её имиджа.
5. Поддержанию и развитию олимпийского движение;
6. Исполнению роли маркера принадлежности какого-либо объекта к Олимпийскому движению, к конкретной Олимпиаде, а также к определенному периоду времени⁴².

По мнению Н. М. Локтионовой, символичная репрезентация представляет собой специфическую, присущую только человеку, как «homo

⁴⁰ О средствах массовой информации: Федеральный закон от 27 декабря 1991 г. № 2124-1 (ред. от 03.07.2016) // Рос. газ. № 32. 08.02.1992.

⁴¹ Средства массовой информации (СМИ). Понятие, виды и функции СМИ. [Электронный ресурс] // Калькулятор [сайт]. URL: <https://www.calc.ru/Sredstva-Massovoy-Informatsii-Smi-Ponyatiye-Vidy-I-Funksii-.html>

⁴² Лубышева Л.И. Олимпийский маркетинг «GEO». 2014. № 6. С. 23–28.

sapiens», форму объективации реального мира, мощное средство его коммуникативной деятельности. Олимпийская символика представляет, изображает, замещает, то есть является знаком.

Китайский исследователь Чжан Шуан выделяет несколько медиастратегий, в которых была использована символика для освещения в СМИ Олимпийских игр 2008 года в Пекине:

- Публикация материалов о народной дипломатии с использованием Олимпийской символики, цель которых как можно больше рассказать о Китае на международном уровне. Освещением образа Китая активно занималась газета «Женьминь Жибао».
- Пропаганда культуры Китая посредством медиаканалов с использованием Олимпийской символики. Информационные поводы для материалов были различные – от выступления китайских творческих коллективов до открытия ресторанов китайской кухни.
- Развитие и освещение волонтерского движения⁴³.

Таким образом, важнейшая функция репрезентации Олимпийской символики в медиа-среде – это продвижение Олимпийских игр и всего, что с ними связано, это узнаваемость олимпийской символики, уже ставшей настоящим брендом МОК. Олимпийская символика – это популярные бренды, которые в массовом сознании ассоциируются со здоровьем, силой и красотой.

Например, на сегодняшний день бренд «Сочи-2014» является одним из самых дорогих брендов России: он «занимает 25 место со стоимостью в 179 млн. долларов США, оставив позади таких конкурентов, как Магнит (один из крупнейших в России продуктовых ритейлеров), Клинское (принадлежащее крупнейшему в России производителю пива Сан ИнБев), J7 (торговая марка популярнейшего в России сока, принадлежащая компании Вимм-Билль-

⁴³ Чжан Шуан. Олимпийские медиастратегии Китая. // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. 2011. № 4.

Данн), ВТБ (одна из ведущих международных финансовых групп), РУСАЛ (крупнейший в мире производитель алюминия) и многих других»⁴⁴.

Олимпийская символика сегодня – это признанный символ единства мира, спорта и стремления к совершенству. Многочисленные исследования подтверждают, что олимпийские кольца – один из самых узнаваемых символов в мире. И в то же время, Олимпийские игры для делового мира – новые возможности для развития бизнеса.

Основная задача современных Олимпийских игр, по мнению Л.И. Лубышевой, состоит в том, чтобы Олимпийская символика оставалась в памяти людей как эмоционально значимый символ и создавала её положительный имидж. Более того, если первые Олимпийские символы появлялись без каких-либо финансовых вложений, то сейчас на разработку только одного логотипа Олимпийских игр тратится большое количество денег. Например, во время Олимпийских игр в Пекине главные спонсоры МОК выкупили эксклюзивные права на рекламу для определенных групп продукции на общую сумму в 866 миллионов долларов, для того, чтобы добавить к своей символике изображение Олимпийских колец. Возникает своего рода «цепная реакция»: создается зрелище, которое привлекает болельщиков и туристов, которые привозят деньги и тратят их на продукцию различных отраслей экономики страны-хозяйки Игр⁴⁵.

А.Н. Бугреев считает, что сегодня бизнес активно участвует продвижении через СМИ Олимпийской символики, а именно в:

- повышение её узнаваемости;
- формировании имиджа компании;
- приобретении дополнительных рекламных возможностей;
- получении прямых доходов от олимпийских соревнований.

⁴⁴ Дударева Я.А. Лингвоюридические аспекты защиты олимпийской символики // Юрислингвистика. 2013. № 2 (13). С. 54-58.

⁴⁵ Лубышева Л.И. Олимпийский маркетинг «GEO». 2014. № 6. С. 23–28.

Следовательно, в настоящее время Олимпийская символика представляет высокую экономическую ценность⁴⁶.

Одна из современных тенденций в развитии Олимпийской символики – это использование символики в форме олимпийцев, которая транслируется в СМИ. Люксовые марки выпускают олимпийские коллекции, а презентация Олимпийской формы попадает в список горячих модных новостей. Во время церемонии открытия Олимпийских игр каждая страна-участница демонстрирует свою уникальность и заявляет о своих национальных особенностях. Проще всего это сделать посредством одежды, в которой спортсмены появляются на открытии и закрытии Олимпиады, тренируются и соревнуются. Кроме того, такой подход к экипировке олимпийцев делает Игры более зрелищными и привлекательными для зрителей. В дизайне одежды для олимпийцев в разное время были задействованы такие известные модельеры, как Пьер Карден, Коко Шанель, Ив Сен-Лоран, Вячеслав Зайцев и Валентин Юдашкин. На сегодняшний день, например, российская сборная одевает костюмы «Боско ди Чильеджи», сотрудничество с брендом продолжается с 2002 года. Олимпийские игры становятся все более зрелищными, в том числе из-за того, что в какой-то мере представляют собой модное шоу, которое большая часть населения видит в трансляции СМИ⁴⁷.

СМИ во многом способствовали тому, что символика Олимпиады в настоящее время стала наиболее узнаваемой в мире. Это говорит о том, что современные Олимпийские игры представляют собой уникальное явление человеческой культуры. В последние годы в мире значительно возросла популярность Олимпийской атрибутики: талисманов, значков, монет, пиктограмм, почтовых марок и т.д. Ни один другой бренд не имеет такой

⁴⁶ Бугреев А.Н.. Приоритеты неоолимпизма Теория и практика физической культуры. 2011. № 7. С. 15–18.

⁴⁷ Кто делает олимпийскую форму сборных. [Электронный ресурс] // URL: <http://yapotrebitel.ru/archives/20178> (Дата обращения: 11.02.2014).

силы, как Олимпийская символика, поэтому она требует особого правового регулирования.

Основным международным документом в сфере защиты Олимпийской символики является Найробский договор об её охране, принятый в Найроби 26 сентября 1981 года. В данном документе за МОК были закреплены исключительные права на Олимпийскую символика, а также исключено бесконтрольное использование Олимпийской символики другими лицами. Российская Федерация, как отмечает Б.С. Алексеев, является участником Найробского договора об охране Олимпийской символики, начиная с 1986 года ⁴⁸. Под Олимпийской символикой в документе понимаются Олимпийские символы: огонь, факел, флаг, гимн, девиз, а также эмблемы и сходные с ними изображения, относящиеся, как к проводимым играм, так и к предшествующим им и следующим за ними. При этом закон предусматривает использование Олимпийской символики для товаров, работ, услуг только на основании договора, предусматривающего такое право, с МОК или уполномоченными органами. Это обеспечивает возможность осуществления контроля в сфере защиты Олимпийской символики уполномоченными МОК организациями. С другой стороны, МОК предоставляет возможности для развития символического образа Игр за счет привлечения материальных и финансовых ресурсов от лиц, желающих заключить такой договор.

Олимпийские игры, при должном организационном планировании, являются стимулятором экономического роста организующей страны (города - столицы Игр). Организация и проведение Игр положительно сказываются на повышении и улучшении экономической эффективности ряда отраслей хозяйства, компаний и экономических структур, а в некоторых случаях и их развитии. Это происходит в первую очередь из-за того, что проведение Олимпийских игр сопровождается развитием инфраструктуры и

⁴⁸ Алексеев С.В.. Принципы олимпийского права Спорт: экономика, право, управление. 2015. № 1. С. 3-8.

материально-технической базы региона. Основываясь на практике любой из стран, которые организовывали Олимпийские игры, можно увидеть, что развитие спортивной сферы региона содействует развитию многих отраслей экономики, в том числе и укреплению материальной базы СМИ, а также регулирует развитие индустриальной структуры в целом.

Повышение статуса страны (города) в глазах мирового бизнеса во время проведения Игр как для государства, так и для бизнеса в целом несет в себе повышение инвестиционной привлекательности региона, продажа и реклама продукции, продажа сувенирной продукции, обмен валюты, повышение количества транзакций, оборот гостиничного бизнеса, повышение деловой активности населения в целом, беспошлинное перемещение товаров через границу, рост открытости и доступности иностранного бизнеса, расходы спортсменов и гостей Игр⁴⁹. Всё это происходит посредством СМИ, в большинстве случаев.

Во время проведения Олимпийских игр наблюдается максимальная деловая активность бизнеса страны (города), так как за эти две недели наиболее быстро и эффективно можно получить отдачу от вложенных средств, а также заложить фундамент для долгосрочного сотрудничества с международными компаниями. Ведь именно в дни Игр проходит большое количество международных встреч, конференций, фестивалей, выставок и презентаций, которые освещаются СМИ.

Приобретаемый во время Олимпийских игр брендовый статус, стране (городу) проведения Олимпиады необходимо сохранять его после их проведения. Если считать, что стоимость бренда – это его известность, то необходимо непрерывно заниматься «раскруткой» столицы Игр на мировом уровне и на постолимпийском периоде. Олимпийские кольца делают популярной любую точку на планете, и задача организаторов Игр в том,

⁴⁹ Комова О.А., Пойразян Ю.Э., Галстян И.Э., Кошовый И.Н. Олимпийские игры – как фактор развития международного бизнеса [Электронный ресурс] // Студенческий научный форум [сайт]. URL: <http://www.scienceforum.ru/2013/21/286>.

чтобы после того как Олимпиада пройдет, эту точку продолжали помнить и хотели посещать люди разных стран. Здесь популяризация символики через СМИ встаёт на одно из главенствующих мест.

Глава II. Особенности национальной репрезентация в символике Олимпийских игр 2008 г. в Пекине, 2014 г. в Сочи и 2016 г. в Рио-де- Жанейро

2.1 Китай в символике Олимпийских игр 2008 года в Пекине

Как известно, в 2008 г. Олимпийские игры прошли в Китае. Спустя 20 лет, когда столицей очередных Олимпийских игр стал Пекин, страна поняла, какое значение имеют Олимпийские игры для экономики Китая, или наоборот, каково значение экономики Китая для Олимпийских игр⁵⁰.

Т.Ю. Воробьёва говорит в отношении символики Олимпийских игр 2008 года в Пекине, что при первом восприятии наблюдается композиционно выстроенная линия, за которой стоит, словно Китайская стена, многовековая история Китая с его философией жизни и смерти, войны и мира⁵¹.

Рассмотрим национальную репрезентацию в символике Пекинской Олимпиады 2008 года. (Символика Олимпийских игр в Пекине представлена в приложении 4).

«Олимпийские игры 2008 в Пекине» проходили **под девизом (лозунгом):** «Один мир, одна мечта». В целях оценки достижений Китая на поприще спорта и дизайна, организаторами конкурса «Красная звезда» (англ. China Red Star) в 2008 г. олимпийский дизайн номинировался в специально выделенной категории: Олимпийский дизайн (англ. Olympic Design Special). В разработке элементов дизайна Олимпийской символики принимало участие более 300 учебных заведений Китая, осуществляющих подготовку специалистов в области искусства и дизайна.

⁵⁰ Варфоломеев В.П., Ди Ч. Олимпийские игры в Пекине как крупномасштабный проект: методы верификации и проблемы социально-экономической эффективности // Экономический анализ: теория и практика. 2010. № 11. С. 42-46.

⁵¹ Воробьёва Т.Ю. Олимпийские игры 2008 в Пекине: символ - форма – цвет // Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник МГХПА. 2009. № 4. С. 247-253.

Медали игр имели определенный образ. На передней стороне медалей Пекинской Олимпиады изображается символ и место победы: греческая богиня победы Ника (Nike) и стадион Панатинэйко в Афинах. На обратную сторону медалей наносились символы олимпийских игр 2008 (приложение 4). Медали выполнены в виде округлой формы с тремя внутренними полями. Каждое поле представляет собой, уменьшающуюся в диаметре, внешнюю окружность. Внешнее и внутренние поля реализованы в металле, а поле между ними инкрустировано камнем. Композиционное решение медалей согласовывается с зонирование поля зрения Ханга на четыре области: стимула, проксимального поля, фона и окружения. Область стимула (внутреннее металлическое поле) на лицевой стороне медали декорирована символом двойного дракона династии Ханьшуй, выполненного техникой резьбы.

Цветовые схемы по цветовому тону выбраны следующие: жёлтый – белый, белый (серый светлый) – бирманский яблочно-зелёный, красно-жёлтый – зелёный. Цветовая схема медали каждого уровня характеризуется нюансным соотношением по светлоте и более акцентированными отличиями по чистоте цветов. Однако каждый следующий уровень понижения класса медали по совокупной светлоте отличается от предыдущего в сторону уменьшения. Уровень света уменьшается. Золотая медаль символически ближе к Небу, а бронзовая – ближе к Земле, соответственно серебряная – к Человеку, согласно философии Дао. Как сказано Сунь-цзы: «Если знаешь его и знаешь себя, победа недалека; если знаешь при этом еще Небо и знаешь Землю, победа обеспечена полностью»⁵².

Здесь речь идёт также о форме местности проведения битвы, и общих характеристиках формы: «первое – длина, второе – объём, третье – число, четвёртое – вес, пятое – победа. Местность рождает длину, длина рождает

⁵² Сунь-цзы. Искусство войны. – М.: АСТ, Астрель, Кладезь. 2012. 192 с.

объём, объём рождает число, число рождает вес, вес рождает победу»⁵³. Характерные элементы формы местности воспроизводятся в дизайне Олимпийских игр, начиная от стадиона и заканчивая билетами. Актуальной становится не столько форма, сколько её содержание выражающее принцип существования в Пустоте Дао. Используемые материалы также символизируют культ Дао.

В дизайне медалей использован традиционный камень – нефрит разных цветов. Потому как верховное божество даосского пантеона, именуемый Нефритовым государём, владыкой (Юй-ди), живёт в поднебесной области в дворце из белоснежного нефрита.

Нефритом инкрустирована область фона, находящаяся между внешним и внутренним полями. Цветотектонические схемы медалей по степени уменьшения достоинства выстраиваются в последовательности: золото – белый нефрит, серебро – бело-зелёный нефрит и бронза – зелёный нефрит. Аналогичная иерархичность характеризовала чиновничью власть в старом Китае.

Пиктограммы Пекинских Олимпийских Игр являются одним из основных элементов изображений Олимпийских игр в Пекине 2008 года. В них используются каллиграфические штрихи, которые ярко и точно показывают различные виды спорта. Первые исследования и организационные работы пиктограмм начались с марта 2005 года. Чтобы завершить дизайн пиктограмм пекинский оргкомитет пригласил Государственную Академию изящных искусств и Академию искусств и дизайна Университета Цинхуа принять участие в разработке и дизайне.

Две академии представили более 30 планов различных художественных стилей. После отбора экспертов были выбраны два плана. В течение долгого периода, команда дизайнеров неоднократно меняла дизайн пиктограмм,

⁵³ Сунь-цзы. Искусство войны. – М.: АСТ, Астрель, Кладезь. 2012. 192 с.

много раз выслушивала мнения отечественных и зарубежных экспертов, и в конце концов определила окончательный план дизайна «Красота Чжуаньшу».

Формообразующая линия факела построена на синтезе классических образов Китая – облака и бумажного свитка. А облако не имеет границ и способно свободно перемещаться, без учета территориальных границ. Облако символизирует не только лозунг олимпийского духа: «один мир, одна мечта», но и безграничное стремление Китая в мир.

Дизайн органичен и целостен, эргономически проработан, поддерживает идею ОИ (Приложение 4). Факелисторическое прошлое Китая с его культурными ценностями и философией Дао. Остаётся заключить, что Китай, не смотря на юность дизайна в стране, поражает глубиной проектирования, в котором работает связь: красота – функция – символ. При этом учитываются вопросы экологии и новшеств с охранением традиционных культурных ценностей и технологий китайской цивилизации. Темпы развития китайского дизайна, на примере Олимпийских игр, показывают, что он уже не исторически, а реально выступает на позиции «Поднебесного центра земли», для которого первое – «Путь» и плавные, твёрдые, лёгкие, символические действия, формы и цвета духа.

Визуальный дизайн символики Пекинской Олимпиады, извлечен из успешного опыта создания атрибутов Олимпийских игр в Афинах, в котором органично использованы история и культура Греции.

В создании символики Олимпийских игр 2008 года в Пекине отражены три концепции их проведения:

1. Зеленая Олимпиада,
2. Высокотехнологичная Олимпиада,
3. Народная Олимпиада.

Народная Олимпиада, которая является сердцем и душой трех понятий, основана на китайской богатом культурным наследии, отличной традиционной культуры переработки вне. Значение «Гуманистическая

Олимпиада» направлено на выделение древней культуры Пекина и привлечение внимания к миру с большим обаянием. Визуальный образ основан на культуре, олимпийском духе, образует богатые культурные эстетические особенности Пекина и визуального образа Китая.

Эмблема Пекинской Олимпиады - Китайский Штамп «Танцующий Пекин» представляет собой визуальный дизайн изображения, которое сочетается с китайской спецификой, характеристиками Пекина и Олимпийскими элементами движения.

