

Научная статья  
УДК 316.74:796

## Личный бренд студента-спортсмена как инструмент публичной дипломатии

В. А. Савин<sup>1</sup>, Н. В. Самсонова<sup>2</sup>, Д. И. Воронин<sup>2</sup>✉

<sup>1</sup>РОСТЕХ АРЕНА, Россия, 236006, г. Калининград, Солнечный бульвар, д. 25

<sup>2</sup>Балтийский федеральный университет им. Иммануила Канта, Россия, 236041, г. Калининград, ул. А. Невского, д. 14

**Савин Владимир Александрович**, генеральный директор, соискатель Балтийского федерального университета имени И. Канта, [vsavin@stadiumkgd.ru](mailto:vsavin@stadiumkgd.ru), <https://orcid.org/1991-5497-2019-10034>

**Самсонова Надежда Владиславовна**, доктор педагогических наук, профессор Высшей школы физической культуры и спорта, [nsamsonova@kantiana.ru](mailto:nsamsonova@kantiana.ru), <https://orcid.org/0000-0002-2734-3666>

**Воронин Денис Иванович**, кандидат педагогических наук, доцент, директор Высшей школы физической культуры и спорта, [DVoronin1@kantiana.ru](mailto:DVoronin1@kantiana.ru), <https://orcid.org/0000-0002-4525-5758>

**Аннотация.** Цель исследования – обосновать необходимость и целесообразность дополнения компетентности международной деятельности компетенцией публичной спортивной дипломатии специалистов по физической культуре и спорту для продуктивного участия в реализации программ международного спортивного сотрудничества. В статье дополняются политические, гуманитарные, культурологические предпосылки реализации публичной дипломатии в сфере физической культуры на уровне массового и любительского спорта, зафиксированные в международных и российских документах. Уточнены цели публичной дипломатии в области молодежной политики и студенческого спорта, направленные на формирование положительного имиджа, деловой репутации и продуктивного личного и корпоративного бренда. На основе понятия «спортивное благополучие», структуры его компонентов и их содержания обосновано содержание феномена «личный бренд студента-спортсмена». Смоделирована структура компонентов личного бренда студента-спортсмена как актора публичной дипломатии; приведена методика проектирования личного бренда студента-спортсмена. Сформулированы рекомендации к проектированию содержания образовательной программы дополнительного образования, курса повышения квалификации «Стратегии, тактики и техники публичной дипломатии в сфере физической культуры и спорта», интегрирующего знания в области внешней политики, мирового спорта, социологии, социальной психологии, межкультурной коммуникации, связей с общественностью и журналистики, в комплексе необходимые и достаточные для принятия социальной роли «актор публичной спортивной дипломатии».

**Ключевые слова:** международное спортивное сотрудничество, компетенция публичной спортивной дипломатии, спортивное благополучие, личный бренд студента-спортсмена, актор публичной спортивной дипломатии

**Для цитирования:** Савин В. А., Самсонова Н. В., Воронин Д. И. Личный бренд студента-спортсмена как инструмент публичной дипломатии // Физическое воспитание и студенческий спорт. 2024. Т. 3, вып. 2. С. 139–145. <https://doi.org/10.18500/2782-4594-2024-3-2-139-145>, EDN: YDLAYU

Статья опубликована на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International (CC-BY 4.0)

Article

## Personal brand of a student athlete as a tool of public diplomacy

V. A. Savin<sup>1</sup>, N. V. Samsonova<sup>2</sup>, D. I. Voronin<sup>3</sup>✉

<sup>1</sup>ROSTECH ARENA, 25 Solnechnyj Boulevard, Kaliningrad 236006, Russia

<sup>2</sup>Immanuel Kant Baltic Federal University, 14 Nevsky St., Kaliningrad 236041, Russia

**Vladimir A. Savin**, [vsavin@stadiumkgd.ru](mailto:vsavin@stadiumkgd.ru), <https://orcid.org/1991-5497-2019-10034>

**Nadezhda V. Samsonova**, [nsamsonova@kantiana.ru](mailto:nsamsonova@kantiana.ru), <https://orcid.org/0000-0002-2734-3666>

