

Спортивная миграция: бизнес или социальное явление?

Дударев Илья Владимирович

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Москва, Россия
E-mail: dudarev31@yandex.ru

Глобализация бизнеса - процесс расширения экономических связей объема продаж, как следствие увеличение разницы между богатыми и бедными, повышение миграции в поисках лучших условий жизни. Данная тенденция не могла не сказаться и на спорте. Миграционные процессы в различных видах спорта стали протекать более интенсивно. Все больше и больше спортсменов оставляют свою страну, переезжая в зарубежные чемпионаты. Наибольшую актуальность эта проблема приобретает, когда речь заходит о больших финансовых вложениях в спорт, потому что так проблема миграции помимо социального аспекта, приобретает коммерческий, что сильно влияет на целую систему спорта в стране.

Существуют трансферный рынок, который позволяет владельцам различных клубов приобретать иностранных спортсменов. Поэтому явление миграции преимущественно популярно в игровых видах спорта, где благодаря рынку можно обмениваться спортсменами.

Чтобы выяснить, что же представляет спортивная миграция в 21 веке (бизнес или социальное явление) необходимо пронаблюдать её последствия, которые отражаются как в социальной сфере, так и в экономической.

С одной стороны, миграция в спорте порождает массу конфликтов, которые всё больше перерастают в расистские скандалы. Особенно расизму поддаются темнокожие футболисты. Одним из наиболее громких конфликтов на расовой почве является инцидент, который произошел в товарищеском матче между "Миланом" и клубом четвертого дивизиона "Про Патрия". Все началось, когда фанаты "Про Патрии" принялись скандировать расистские кричалки, обращенные к футболистам Кевину Принсу Боатенгу, Эмануэльсону, Мунтари и Ньянгу. Темнокожие спортсмены отказались продолжать играть - и матч был прерван по этой позорной причине. Позднее ввиду этого дела шестеро фанатов "Про Патрии" были приговорены к тюремному заключению на срок от 40 дней до двух месяцев.

Кроме того, миграция влечет за собой социальную напряженность. Спортсмены едут за огромными денежными контрактами, как следствие растет социальное неравенство.

Миграция ведет к стиранию культурных границ, в результате чего забываются национальные особенности и теряется идентификация. Это происходит с постоянной ассимиляцией иностранцев.

С другой стороны, данное явление помогает обмениваться традициями. Например, приезжие во Францию спортсмены пробуют фирменные французские круассаны и омлет. Они наслаждаются красивейшими достопримечательностями, в числе которых Лувр, Эйфелева башня и другие. Также миграция зачастую дарит возможность фанатам спорта увидеть звездных футболистов, баскетболистов, волейболистов и других спортсменов. Такие трансферы повышают интерес к спорту в стране. В 2017 году бразильский нападающий Неймар перешел из каталонской Барселоны в парижский ПСЖ за 222 млн долларов. Данное событие вызвало невероятный ажиотаж. На трибунах в тот день был аншлаг. Все хотели посмотреть на звездного бразильца.

Популярность растет и в социальных сетях. Ещё за неделю до прихода португальского футболиста Криштиану Роналду на официальной странице клуба было 10,4 млн подписчиков. Всего за неделю добавилось более 2 миллионов подписчиков.

Однако нужно понимать, что и вопрос популяризации спорта имеет как социальный, так и экономический аспекты. А именно, всё больше появляется крупных инвесторов, в частности государственные структуры, которые финансируют команды, их инфраструктуру, покупают новых футболистов, в том числе легионеров. В следствие этого растёт популярность чемпионатов среди наших и иностранных болельщиков. Как результат, популяризируется спорт и здоровый образ жизни среди подрастающего поколения, а также увеличивается иностранная аудитория, что ведёт к повышению продаж трансляций на зарубежный рынок.

После перехода российского футболиста Александра Головина в чемпионат Франции, в разы увеличилась аудитория французского футбола, что позволило французскому чемпионату заработать миллионы от продажи прав на показ футбольных матчей в России. Огромная часть этих финансов идёт с налогов в государственный бюджет. Поэтому мы понимаем, что государству тоже выгоден бизнес, который искусственно создаёт миграцию, приглашая иностранцев.