Основной постулат стратегии «мирного возвышения», разработанной правительством КНР, заключается в том, что страна опирается на собственные силы, огромный внутренний рынок, трудовые и финансовые ресурсы и осуществляет взаимовыгодное сотрудничество с внешним миром, особенно заметное в сфере культуры и образования⁵⁴.

Китайский сценарий возвышения на базе культуры и образования имеет крупные масштабы, что позволяет вести речь о применении новой концепции в области международного стратегического взаимодействия. Одним из наиболее ярких и масштабных проявлений стратегии «мирного возвышения» на мировой арене можно считать прошедшие в 2008 году XXIX летние Олимпийские игры в Пекине.

Особую роль организаторы отвели **официальным талисманам** игр 2008 года – так называемым куклам Фува. Следует обратиться к культурным истокам каждого образа. Слово «Фува» в переводе на русский язык означает «куклы счастья». И действительно, каждая кукла не только символизирует какое-либо животное и через него стихию, но также несет определенную информацию культурного и исторического характера.

В традиционной культуре и искусстве Китая рыба является символом процветания и урожая, так как слово «рыба» произносится так же, как и слово «достаток», поэтому блюда из рыбы – неременный атрибут

⁵⁴ Голобоков А. С. Становление и развитие внешнеполитической доктрины Китая: внешняя политика Китая [Электронный ресурс] //Ойкумена. 2010. № 3(14).

праздничного стола на китайский новый год. Таким образом, кукла Бэйбэй, изображающая рыбу, выражает пожелание изобилия и процветания. Головной убор куклы Бэйбэй повторяет элементы оформления артефактов эпохи неолита, найденных в Банпо. Она является покровительницей водных видов спорта и представлена голубым олимпийским кольцом.

Кукла Цзинцзин, изображенная в виде очаровательной панды, несет пожелание счастья и гармонии. На голове медвежонка можно угадать фарфоровое украшение в виде лепестка лотоса, а лотос – это символ леса и гармоничных отношений между человеком и природой. Автор объяснил выбор этого талисмана так: «Панда представляет Китай. Это всеобщая идея. В ней сосредоточены идеи экологии, окружающей среды»⁵⁵.

Среди пяти кукол Хуаньхуань является «старшим братом». Он – дитя огня, символ олимпийского факела и спортивного азарта. Он стоит в самом центре среди кукол и являет собой как бы главный символ олимпийского духа. Символ огня – традиционный способ пожелания счастья. Головной убор персонажа стилизован под наскальную живопись из пещер Могао, более известных как китайские буддистские гроты.

Антилопа Инин – обобщающий символ всех уникальных видов животных Цинхай-Тибетского плато, которые первыми в Китае были взяты под государственную защиту. Выбор тибетской антилопы также отражает обязательства Пекина по отношению к «Зеленой олимпиаде». Символ необъятных просторов Китая, Инин несет пожелания здоровья. Головной убор Ин-Ин сочетает в себе элементы тибетского и синьцзянского национального костюма. Стремительная антилопа покровительствует тем видам спорта, где необходима скорость.

Золотокрылая ласточка Нини изображает бумажного змея, так любимого пекинцами. Ее выбор может быть объяснен также и тем, что

⁵⁵ Ван Чунлин. Куклы счастья «Фува» – талисманы Олимпийских игр 2008 года в Пекине [Электронный ресурс] // URL : <http://www.moskvapekin.ru/index.cfm/2007/8/23/mascots-fuwa-olympic-games-2008> (Дата обращения: 30.04.2017)

иероглиф «ласточка» встречается в слове Яньцзин, древнем названии Пекина; так что ласточка указывает на город, принимающий Олимпиаду. Она покровительствует гимнастическим видам спорта и представлена зеленым олимпийским кольцом.

Куклы Фува олицетворяют собой Китай с его богатой историей и культурой, пестрым национальным составом, многообразной фауной, а самое главное – с его желанием показать все это богатство миру. От лица Китая куклы шлют пожелания процветания, счастья, здоровья, дружбы и мира не только жителям Поднебесной, но и людям со всего земного шара⁵⁶.

По мнению авторитетного китайского специалиста, ученого, научного сотрудника Института мировой истории Академии общественных наук Китая Вэнь И, «пять символов “Фува” Пекинской олимпиады 2008 года ... говорили миру о желании и претворении в жизнь сплоченности государства и народа. Пять символов – это демонстрация «мягкой силы» Китая, а также влияния китайской культуры на мир»⁵⁷.

2.1.1 Репрезентация символики Олимпийских игр в Пекине 2008 г. в СМИ России

Репрезентация символики Пекинских Олимпийских игр в российских СМИ имеет ряд особенностей. В России в первую очередь можно говорить о канале «Спорт». Во время проведения Игр в Пекине существовал канал «Россия-2» - бывший российский общенациональный познавательно-развлекательный, ранее - спортивный телеканал. Телеканал вышел в эфир 12 июня 2003 года под названием «Спорт» (также в СМИ часто упоминалось альтернативное название канала «РТР-Спорт»). 1 января 2010 года сменил

⁵⁶ Суворова М. В. Реализация стратегии «мирного возвышения» (на примере XXIX Летних Олимпийских игр в Пекине) // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – Тамбов : Грамота, 2010. – № 2. – С. 84-89.

⁵⁷ Вэнь И. Будет ли Россия воплощать в себе образы леопарда, медведя и зайца? // «Женьминьжибао» [Электронный ресурс] // URL: <http://russian.people.com.cn/31519/7315676.html> (Дата обращения: 10.05.2017).

название на «Россия-2». Прекратил вещание 1 ноября 2015 года в 6:00 по московскому времени. В то время, канал транслировал игры, наполняя дизайн студии всеми элементами атрибутики Пекинской символики 2008 г. Дневник Олимпийских игр в Пекине, который транслировался на канале Россия-Спорт в 2008 г. полностью впитал в себя атмосферу символики Игр. Так, мы можем увидеть, как в трансляции использован логотип, эмблема игр, как авторы передают колорит китайской культуры (приложение 7). В студии новостей используются пиктограммы игр, размещен логотип на экране сверху от ведущего. Студия выполнена в красно-оранжевых и белых тонах.

Можно рассмотреть символику Игр в рамках канала «Россия» при освещении соревнований по волейболу между командами мужчин Болгарии и России. Можно видеть логотип (Приложение 7), используемый каналом для передачи тематики Игр, который просто отображает образ колец, абсолютно не передавая символику и её индивидуальность, которая присуща Китаю⁵⁸.

Оценочными комментариями обычно славятся менее известные российские СМИ. Так в одном из выпусков программы Рго-новости был дан небольшой комментарий в области Игр и их символики 2008 г., а также было описано, что Гимн Олимпийских игр в Китае спланировали⁵⁹. По мнению 1000 жителей Китая, данная музыка крайне похожа на саундтрек к мультфильму «Холодное сердце».

Крайне интересно подошёл к отражению олимпийской символики канал 7ТВ⁶⁰ в 2008 г. (приложение 7). Заставка к передаче была выполнена из рисованных спортсменов в красном цвете, что отражает некоторые особенности Пекинской символики. Помним, что многие атрибуты данной

⁵⁸ Летние Олимпийские игры в Пекине Волейбол Мужчины Четвертьфинал Болгария Россия [Электронный ресурс] // URL: <https://www.youtube.com/watch?v=9zssFs26-X8>

⁵⁹ Гимн Олимпийских игр в Китае спланировали из Холодного Сердца. [Электронный ресурс] // URL: <https://www.youtube.com/watch?v=uBYsDG3DL-0>

⁶⁰ Открылись Олимпийские игры в Пекине [Электронный ресурс] // URL: <https://www.youtube.com/watch?v=LBewSk4yYOs>

символики выполнены преимущественно в красном цвете. В древнем Китае считалось, что красный цвет - это цвет огня. В отличие от многих других стран, где огонь с давних пор символизировал опасность и уничтожение, в Китае эта стихия, как правило, считалась хорошей. В Китае издавна красный цвет считается фаворитом среди цветовой гаммы. Это цвет символизирует счастье и удачу.

Ряд российских порталов чётко и интересно описывают символику Пекинских Игр. Так, портал <http://olympteka.ru/> говорит о том, что логотип Олимпийских игр 2008 года - изображение бегущего человека на красном поле. Она представляет собой сочетание иероглифических знаков с традиционной олимпийской символикой. Центральное место занимает оттиск печати, изображающий древнекитайский иероглиф «бегущий человек». Ниже надпись на английском языке - Пекин 2008. Эта надпись также стилизована под китайскую каллиграфию. Внизу всемирно известная эмблема олимпийских игр в виде пяти колец⁶¹.

Один из порталов, который посвящен истории Олимпийских Игр рассказывает о скандалах вокруг игр, приводя провокационное изображение создания логотипа для Игр (приложение 14), которое говорит о том⁶², что Правительству Китайской Народной Республики вменялось в вину насильственное подавление сепаратистского движения в Тибете, поддержка авторитарных режимов Судана, КНДР, Зимбабве и Мьянмы, а также существующие, по мнению правозащитников, проблемы с правами человека и цензурой в самой КНР. Пик пиар-кампании, сопровождавшейся шумными акциями, митингами и конфликтами с полицией разных городов мира, пришёлся на весну 2008 года после мартовских беспорядков в Лхасе и продолжался во время многократно срывавшейся эстафеты олимпийского огня из-за актов протеста противников Олимпиады.

⁶¹ Олимпийская эмблема, талисман плакат...XXIX летние Олимпийские Игры Пекин 2008 [Электронный ресурс] // URL: <http://olympteka.ru/olymp/game/simbols/47.html>

⁶² Пекин 2008 [Электронный ресурс] // URL: <http://olimp-history.ru/node/357>

В интервью «Би-би-си» глава Азиатского и Тихоокеанского департамента Amnesty International Ти Кумар указывал: «Надавить следует не только на китайские власти, но и на Международный олимпийский комитет, который, в свою очередь, обещал проследить за реформами в Китае, но так ничего и не сделал». Несмотря на то, что не все главы западных государств в итоге присутствовали на церемонии открытия Игр в Пекине, перспектива бойкота постепенно сошла на нет. Одним из важных доводов за Олимпиаду является финансовый: контракты со спонсорами настолько велики, что для любой олимпийской сборной становится крайне затруднительно нарушить договор, в котором задействованы такие серьёзные суммы. Так, официальным спонсором американской команды является Nike и пресс-служба этой компании в интервью русской службе Би-би-си заявила: «Руководство Nike, конечно, всецело за защиту прав человека, но сумма контракта настолько велика, что сборная США поедет на Игры в Пекин во что бы то ни стало»⁶³.

2.1.2 Представление символики Пекинской Олимпиады 2008 г. в СМИ КНР

Никакая страна не сможет передать всю красоту символики, кроме той, которая является её родиной. Сегодня в КНР насчитывается 6 главных государственных информационных серверов.

Это интерактивное издание «Женьминван» газеты «Жэньминь Жибао», которое является одним из крупных информационных сайтов на китайском языке; веб-сайт «Синьхуа», который принадлежит китайскому информационному агентству «Синьхуа»; веб-сайт «ССТV», благодаря которому населению Китая предоставляется возможность смотреть

⁶³ Олимпийские игры в Пекине [Электронный ресурс] // URL: <http://olimp-history.ru/node/357>

телепередачи и на русском языке; веб-сайт китайского центрального народного радио; веб-сайт «CRI News» – международное интерактивное радио Китая; и самый последний – это China.org.cn, учредителем данного сайта является государственное управление переводов иностранной литературы и материалов. Задача всех вышеперечисленных основных серверов состоит в том, чтобы своевременно и всесторонне предоставлять пользователям Интернет-сайтов полную и достоверную информацию о событиях в мире и в Китае. Так, данные источники очень ярко описывали события 2008 г. активно используя символику Игр.

Можно увидеть в приложении 7 как обставлена одна из студий новостных передач одного китайского спортивного телеканала CCTV-5. На каждом элементе студии присутствует какая-либо атрибутика, а сам красный цвет даёт сразу понять, о чём будет идти речь в данной трансляции.

В соответствии с положениями Олимпийской Хартии в Китае, использование эмблемы (логотипа) Олимпийских игр в коммерческих целях запрещено, поэтому в рекламное время логотип исчезает, когда трансляция продолжается, логотип появляется вновь. Для того, чтобы не закрывать спортивное табло во время трансляций, логотип канала перемещается. Речь идёт о канале CCTV-5. (См. приложение 9).

Программа «Спорт» Центрального телевидения Китая (кит. 中国中央电视台体育频道, CCTV-5 спорт) более известный как Sports Channel. Является главным спортивным телеканалом Китая. Этот канал имеет исключительное право на трансляцию многих мировых спортивных событий в Китае. SAPPRFT (Главное государственное управление по делам прессы, печати, радиовещания, кинематографии и телевидения Китая) запрещает всем телеканалам, за исключением CCTV, прямую покупку прав на трансляцию Олимпийских игр, Азиатских игр и Чемпионата мира по футболу. С 2000 года, во время летних Олимпийских игр логотип канала и название меняются, канал меняет имя на «Олимпийский канал», логотип меняется на

«CCTV» и эмблему из пяти колец. Однако, во время зимних Олимпийских игр логотип и название не изменяли. Можно рассмотреть видео, где ярко показан момент изменения логотипа канала⁶⁴. Логотип канала во время Олимпиады находится в верхнем левом углу экрана.

Можно говорить об особой репрезентации талисманов для Олимпийских игр в Пекине 2008 года в китайских СМИ (promotion video of mascots for the Beijing 2008 Olympics games). Это видео сделано в форме мультлика, которой пронизан лёгкостью, местным колоритом, красотой природы⁶⁵. Знаменитый художник Хань Мэйлинь, автор кукол, объясняет выбор символики следующим образом: «Из более чем 600 предложений было выбрано 6 вариантов, включая тотемных животных, почитаемых в Китае – дракон, тигр, царь обезьян Сунь Укун, и другие. Однако в конечном счете мы решили, что дракон слишком властный и грозный, и не стали предлагать его изображение в качестве талисмана Олимпиады 2008 года»⁶⁶.

Поэтому выбор пал именно на фува, так как эти куклы олицетворяют наиболее распространенных и популярных в Китае рыбу, панду, антилопу и ласточку. Пятая кукла символизирует огонь, или олимпийский факел. Каждая из кукол имеет имя, зарифмованное посредством удвоения слога:

- Рыба – Бэйбэй,
- Панда – Цзинцзин,
- Огонь – Хуаньхуань,
- Антилопа – Инин,
- и, наконец, имя Ласточки – Нини.

⁶⁴ Изменение логотипа канала CCTV для Олимпийских игр [Электронный ресурс] // URL: <https://www.youtube.com/watch?v=0wvf5tebREI>

⁶⁵ Promotion video of mascots for the Beijing 2008 Olympics games [Электронный ресурс] // URL: <https://www.youtube.com/watch?v=DCvTtlrXXn4>

⁶⁶ Ван Чунлин. Куклы счастья «Фува» – талисманы Олимпийских игр 2008 года в Пекине [Электронный ресурс] // URL: <http://www.moskvapekin.ru/index.cfm/2007/8/23/mascots-fuwa-olympic-games-2008> (Дата обращения: 30.04.2017)

Примечательно, что при сложении слогов этих имен получается фраза «Пекин приветствует Вас!».

Пекин приветствует вас - особая песня к 100-дневному обратному отсчету до начала Летних Олимпийских игр 2008, проводившихся в Пекине. Над песней работали более 9000 известных артистов материкового Китая, Тайваня, Гонконга, Японии и Южной Кореи. Она известна также тем, что является исполняемой только на китайском языке песней с наибольшим количеством известных артистов. Клип выполнен в очень хорошем качестве⁶⁷. В клипе задействован известный актёр Джеки Чан (приложение 10). Данный клип долго транслировался на многих каналах Китая и популярен до сих пор. 5 иероглифов из оригинального китайского названия песни («Бэй цзин хуань ин ни») использовались как имена талисманов «фува», которые символизировали Летние Олимпийские игры 2008: рыба Бэй-Бэй, большая панда Цзин-Цзин, пламя Хуань-Хуань, газель Ин-Ин, и ласточка Ни-Ни. В видео появляются китайские традиционные элементы и эмблема Игр.

В Китае, само событие игр было грандиозным по своему масштабу, поэтому СМИ публиковали множество материалов относительно Игр, их символики, атрибутики и подготовки. В Китае были установлены огромные часы, где шёл обратный отсчёт до дня Олимпиады.

Очень много говорилось о факеле Олимпийских игр в Пекине. Так, один из спортивных сайтов <http://2008.sohu.com/torch/>, посвященных Олимпийским играм публиковал множество новостей относительно атрибутики игр. Стало известным, в идее факела заложены два великих открытия Китая, изменивших историю мира: бумага и порох. Идея стихии огня усиливается цветовым решением корпуса факела, выполненного в красном цвете с текстурированным рисунком стилизованных облаков. Красный цвет помимо огня символизирует Китай, радость, юг, веселье и дух.

⁶⁷ Песня «Пекин приветствует Вас!» [Электронный ресурс] // URL: <https://www.youtube.com/watch?v=9o-H5Se6pt4>

Символически решение факела понимается как зажигание Китаем огня, дух которого облака унесут по всему миру. С технической стороны, факел также является одновременно экологической и инновационной разработкой, поскольку в качестве топлива использовался пропан, в результате сгорания которого образуется углекислый газ и вода. При этом пламя остаётся устойчивым к любым атмосферным явлениям и фиксируется с любого расстояния на фото - и видеоаппаратуре с сохранением характеристик яркости и контрастности. Земное начало становится небесным в результате горения духа. Плоскость выхода огня также визуальнo читается сформированной из трёх элементов спиральной формы и линии. Пластичность, характерная для округлых форм, эллипсовидных линий, характерна для всего комплекса объектов дизайна ОИ, включая рассмотренные: медали и факел. Цветовая гамма согласуется с традиционной системой цветов стихий (природных явлений и объектов), материалов, настроений и временно-пространственного ориентирования «У-Син»⁶⁸.