**Denis I. Voronin**, [DVoronin1@kantiana.ru](mailto:DVoronin1@kantiana.ru), <https://orcid.org/0000-0002-4525-5758>

**Abstract.** The purpose of the study is to substantiate the need and expediency of supplementing the competence of international activities with the competence of public sports diplomacy of specialists in physical culture and sports for productive participation in the implementation of international sports cooperation programs. The article complements the political, humanitarian, cultural prerequisites for the implementation of public diplomacy in the field of physical culture at the level of mass and amateur sports, recorded in international and Russian documents. The goals of public diplomacy in the field of youth policy and student sports are clarified, aimed at creating a positive image, business reputation and a productive personal and corporate brand. Based on the concept of "sports well-being", the structure of its components and their content, the content of the phenomenon "personal brand of a student-athlete" is substantiated. The structure of the components of the personal brand of a student-athlete as an actor of public diplomacy was modeled. Methodology for designing a personal brand of a student-athlete is presented. Recommendations have been formulated for designing the content of the educational program of additional education, the advanced training course "Strategies, tactics and techniques of public diplomacy in the field of physical culture and sports", integrating knowledge in the field of foreign policy, world sports, sociology, social psychology, intercultural communication, public relations and journalism, collectively necessary and sufficient to assume the social role of "actor of public sports diplomacy".

**Keywords:** international sports cooperation, competence of public sports diplomacy, sports well-being, personal brand of a student-athlete, actor of public sports diplomacy

**For citation:** Savin V. A., Samsonova N. V., Voronin D. I. Personal brand of a student athlete as a tool of public diplomacy. *Physical Education and University Sport*, 2024, vol. 3, iss. 2, pp. 139–145 (in Russian). <https://doi.org/10.18500/2782-4594-2024-3-2-139-145>, EDN: YDLAYU

This is an open access article distributed under the terms of Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC0-BY 4.0)

## Введение

Компетенция публичной спортивной дипломатии объективно дополняет компетентность международной деятельности и акцентирует деятельность по созданию и поддержке имиджа, репутации и брендов отечественной физической культуры и спорта. Личный, персональный, бренд студента-спортсмена как инструмент публичной дипломатии, направления международного спортивного сотрудничества имеют своей целью формирование, поддержание объективного образа России как страны спорта высоких достижений, качественных организационных площадок спортивных соревнований, инновационного и перспективного спорта, честного и справедливого спортивного поведения.

**Цель исследования**, представленного в данной статье, – обосновать необходимость и целесообразность дополнения компетентности международной деятельности компетенцией публичной спортивной дипломатии.

Предположительно, компетенция публичной спортивной дипломатии функционально обеспечивает способность влиять на восприятие и оценку России и ее роли в международном студенческом спортивном движении, если студентами-спортсменами усвоена социальная роль актора публичной дипломатии участников, которая может быть представлена в форме личного, персонального, бренда, структура компонентов которого соответствует феномену «спортивное благополучие» как

универсальному образу успешного спортсмена, транслирующего наднациональные, универсальные и полезные ценности и признаваемые в мировом спорте модели ответственного спортивного поведения и привлекательные, востребованные студентами-спортсменами оптимальные способы достижения показателей спортивного благополучия.

## Материалы и методы

**Участники исследования.** Студенты БФУ им. И. Канта: магистры первого и второго года обучения (24 чел.) направлений «Профессиональное образование в сфере физической культуры и спорта», «Modern trends in sport education», студенты-бакалавры третьего года обучения направления «Физическая культура», представляющие Россию, Китай, Узбекистан, Германию (20 чел.).

**Методы.** Метод контент-анализа, метод моделирования, метод экспертной оценки.

## Результаты и их обсуждение

Роль и место спорта в укреплении и развитии мира между народами, странами, государствами могут считаться международным трендом, актуальным направлением развития, признаваемым и поддерживаемым международными организациями. Так, в ООН создана Международная группа по спорту как средству миротворчества (2003 г.), приняты резолюции «Спорт как средство содействия воспитанию, здоровью, развитию и миру» (2014 г.),

«Преобразование нашего мира: Повестка дня в области устойчивого развития на период 2030 года» (2015 г.), провозглашающие потенциал культуры мира, заключенный в спортивных соревнованиях от мирового масштаба до уличных соревнований, поскольку «позитивная сила и притягательность спорта будут объединять людей, способствуя утверждению мира ... посредством воплощения всеобщих ценностей и принципов» [1]. С апреля 2023 г. по инициативе ООН отмечается Международный день спорта на благо развития и мира, когда у мирового сообщества существует возможность продемонстрировать преимущества спорта «в качестве недорогого и высокоэффективного инструмента в гуманитарной деятельности, развитии и миростроительстве» [2].