Центральным вопросом российского футбола последних нескольких лет является «лимит на легионеров», который действует в РПЛ с 2005 года. За эти годы его не раз ужесточали. Сейчас лимит устроен по схеме «8+17». То есть в заявке клуба из 25 человек должно быть не больше восьми легионеров. Оставшиеся 17 должны быть россиянами. Или гражданами Армении, Казахстана, Киргизии и Беларуси — они в виде исключения не считаются легионерами.

Многие футбольные эксперты выступают за то, чтобы вместо покупки готового, состоявшегося футболиста воспитать своего. Вложение средств в развитие академий - процесс, куда более длительный, но рациональный. Однако тренерам российских топ-клубов зачастую просто не дают этого времени, и, требуя результат здесь и сейчас, вынуждают покупать приезжих, которые в данный момент времени сильнее, нежели российские футболисты.

Выступающие за лимит приводят аргументы, которые нацелены на защиту российских футболистов от конкуренции с иностранцами: у наших молодых спортсменов будет больше времени и возможности играть в футбол.

Кроме того, один из главных минусов лимита - повышение неравенства российских клубов. Звездных бразильцев «Зенита» волгоградский «Ротор» просто не имеет достаточных ресурсов приобрести. Так, мы увеличиваем разницу в уровне клубов, тем самым падает зрелищность чемпионата

Есть и другая часть экспертов, которые считают, что только соперничество с легионерами и отмена лимита смогут развить отечественный футбол. Действительно, конкуренция - двигатель прогресса. Именно отмена лимита позволит российским командам конкурировать на международной арене. Чтобы конкурировать с лучшими английскими, французскими, испанскими командами - необходимо, чтобы в твоей команде играли французы, испанцы или англичане.

Если говорить не только про спортивную составляющую, но и коммерческую, именно за счёт легионеров наш чемпионат будет набирать популярность в других странах и континентах, что привлечёт огромные деньги в российский футбол. А финансирование отечественного чемпионата крупными инвесторами важно с точки зрения развития престижа.

Для того, чтобы создать конкурентноспособную среду и развивать уровень футбола в нашей стране, но при этом не забывать подпускать к основному составу молодых футболистов, необходимо покупать только тех иностранцев, которые должны быть на порядок сильнее российского футболиста. Так, мы сохраним конкуренцию, одновременно с тем не лишим работы большого числа российских футболистов. Также основную часть

финансирования спорта нужно отдавать детскому и юношескому футболу. Российский футбольный союз должен поощрять первых тренеров состоявшихся профессиональных футболистов.

Таким образом, проблема миграции в спорте всё еще остается социальным явлением, в виду налаживания межнациональных отношений и социального взаимодействия. Однако всё большую роль играет экономический фактор. На первый план уже выходит бизнес, который привлекает огромное количество финансов в спорт, что просто искусственным образом создаёт условия к появлению миграции. Нельзя однозначно оценить это явление: с одной стороны растет интерес к спорту, увеличиваются вложения, которые ведут к популяризации спорта и повышению его уровня, но с другой стороны ясны и негативные последствия. Чемпионаты выигрывают богатые клубы. Покупка иностранцев выгодна спонсорам, которые делают эти команды ещё богаче. Ускоряется разрыв между богатыми и бедными клубами. Вторые становятся «донорами», поставляя своих молодых перспективных игроков. В таких условиях мы говорим о капиталистической системе, в которой каждый элемент имеет свою выгоду: агент, который пригласил иностранного футболиста, спортивный менеджер, который нанял агента, владелец клуба и инвесторы, которые вкладывают средства в свой клуб. В основном государственные структуры выступают основными источниками финансирования ведущих российских клубов. Ввиду этого пропадает спортивная, а также социальная составляющая. Бизнес захватывает все сферы жизнедеятельности, в том числе и спорт.

Источники и литература

- 1 Толковый словарь С.И. Ожегова [2] <https://ru.wikipedia.org/> [3] <https://wiki.fenix.help/sociologiya/migratsiya> [4] М.В. Аверина «Социокультурная динамика современности: воздействие миграции и спорта». [5] А.Н. Попов, А.Ф. Попова «Миграционная безопасность и спорт»: издательство УралГУФК, 2003. – 124с