В рамках новостей на одном из китайских сайтов отмечено, что эмблема Олимпийских игр в Пекине находится в десятке лучших эмблем. Основная часть эмблемы красного цвета и сам город Пекин изображен в белом цвете. Графика изображает слово «Пекин» в основной форме письменного изложения, которая сочетает в себе традиционную китайскую письменную форму с движением. В то же время модель изображенного человека похожа на слово «Пекин», который содержит некоторое китайское очарование. Базовый цвет основного узора красного цвета, который передает и представляет праздничную атмосферу китайской культуры. Стиль шрифта

⁶⁸ Воробьева Т.Ю. Олимпийские игры 2008 в Пекине: символ – форма – цвет // Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник МГХПА. 2009. № 4. С. 247-253.

части герба династии Хань, который является естественным, простым, гладким⁶⁹.

Хочется отметить, что реализация стратегии «мягкой силы» в рамках XXIX летних Олимпийских игр в Пекине оказалась достаточно успешной, так как адресаты этнокультурной символики интерпретировали ее сообразно вложенной в нее смысловой и культурной нагрузке и СМИ эту нагрузку весьма ярко передали.

В ходе реализации Пекином концепций презентации китайской культуры во время подготовки и проведения XXIX летних Олимпийских игр в Пекине представители китайских СМИ и теоретики культуры прилагали заметные международные усилия по формированию у реципиентов предлагаемых символов определенных, китайских, моделей их интерпретации. Концепция, лежавшая в основе выбора символического ряда, в частности, маскотов, озвучивалась и транслировалась всеми возможными способами для обеспечения усвоения необходимых, выгодных китайской стороне моделей ее интерпретации носителями других культур.

Разночтения в интерпретации этнокультурных символов носителями родной и чужой культур – свидетельство того, насколько важным для оптимальной и эффективной реализации стратегической культуры страны является концептуальная разработка способов и форм использования этнокультурных символов в контексте международного взаимодействия. Для таких разных государств и культур, как Россия и Китай, проблема интерпретации реализуемых этнокультурных концепций презентации культуры особенно актуальна.

2.2 Представление России в символике Олимпийских игр 2014 года в Сочи

⁶⁹ В первую десятку дизайн логотипа в Пекине[Электронный ресурс] // URL: <http://2008.people.com.cn/GB/22180/22193/2010356.html>

Как известно, Олимпийские игры в 2014 г. прошли в российском г. Сочи. Стремление России к реализации своей стратегии на международной арене своей стратегической культуры с использованием этнокультурных символов наблюдается и в рамках подготовки к проведению зимних Олимпийских игр в Сочи, что широко освещалось в российских средствах массовой информации⁷⁰.

Олимпийские игры в Сочи прошли на самом высоком организационном уровне, получили высокую оценку от международных организаций, спортсменов, зрителей. Успешно выступили российские спортсмены, завоевав первое общекомандное место⁷¹.

Благодаря совместным усилиям партнеров Сочи-2014, игры в Сочи стали самыми инновационными в истории и оставили огромное наследие стране и будущим поколениям.

Постоянно подчеркивается важность партнерской поддержки игр и беспрецедентный объем привлеченных средств. Спонсорские компании делятся на генеральные (всемирные), официальных национальных и компаний-поставщиков. Среди мировых олимпийских компаний-партнеров – компании McDonald's и Coca-Cola, лидер мирового рынка потребительских товаров Procter & Gamble, транснациональная компания Visa, известные бренды телевизионной и видеотехники Samsung, Panasonic, производитель часов Omega, химическая компания Dow Chemical, международная ИТкорпорация Atos S.A. и мировой производитель техники General Electric. Генеральными национальными спонсорами Олимпиады в Сочи стали такие компании как «Мегафон» и «Ростелеком», Сберегательный банк РФ, компания «Аэрофлот», пивная компания «Балтика», страховая компания

⁷⁰ Талисманы ОИ-2014 в Сочи: мнения разделились [Электронный ресурс] // РИА Новости. [сайт] URL: <http://ria.ru/sport/20110227/339855725.html> (Дата обращения: 10.05.2017).

⁷¹ Бусарин А.Г. Использование опыта олимпийских игр в Сочи в подготовке к зимним играм в Южной Корее // В сборнике: Физкультура, спорт, здоровье сборник статей Всероссийской с международным участием очно-заочной научно-практической конференции. 2016. С. 143-146.

«Ингосстрах», компания «Спортлото», в автомобилестроении «Volkswagen групп», нефтяная компания «Роснефть», торговая марка спортивной одежды «Боско» и конечно «РЖД России». Их реклама активно «эфирится» на ТВ, размещается в прессе и сети Интернете.

Некоторые бренды подошли к рекламированию креативно. Так, McDonald's запустил сайт, на котором можно отправить сообщение для спортсменов-олимпийцев, все желающие могли поздравить любого спортсмена или команду с участием в знаменательном событии и пожелать победы. Сообщения появлялись на специальном табло в Олимпийской деревне и на браслетах, которые носили спортсмены. Сайт был доступен на четырех языках – английском, французском, испанском и русском. За время проведения Олимпиады на сайт поступило более 2800 приветствий. Поддерживая олимпийское движение, McDonalds в первую очередь стремится не продать конкретный продукт, а установить доверительные отношения с потребителями, рассчитывая, что положительное отношение к Олимпиаде в конечном счете перенесется и на бренд. Во всем этом активно использовалась символика Игр⁷².

Символика Олимпийских игр в Сочи представлена в приложении 5.

1 сентября 2010 года, оргкомитет Сочинских Зимних Олимпийских Игр на всей территории России начал работу по сбору идей для талисмана Игр, в первые три месяца жюри получило более 24 000 образцов, после первого разбирательства по выбору, 11 образцов стали кандидатам. Среди них были: Заяц, Белый медведь, Матрёшки, Дельфин, Дед Мороз, Леопард, Солнце, Снежок и т.д.

Сочинский зимний олимпийский талисман был выбран по итогам народного голосования в России. Первый канал российского телевидения в

⁷² Деркач Е.В. Олимпийские игры брендов // В сборнике: Творчество молодых: дизайн, реклама, информационные технологии сборник трудов XIII Международной научно-практической конференции студентов и аспирантов. Научный редактор Л. М. Дмитриева. 2014. С. 51-54.

прямом эфире объявил итоги голосования. Так, Леопард, Белый медведь и Заяц набрали 28%, 18% и 16% голосов. Так, жюри объявило сразу трёх победителей, которые и стали талисманами.

Около 1 миллиона россиян приняли участие в голосовании, путём отправки смс и звонков по горячей линии. Впервые талисман был выбран голосованием народа. Дизайн талисмана и эстетическая ориентация были выполнены в классической форме эпохи антропоморфического животного. Порядочное и серьезное изображение, хороший и позитивный образ, который стал уникальным. Сочинский зимний олимпийский талисман, основан на общественной эстетике и визуальных предпочтениях большинства людей.

Перед началом голосования из списка был исключен традиционный русский сказочный персонаж Дед Мороз, которому, по данным соцопросов, симпатизировало большинство россиян, – в случае победы в голосовании он стал бы собственностью Международного олимпийского комитета⁷³, и Россия лишилась бы главного символа Нового года.

Столь же популярный белый медведь во многом напоминал любимого всеми «Мишку», символ летних Олимпийских игр 1980 г. в Москве. Из медведя получился бы прекрасный талисман, но в условиях новой России пришлось обратиться к «общественному мнению»: прямая отсылка к советскому прошлому здесь вряд ли уместна, да и популярное в европейских странах сравнение России с мощным, но глуповатым и бесхитростным животным не пошло бы на пользу имиджу страны.

По мнению некоторых экспертов, данные символы не связаны между собой и не выражают единой, однозначно понимаемой концепции. Так, Фейгин, арт-директор Direct Design visual branding, считает, что талисманы нарисованы в стиле советских мультфильмов и не являются символами

⁷³ Петровский П. Великолепная пятерка [Электронный ресурс] // Российская газета. URL : rg.ru/2011/02/27/talismany-site.html (Дата обращения: 11.05.2017).

спортивных игр: ни в одном персонаже не отражен олимпийский девиз «Быстрее, выше, сильнее»⁷⁴.

По мнению директора агентства TNC.Brands.Ads Наталии Меш, создание mascota Олимпиады 2014 г. посредством «народного творчества» обрекло Россию на то, что «ничего современного, яркого, прорывного не будет»⁷⁵. С другой стороны, вынесение такого вопроса, как выбор Олимпийской символики на общенародное голосование, демонстрирует открытость и демократичность руководства страны, его готовность слушать и слышать народ, что также позитивно отражается на международном имидже государства.

Олимпийская чемпионка Мария Киселева охарактеризовала символы игр в Сочи: «Я считаю, что эти три талисмана будут олицетворять зимние Олимпийские игры. Мишка у многих вызывает ассоциации с московской Олимпиадой 1980 года. А здесь Мишка белый, и понятно, что это зимняя Олимпиада. Зайка просто очень милый. А Леопард – тоже здорово, он такой снежный. Сразу возникает ассоциация с зимой. К тому же это редкий зверь, которого нужно поддерживать и оберегать»⁷⁶.

Факел был выполнен в современном стиле, с использованием хрома и игольчатых элементов дизайна. Факел был почти 1 метр в длину. Одним из значимых событий Олимпиады стала Церемония зажжения Олимпийского огня. Первым факеленосцем был греческий лыжник Яннис Антониу, у которого факел принял российский хоккеист Александр Овечкин. В Россию олимпийский огонь прибыл 6 октября 2013 года, после чего началась эстафета с ним по регионам России. 14000 факеленосцев пронесли его через

⁷⁴ Ивченко А. Талисманы ОИ-2014 в Сочи: итоги и выводы [Электронный ресурс] // URL : sport.rambler.ru/Новости/olympics/586384040.html (Дата обращения: 29.04.2017).

⁷⁵ Талисманы ОИ-2014 не нравятся экспертам отсутствием единой концепции [Электронный ресурс] // РИА Новости. URL: <http://www.ria.ru/sport/20110228/340191424.html> (Дата обращения: 10.05.2017).

⁷⁶ Калмыкова С. Леопард, Белый мишка и Зайка. Россияне в ходе всенародного голосования выбрали талисманы для Олимпиады-2014 [Электронный ресурс] // Голос России – URL: <http://rus.ruvr.ru/2011/02/27/46429310.html> (Дата обращения: 11.05.2017)

2900 населенных пунктов. Во время эстафеты олимпийский огонь побывал на озере Байкал, на Эльбрусе и на Северном полюсе. 5 февраля 2014 года олимпийский факел был доставлен в Сочи, где и завершилась эстафета. Торжественная церемония открытия XXII зимних Олимпийских игр началась 7 февраля в 20 часов 14 минут по московскому времени. На церемонии факел с Олимпийским огнем пронесли Мария Шарапова, Елена Исинбаева, Александр Карелин и Алина Кабаева, которая передала эстафету Владиславу Третьяку и Ирине Родниной. Ими была зажжена Главная Чаша Огня⁷⁷.

Наружный слой факела серебристый, внутри красный и голубой. Факел зимних Олимпийских игр выполнен в русской традиции, очень динамичной и новой. В очертаниях факела легко угадывается силуэт пера волшебной птицы, этот узор знаком с самого детства любому жителю России по сказкам и легендам о Жар-Птице.

Логотип эмблемы нанесен на цвет русского флага, в эмблеме написано Sochi.ru и несколько английских слов. Ниже расположены олимпийские кольца и знак 2014 года, наверху - слоган Gateway to the Future. Эмблема разработана Международным комитетом экспертов (Interbrand) совместно с Организационным комитетом Олимпийского оргкомитета. Он назвал эмблему зимних Олимпийских игр 2014 года в Сочи молодежной.

Пиктограммы зимних Олимпийских игр 2014 года в Сочи вдохновлены типичными традициями русских костюмов, национальным колоритом.

Медаль выполнена в русском стиле, с уникальной красотой. Медаль разделена на две части, одна сторона отражает золото, серебро и бронзу, другая сторона серебряно-белой прозрачной мозаики. В медалях воплощен пейзаж г. Сочи в золотистых лучах сквозь призму заснеженных вершушек гор, тёплое море соседствует с морозным льдом.

⁷⁷ Дюканова Е.Н. Сочи - город XXII олимпийских игр: особенности подготовки и проведения // Система ценностей современного общества. 2017. № 51. С. 157-161.

Образ Сочи 2014 сочетает в рамках его символики имел не только функциональность и инновационность, он представил миру Россию современную, раскрыл ее для нового поколения молодежи, поколения Интернета. Этот большой шаг способствовал пробуждению взгляда, устремленного в будущее. СМИ создавали свой взгляд, который наполнил визуальный символ бренда собственным содержанием⁷⁸. Как показывает успешный опыт проведения зимних Олимпийских игр в Сочи 2014 г., информационное сопровождение является важным компонентом подготовки спортивных мегасобытий. Информационная кампания вокруг Олимпийских игр, ориентированная на российскую и мировую аудиторию, транслировала образ новой, сильной, прогрессивной России, открытой для всего человечества и выступающей влиятельным актором на мировой арене. Задействовав доступные средства массовой информации, участники кампании создали влиятельные дискурсы об Олимпийских играх в Сочи на глобальном, национальном и локальном уровнях⁷⁹.

2.2.1 Подходы СМИ к использованию атрибутики Сочинской Олимпиады в ее освещении

Для России Олимпийские игры в Сочи стали знаковым событием, которое СМИ освещали крайне обширно.

Вопрос освещения в прессе Зимней Олимпиады 2014 стал подниматься задолго до ее начала. Информационная составляющая позиционирования Олимпиады 2014 являлась важным аспектом в ее восприятии как внутренней, так и внешней аудиторией, на что обратил внимание еще в 2009 г. вице-

⁷⁸ Деркач Е.В. Олимпийские игры брендов // В сборнике: Творчество молодых: дизайн, реклама, информационные технологии сборник трудов XIII Международной научно-практической конференции студентов и аспирантов. Научный редактор Л. М. Дмитриева. 2014. С. 51-54.

⁷⁹ Коканов А.С., Пасынкова В.В. Зимние олимпийские игры в сочи в восприятии российских сообществ // Управленческое консультирование. 2015. № 5 (77). С. 168-175.

премьер РФ Д. Козак. В частности, на брифинге, состоявшейся в г. Сочи, он определил критерии реализации информационной кампании: регулярное освещение подготовки к олимпийским играм, преобладание фактографической основы, присутствие в информационном эфире различных точек зрения, касающихся рассматриваемого события. В.В. Путин в 2013 г. на встрече с журналистами обозначил стратегию деятельности сотрудников СМИ в ходе работы над олимпийской тематикой и отметил ее особенности: творческий подход, свежие идеи, а также «конструктивную критику», которая могла помочь выявлению недостатков в подготовительных работах. Ход Олимпийских игр освещали более 2000 российских и зарубежных СМИ, более 6000 телерадиовещателей, при этом значительную роль в информировании о ходе Олимпиады, ее позиционировании, формировании отношения к ней массовой аудитории играли социальные медиа⁸⁰.

В 2014 г. в России действовал канал Спорт-1, который в настоящее время транслируется под другим названием. «Матч! Арена» (до 25 января 2016 - «Спорт-1») - российский спортивный телеканал. Один из первых телеканалов производства Всероссийской государственной телевизионной и радиовещательной компании в формате телевидения высокой чёткости. Начал тестовое вещание 10 августа 2010 года, полноценное вещание началось 14 августа 2010 года.

В 2014 г. технологии реализовывались на более технологичном уровне, поэтому в рамках канала было задействована атрибутика Игр ярко, красиво, современно. Рассмотрим иллюстративный материал приложения 10. Видно, как в рамках трансляции о биатлоне задействована пиктограмма Олимпийских игр и изменен логотип телеканала, к нему добавлены олимпийские кольца, а также дизайн трансляции выполнен в официальных цветах олимпиады в Сочи.

⁸⁰ Смеюха В.В. Освещение зимних олимпийских игр 2014 в социальных медиа // Интегрированные коммуникации в спорте и туризме: образование, тенденции, международный опыт. 2014. № 6. С. 227-231.

В рамках этой Олимпиады можно говорить о специально созданном сайте <http://наша-олимпиада.рф> где описывается вся символика игр, можно посмотреть трансляции, фотографии, послушать песни. Также сам логотип олимпиады говорит ещё об одном канале СМИ - выбор домена в качестве эмблемы подчеркивает тот факт, что Олимпиада станет броском в мир будущего. Не зря девизом Сочинских игр стала фраза «Gateway to the Future», что, в переводе, означает «ворота в будущее». Он показывает стремление российского народа, нынешнего современного поколения Интернета к прогрессивным изменениям в жизни. Сама же эмблема олимпиады в Сочи 2014, словно, отображает сам город – отражение горных вершин в водах Черного моря, а белый и синий цвета символизируют противопоставление снега и морской воды.

Так, Одним из первых и эффективных информационно-коммуникационных инструментов XXII Олимпийских и XI Паралимпийских зимних игр в сети Интернет стал сайт «Сочи 2014» (<http://www.sochi2014.com>) – официальный интернет-ресурс Игр. Здесь не только можно было следить за развитием событий в процессе подготовки к Олимпиаде, купить билеты, но и действовала система обратной связи. Оперативное реагирование на запросы пользователей является особенностью глобальной сети, так называемая интерактивность. Во время Игр каждый пользователь сайта мог в режиме реального времени смотреть видеотрансляции, а также их повторы.