Российская Федерация активно вовлечена в разработку и реализацию названных документов, развивая идеи устойчивого развития и обеспечения мира на основе собственного вклада в дело формирования и поддержания нового, более справедливого миропорядка, в том числе в области физической культуры и спорта. В методических рекомендациях о развитии международного сотрудничества в области физической культуры и спорта сформулированы цели, связанные с понятием имиджа: «Наращивание сотрудничества с международными спортивными организациями позволит совершенствовать имидж российского спорта, а также будет способствовать недопущению его умаления» [3].

Понятие «имидж страны» относится к теории и практике публичной дипломатии, которая является инструментом «мягкой силы» в политике воздействия на восприятие и оценку населения одного государства на общественное мнение населения другого государства на счет своей привлекательности. Именно идея привлекательности отражает добровольность и осознанность выбора оценки, а значит, и влияния на общественное мнение населения других стран [4, с. 9].

Публичная спортивная дипломатия реализует весь миротворческий потенциал взаимодействия людей, участвующих в спортивных соревнованиях – от мировых до приграничных, региональных и муниципальных с участием любительских спортивных объединений. Очевидно, участникам международного спортивного сотрудничества, руководителям и спортсменам, для реализации его целей и задач необходимо владеть универсальными компетенциями формировать, презентовать, осуществлять

преимущества и достижения Российской Федерации как ведущей мировой державы в международной деятельности, регламентированной в Законе «О физической культуре и спорте» (Глава 7. Международная спортивная деятельность).

Согласно профессиональному стандарту «Спортсмен» (2019 г.), международная деятельность рассматривается в трудовой функции «Осуществление соревновательной деятельности в составе сборной команды субъекта Российской Федерации». От спортсмена спортивной сборной команды требуется личная ответственность за достижение и поддержание спортивной готовности уровня высокого спортивного мастерства, соблюдение требований режима, антидопинговых правил [5]. Как видно, составители профессионального стандарта не включили в совокупность трудовых действий, умений и навыков деятельность по участию в международном сотрудничестве в области физической культуры и спорта.

Цели и задачи, содержание и направленность международного сотрудничества в области физической культуры и спорта в полной мере относятся к международному молодежному студенческому сотрудничеству.

Идея деятельного участия студенческого спорта в формировании имиджа России реализуется на всех уровнях молодежного студенческого сотрудничества: участие в Международной федерации студенческого спорта, организация и проведение на высоких стандартах значимых международных соревнований на территории России, участие в международных научных конференциях. На дипломатический потенциал международного любительского (массового) спорта как одно из направлений общественной дипломатии указывают Д. А. Соколова и Р. М. Ольховский, отмечая, что в нем «... население объединяется в клубы по интересам, где спортивные результаты ... не главное, а на первый план выходят отношения людей» [6, с. 12]. На основе складывающихся интересов к любительскому спорту, по мнению авторов, существует возможность строить прямые долгосрочные отношения с различными социальными группами в различных странах, в том числе с молодежью. Тем более это отвечает тенденциям развития публичной дипломатии. Как отмечает М. М. Лебедева, исследуя концептуальные перевоплощения публичной дипломатии, «резкий всплеск активности негосударственных акторов» является новой реалией XXI века [7, с. 296].

Раскрывая роль студенческого спорта в международном спортивном движении, Р. М. Ольховский обращает внимание на Международный молодежный форум БРИКС+ «Спортивная дипломатия: поиск новых возможностей», отмечает проблему реализации возможностей спортивной дипломатии «по линии массового спорта, в том числе любительского спорта, констатируя, что «предпосылок пока не так много» [8].

На наш взгляд, в качестве искомым предпосылок может выступать фактор образования и подготовленности студентов-спортсменов, сотрудников и персонала студенческих спортивных объединений к реализации инструментов публичной спортивной дипломатии. На эффективность образовательного тренда в достижении целей публичной дипломатии в спорте указывают ряд программ профессиональной переподготовки для спортивных менеджеров в области международной деятельности. Центр спортивной дипломатии МГИМО предлагает программу «Мировой спорт: правовое регулирование, позиционирование, коммуникация», в которой формируются знания в области дипломатии, технологии создания и поддержки имиджа России как ведущей спортивной державы [9]. Вместе с тем отметим, что технологии имиджологии, брендинга авторы программы относят к компетенциям руководителей, представителей российского спорта на международных направлениях, профессиональных спортсменов. Персональные бренды раскрываются как умения позиционирования, способ информирования, самопрезентации.

Систематизация умений владения технологиями и техниками *формирования имиджа* России как мировой спортивной державы, *поддержки репутации* спортивной организации, проектирования личного бренда студента-спортсмена возможна, по нашему мнению, в *компетенции публичной спортивной дипломатии*. Предполагаем, что отличительной особенностью данной компетенции у студентов-спортсменов является овладение *социальной ролью актора публичной дипломатии*, способного с помощью инструментов публичной дипломатии и *личного, персонального, бренда студента-спортсмена* демонстрировать, развивать и создавать универсальные, наднациональные, объединяющие *ценности и опыт* успешной спортивной и учебной самореализации, оказывая таким образом влияние на восприятие и объективную оценку России студентами-спортсменами иных национальностей и культур.

Личный бренд спортсмена рассматривается с разных позиций привлекательности. Так, отметим составленный рейтинг Forbes 30 персональных брендов российских спортсменов на 2023 г. по степени их востребованности для рекламодателей. Здесь привлекательность определяется по параметрам «присутствие в СМИ», «популярность в соцмедиа», «экспертная оценка маркетинговой привлекательности» [10]. Очевидно, что спортсмены, вошедшие в данный список, – теннисист Д. Медведев, фигуристка А. Трусова, хоккеист А. Овечкин – в силу своей узнаваемости в среде поклонников спорта в мире, с высокой долей вероятности способны влиять на мнение и объективную оценку России как страны, воспитавшей лучшего бомбардира, лучшую «русскую ракету», лучшего уникального теннисиста. Сплав умения и человечности, воспитанности и мастерства – бесспорные ценности, воспринимаемые армией поклонников спорта на всех континентах.

Международное сообщество спортсменов Athlete 356, созданное с целью поддержки спортсменов в пространствах обучения, общения, информирования по различным и важным вопросам спортивной и постспортивной жизни, значимое внимание уделяет проблемам спортивного благополучия (well-being). Универсальные компоненты благополучия спортсменов представлены категориями *самочувствие, психологическое здоровье и профилактика травм*, что существует как базовое условие для высоких спортивных достижений. Помощь спортсменам реализуется в рекомендациях, сервисах улучшения самочувствия, повышения информированности, специализированной поддержки постспортивной жизни, разработанных Рабочей группой Международного Олимпийского комитета (МОК): например, библиотека курсов по психическому здоровью LinkedIn Learning; важные проблемы посттравматического стресса, достижение успеха в ситуациях неопределенности, стресса и т. п. [11].

Говоря о благополучии студентов-спортсменов, тренеры и спортивные менеджеры 40 видов спорта из 128 стран, объединившись в международном интернет-ресурсе *Catapult*, представленном на восьми языках, включая русский, понимают *благополучие (well-being)* как их конкурентное преимущество и совокупность таких областей, как «физическая подготовка», «оздоровление», «безопасность на поле», «совмещение занятий спортом и учебы» [12]. Практическая работа с благополучием

студентов-спортсменов включает технологии мониторинга, производительности, самочувствия, спортивную карьеру. Вместе с тем, продвигаемое программное обеспечение носимых устройств мониторинга самочувствия спортсменов исключает лично значимые, опытные, эмоциональные, морально-волевые, практико-ориентированные результативные решения/вклады самих спортсменов в тренировки, в предстартовые состояния, спортивные результаты.