Если говорить о коммуникации с пользователями социальных сетей, то она осуществлялась через информационные сообщества. В их числе: «Олимпийские игры» (<https://vk.com/olympicsrus>), «Сочи 2014. Курорт Олимпийских игр» (<https://vk.com/sochi2014gamecommunity>), «Зимние Игры Сочи 2014» (<https://www.facebook.com/Sochi2014.ru>), «Игры Сочи 2014» (https://twitter.com/sochi2014_ru; <https://vk.com/club13326719>), «sochi2014» (<http://instagram.com/sochi2014>) и другие.

Социальные характеристики аудитории сайта «Facebook» позволяют оценивать его в качестве ресурса, аккумулирующего информационно-коммуникативные интересы пользователей среднего возраста, большая часть которых имеет высшее образование, заинтересована в развитии профессиональных компетенций. В преддверии Олимпиады на вебсайте был образован ряд страниц: «Sochi.ru. Олимпийские и Паралимпийские зимние игры 2014 года в Сочи» (действует с 2007 г.), «Sochi 2014 Winter Olympic Game» (с 2010 г.), «Сочи (Sochi) 2014» (с 2012 г.) и др. Первая из указанных страниц является официальной, имеет англоязычную версию, объединяет более 450 тыс. пользователей (данные на март 2014 г.), была создана с целью общения на любые темы, так или иначе связанные с Играми, спортом, волонтерским движением. Контент страницы представлен качественными фотографиями и видеороликами пронизанными символикой Игр⁸¹.

По результатам анализа, проведенного сервисом социальной статистики и аналитики «JagaJam», на 28.01.2014 г. наиболее эффективным соцмедийным каналом для привлечения внимания к Играм стала социальная сеть «ВКонтакте» (<http://vk.com>), на втором месте – «Facebook» (<https://ru-ru.facebook.com>), а затем – «Твиттер» (<https://twitter.com>). Пользователи соцсетей вступали в сообщества по собственному желанию и через олимпийские статусы своих друзей в собственной ленте. Информационно-коммуникационное сопровождение Олимпийских игр в Сочи проводилось не только со стороны России. Так, повысить интерес постоянных пользователей популярной соцсети «Facebook» к Играм решил американский телеканал NBC. Он заключил договор с «Facebook», чтобы совместно освещать события Игр. Все порталы были оформлены с использованием символики Олимпийских Игр 2014 г.

⁸¹ Смеюха В.В. Освещение зимних олимпийских игр 2014 в социальных медиа // Интегрированные коммуникации в спорте и туризме: образование, тенденции, международный опыт. 2014. № 6. С. 227-231.

В социальной сети «ВКонтакте» было создано информационное сообщество «Волонтеры «Сочи 2014» (https://vk.com/sochi2014_volunteers), собравшее более 21 тысячи пользователей. Данное сообщество использовало такие атрибуты с символикой, как футболки, кепки. Глобальной сетью освещались яркие и интересные тренинги и акции, проводимые активистами Центров привлечения волонтеров России. Самым обсуждаемым событием Олимпиады-2014 в социальной сети «ВКонтакте» стала церемония закрытия Игр в Сочи, собравшая более 25 миллионов упоминаний. По количеству сообщений пользователей церемония закрытия опередила открытие Игр, о котором в социальной сети было оставлено около 10 миллионов упоминаний. Всего за время проведения Олимпиады пользователи написали на страницах «ВКонтакте» более 54 миллионов сообщений, посвященных спортивным событиям — в среднем по 1,5 миллиона сообщений в обычные дни соревнований. Самым популярным олимпийским чемпионом в социальной сети стала фигуристка Юлия Липницкая, на страницу которой подписалось более 250 тысяч человек. Ее аккаунт поставил рекорд «ВКонтакте» по скорости роста, увеличившись за две недели на 2700%. В общей сложности на страницы участников Олимпиады подписались свыше миллиона человек. Как сообщал Digit.ru, в поисковом сервисе «Яндекса» из всех спортивных событий на Олимпиаде в Сочи наибольший интерес пользователей вызвал хоккейный матч Россия - Финляндия, попавший на первое место по количеству запросов. Больше всего во время Олимпиады пользователей интересовал медальный зачет, который почти каждый день оказывался на первом месте в топе поисковых запросов⁸².

Студия новостного канала Спорт-1 также была спроектирована в рамках символики Игр (Приложение 10). Эмблема олимпийских игр в Сочи 2014 отлично смотрится на шлемах, на одежде. Так ведущие новостного

⁸² Габбазов А.Р. Информационное обслуживание олимпийских игр (на примере социальной сети «вконтакте») // Интегрированные коммуникации в спорте и туризме: образование, тенденции, международный опыт. 2015. № 7. С. 33-34.

блога одеты в костюме в стиле Символики Олимпийских Игр с россыпью бело-голубых (у телеведущего) и бело-фиолетовых (у телеведущей) прозрачных треугольников, символизирующих осколки льда⁸³. Каждая эмблема Олимпийских игр уникальна! Считается, что эмблема Сочи 2014 через несколько лет станет одним из самых узнаваемых брендов в мире.

Так, одна из интернет-газет России «Газета.Ru» оповестила, что реквизиты с открытия Олимпиады в Сочи будут проданы с аукциона⁸⁴. Торги пройдут в июне 2017 года, сообщает портал KrasnodarMedia. Наиболее интересным товаром аукциона станут «автомобили стиляг» - розовый и белый «Запорожцы», которые движутся при помощи встроенных электромобилей. Стартовая стоимость олимпийских «Запорожцев» составит 163 тыс. руб. Также на аукцион будет выставлена модель лодки, участвовавшая в открытии Олимпиады, «Книжный остров» с большой книгой и письменными столами, который выступил в роли реквизита на церемонии закрытия Игр, а также разноцветные блоки «Тетрис». Стоимость каждого из данных товаров начинается от 3268 руб.

Торжественная церемония презентации символов Олимпиады в Сочи проходила на Красной площади в Москве. Об этом также рассказало одно из информационных агентств Олимпиады⁸⁵ - представлял талисманы Олимпиады 2014 лично президент организационного комитета Игр Дмитрий Чернышенко. Под многочисленные фейерверки и возгласы публике были представлены символы Олимпиады в Сочи 2014. Благодаря специально организованному телемосту насладиться презентацией талисманов Олимпиады 2014 смогли и жители города-хозяйки Олимпиады, а вел шоу популярный телеведущий Андрей Малахов. Легендарную песню

⁸³ Олимпийские игры в Сочи на канале Спорт-1 [Электронный ресурс] // URL: https://www.youtube.com/watch?v=RUAtaAJbq_I

⁸⁴ Реквизиты с открытия Олимпиады в Сочи будут проданы с аукциона [Электронный ресурс] // URL: https://www.gazeta.ru/sport/news/2017/05/11/n_10034681.shtml

⁸⁵ Символы/талисманы Олимпиады в Сочи 2014 (картинки) [Электронный ресурс] // URL: <http://2014.info/simvolika-olimpiady/simvol-talisman-sochi-2014/>

Олимпийского мишки спели дуэтом Лев Лещенко и Алсу, а на экране транслировались кадры закрытия летних Игр в Москве 1980 года.

2.2.2 Использование СМИ Китая символики Олимпийских игр в их репрезентации

В китайских СМИ сочинская Олимпиада была освещена не менее обширно, чем в российских. Так, можно перечислить ряд специальных сайтов, посвященных Олимпиаде.

Специальный сайт для Олимпийских игр 2014 года в Сочи, который принадлежит официальному сайту CCTV <http://2014sochi.cntv.cn>⁸⁶. Сайт отлично функционирует. Здесь можно посмотреть, как использованы логотипы Олимпийских игр, их символика. Однако, на главной странице сайта можно увидеть пиктограмму, которая не совсем похода на ту, которая использована в оригинале. Здесь использована цветная пиктограмма, которая использована в собственной цветовой манере передачи. Здесь использованы элементы пиктограмм, но не её полный образ. В целом сайт передает атмосферу символики именно так, как это должно быть.

Ещё один из сайтов - <http://sports.cntv.cn/2014sochi/> более ярко использовал символику Игр в Сочи, добавив туда и талисманы, и эмблему, и пиктограмму (приложении 11). Также здесь очень чётко прорисованы осколки льда.

Официальный сайт Олимпийского комитета Китая <http://2014.olympic.cn> использовал эмблему Игр, это ярко представлено в приложении 11.

Также можно отметить специальный сайт для Олимпийских игр 2014 года в Сочи, который принадлежит к Sina Corp. Здесь частично использованы

⁸⁶ Специальный сайт для Олимпийских игр 2014 года в Сочи [Электронный ресурс] // URL: <http://2014sochi.cntv.cn>

эмблема и элементы пиктограмм. (Приложение 12). На сайте, также, в рамках новостей было рассказано про символику Олимпийских игр, и сама символика была использована в новостях как иллюстративный материал⁸⁷.

Кроме того, стоит отметить ряд специальных сайтов, которые принадлежат к официальному сайту Sohu sports - <http://sports.sohu.com/sochi2014/>, NetEase sports - <http://sports.163.com/special/sochi2014/>. Один из сайтов принадлежит к официальному сайту Информационного агентства «Синьхуа» - <http://www.xinhuanet.com/sports/2014sochi/>

Статья про эмблемы Игр наполнена иллюстративным материалом символики (приложение 12)⁸⁸.

Очень много было новостей про Талисман. Так, один из спортивных каналов широко рассказывал о том, что впервые за всю историю существования Олимпийских игр талисманы Олимпиады в Сочи 2014 были выбраны посредством открытого всеобщего голосования, по итогам которого наибольшее число голосов получили Белый Мишка, Леопард и Зайка. В голосовании приняло участие более 270 тысяч респондентов. Совсем немного не дотянул до тройки талисман Олимпиады в Сочи 2014 в виде дельфина на лыжах. Весь список претендентов на символы Олимпиады в Сочи 2014 (картинки) был такой: Дед Мороз, Матрешки, Снегирь, Дельфин, Леопард, Бурый Мишка, Солнышко, Лучик, Снежинка, Белый Мишка и Зайка⁸⁹.

Рассказывалось о медалях, в рамках таких блогов как sports.sohu.com и gb.cri.cn. Так, отмечено, что узор медали сложный, детали особенно красивы. На твердой части медали олимпийские кольца, противоположно размещено

⁸⁷ Сайт Олимпийских игр 2014 [Электронный ресурс] // URL: <http://sports.sina.com.cn/z/sochi2014/>

⁸⁸ Интерпретация дизайна визуальных изображений Олимпийских игр в Сочи [Электронный ресурс] // URL: http://blog.sina.com.cn/s/blog_598746aa0102ecb3.html

⁸⁹ Новости о талисмане [Электронный ресурс] // URL: <http://sports.cntv.cn/2013/12/19/ARTI1387445003062326.shtml>

английское название игры и эмблема Зимних Олимпийских Игр в Сочи, с боку написано официальное название XXII зимних Олимпийских игр на русском, английском и французском языках. Медаль диаметром 100 мм, толщиной 10 мм, вес составляет от 460 до 531 грамма⁹⁰.

Факел также широко описан в рамках СМИ Китая, так, один из порталов sports.sina.com.cn рассказывает о том, что факел был выполнен в современном стиле, с использованием хрома и игольчатых элементов дизайна⁹¹.

Очень примечательно говорить о том, как выбрал дизайн студии канал CCTV во время Олимпийских игр 2014 в Сочи. Здесь можно увидеть круговой формы комнату, пол которой светится голубым в центре с эмблемой сочинских игр, на экранах по бокам студии стоят заставки в виде красивейших снежных гор. Также талисманы Олимпийских Игр 2014 украшают студию по бокам, мишка стоит на лыжах отдельно от леопарда и зайца. Также стол ведущих украшен маленькими талисманами и кольцами наверху, а сам стол прозрачный, что эмитирует лёд.

Поскольку использование этнокультурной символики как формы реализации стратегической культуры в сфере международного взаимодействия ориентировано, прежде всего, на внешний мир, на представителей других государств и народов, важно знать, каким образом данная символика интерпретируется носителями других культур. Это связано с изучением эффективности реализации культурных стратегий. Китайские специалисты, изучающие историю и культуру России, «прочитывают» символы в координатах собственной картины мира, поэтому интерпретация означенных символов носит достаточно специфичный характер. Так,

⁹⁰ Медали в Сочи зимних Олимпийских игр сделаны из трех килограммов чистого золота (картинки) [Электронный ресурс] // URL: <http://sports.163.com/14/0121/16/9J4IO7VB00051CAQ.html>

⁹¹ Факел в Сочи. Его модный внешний вид напоминает волшебную птицу (картинки) [Электронный ресурс] // URL: <http://sports.sina.com.cn/o/2013-01-14/17306377677.shtml>

известный китайский ученый Вэнь И, говоря о символическом значении выбранных маскотов, предполагает, что снежный леопард свидетельствует о том, что Россия делает акцент на своей могущественности и единстве: Северный Кавказ является неотъемлемой частью страны. Страх, который порождает образ снежного барса, дает партнерам по внешнеполитическому диалогу сигнал о том, что в целях достижения своих интересов, Россия, как снежный леопард, будет действовать без опасений, решительно, стремительно и смело. Вэнь И реконструирует и комментирует концепцию, лежащую в основе предлагаемой олимпийской символики: «Путем соединения снежного леопарда, белого медведя и зайца Россия стремится показать миру, что перед ним встанет новая Россия, которая будет обладать такой же храбростью и смелостью, как снежный леопард. Кроме того, страна будет иметь такую же силу и выносливость, как белый медведь, а также обладать сообразительностью и хитростью зайца. Очевидно, что вслед за “появлением на свет” этих трех талисманов и их распространением Россия будет в полной мере использовать и выявлять свою “мягкую силу”»⁹².

Интерпретируя этнокультурные символы России, китайский автор рассматривает их в координатах близкой и понятной ему китайской концепции «мягкой силы». Он осуществляет попытку связать предлагаемые символы в единую систему и выявить в них доминирующие смыслы, способные выразить сущность реализуемой Россией культурной стратегии.

2.3 Репрезентация Бразилии в символики Олимпийских игр 2016 года в Рио-де-Жанейро

В 2016 г. Олимпийские Игры прошли в Рио-де-Жанейро. Так, 2 октября 2009 года Международный олимпийский комитет (МОК) на своей 121-й

⁹² Вэнь И. Будет ли Россия воплощать в себе образы леопарда, медведя и зайца? // «Женьминьжибао» [Электронный ресурс]. // URL: <http://russian.people.com.cn/31519/7315676.html> (Дата обращения: 10.05.2017).

сессии, состоявшейся в Копенгагене (Дания), объявил о выборе Рио-де-Жанейро (Бразилия) в качестве хозяина Игр XXXI Олимпиады.

Основываясь только на анализе показателей, трудно объяснить, почему Рио-де-Жанейро одержал победу над другими кандидатами - Мадридом, Токио и Чикаго, ведь эти города имеют лучшие показатели по ряду параметров⁹³. Летние Олимпийские Игры-2016 были далеко не первой заявкой на проведение такого рода соревнований в Бразилии. Ранее Рио-де-Жанейро претендовал на проведение Олимпиады в 1936, 1940, 2004 и 2012 годах. Попытки принять у себя главные Игры увенчались успехом для Рио лишь в пятый раз.

Рио является первым городом в Южной Америке, в котором проводятся Олимпийские игры, и только вторым по величине городом в Латинской Америке, следующим за Мехико⁹⁴. Огонь Олимпиады был зажжён 21 апреля 2016 года в храме Геры в Олимпии. Греческий этап эстафеты продлился в течение 8 дней, до 28 апреля (27 и 28 апреля огонь был в Афинах), после чего огонь прибыл в Лозанну, где расположена штаб-квартира МОК, а через день - в Женеву. Заявка Рио была представлена многими влиятельными и известными политическими деятелями Бразилии, в их числе Серхио Кабрал, губернатор Рио; Эдуардо Паес, мэр Рио и Луиса Инасиу Лула да Силва, более известный как Лула, президент страны, а также наиболее известными спортсменами Бразилии, такими как олимпийская пловчиха Изабель Свон и легендарный король футбола Пеле. Лула просил МОК провести Олимпиаду в Южной Америке, утверждая, что «пришло время, чтобы зажечь олимпийский огонь в тропической стране». Когда Рио был выбран в качестве принимающего города, Лула плакал от радости.

⁹³ Даниэль Анорве Анорве Олимпийские игры в Пекине (2008), Сочи (2014) и Рио-де-Жанейро (2016) как результат влияния стран БРИКС // Современное право. 2014. № 1. С. 147-152.

⁹⁴ Джеффри Сегрейв Олимпийские игры в Рио-де-Жанейро-2016: актуальные вопросы и проблемы // Педагогико-психологические и медико-биологические проблемы физической культуры и спорта. 2016. №1(38). – С. 209-219.

"Сегодня самый эмоциональный день в моей жизни», – сказал он, – «Все, кто думал, что мы не можем управлять этой страной, теперь знают, что мы можем принимать у себя Олимпийские игры». На знаковом пляже Копакабана более 50000 бразильцев устроили праздник.

В Играх приняли участие 11 303 спортсмена, из 206 Национальных олимпийских комитетов, а также Олимпийская Команда Беженцев. Более 45 процентов участников Игр — женщины. Впервые в олимпийских состязаниях участвовали представители НОК Косово и Южного Судана⁹⁵.

Символика Олимпийских игр в Рио-де-Жанейро представлена в приложении 6.

Так, символика бразильских Олимпийских игр соответствовала принципам, которые были выдвинуты Заявочным комитетом Рио:

- техническое совершенство,
- жизненный опыт,
- развитие и поддержка олимпийского и паралимпийского

движений. Комитет считает, что эти фундаментальные понятия в сочетании с праздничным образом жизни города создадут отличные условия для проведения Олимпийских игр.