Для проектирования образовательной программы обучения личному брендингу спортсменов-студентов в целях публичной дипломатии важно учитывать объем предметов фокус-внимания благополучия и способы их трансформации и достижения, имеющие наднациональную привлекательность для студентов, членов университетского спортивного клуба. Определяя содержание и направленность наднациональных ценностей и опыта спортивной и учебной самореализации студентов-спортсменов, мы предполагаем обратиться к феномену «*благополучие спортсмена*», которое, как показал проведенный нами анализ зарубежных и отечественных исследований, имеет общие компоненты и, следовательно, может стать привлекательным и полезным интересом для участников международных молодежных спортивных, научных, культурных, гуманитарных мероприятий. Именно такой общий интерес, по мнению Р. Ольховского, обеспечит диалог, обмен опытом, знакомство культур, преодоление стереотипов.

Актуальность обращения к молодежной группе действующих студентов-спортсменов определяется малозначительными рейтингами категории «патриотизм» в отношении компонентов физического и психологического компонентов в структуре профессионального благополучия спортсменов (18 лет – 24 года). По данным исследования спортсменов ряда городов Поволжья, приоритетными позициями стали «стрессоустойчивость и способность к саморегуляции (27%), достижение цели (20%), в то время как патриотизм «как способность достойно представлять страну на международной арене» оценена как мало-значительная (0,4%) [13].

Личный, персональный, бренд студента-спортсмена в оптимальном сочетании ценностей, достижений, способностей, опыта может стать основой социальной роли «актор публичной спортивной дипломатии» и выступить инструментом мягкой силы, если реализует

социально-психологические механизмы привлекательности. Как известно, мягкая сила оказывает влияние за счет привлекательности ценностей, результатов и способов их достижения: актуальная «повестка дня», которая привлекает, ее понимают, хотят повторить. Вслед за исследованием М. Самсоновой об оценке эффективности общественной дипломатии, считаем возможным рассматривать личный бренд студента-спортсмена с позиций социально-психологического подхода, в том числе феномена *аттракции/притяжения*, факторов ее детерминации: физическая привлекательность, стиль общения, частота взаимодействия, сходство, дополнительность, удачливость и др. [14, с. 11–12]. Эффективность личного бренда будет определяться в таком случае, если он обладает признаками высокой интенсивности привлекательности, в том числе такими, как «персональная ценность», «дополнительность интересов», «общность интересов».

Структурирование личного бренда студента-спортсмена на базе структуры компонентов благополучия может быть представлено компонентами «физическое здоровье», «материальное благополучие», «безопасность», «образование», «социальные отношения», «самореализация», формализованными в форме опыта решения актуальных проблем спортивной и учебной жизни. Вопросы отбираются методом экспертных оценок из списка *номенклатуры актуальных интересов* по компонентам личного бренда. Личные практики-опыт решения высокорейтинговых проблем оценивались по признакам высокой интенсивности привлекательности. Дизайн-проект персонального сайта студента-спортсмена, таким образом, составили страницы-вкладки личного бренда.

Экспертную группу составили студенты-бакалавры, чья карьера студента-спортсмена находится в активной стадии реализации. Данная методика была реализована в учебной группе магистров первого и второго года обучения общим количеством (24 чел.) направлений «Профессиональное образование в сфере физической культуры и спорта», «Modern trends in sport education» и студентов-бакалавров 3-го года обучения направления «Физическая культура», представляющих Россию, Китай, Узбекистан, Германию.

Выявленная в результате метода экспертных оценок «Номенклатура актуальных интересов студента-спортсмена» определила следующие страницы-вкладки дизайна персональной страницы для сети Интернет: «Совмещение учебы и спорта» (20 чел.), «Совмещение

личной жизни, учебы и спорта» (19 чел.), «Коммерциализация успехов» (19 чел.), «Поддержка работоспособности» (18 чел.), «Карьера и компетенции» (18 чел.), «Риски конфликтов» (12 чел.), «Роль семьи в выборе вида спорта» (4 чел.). Как видно, студенты по признакам «персональная ценность», «дополнительность интереса», «общность интереса» высоко оценивают проблему совмещения социальных статусов и материальные аспекты. Участие студентов-спортсменов разных стран в данном исследовании гарантировало поиск объективно предпочитаемых наднациональных, универсальных, дополнительных профессиональных интересов, а значит, и вероятно объединительных, общих интересов как основы взаимопонимания, взаимодействия и международного спортивного сотрудничества. Таким образом, вступая в дискуссию на тему «Возможно ли существование наднационального (глобального) договора в сфере спорта» [15], можно поддержать положительные ответы, рассуждая в логике наднационального понимания спортивного благополучия субъектов международного спортивного сотрудничества.

#### Выводы

Международное студенческое спортивное сотрудничество во всех формах массового, любительского спорта предполагает межличностное взаимодействие с выявленными объектами фокус-интересов. В таком случае оно будет гарантировать межличностное взаимопонимание субъектов международного спортивного сотрудничества, а значит, и условия для формирования, поддержания и коррекции имиджа России, репутации спортивных организаций и ее участников средствами личного бренда студента-спортсмена как актора публичной дипломатии. Данные выводы определяют направленность, содержание и методы основного и дополнительного профессионального образования в сфере спортивной дипломатии. Образовательные программы, следовательно, имеют междисциплинарное интегрированное знание. Делаются рекомендации к проектированию содержания образовательной программы дополнительного образования, курса повышения квалификации «Стратегии, тактики и техники публичной дипломатии в сфере физической культуры и спорта», интегрирующего знания в области внешней политики, мирового спорта, социологии, социальной психологии, межкультурной коммуникации, связей с общественностью и журналистики, а также образо-

вательные технологии, формирующие умения решения имиджевых, репутационных задач, задач разработки и продвижения личного бренда спортсмена-студента как актора публичной дипломатии.

#### Список литературы

1. Лемке В. Роль спорта в достижении целей в области устойчивого развития. URL: <https://www.un.org/ru/chronicle/article/21938> (дата обращения: 30.01.2024).
2. Спорт для продвижения мирных и инклюзивных сообществ. URL: <https://www.un.org/ru/observances/sport-day> (дата обращения: 30.01.2024).
3. Письмо Министерства спорта Российской Федерации от 29 мая 2017 г. «О направлении Методических рекомендаций о развитии международного сотрудничества в сфере физической культуры и спорта». URL: <https://docs.cntd.ru/document/456095178> (дата обращения: 30.01.2024).
4. Публичная дипломатия: теория и практика / под ред. М. М. Лебедевой. М.: Аспект Пресс, 2017. 272 с.
5. Профессиональный стандарт «Спортсмен». URL: <https://classinform.ru/profstandarty/05.001-sportsmen.html> (дата обращения: 30.01.2024).
6. Соколова Д. А., Ольховский Р. М. Международные молодежные обмены в области массового спорта: потенциал и перспективы // Физическое воспитание и студенческий спорт. 2024. Т. 3, вып. 1. С. 11–24. <https://doi.org/10.18500/2782-4594-2024-3-1-11-24>, EDN: XFQHTW
7. Лебедева М. М. Концептуальные перевоплощения публичной дипломатии // Вестник МГИМО-Университета. 2020. Т. 13, № 1. С. 293–306. <https://doi.org/10.24833/2071-8160-2020-5-74-293-306>, EDN: XINIPK
8. Роман Ольховский о роли спорта в международном молодежном сотрудничестве. URL: <https://intermol.su/news/roman-olkhovskiy-o-rol-i-sporta-v-mezhcdunarodnom-molodezhnom-sotrudnichestve/> (дата обращения: 30.01.2024).
9. Мировой спорт: правовое регулирование, позиционирование, коммуникации. URL: <https://sportdip.mgimo.ru/world> (дата обращения: 30.01.2024).
10. 30 самых ценных персональных брендов российских спортсменов – 2023. Рейтинг Forbes. URL: <https://www.hr-director.ru/article/67938-mediatsiya-v-upravlenii-personalom> (дата обращения: 31.01.2024).
11. Благополучие. Athlete 365. URL: <https://olympics.com/athlete365/ru/благополучие> (дата обращения: 30.01.2024).
12. Улучшение благополучия студентов и спортсменов с помощью технологии мониторинга спортсменов. URL: <https://www.catapult.com/ru/blog> (дата обращения: 30.01.2024).
13. Зиновьева Д. М., Полеткина И. И., Балуева В. А. Компоненты психологического и профессионального благополучия спортсменов // Страховские Чтения. 2020. № 28. С. 122–129. EDN: QECNPU
14. Самсонова М. Оценка эффективности общественной дипломатии // Проблемы межрегиональных связей. 2019. № 14. С. 10–13. EDN: GSPUKI
15. Васильев И. А., Васильев А. Д. Возможно ли существование наднационального (глобального) договора в сфере