Логотип XXXI летних Олимпийских Игр 2016 в Рио-де-Жанейро разработан бразильской дизайнерской студией «Tatíl Design» и впервые представлен широкой публике 31 декабря 2010 года. В основе символа - стилизованный Рио - горы, солнце и море в виде извилистых линий, напоминающих силуэты взявшихся за руки, танцующих людей. Логотип выполнен в цветах национального флага Бразилии - синем, жёлтом и зелёном - и призван символизировать взаимодействие и энергию, гармонию в разнообразии, буйство природы и олимпийский дух.

⁹⁵ Мельникова Н.Ю., Трескин А.В., Леонтьева Н.С. Игры XXXI олимпиады в Рио: география расширяется // В сборнике: Физкультура, спорт, здоровье сборник статей Всероссийской с международным участием очно-заочной научно-практической конференции. 2016. С. 347-351.

Логотип Олимпиады 2016 года разрабатывался дизайнерской студией и впервые увидел свет в 2010 году. Люди, держащиеся за руки, символизируют всё, что характерно для Бразилии. Символизм проник и в цветовую гамму этого символа. Это не просто цвета флага (зелёный, синий, жёлтый), это взаимодействие олимпийского духа, гармонии, энергии окружающего мира и красоты природы. Этот логотип оказался очень поэтичным. Он лаконичен, прост, ясен в понимании и запоминается легко, яркий и добродушный.

Эмблема XXXI Олимпийских Игр, по словам её создателей, символизирует сам Рио-де-Жанейро. В основу символа будущих Игр легли три цвета национального флага Бразилии, а извилистые линии олицетворяют море, солнце, горы и силуэты танцующих вместе людей.

Талисманы бразильских Олимпийских Игр - Тома и Винисиуса - мир увидел на презентации игр в 2014 году. Винисиус похож на доброго улыбчивого кота жёлтого цвета. Это собирательный образ, поэтому в нём можно увидеть повадки и попугая, и обезьяны. Этот милый, очаровательный зверь покорила сердца всех. Том – символ фауны Бразилии, сочетает в себе признаки яркой растительности и сильных деревьев. Он стал талисманом Параолимпиады, который обладает сверхспособностями, силы духа, необузданной энергией и целеустремлённостью. Всё это присуще и спортсменам. Том и Винисиус разработаны дизайнерской компанией St. Paul's Birdoo. Голосование в сети Интернет определило образы в соответствии с именами двух известных бразильских музыкантов. Это еще раз показывает связь между Олимпийскими играми и музыкой, и это одна из главных культурных особенностей Бразилии.

Анализ отношения общественного мнения к олимпийским талисманам ставит вопрос о том, должен ли их набор быть незыблемым, или же он должен соотноситься с изменениями в ценностном мире человека, с ценностями, реально влияющими на современный спорт. Следует помнить, что отношение общественного мнения к спорту высоких достижений даже в

период наибольшего общественного интереса к нему все равно опосредовано реальными жизненными интересами общества, поэтому возможности пропагандистского воздействия на массовое сознание остаются локальными, если оно не сопряжено с этими интересами⁹⁶.

Очень интересным оказался и олимпийский **факел**. Дизайнеры факела хотели отразить содружество олимпийского огня и теплоту, дружелюбность бразильцев, хозяев первой Олимпиады в Южной Америке. Особый интерес вызвала инновационная идея «Поцелуй факелов» - движение элементов факела при передаче спортсмену во время эстафеты, когда волнистые линии открываются и светятся цветами флага Бразилии. Благодаря такой инновации факел увеличивался с 63,5 см до 69. Этот символ весит 1,5 кг и сделан из каучука и переработанного алюминия. Такой олимпийский факел стал примером для всех грядущих олимпиад. Здесь сочетается инновация, технологичность, чёткость и красота линий.

Особое место в символике Олимпиады 2016 года занимают **пиктограммы**. Казалось бы, что ещё можно оригинального придумать, но бразильцы смогли. Пиктограммы были разработаны сразу для двух игр – Олимпиада и Паралимпиада. Для Олимпийских игр были придуманы округлой, треугольной формы цветные (от светло-синего до зелёного) пиктограммы с белыми плавными контурами людей. Для паралимпийцев – такой же формы, но цвета более яркие (от жёлтого до красного). Эту символику применили не только как указатели соревнований, но и на билетах, что необычно для ранее использованных. Некоторые виды спорта имели разные пиктограммы. Так, например, для конного спорта были оформлены разные символы, в зависимости от вида (выездка, конкур, троеборье). Такое же разделение было и в велоспорте. Такая детализация была проведена впервые и оказалась очень удачной. Как сказала Лула Бет,

⁹⁶ Туманов С.В., Оносов А.А., Савина Н.Е. Общественное мнение об олимпийском движении и его символах // *Universum: Общественные науки: электрон. научн. журн.* 2016. № 11(29).

руководитель творческой группы, целью было разработать и отобразить в едином стиле динамизм и напряжённость соревнований в сочетании с непринуждённой атмосферой Рио-де-Жанейро.

Пиктограммы настолько полюбились организаторам, спортсменам и зрителям, что были использованы и на сувенирах. Такой пример был первым. С художественно-эстетической точки зрения символика Олимпиады в Рио-де-Жанейро была хорошо продумана, интересна, оригинальна и носит положительный энергетический посыл, как для участников, так и для зрителей. Здесь были правильно поставлены приоритеты на доброту, справедливость, инновации, самобытность принимающей стороны.

Медаль Олимпийских игр и Паралимпийских игр в Рио-де-Жанейро воплощает концепцию экологически устойчивого развития. Все золотые медали сделаны из безртутного золота. Серебряные и бронзовые медали сделаны из переработанных металлов. Лента изготовлена из рециклированных пластиковых бутылок. Медаль сопровождается ящиком из дерева, сертифицированным как экологически устойчивый.

В России эти игры освещаются несколько по-иному, чем игры 2014 г. Можно увидеть в приложении 12 дизайн студии канала Спорт-1, теперь уже канала «Матч», в рамках которого об Играх говорит лишь небольшой логотип в рамках эмблемы канала, и логотип игр в Бразилии на стойке ведущих. Однако заставка спортивных новостей (приложение 13), говорит о четком желании передачи дизайна Олимпиады бразильского характера⁹⁷. Это и цвета оформления, и музыка бразильского направления. Неудивительно, что в стране, где любят петь и танцевать, талисманы Олимпиады нарекли именами известных местных композиторов и музыкантов: Тома Жобима и Винисиуса ди Морайса. Здесь использованы талисманы и заставка оформлена в их цветах. Талисманы Олимпиады 2016 в Рио-де-Жанейро, как и другая символика Игр, привязаны к экзотике. Винисиус и Том

⁹⁷ Заставка спортивного Канала России [Электронный ресурс] // URL: <https://www.youtube.com/watch?v=6RTzHK7PWkI>

олицетворяют фауну и флору родной страны. Первый является талисманом собственно Олимпиады, второй - Паралимпиады.

2.3.1. Представление символики Олимпийских игр в Рио-де-Жанейро в российских СМИ

Символика Олимпийских игр в Рио-де-Жанейро была ярко описана многими средствами СМИ России. Трансляции шли в прямом эфире на официальном сайте канала «Матч» <https://matchtv.ru/programms/sportinteres/cordeiro>. Студия спортивного Канала России во время Олимпийских Игр в Рио представлена в приложении 13, в рамках оформления которой использованы элементы символики Игр. Однако, весьма сдержано, что отличает оформление и дизайн от Игр 2014 г (Приложение 13).

Официального сайта Олимпиады в Рио Де Жанейро на русском языке нет. На официальном сайте Олимпиады в Рио 2016 присутствуют четыре варианта языка: английский, французский, португальский и испанский. Однако узнавать всю последнюю информацию с Олимпиады в Рио-де-Жанейро можно было с русскоязычного спортивного сайта. Среди них можно выделить: <http://news.sportbox.ru/olympics> - особое внимание Sportbox.ru уделяет видеоконтенту: ежедневно на портале ведутся прямые трансляции разнообразных спортивных событий в России и за рубежом, размещается большое количество дополнительного материала (нарезки лучших моментов матчей, новостные сюжеты). Собственная студия позволяет Sportbox.ru производить передачи с участием ведущих спортсменов, тренеров, экспертов, функционеров и журналистов. Стратегическая задача портала – обеспечить своих пользователей качественным легальным видеоконтентом. Sportbox.ru тесно сотрудничает со многими спортивными клубами и федерациями по организации прямых трансляций соревнований, оказывает поддержку в освещении значимых

событий их внутренней жизни. Организаторам спортивных мероприятий Sportbox.ru предлагает уникальную возможность для рекламы предстоящих событий. Растущее число посетителей портала и расширяющаяся региональная аудитория обеспечивают максимальный охват потенциальных потребителей. В момент проведения Олимпиады главная страница сайта была украшена логотипом Игр 2016 и рядом пиктограмм.

Также портал <https://www.championat.com/olympic/>, располагающийся по адресу www.championat.com, а также все сопутствующие продукты (мобильная версия, приложения, виджеты и прочее, далее - Продукты) содержат информацию о спортивных новостях, интервью и статьи от экспертов, трансляции матчей, статистике турниров, в том числе футбольных, хоккейных, баскетбольных, фото- и видеоматериалы и прочие разделы. В момент Олимпиады 2016 также активно использовал атрибутику игр.

Кроме того, различные печатные СМИ публиковали материалы о символике игр. Здесь можно отметить ряд источников.

Энциклопедия <http://olympteka.ru/> описывая игры в Бразилии успешно использует их эмблему. Олимпийская – это портал-энциклопедия. На нём зафиксированы последние новости спорта и Олимпийских Игр. Результаты спортивных соревнований, статистика.

Портал <http://champions.name/> о спортивных турнирах публикует на своем сайте графические образы символики кратко комментируя её. Здесь описано, что талисманы Олимпиады в Рио-де-Жанейро – собирательные образы животного и растительного мира Бразилии. Винисиус изображен в виде улыбающегося желтого зверя и напоминает кота, он символизирует богатую фауну Бразилии. Том выполнен в синих и зеленых цветах и олицетворяет флору.

Также, портал активно описывал особенности Олимпийского факела 2016. В статье было отмечено, что по всей поверхности факела нанесена

текстура, элементы которой - маленькие треугольники - символизируют главные олимпийские ценности – совершенство, дружбу и взаимоуважение. По словам бренд-директора Рио-2016 Бет Лулы дизайн одного из символов «Рио-2016» впитал в себя олимпийский дух, природу Бразилии и гармоничное разнообразие и энергию бразильцев⁹⁸.

Один из журналов описывает процесс представления факела, а именно то, что после того как факел раскрывается можно увидеть дополнительные элементы, выполненные в красках бразильского флага и символизирующие море, горы, небо и солнце⁹⁹.

На официальном сайте канала «Матч» можно было посмотреть официальное видео Бразильский марафонец Вандерлей Кордейру зажег олимпийский огонь на «Маракане». Здесь вставал вопрос, по какой причине факел не зажёт известный спортсмен Пеле - бразильский футболист, нападающий¹⁰⁰.

Один из порталов о новостях спорта <http://news.sportbox.ru> говорит, что особенность паралимпийского факела 2014 – это то, что он имеет четыре грани, которые соотносятся с четырьмя паралимпийскими ценностями. Это смелость, решительность, вдохновение и равенство¹⁰¹. Интернет-портал Sportbox.ru стартовал в мае 2007 года и сейчас является одним из самых крупных и посещаемых российских спортивных сайтов. По количеству посетителей он уверенно входит в первую сотню порталов всего русскоязычного Интернета. На портале Sportbox.ru существует много разнообразных проектов спортивной тематики: новостной сайт с разделами по видам спорта, видеопортал, сайт спортивной статистики, спортивный

⁹⁸ Олимпийский факел [Электронный ресурс] // URL: <http://olympteka.ru/olymp/game/torches/51.html>

⁹⁹ Представлен факел Олимпиады 2016 в Рио-де-Жанейро [Электронный ресурс] // URL: http://www.aluminiumleader.ru/focus/predstavlen_fakel_olimpiady_2016_v_rio_de_zhaneyro/

¹⁰⁰ Олимпийский огонь на «Маракане» [Электронный ресурс] // URL: <https://matchtv.ru/programms/sportinteres/cordeiro>

¹⁰¹ Рио-2016. Факелы [Электронный ресурс] // URL: http://news.sportbox.ru/olympics/spbnews_NI591322_Rio_2016_Fakely

форум, блоги, конкурсы, фотогалереи, а также многое другое. На портале говорится, что олимпийский факел в главных аспектах напоминает о Бразилии и гостеприимстве бразильских людей, которые будут приветствовать Игры на своей земле.

Также в СМИ активно описывались талисманы Олимпийских Игр 2016 и шло их применения в дизайне передач, сайтов и пр. Сборная России завоевала в Рио 56 медалей - 19 золотых, 18 серебряных и 19 бронзовых наград. Пятое место заняла команда Германии - 17 золотых, 10 серебряных и 15 бронзовых медалей. Соревнования олимпийцев пользовались огромной популярностью у зрителей каналов и порталов, поэтому символика была использована активно и с разных сторон. Энциклопедия <http://olympteka.ru/> говорит о том, что организаторы Игр в Рио представили собирательные образы животного и растительного мира Бразилии. Также, в рамках статьи используется множество вариаций этих талисманов ¹⁰². Портал <http://news.sportbox.ru/> говорит о том, что Том - паралимпийский маскот, магическое существо, объединившее все растения бразильских лесов. Том тоже родился в результате «взрыва радости», который накрыл Бразилию после объявления столицы летних Игр-2016. Том очень любит бразильскую самбу, читает книги и, разумеется, очень много знает о природе своей страны. Отдыхать он предпочитает в цветке лилии в водах озера. Его миссия - помогать искать в себе креативность и решительность. И, конечно, веселиться ¹⁰³. О том, что музыка – это некоторое представление самой Бразилии выше уже упоминалось.

В российских СИМ активно использовались и описывались вопросы создания и особенностей эмблемы Игр в Рио. Так, на одном из форумов было сказано, что ЕСЛИ присмотреться, то можно увидеть в этом символе три

¹⁰² Олимпийская эмблема, талисман плакат XXXI летние Олимпийские Игры Рио-де-Жанейро 2016 [Электронный ресурс] // URL: <http://olympteka.ru/olymp/game/simbols/51.html>

¹⁰³ Рио-2016. Талисманы [Электронный ресурс] // URL: http://news.sportbox.ru/olympics/spbnews_NI591320_Rio_2016_Talismany

человека, которые взяли за руки - это символизирует единство всех народов, независимо от цвета кожи. Также не случайно в символе использованы именно такие цвета - цвета флага Бразилии. Еще в логотипе можно рассмотреть движение и энергию, а также яркость и красоту. Именно такие ассоциации возникают у многих с городом Рио-Де-Жанейро, в котором и состоятся летние олимпийские игры в 2016 году¹⁰⁴. Дизайнеры, художники стараются в создании логотипа быть уникальными, оригинальными, ведь символика Олимпийских Игр это реклама страны, в которой проходит Олимпиада.

На одном из новостных порталов представлен официальный гимн олимпийских игр в Рио и его описание¹⁰⁵. Есть комментарий такого рода «Скажем так: мелодия на любителя» Презентация гимна состоялась на канале YouTube на песню Alma e Coração. Исполнили песню, название которой переводится как «Душа и сердце», бразильские музыканты Thiaguinho и Projota. С самого начала было запланировано, что композиция будет исполнена представителями страны, в которой пройдут Игры.

Видеоклип, снятый на композицию, показывает олимпийские спортивные объекты, а также фрагменты тренировок молодых спортсменов. В видеоролике Рио представлен во всей красе, кроме того, в нём показываются тренировки четырёх спортсменов. В своей песне исполнители призывают участников Олимпиады не сдаваться и добиваться своих целей. «Эта песня звучит как сама Бразилия. Она о тяжелой борьбе и о том, что нужно выкладываться по полной - от всего сердца и со всей душой», - как

¹⁰⁴ Что означает символ, логотип олимпийских игр в Рио-де-Жанейро 2016? [Электронный ресурс] // URL: <http://www.bolshoyvopros.ru/questions/709501-chto-oznachaet-simvol-logotip-olimpijskih-igr-v-rio-de-zhanejro-2016.html>

¹⁰⁵ Представлен официальный гимн Олимпийских игр в Рио [Электронный ресурс] // URL: <http://www.dsnews.ua/world/predstavlen-ofitsialnyy-gimn-olimpijskih-igr-v-rio-04072016181600>

говорит её автор Thiagozinho¹⁰⁶. «Эта песня о том, как преодолевать трудности, о том, как поднимать самооценку, бороться и воплощать жизненные цели», - добавляет Projota.

Один из порталов очень ярко описал зоны, на которые поделена программа Игр в Рио. В статье активно использована атрибутика Игр, зоны представлены красочно, а к их картинкам приставлен логотип Игр 2008¹⁰⁷.

Самая насыщенная на события зона - это Барра. Организаторы запланировали здесь очень много соревнований. Помимо этого, на территории Барры расположены Олимпийская деревня, Олимпийский Парк, Главный пресс-центр и Телецентр.

Портал <http://olimpiadalife.ru> описывает особенность пиктограммы указывая на то, что конструкция пиктограммы уже является неотъемлемой частью бренда Рио 2016. Тела спортсменов и их спортивный инвентарь, изображенные на пиктограммах состоят из различных вариаций линий, с тем, чтобы создать впечатление глубины. Округлые формы, в виде морской гальки являются типичными для всех пиктограмм, характеризующими Рио 2016, а визуальный язык меняет свою форму в зависимости от форм движения атлетов, сами же пиктограммы могут быть представлены в различных цветах. Бренд-директор Рио 2016, Бет Лула, объясняет, что пиктограммы являются важной составляющей имиджа олимпийских игр в Рио. Он отметил, что, начиная с момента представления официальных пиктограмм общественности, они будут использоваться для любого вида идентификации Игр, в том числе и при установке дорожных знаков

¹⁰⁶ Официальный гимн Олимпийских игр 2016 года прозвучал в Рио-де-Жанейро, сообщает Газета.ру. [Электронный ресурс] // URL: <http://www.medikforum.ru/news/culture/46892-oficialnyu-gimn-olimpiady-2016-predstavili-v-brazilii.html>

¹⁰⁷ Олимпиада 2016 года в Рио-де-Жанейро: сроки проведения, талисманы, объекты [Электронный ресурс] // URL: https://informatio.ru/news/sport/rio2016/olimpiada_2016_goda_v_rio_de_zhaneyro/

непосредственно в городе Рио, для печати их на билетах и другой лицензионной продукции¹⁰⁸.

Также активно рассказывалось о медалях и венке, в рамках портала <http://udmathletics.ru>, например¹⁰⁹. Так, используя много картинок медалей, портал рассказывает, что дизайн медали совмещает в себе отношение между силой Олимпийских героев и силами природы. Вес медалей будет достигать 500 грамм. Атлеты, которые взойдут на верхнюю ступень пьедестала почета в Рио получают медали сделанные из золота, добытого без использования ртути и изготовлены в соответствии с жесточайшими нормами от начала проработки дизайна до непосредственно конечного продукта. В общей сложности было сделано 2,488 медалей: 812 золотых, 812 серебряных и 864 бронзовых. Серебряная и бронзовая медали были изготовлены с использованием 30% переработанных материалов. Половина пластмассы в ленте, используемой для того чтобы повесить медаль на шею спортсмена, была получена из переработанных пластиковых бутылок. Футляр для медали был сделан из дерева freijó, сертифицированным лесным попечительским советом. Впервые медали стали несколько толще в середине по сравнению с ее краями. Название вида программы, в котором будет завоевана медаль, выгравировано с помощью лазера вдоль гурта (боковой поверхности) медали. Лавровый венок – символ победы в Древней Греции, которым награждались победители, окружает логотип Олимпийских игр в Рио. Лавровый венок олицетворяет связь между силой и природой Олимпийцев. В соответствии с Олимпийской традицией на обратной стороне медали располагаются изображения греческой богини победы Ники, стадион Панафианаико и Акрополис.

¹⁰⁸ Оргкомитет Рио 2016 представил официальные спортивные пиктограммы [Электронный ресурс] // URL: <http://olimpiadalife.ru/rio-de-zhanejro-2016/orgkomitet-rio-2016-predstavil-oficialnye-sportivnye-piktogrammy.html>

¹⁰⁹ Были презентованы комплекты медалей олимпиады в Рио, а также прочая атрибутика [Электронный ресурс] // URL: <http://udmathletics.ru/arhiv-novostej/prezentovany-medai-olimpiady-v-rio>

Паралимпийские медали также были представлены на презентации. Особенностью таких медалей стал небольшой девайс, внедренный внутрь, который издает звук, когда медаль трясут, позволяя лицам с нарушением зрения понять, что они обладают золотой, серебряной или бронзовой медалью (золотая медаль обладает самым сильным звуковым эффектом, серебряная и бронзовая медаль имеют более тихий звук). На презентации также был представлен Олимпийский пьедестал почета, сделанный полностью из органических материалов, символизируя тропическую природу Бразилии.

Форма, которую будут носить медаленосцы на награждении также была представлена на этой презентации. Стилист Андреа Маркиз, выигравший конкурс, курируемый Пауло Борджесом (креативный директор недели моды в Сан-Пауло), создал эту форму вдохновившись естественной красотой Рио и Бразильской культурой и модой.

2.3.2 Китайские СМИ о символике Олимпийских игр 2016 года в Рио-де-Жанейро

В Китае были созданы специальные каналы для освещения событий Олимпиады 2016 г. Так, CCTV (Центральное телевидение Китая) открыло канал <http://2016.cctv.com>. Дизайн сайта использовали элементы пиктограммы и талисмана, цветов логотипа и талисмана в Рио и т.д.

Если подробно рассмотреть сайт, то можно сказать следующее:

1. Цветовая гамма сайта – оранжевый, зелёный, что передаёт цветовую гамму символики Олимпийских Игр 2016.
2. На сайте использован логотип Олимпийских Игр 2016.
3. На сайте использована пиктограмма Олимпийских Игр 2016.

В рамках данного портала шли прямые трансляции, был форум обсуждений, публиковались новости и пр.

Также стоит упомянуть официальный сайт Информационного агентства «Синьхуа» <http://www.xinhuanet.com/sports/rio2016/> и русский сайт <http://russian.news.cn/olympics2016/index.htm> (на русском языке). Здесь были отмечены специальные репортажи о символике. Было отмечено, что Талисман Игр в Рио-де-Жанейро сделан в Китае¹¹⁰.

Нельзя не отметить фоторепортаж про медали в Рио на официальном сайте газеты «Жэньминь жибао». В рамках статьи отмечено, что паралимпийская медаль имеет внутри мини-стальной шарик, чтобы она могла «звучать» и вибрировать. И в зависимости от типа медали - звук не одинаков. Таким образом, спортсмены с ослабленным зрением получают новый способ восприятия медалей¹¹¹.

Специальный сайт Олимпийских игр 2016 года в Рио-де-Жанейро был также открыт который Sina Corp - <http://2016.sina.com.cn/>. Sina Corp - китайская интернет-компания. Является сетью общения между китайскими диаспорами по всему миру. Имеет четыре направления деятельности: Sina Weibo, Sina Mobile, Sina Online, и Sina.net. Объединяет более 100 миллионов пользователей по всему миру.

На сайтах очень хорошо изложена информация и использована символика Олимпийских игр в Рио, так как спортсмены Китая заняли на этой Олимпиаде на третье место по количеству медалей - 26 золотых, 18 серебряных и 26 бронзовых медалей¹¹².

Символика крайне активно описывается на различных сайтах. Так, портал <http://news.163.com/> рассказывает о факеле Игр¹¹³. Сайт рассказывает о

¹¹⁰ Талисман Игр в Рио-де-Жанейро сделан в Китае [Электронный ресурс] // URL: http://csj.xinhuanet.com/2016-08/10/c_135582847.htm

¹¹¹ Фоторепортаж про медали в Рио [Электронный ресурс] // URL: <http://world.people.com.cn/n1/2016/0615/c1002-28448291.html>

¹¹² Мельникова Н.Ю., Трескин А.В., Леонтьева Н.С. Игры XXXI олимпиады в Рио: география расширяется // В сборнике: Физкультура, спорт, здоровье сборник статей Всероссийской с международным участием очно-заочной научно-практической конференции. 2016. С. 347-351.

¹¹³ Дизайн факела в Рио-де-Жанейро с богатыми бразильскими элементами (картинки) [Электронный ресурс] // URL: <http://news.163.com/15/0705/14/ATP22KP700014AEE.html>

том, что цвета линий факела символизируют море, горы, небо и солнце, а также цвета флага Бразилии.

В рамках портала <http://www.360doc.com> активно расписаны особенности логотипа Олимпийских Игр в Рио¹¹⁴. Так, портал говорит о том, что разработка логотипа базируется на четырёх концепциях: харизматичная сила, гармония, природа и олимпийский дух.

Портал <http://www.ccdol.com/> также говорит о логотипе Игр, указывая на то, что он вдохновляет на единство, страсть работать вместе, обмениваться знаниями и талантом.

Портал <http://www.25xt.com/> говорит о пиктограммах Олимпийских Игр 2016 г., о их красоте и необычном дизайне. Портал рассказывает, что всего было изготовлено 64 пиктограммы – 41 для олимпийских и 23 для паралимпийских видов спорта. Работа над ними началась в июле 2012 года и длилась 16 месяцев, пять из которых ушло на согласование с 42 Международными спортивными федерациями. Типографика официальных пиктограмм Рио-форм 2016 для олимпийские и паралимпийских видов спорта была разработана дизайнерами из студии Dalton Maag после тщательного изучения каждого вида спорта. Первые эскизы были сделаны вручную и затем были смоделированы на компьютере. Для Олимпийских игр в Рио были выбраны галечные формы, которые изменяют свою конфигурацию в зависимости от различных движений спортсменов. Работа была завершена за 16 месяцев, пять из которых были посвящены обсуждению и утверждению пиктограмм на 42 международных федерациях.

Портал <https://www.laonanren.com/> очень активно описал строение факела, его свойства, состав и особенности. В статье говорится о том, что общий вид факела можно охарактеризовать как движущегося, инновационного, включающего в себя три основные темы Олимпиады

¹¹⁴ Дизайн Олимпийских Игр в Рио 2016 [Электронный ресурс] // URL: http://www.360doc.com/content/16/0808/07/17132703_581587801.shtml

атрибута. Так, говорится, что красочных кривые представляют землю, море, гору, небо и солнце¹¹⁵.

Если бы не негативные факты вокруг этой Олимпиады, то она могла претендовать на самую интересную и современную. Символика Олимпиады в Рио-де-Жанейро была художественно и технически оформлена грамотно, политические особенности не отразились на ней. Весь акцент был сделан на проблему охраны окружающей среды. Но здесь стоит отметить факт того, что связь между национальным олимпийским движением и политикой будет скорее только усиливаться в будущем, и похожая участь ждёт каждую принимающую Игры страну. Как показывает многолетний опыт и история олимпийского движения, Международному олимпийскому комитету не удавалось и не удаётся быть политически нейтральной организацией согласно Олимпийской хартии. Она реагирует на трансформации мировой политической системы и политические вызовы. Политика всегда в боль шей степени влияла на Игры, нежели наоборот.

¹¹⁵ Бразилия Рио-2016 дизайн Олимпийского факела и стиль Объявлены [Электронный ресурс] // URL: <https://www.laonanren.com/news/2016-05/115312.htm>

Заключение

Таким образом, в рамках исследования, был проведен анализ национальной репрезентации в символике Олимпийских игр в рамках СМИ Китая и Российской Федерации.

В первой главе работы были рассмотрены вопросы олимпийской символики, дана её общая характеристика, показана ее эволюция, функции, подходы СМИ к ее использованию при освещении Олимпийских игр.

Также в работе была охарактеризована символика Олимпийских Игр с национальной и исторической точки зрения, были рассмотрены этапы ее развития и тенденции, влияющие на искусство дизайна современных олимпийских символов. Был проведен анализ функций олимпийской символики в СМИ.

Во второй главе исследования была проанализирована национальная репрезентация в символике Олимпийских игр в Китае 2008 года, в России 2014 года и в Бразилии 2016 года, представление символики этих Игр в СМИ РФ и КНР. Проведенное исследование дало ряд интересных результатов.

Было выявлено, что символами олимпийских игр являются флаг, эмблема (пять колец и логотип), олимпийский факел (огонь), оливковая ветвь, пиктограммы, талисман, медаль, гимн, клятва и лозунги.

Отмечено, что использование олимпийской символики в СМИ имеет сразу несколько функций, а именно: торговая функция олимпийской символики заключается в увеличении продаж спортивной атрибутики, сувениров с изображением символики; рекламная функция олимпийской символики заключается в использовании её в рекламных целях, так как она является узнаваемым объектом; консолидирующая функция олимпийской символики состоит в ее способности объединять людей. Популяризирующая функция олимпийской символики призвана информировать о традициях и особенностях страны-организатора Игр, её имидже; традиционная функция

олимпийской символики призвана поддерживать и развивать олимпийское движение; репрезентативная функция заключается в исполнении роли маркера принадлежности какого-либо объекта к Олимпийскому движению, к конкретной Олимпиаде, а также к определенному периоду времени.

Также, было отмечено, что сегодня бизнес активно участвует продвижении Олимпийской символики, а именно в: повышении её узнаваемости; формировании имиджа компании; приобретении дополнительных рекламных возможностей; получении прямых доходов от олимпийских соревнований. Олимпийский спорт ставит своей целью всестороннее развитие личности спортсменов и зрителей, пропаганду мира и межнационального сотрудничества, отсутствие интереса всех участников к материальному вознаграждению, что соответствует идеалам основателя современного международного олимпийского движения барона Пьера де Кубертена. Профессиональный спорт рассматривается при этом как часть индустрии отдыха и развлечений, продающий соответствующие услуги и управляемый сложными коммерческими структурами, в основе деятельности которых лежат экономические законы. Соревнования на Олимпийских играх направлены на достижение наивысших индивидуальных и командных результатов, а в профессиональном спорте – на коммерческий успех.

Олимпийские игры - это не только соревнование сильнейших спортсменов мира, но и крупнейший международный бизнес-проект-важнейшее спортивное мероприятие привлекает к себе внимание миллиардов людей в более чем 200 странах. На проведение Олимпийских игр затрачивается большое количество финансовых, материальных и других видов ресурсов. Несомненно, такое крупное мероприятие не может состояться без финансовой поддержки государства и привлечения к финансированию частных инвесторов.

Символика Олимпиады в настоящее время стала наиболее узнаваемой в мире. Это говорит о том, что современные Олимпийские игры представляют

собой уникальное явление человеческой культуры. В последние годы в мире значительно возросла популярность Олимпийской атрибутики: талисманов, значков, монет, пиктограмм, почтовых марок и т.д. Ни один другой бренд не имеет такой силы, как Олимпийская символика, поэтому она требует особого правового регулирования.

В рамках анализа репрезентации символики Олимпийских Игр в рамках СМИ России и Китая можно сделать ряд заключений:

1. Как правило, разные страны активно используют символику Олимпийских Игр в рамках оформления студий новостных проектов в период трансляции Олимпийских Игр, логотипов каналов и официальных сайтов и пр.

2. Как китайские СМИ, так и российские СМИ активно рассказывают о происхождении и свойствах символики Олимпийских игр в разных странах в рамках различных каналов СМИ.

3. Каждое государство реализует в символики Олимпийских игр, если они проходят на его территории, свои стратегические ориентиры, культурные и этнические элементы, дух и внутренние ценности страны. Олимпийские игры – это инструмент формирования имиджа страны. В Китае – это явный уклон в сторону национальной мифологии; в Сочи – отсылки к опыту истории России и советской Олимпиады-80; в Бразилии – формирование имиджа Рио-де-Жанейро как глобального интернационального центра, экологически чистого и открытого мировому сообществу.

4. Бывают случаи, когда канал СМИ может несколько исказить элемент символики в рамках её собственной интерпретации атрибута. Как правило, это те страны, которые не являются территорией на которой проходят Игры в данный период.

5. Если Олимпийские Игры проходят на территории страны, то СМИ этой страны освещают особенности символики Олимпиады более активно, а также используют её с большей частотой.

Хочется отметить, что проведение такого крупного международного события, как Олимпийские игры, способствует обращению взора мирового сообщества на спорт и культуру страны-хозяйки через СМИ. Это шанс продемонстрировать степень развития науки и техники, состояние окружающей среды и демографическую ситуацию, вопросы экономики, обороноспособности и энергетической безопасности. Провести такое крупное международное мероприятие, обеспечить его безопасность и позитивное восприятие в мире – это возможность показать успехи сбалансированного развития страны проведения Игр на всех обозначенных направлениях. Олимпийские игры можно считать катализатором изменения международной роли государства инструментом повышения его влияния на мировые процессы.

Перед страной, организующей Игры, открываются значительные возможности репрезентации в олимпийской символике своей истории, культуры, искусства, достижений, других национальных особенностей своего народа, для проведения олимпийской дипломатии и шанс использовать данный фактор для укрепления международного авторитета страны. Олимпийская дипломатия может оказать влияние на способность страны повысить свою роль в формировании системы международных отношений.

Список литературы

1. О средствах массовой информации: Федеральный закон от 27 декабря 1991 г. № 2124-1 (ред. от 03.07.2016) // Рос. газ. № 32. 08.02.1992.
2. Алексеев С.В. Принципы олимпийского права // Спорт: экономика, право, управление. 2015. № 1. С. 3-8.
3. Амежнова М.В. Этнокультурные символы в контексте российско-китайского взаимодействия: к проблеме интерпретации // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Серия: Гуманитарные науки. 2013. № 11 (671). С. 197-203.
4. Банников А.М., Банникова Н.А. Олимпийская символика - основополагающий аспект олимпийского образования // Вестник Майкопского государственного технологического университета. 2016. № 2. С. 42-47.
5. Бреева И.В. «Символика Российской Федерации» (сценарий игры) // Образование в современной школе. 2012. № 6. С. 37-39.
6. Бугреев А.Н. Приоритеты неоолимпизма // Теория и практика физической культуры. 2011. № 7. С. 15–18.
7. Бубка С.Н. Современный олимпийский спорт: экономический механизм саморазвития // Национальный олимпийский комитет. 2011. С.12-24.
8. Бурков Г.К. О воспитательном значении олимпийских игр // В сборнике: Актуальные проблемы социогуманитарного образования сборник статей. Уральский государственный педагогический университет, Институт педагогики и психологии детства. 2016. С. 29-32.
9. Бусарин А.Г. Использование опыта олимпийских игр в сочи в подготовке к зимним играм в Южной Корее // В сборнике: Физкультура, спорт, здоровье сборник статей Всероссийской с международным участием очно-заочной научно-практической конференции. 2016. С. 143-146.