спорта // Юридический вестник Самарского университета. 2019. Т. 5, № 1. С. 85–89. <https://doi.org/10.18287/2542-047X-2019-5-1-85-89>, EDN: DYBYAQ

## References

1. Lemke V. *The role of sport in achieving the Sustainable Development Goals*. Available at: <https://www.un.org/ru/chronicle/article/21938> (accessed January 30, 2024) (in Russian).
2. *Sport as a way to promote peaceful and inclusive communities*. Available at: <https://www.un.org/ru/observances/sport-day> (accessed January 30, 2024) (in Russian).
3. *Letter of the Ministry of Sports of the Russian Federation “On the direction of Methodological Recommendations on the development of international cooperation in the field of physical culture and sports” dated May 29, 2017* (in Russian). Available at: <https://docs.cntd.ru/document/456095178> (accessed January 30, 2024).
4. *Publchnaya diplomatiya: teoriya i praktika*. Pod red. M. M. Lebedevoy [Lebedeva M. M., ed. Public diplomacy: theory and practice]. Moscow, Aspect Press, 2017. 272 p. (in Russian)
5. *Professional standard “Sportsman”*. Available at: <https://classinform.ru/profstandarty/05.001-sportsmen.html> (accessed January 30, 2024) (in Russian).
6. Sokolova D. A., Olkhovskiy R. M. International youth exchanges in the field of mass sports: Potential and prospects. *Physical Education and University Sport*, 2024, vol. 3, iss. 1, pp. 11–24 (in Russian). <https://doi.org/10.18500/2782-4594-2024-3-1-11-24>, EDN: XFQHTW
7. Lebedeva M. M. Conceptual transformations of public diplomacy. *MGIMO Review of International Relations*, 2020, vol. 13, no. 1, pp. 293–306 (in Russian). <https://doi.org/10.24833/2071-8160-2020-5-74-293-306>, EDN: XINIPK
8. *Roman Olkhovskiy on the role of sport in international youth cooperation*. Available at: <https://intermol.su/news/roman-olkhovskiy-o-oli-sporta-v-mezhcdunarodnom-molodezhnom-sotrudnichestve/> (accessed January 30, 2024) (in Russian).
9. *World sport: Legal regulation, positioning, communications*. Available at: <https://sportdip.mgimo.ru/world> (accessed January 30, 2024) (in Russian).
10. *30 most valuable personal brands of Russian athletes – 2023. Forbes rating*. Available at: <https://www.hr-director.ru/article/67938-mediatsiya-v-upravlenii-personalom> (accessed January 30, 2024) (in Russian).
11. *Well-being. Athlete 365*. Available at: <https://olympics.com/athlete365/blagopoluchiye> (accessed January 30, 2024) (in Russian).
12. *Improving the well-being of students and athletes through athlete monitoring technology*. Available at: <https://www.catapult.com/ru/blog> (accessed January 30, 2024) (in Russian).
13. Zinov'yeva D. M., Poletkina I. I., Baluyeva V. A. Components of athletes' psychological and professional well-being. *Strakhov Readings*, 2020, no. 28, pp. 122–129 (in Russian). EDN: QECNPU
14. Samsonova M. Evaluation of public diplomacy performance. *Problems of Connection Between Regions*, 2019, no. 14, pp. 10–13 (in Russian). EDN: GSPUKI
15. Vasil'yev I. A., Vasil'yev A. D. What could be a supranational (global) treaty in the field of sports. *Juridical Journal of Samara University*, 2019, vol. 5, iss. 1, pp. 85–89 (in Russian). <https://doi.org/10.18287/2542-047X-2019-5-1-85-89>, EDN: DYBYAQ

Поступила в редакцию 19.02.2024; одобрена после рецензирования 14.03.2024; принята к публикации 25.03.2024  
The article was submitted 19.02.2024; approved after reviewing 14.03.2024; accepted for publication 25.03.2024