10. Быкова А.Е. Культурная олимпиада: эволюция культурных программ олимпийских игр современности // В сборнике: Олимпийское движение: история и современность Материалы XXVII Олимпийской научной сессии молодых ученых и студентов Сибири. под общ. ред. Н.В. Колмогоровой. 2016. С. 11-15.
11. Варфоломеев В.П., Ди Ч. Олимпийские игры в Пекине как крупномасштабный проект: методы верификации и проблемы социально-экономической эффективности // Экономический анализ: теория и практика. 2010. № 11. С. 42-46.
12. Воробьева Т.Ю. Олимпийские игры 2008 в Пекине: символ - форма – цвет // Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник МГХПА. 2009. № 4. С. 247-253.
13. Габбазов А.Р. Информационное обслуживание олимпийских игр (на примере социальной сети «вконтакте») // Интегрированные коммуникации в спорте и туризме: образование, тенденции, международный опыт. 2015. № 7. С. 33-34.
14. Галицын С.В., Ткаченко П.А., Бухарков В.В. Этапы эволюции рекламы в олимпийском движении // Ученые записки университета им. П.Ф. Лесгафта. 2017. № 2 (144). С. 35-40.
15. Голобоков А. С. Становление и развитие внешнеполитической доктрины Китая: внешняя политика Китая // Ойкумена. 2010. № 3(14).
16. Гусева Е.П., Матина З.Э. Олимпийские игры: политический и социальный аспекты // В сборнике: Актуальные проблемы и перспективы теории и практики физической культуры, спорта, туризма и двигательной рекреации в современном мире материалы Всероссийской научно-практической конференции : в 2 частях. Челябинский государственный университет ; под ред. С. А. Ярушина, В. Д. Иванова. 2015. С. 3-8.

17. Даниэль Анорве Анорве Олимпийские игры в Пекине (2008), Сочи (2014) и Рио-де-Жанейро (2016) как результат влияния стран БРИКС // Современное право. 2014. № 1. С. 147-152.
18. Деркач Е.В. Олимпийские игры брендов // В сборнике: Творчество молодых: дизайн, реклама, информационные технологии сборник трудов XIII Международной научно-практической конференции студентов и аспирантов. Научный редактор Л. М. Дмитриева. 2014. С. 51-54.
19. Джеффри Сегрейв Олимпийские игры в Рио-де-Жанейро-2016: актуальные вопросы и проблемы // Педагогико-психологические и медико-биологические проблемы физической культуры и спорта. 2016. №1(38). – С. 209-219.
20. Держинская Л.Б., Никифорова М.Д. Проблемы олимпийских игр современности // Поиск (Волгоград). 2017. № 1 (6). С. 84-86.
21. Дударева Я.А. Лингвоюридические аспекты защиты олимпийской символики // Юрислингвистика. 2013. № 2 (13). С. 54-58.
22. Дюканова Е.Н. Сочи - город XXII олимпийских игр: особенности подготовки и проведения // Система ценностей современного общества. 2017. № 51. С. 157-161.
23. Илюхин Д.С., Булгаков Г.В. Олимпийский маркетинг // В сборнике: Проблемы социально-экономического развития России на современном этапе материалы IX ежегодной Всероссийской научно-практической конференции (заочной) с международным участием: в 2 частях. 2016. С. 347-361.
24. Комаров С.Н. Пьер де Кубертен и возрождение Олимпийских Игр // Современные проблемы сервиса и туризма. 2008. № 3. С. 4-6.
25. Коканов А.С., Пасынкова В.В. Зимние олимпийские игры в Сочи в восприятии российских сообществ // Управленческое консультирование. 2015. № 5 (77). С. 168-175.
26. Клюге Ф. История олимпийского гимна: поэт и его композитор // Наука в олимпийском спорте. 2015. № 4. С. 4-13.

27. Кузнецова З.М. Наследие зимних Олимпийских игр Сочи – 2014 // В сборнике: Наследие крупных спортивных событий как фактор социально-культурного и экономического развития региона Международная научно-практическая конференция. Редколлегия: Ф.Р. Зотова, Н.Х. Давлетова, В.М. Афанасьева, Е.М. Курочкина. 2013. С. 56-58.
28. Лагутина М.Д. Загадки великого символа, или история олимпийских колец // Физкультурное образование Сибири. 2015. Т. 34. № 2. С. 81-88.
29. Лебедева О.Д. Олимпийская символика: история и современность // Бюллетень медицинских интернет-конференций. 2013. Т. 3. № 11. С. 1272.
30. Литвинов Г.В. Знаки и символы времен: на примере олимпийских игр 1980 (Москва) и 2014 (Сочи) годов // В сборнике: Культура - Искусство - Образование XXXVII научно-практическая конференция профессорско-преподавательского состава вуза. 2016. С. 345-346.
31. Лубышева Л.И. Олимпийский маркетинг «GEO». 2014. № 6. С. 23–28.
32. Лугуева Р.Г. Языковые средства создания образа врага в публикациях англоязычных СМИ об олимпийских играх в Сочи // В сборнике: Общетеоретические и частные вопросы языкознания сборник научных статей. Чуваш. гос. пед. ун-т ; отв. ред. Н. В. Кормилина, Н. Ю. Шугаева. Чебоксары, 2014. С. 31-36.
33. Малинин В.Б., Сокольский Г.Ю. Античные Олимпийские игры: история и право // Юридическая мысль. 2016. Т. 95. № 3. С. 18-21.
34. Матющенко Н.С. Олимпийские игры как спортивно-развлекательный бизнес // Инновации. Менеджмент. Маркетинг. Туризм. 2013. № 1. С. 42-44.
35. Мельникова Н.Ю., Трескин А.В., Леонтьева Н.С. Игры XXXI олимпиады в Рио: география расширяется // В сборнике: Физкультура, спорт, здоровье сборник статей Всероссийской с международным участием очно-заочной научно-практической конференции. 2016. С. 347-351.
36. Мельников В.В. Олимпийские зимние игры: начало пути // Вестник спортивной науки. 2013. № 3. С. 59-61.

37. Мисакян Л.Г., Трескин А.В. Эволюция олимпийской символики и атрибутики // В сборнике: Сборник трудов студентов и молодых ученых РГУФКСМиТ материалы по итогам научных конференций студентов и молодых ученых РГУФКСМиТ. 2012. С. 110-114.
38. Морозов А.В. Психологические проблемы российского спорта (навстречу XXXI Летним Олимпийским играм в Рио-де-Жанейро) // Национальный психологический журнал. - №3(19)/2015. С. 81–90.
39. Морозов А.И., Кузнецова З.М., Мутаева И.Ш. Эволюция наследия игр олимпиад и олимпийских зимних игр // В сборнике: Международные спортивные игры «Дети Азии» - фактор продвижения идей Олимпизма и подготовки спортивного резерва Материалы международной научной конференции, посвященной 20-летию I Международных спортивных игр «Дети Азии» и 120-летию Олимпийского движения в стране. Под общей редакцией М.Д. Гуляева . 2016. С. 47-49.
40. Невская Т.А. Олимпийское движение и имидж России // Научно-аналитический журнал Обозреватель - Observer. 2016. № 11 (322). С. 48-57.
41. Немова Д.В., Быльева Д.С. Коммуникативное послание олимпийских талисманов // В книге: Коммуникативные стратегии информационного общества Труды VI Международной научно-теоретической конференции. 2013. С. 281-284.
42. Нуреев Р.М., Маркин Е.В. Эти разные олимпийские игры // Terra Economicus. 2009. Т. 7. № 3. С. 10-28.
43. Ожегов С.И., Словарь русского языка. М.: Госиздательство иностр и нац словарей, 1963. С. 707.
44. Платонов В. Программа олимпийских игр: история становления и современное состояние, противоречия и перспективы // Наука в олимпийском спорте. 2013. № 4. С. 60-70.

45. Протасова Н.В. Формирование имиджа государства средствами пр на примере олимпийских игр // В сборнике: Олимпийский бюллетень №16. 2016. С. 58-63.
46. Сонкин Г.В., Талызов С.Н. Олимпийские игры: правовые основы // В сборнике: Актуальные проблемы и перспективы теории и практики физической культуры, спорта, туризма и двигательной рекреации в современном мире материалы Всероссийской научно-практической конференции : в 2 частях. Челябинский государственный университет ; под ред. С. А. Ярушина, В. Д. Иванова. 2015. С. 162-167.
47. Смеюха В.В. Освещение зимних олимпийских игр 2014 в социальных медиа // Интегрированные коммуникации в спорте и туризме: образование, тенденции, международный опыт. 2014. № 6. С. 227-231.
48. Сухарькова М.П. Онлайн-активность олимпийского волонтерского движения «Сочи-2014 » до и после игр // Информационное общество. 2016. № 6. С. 53-63.
49. Скляр Р.В. Использование олимпийской символики как акт недобросовестной конкуренции // Имущественные отношения в Российской Федерации. 2014. № 4 (151). С. 21-28.
50. Суворова М. В. Реализация стратегии «мирного возвышения» (на примере XXIX Летних Олимпийских игр в Пекине) // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – Тамбов: Грамота, 2010. – № 2. – С. 84-89.
51. Сунь-цзы. Искусство войны. – М.: АСТ, Астрель, Кладезь. 2012. 192 с.
52. Сучилин А.А. Идеалы Пьера де Кубертена и современное олимпийское движение // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2012. № 4.

53. Туманов С.В., Оносов А.А., Савина Н.Е. Общественное мнение об олимпийском движении и его символах // *Universum: Общественные науки: электрон. научн. журн.* 2016. № 11(29).
54. Щербачева Л.В. Олимпийский символ, как объект права государства на результат интеллектуальной собственности // *Вопросы современной юриспруденции.* 2013. № 27. С. 48-56.
55. Юй Х. Влияние олимпийских игр на формирование имиджа страны // *Вестник магистратуры.* 2012. № 12 (15). С. 3-6.
56. Чжан Шуан. Олимпийские медиастратегии Китая. // *Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение.* 2011. № 4.
57. WeiYew. *The Olympic Image: the first 100 years.* New York : Books Nippan. 1997. 448 с.

Список литературы на китайском языке

58. 顾拜旦, 奥林匹克思想, 奥林匹克出版社, 1993年, 第26页。[Пьер де Кубертен. Олимпийские смыслы. Пекин: Олимпийское издательство, 1993. С. 26.]
59. 乐泉, 奥林匹克运动与文化艺术, 大众文艺出版社, 2008年, 第38页。[Лэ Цюань. Олимпийское движение, культура и искусство. Пекин: Массовая литература и искусство, 2000. С. 38.]
60. 宋敏、祝帅, 设计为奥运服务, 艺术与设计, 2007年第5期, 第32页。[Сун Минь, Чжу Шуай. Дизайн для олимпийской службы // *Искусство и дизайн.* 2007. № 5. С. 32.]
61. 范景中, 贡布里希论设计, 长沙: 湖南科学技术出版社, 2001年, 267页。[Фань Цзинчжун. Дизайн – Гомбрих. Чанша: Хунаньское научно-техническое издательство, 2001. 267 с.]

62. 何振梁, 奥林匹克运动的普遍价值与多文化世界, 体育文化导刊, 2002 年第 2 期。[Хэ Чжэньлянь. Универсальная ценность олимпийского движения и многокультурный мир // Спортивной культуры. 2002. № 2.]
63. 程志理、薛雨平, 奥林匹克文化教程, 南京: 江苏教育出版社, 2007 年, 第 13 页, 第 118 页。[Чэн Чжили, Сюэ Юйпин. Учебник олимпийской культуры. Нанкин: цзянсуское педагогическое издательство, 2007. С. 13. С. 118.]

Электронные ресурсы

64. Атрибут. [Электронный ресурс] // Общий толковый словарь русского языка [сайт]. URL: <http://tolkslovar.ru/a6841.html>
65. Были презентованы комплекты медалей олимпиады в Рио, а также прочая атрибутика [Электронный ресурс] // URL: <http://udmathletics.ru/arhiv-novostej/prezentovany-medai-olimpiady-v-rio>
66. Ван Чунлин. Куклы счастья «Фува» – талисманы Олимпийских игр 2008 года в Пекине [Электронный ресурс] // URL: <http://www.moskvapekin.ru/index.cfm/2007/8/23/mascots-fuwa-olympic-games-2008> (Дата обращения: 30.04.2017)
67. Вэнь И. Будет ли Россия воплощать в себе образы леопарда, медведя и зайца? // «Женьминьжибао» [Электронный ресурс] // URL: <http://russian.people.com.cn/31519/7315676.html> (Дата обращения: 10.05.2017).
68. Гимн Олимпийских игр в Китае сплагиировали из Холодного Сердца. [Электронный ресурс] // URL: <https://www.youtube.com/watch?v=uBYsDG3DL-0>
69. Главные достижения Хуана Самаранча на посту президента МОК. Справка. [Электронный ресурс] // РИА Новости. [сайт]. URL: <https://ria.ru/spravka/20100421/225149009.html> (Дата обращения: 21.04.2010).

70. Гросова А. Олимпийский флаг - что он символизирует? [Электронный ресурс] // URL: <http://fb.ru/article/146211/olimpiyskiy-flag---chto-on-simvoliziruet#image442404> (Дата обращения: 10.07.2014).
71. Заставка спортивного Канала России [Электронный ресурс] // URL: <https://www.youtube.com/watch?v=6RTzHK7PWkI>
72. Ивченко А. Талисманы ОИ-2014 в Сочи: итоги и выводы [Электронный ресурс] // URL: sport.rambler.ru/Новости/olympics/586384040.html (Дата обращения: 29.04.2017).
73. Изменение логотипа канала CCTV для Олимпийских игр [Электронный ресурс] // URL: <https://www.youtube.com/watch?v=0wvf5tebREI>
74. История талисманов [Электронный ресурс] // URL: <https://lapin.ru/blog/istoriya-talismanov>
75. К вопросу об использовании олимпийской символики [Электронный ресурс] // Новости ФАС регионов России [сайт]. URL: <http://www.regionfas.ru/66/41135> (Дата обращения: 08.10.2013).
76. Калмыкова С. Леопард, Белый мишка и Зайка. Россияне в ходе всенародного голосования выбрали талисманы для Олимпиады-2014 [Электронный ресурс] // Голос России. – URL: <http://rus.ruvr.ru/2011/02/27/46429310.html> (Дата обращения: 11.05.2017)
77. Комова О.А., Пойразян Ю.Э., Галстян И.Э., Кошовый И.Н. Олимпийские игры – как фактор развития международного бизнеса [Электронный ресурс] // Студенческий научный форум [сайт]. URL: <http://www.scienceforum.ru/2013/21/286>.
78. Кто делает олимпийскую форму сборных. [Электронный ресурс] // URL: <http://yapotrebitel.ru/archives/20178> (Дата обращения: 11.02.2014).
79. Летние Олимпийские игры в Пекине Волейбол Мужчины Четвертьфинал Болгария Россия [Электронный ресурс] // URL: <https://www.youtube.com/watch?v=9zssFs26-X8>

80. Олимпиада 2016 года в Рио-де-Жанейро: сроки проведения, талисманы, объекты [Электронный ресурс] // URL:
https://informatio.ru/news/sport/rio2016/olimpiada_2016_goda_v_rio_de_zhaneyro/
81. Олимпийские игры в Сочи на канале Спорт-1 [Электронный ресурс] // URL: https://www.youtube.com/watch?v=RUAtaAJbq_I
82. Олимпийский огонь на «Маракане» [Электронный ресурс] // URL:
<https://matchtv.ru/programms/sportinteres/cordeiro>
83. Олимпийская символика [Электронный ресурс] // Википедия [сайт]. URL: http://ru.wikipedia.org/Олимпийская_символика
84. Олимпийский факел [Электронный ресурс] // URL:
<http://olympteka.ru/olymp/game/torches/51.html>
85. Олимпийская эмблема, талисман плакат...XXIX летние Олимпийские Игры Пекин 2008 [Электронный ресурс] // URL:
<http://olympteka.ru/olymp/game/simbols/47.html>
86. Олимпийская эмблема, талисман плакат XXXI летние Олимпийские Игры Рио-де-Жанейро 2016 [Электронный ресурс] // URL:
<http://olympteka.ru/olymp/game/simbols/51.html>
87. Оргкомитет Рио 2016 представил официальные спортивные пиктограммы [Электронный ресурс] // URL: <http://olimpiadalife.ru/rio-de-zhaneyro-2016/orgkomitet-rio-2016-predstavil-oficialnye-sportivnye-piktogrammy.html>
88. Открылись Олимпийские игры в Пекине [Электронный ресурс] // URL:
<https://www.youtube.com/watch?v=LBewSk4yYOs>
89. Официальный гимн Олимпийских игр 2016 года прозвучал в Рио-де-Жанейро, сообщает Газета.ру. [Электронный ресурс] // URL:
<http://www.medikforum.ru/news/culture/46892-oficialnyu-gimn-olimpiady-2016-predstavili-v-brazilii.html>

90. Пекин 2008 [Электронный ресурс] // URL: <http://olimp-history.ru/node/357>
91. Петровский П. Великолепная пятерка [Электронный ресурс] // Российская газета. URL : rg.ru/2011/02/27/talismany-site.html (Дата обращения: 11.05.2017).
92. Представлен официальный гимн Олимпийских игр в Рио [Электронный ресурс] // URL: <http://www.dsnews.ua/world/predstavlen-ofitsialnyu-gimn-olimpiyskih-igr-v-rio-04072016181600>
93. Представлен факел Олимпиады 2016 в Рио-де-Жанейро [Электронный ресурс] // URL: http://www.aluminiumleader.ru/focus/predstavlen_fakel_olimpiady_2016_v_rio_d_e_zhaneyro/
94. Реквизиты с открытия Олимпиады в Сочи будут проданы с аукциона [Электронный ресурс] // URL: https://www.gazeta.ru/sport/news/2017/05/11/n_10034681.shtml
95. Рио-2016. Талисманы [Электронный ресурс] // URL: http://news.sportbox.ru/olympics/spbnews_NI591320_Rio_2016_Talismany
96. Рио-2016. Факелы [Электронный ресурс] // URL: http://news.sportbox.ru/olympics/spbnews_NI591322_Rio_2016_Fakely
97. Символы/талисманы Олимпиады в Сочи 2014 (картинки) [Электронный ресурс] // URL: <http://2014.info/simvolika-olimpiady/simvol-talisman-sochi-2014/>
98. Синий, черный, красный, желтый, зеленый - цвета олимпийских колец [Электронный ресурс] // URL: <http://fb.ru/article/119603/siniy-chernyy-krasnyiy-jeltyiy-zeleniy---tsveta-olimpiyskih-kolets> (Дата обращения: 16.12.2013).
99. Словари и энциклопедии на Академики [Электронный ресурс] URL: http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_tech/867/пиктограмма

100. Средства массовой информации (СМИ). Понятие, виды и функции СМИ. [Электронный ресурс] // Калькулятор [сайт]. URL: <https://www.calc.ru/Sredstva-Massovoy-Informatsii-Smi-Ponyatiye-Vidy-I-Funktsii-.html>
101. Талисманы ОИ-2014 в Сочи: мнения разделились [Электронный ресурс] // РИА Новости. URL: <http://ria.ru/sport/20110227/339855725.html> (Дата обращения: 10.05.2017).
102. Талисманы ОИ-2014 не нравятся экспертам отсутствием единой концепции [Электронный ресурс] // РИА Новости. URL: <http://www.ria.ru/sport/20110228/340191424.html> (Дата обращения: 10.05.2017).
103. Факел Олимпиады: хроника создания. [Электронный ресурс] // Спортивный журнал [сайт]. URL: <http://sportzur.com/2014/02/fakel-olimpiady-hronika-sozdaniya.html>
104. Что означает символ, логотип олимпийских игр в Рио-де-Жанейро 2016? [Электронный ресурс] // URL: <http://www.bolshoyvopros.ru/questions/709501-что-означает-символ-логотип-олимпийских-игр-в-рио-де-жанейро-2016.html>
105. Что символизирует Олимпийская символика [Электронный ресурс] // URL: <http://lib2.podelise.ru/docs/77881/index-2283.html>
106. Promotion video of mascots for the Beijing 2008 Olympics games [Электронный ресурс] // URL: <https://www.youtube.com/watch?v=DCvTtlrXXn4>

Электронные ресурсы на китайском языке

107. Бразилия Рио-2016 дизайн Олимпийского факела и стиль Объявлены [Электронный ресурс] // URL: <https://www.laonanren.com/news/2016-05/115312.htm>
108. В первую десятку дизайн логотипа в Пекине [Электронный ресурс] // URL: <http://2008.people.com.cn/GB/22180/22193/2010356.html>

109. Дизайн Олимпийских Игр в Рио 2016 [Электронный ресурс] // URL: http://www.360doc.com/content/16/0808/07/17132703_581587801.shtml
110. Дизайн факела в Рио-де-Жанейро с богатыми бразильскими элементами (картинки) [Электронный ресурс] // URL: <http://news.163.com/15/0705/14/ATP22KP700014AEE.html>
111. Интерпретация дизайна визуальных изображений Олимпийских игр в Сочи [Электронный ресурс] // URL: http://blog.sina.com.cn/s/blog_598746aa0102ecb3.html
112. Медали в Сочи зимних Олимпийских игр сделаны из трех килограммов чистого золота (картинки) [Электронный ресурс] // URL: <http://sports.163.com/14/0121/16/9J4IO7VB00051CAQ.html>
113. Новости о талисмани [Электронный ресурс] // URL: <http://sports.cntv.cn/2013/12/19/ARTI1387445003062326.shtml>
114. Олимпийский логотип. [Электронный ресурс] // Официальный сайт Олимпийского комитета Китая [сайт]. URL: <http://www.olympic.cn/olympic/movement/2003/1102/45268.html> (Дата обращения: 02.11.2003).
115. Песня «Пекин приветствует Вас!» [Электронный ресурс] // URL: <https://www.youtube.com/watch?v=9o-H5Se6pt4>
116. Сайт Олимпийских игр 2014 [Электронный ресурс] // URL: <http://sports.sina.com.cn/z/sochi2014/>
117. Специальный сайт для Олимпийских игр 2014 года в Сочи [Электронный ресурс] // URL: <http://2014sochi.cntv.cn>
118. Талисман Игр в Рио-де-Жанейро сделан в Китае [Электронный ресурс] // URL: http://csj.xinhuanet.com/2016-08/10/c_135582847.htm
119. Факел в Сочи. Его модный внешний вид напоминает волшебную птицу (картинки) [Электронный ресурс] // URL: <http://sports.sina.com.cn/o/2013-01-14/17306377677.shtml>

120. Фоторепортаж про медали в Рио [Электронный ресурс] // URL:
<http://world.people.com.cn/n1/2016/0615/c1002-28448291.html>

Приложения

Приложение 1

Символика Олимпийских игр

Символ	Характеристика
Флаг	Атласное белое полотно с олимпийской эмблемой.
Эмблема	Представляет собой пять колец, символизирующие единство Олимпийского движения в пяти частях света
Олимпийский факел (огонь)	Символизирует мир, свет, солидарность и дружбу. В Древней Греции на Олимпийских играх люди зажигали огонь в соответствии с религиозными правилами.
Оливковая ветвь	Венок, который вручают обладателям первого места. Эта традиция зародилась в Древней Греции, но до 2004 года (в Афинах) она не использовалась в играх.
Пиктограммы	Знак, отображающий важнейшие узнаваемые черты объекта, чаще в схематичном виде
Талисман	Символ олимпиады в виде животного, человека, тотема, птиц и пр., то есть какой-то субъект, который может приносить благоприятные и хорошие вещи, удачу. Московский талисман 1980 года запомнился всем – это был мишка с доброй улыбкой.
Медаль	церемония награждения на современных Олимпийских играх включает в себя такие обязательные процедуры, как поднятие государственных флагов, включение государственных гимнов и вручение медалей победителям. Бывают: бронзовые, серебряные, золотые.
Гимн	Песня, восхваляющая и прославляющая игры. Впервые прозвучал в 1896 году. Он был написан Спиросом Самаросом и Костисом Паламасом.
Клятва	Торжественное обещание или торжественное заверение
Лозунги	Основаны на олимпийском девизе, придуманном священником Дидоном. Девиз – это слово или короткая фраза, определяющая поведение и устремления группы людей или организации.

Приложение 2

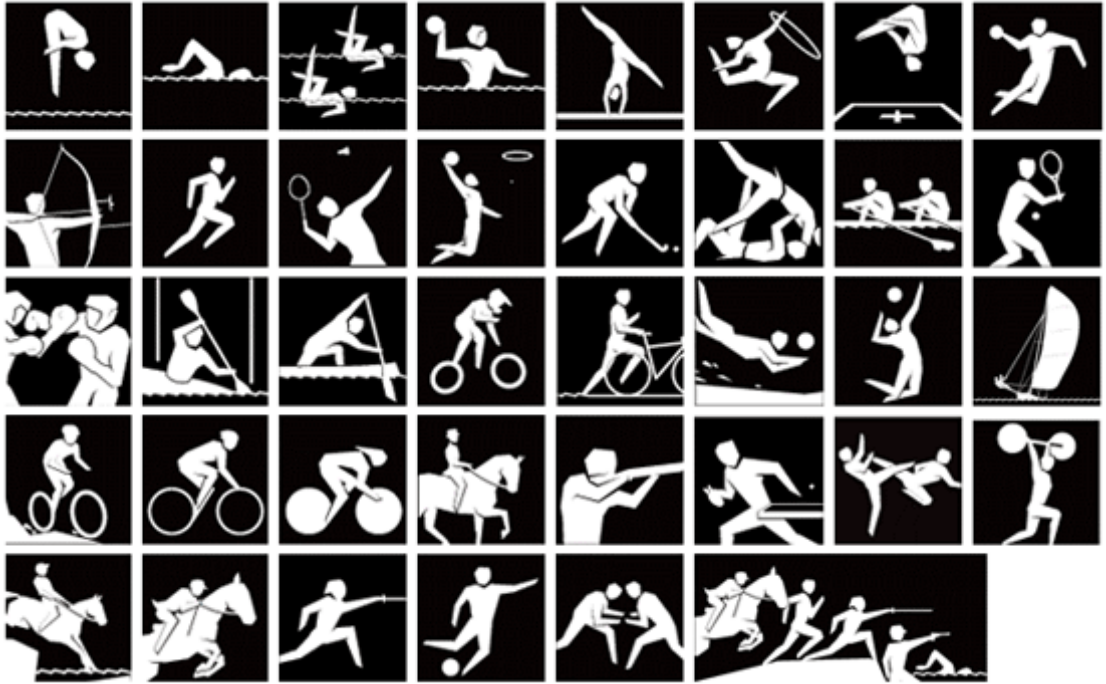


Официальные талисманы летних Олимпийских и Паралимпийских игр
2012 в Лондоне в Великобритании

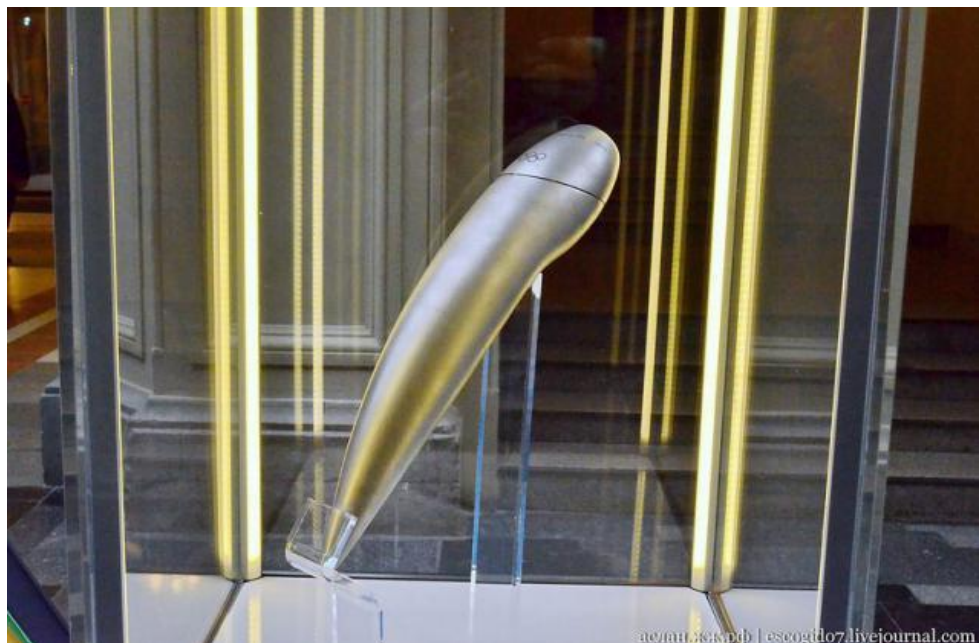


Олимпийский факел в Сочи

Приложение 3









Пиктограммы Лондонской летней Олимпиады 2012 года



Факел для Олимпиады в Альбервилле 1992 году

Приложение 4

Символика Олимпийских игр в Пекине

Символ	Характеристика
Флаг	
Эмблема	
Олимпийский факел (огонь)	
Пиктограммы	<p>ПЕКИН 2008</p> 
Талисман	
Медаль	
Лозунги	«один мир, одна мечта»







Приложение 5

Символика Олимпийских игр в Сочи

Символ	Характеристика
Флаг	
Эмблема	
Олимпийский факел (огонь)	
Пиктограммы	
Талисман	
Медаль	
Лозунги	«Жаркие. Зимние. Твои». «Gateway to the Future»

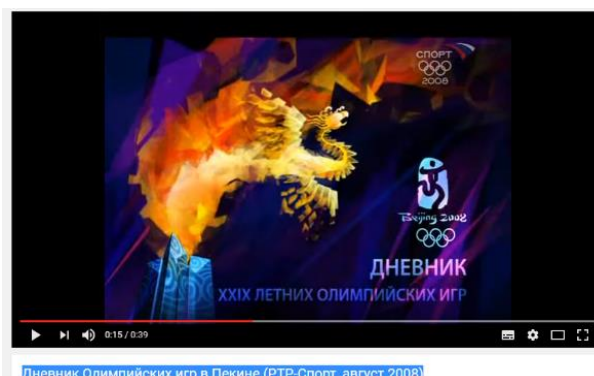
Приложение 6

Символика Олимпийских игр в Рио-де-Жанейро

Символ	Характеристика
Флаг	
Эмблема	
Олимпийский факел (огонь)	
Пиктограммы	
Талисман	
Медаль	
Лозунги	«A New World», что в переводе на русский означает «Новый мир»

Приложение 7

Репрезентация символики Олимпийских игр в Пекине в СМИ



Дневник Олимпийских игр в Пекине на канале Россия-Спорт, август 2008)



Студия канала РТР-Спорт во время Олимпийских игр в Пекине
Репрезентация Олимпийских игр в Пекине в СМИ



Летние Олимпийские игры в Пекине Волейбол Мужчины
Четвертьфинал Болгария Россия

Олимпийские игры. Четвертьфинал Болгария Россия

Приложение 8

Репрезентация символики Олимпийских игр в Пекине в СМИ



Открылись Олимпийские игры в Пекине

Открылись Олимпийские игры в Пекине



Студия китайского новостного канала

Приложение 9

Логотип канала CCTV-5



В обычное время

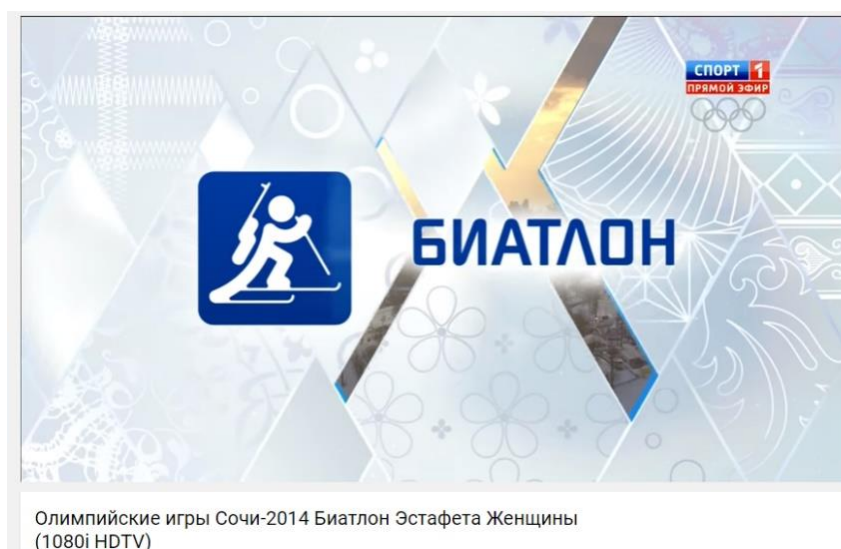


Во время летних Олимпийских игр

Приложение 10



Клип «Пекин приветствует вас»



Олимпийские игры в Сочи на канале Спорт-1



Олимпийские игры в Сочи на канале Спорт-1

Приложение 11

Репрезентация олимпийских игр в Сочи



Специальный сайт для Олимпийских игр 2014 года в Сочи, который принадлежит официальному сайту CCTV



Сайт Олимпийских игр 2014 года в Сочи



Официальный сайт Олимпийского комитета Китая

Приложение 12

Репрезентация олимпийских игр в Сочи



Сайт Олимпийских игр 2014 в Китае



Интерпретация дизайна визуальных изображений Олимпийских игр
в Сочи



Студия спорт канала Китая во время Олимпийских игр в Сочи

Приложение 13

Репрезентация олимпийских игр в Рио-де-Жанейро

里约奥运会、残奥会奖牌及口号公布 奖牌设计注重可持续理念 【著者佚名】



人民网巴西里约热内卢6月14日电（记者 王海林）6月14日当天，在里约奥林匹克公园的未来体育馆，2016年里约奥运会、残奥会奖牌及颁奖礼品发布会公布，与这一起公布的还有2016年里约奥运会、残奥会口号“一个新世界”。国际奥委会主席托马·巴赫、里约奥委会主席劳拉·蒂塞蒂出席了这一仪式。巴赫在致辞中表示，奥运口号体现了奥林匹克的精神，让世界变得更好，同时他也提出，奥运之后的里约也将是一个重新变好的城市。

特别值得一提的是，此次奥运会及残奥会的颁奖礼品由中国企业华虹文化制造，包括同奖牌一起颁给奥运会运动员的2D立体奥运合组，以及一起颁给残奥会运动员的采用金银铜三色“头灰”的残奥会吉祥物。

此次奥运会及残奥会奖牌由里约奥委会及巴西货币厂共同设计开发，此次奖牌的设计生产特别注重可持续性创新的理念。金牌内完全无汞，银牌及铜牌中20%的材料是回收利用的，甚至用以镶嵌奖牌的丝带也是从废弃的矿泉水瓶中提取制造。

今年的奥运会共有2,499枚奖牌，每枚重500克，其中分别有812块金牌、812块银牌及864块铜牌。奥运奖牌的正反面由古希腊胜利女神的月桂叶环绕，中间则是里约奥运会合组及奥运五环；奖牌背面则是长着一对翅膀的古希腊胜利女神尼克（Nike）。这一设计的理念是表达“奥运英雄力量及自然力量之间的关系”。

在创新设计方面，国际残奥会副主席廖善英接受本报记者采访时表示，残奥会的奖牌内嵌入了响铃，敲击时可以发出响声，其中金银铜牌的响铃声依次降低。

Фоторепортаж про медали в Рио



Студия спортивного Канала КНР во время Олимпийских Игр в Рио

Приложение 13

Репрезентация олимпийских игр в Рио-де-Жанейро



Студия спортивного Канала России во время Олимпийских Игр в Рио



Олимпийские игры 2016. Рио-де-Жанейро (Бразилия)

Заставка спортивного Канала России во время Олимпийских Игр в Рио

Приложение 14

Скандальные вариации на тему, как «разрабатывался» логотип Пекинской Олимпиады

