

данной критической ситуации с помощью потенциала физкультурно-спортивной отрасли, которая через перенаправление собственных подходов в обучении двигательным действиям, будет акцентироваться на новом (должном) уровне восприятия двигательной активности – осознании удовольствия от движения (познании «кинестезийной эйфории»).

Ключевые слова: «отчужденная телесность», игровой досуг, кинестезия (кинестеза), двигательная активность, молодежь.

Sainchuk M. “The Aloof corporeality” and sports physical activity.

The negative consequences of modern civilization development on a human corporeality – estrangement increase through emasculation of an emotional component in physical activity are analyzed in article. The danger which carry passive (computer, virtual) plays by itself as those, which discredit and make chronically ill corporal feelings (first of all a kinesthesia) approving figurativeness of the body is shown by empirical data. The exit from this critical situation is offered by help of the capacity of sports and sports branch which through the redirection of own approaches in training of motive actions, will be accented at new (due) level of perception of physical activity – understanding of pleasure from movement (knowledge of “kinesthesia euphoria”).

Keywords: “the aloof corporeality”, play leisure, kinesthesia, physical activity, youth.

Ю. А. Семенова,

к.филос.н., доцент,

декан факультету фізичного виховання і здоров'я людини

Харківська державна академія фізичної культури

СУЧАСНИЙ СПОРТ В СОЦІОКУЛЬТУРНОМУ ПРОСТОРІ ШОУ-БІЗНЕСУ

Соціальна природа й істотні характеристики феномена сучасного професійно-видовищного спорту і «навколоспортивної» субкультури аналізуються з позицій сучасної політики і практики соціального управління. Показано, що спорт в сучасному суспільстві трансформується в підсистему соціально-видовищної сфери, набуває функцій соціально-психологічної технології, через яку негативна енергія натопну трансформується в ігровому просторі зустрічною пропозицією публічного двобою, регламентованого заборонними нормами.

Ключові слова: спорт, шоу-бізнес, видовище, вболівальники, субкультура, фанати.

Сучасний спорт відноситься до одного із найважливіших елементів соціокультурного буття людини. Уже на перших етапах своєї історії спорт стає моделлю сучасних відносин; діяльність в системі інституту спорту допомагає людині набути навиків конкурентної боротьби без збитків для соціального іміджу. В умовах товарного виробництва та культивованого індивідуалізму гра перетворюється на засіб набуття соціального капіталу й досвіду без ризиків для ділової репутації суб'єкту. В постіндустріальному суспільстві актуальною стає ідея переосмислення соціокультурної природи і форми сучасного спорту з урахуванням величезних змін соціетальної організації людства. Мова йде не стільки про значення спорту в аспекті індивідуальної фізичної досконалості, скільки про нові його функції, пов'язані з перетворенням спортивних подій на галузь індустрії розважальних послуг, на один із напрямків шоу-бізнесу. Процеси трансформації спорту як соціального інституту несуть в собі як позитивні, так і негативні моменти [3]. Занепокоєння світової спільноти викликають явища насилля в спорті, зокрема, агресивності й девіантної поведінки спортивної аудиторії. Ці явища набувають характеру соціально деструктивних факторів і створюють ризики для суспільного життя.

Тема сучасного спорту, як однієї із сфер шоу-бізнесу, має багато аспектів дослідження і стає предметом вивчення цілої низки суспільних наук. Феномен спорту у взаємодії з іншими соціальними феноменами – освітою, правом, сім'єю, формує певну спортивну субкультуру й сприяє профілактиці насилля у цьому середовищі. Актуалізується проблема соціальної природи спорту як історично мінливого соціокультурного феномену, механізмів і характеру еволюції спорту й особливостей його функціонування як сфери суспільного буття, природи і стану сучасного спортивної аудиторії, факторів насилля і ризиків,

пов'язаних зі спортивною сферою. У цьому напрямку досить інтенсивно проводяться соціально-гуманітарні дослідження інституту спорту (М. Аруцев, М. Візетей, С. Гуськов, М. Ібрагімов, В. Козлова, М. Мазов, С.Могільова, В. Пономарчук, М. Сафар, В. Столяров, В. Супіков та інші). Проблемність становлення і функціонування сучасного спорту орієнтована на вирішення актуальної ситуації, сутність якої полягає у необхідності розробки принципів «вбудовування» спорту як сфери шоу-бізнесу в нову політичну, економічну і соціокультурну реальність.

Мета статті полягає у виявленні соціокультурної природи і сутнісних характеристик феномену сучасного спорту як сфери шоу-бізнесу, а також виниклої на базі спорту субкультури з позиції функціонування і розвитку цієї сфери. Організаційна професіоналізація і комерціалізація спорту залучили цей соціальний інститут до індустріальної системи шоу-бізнесу, перетворивши його на видовищну послугу масового характеру, внаслідок чого система спорту, як сфера шоу-бізнесу, стала визначати тенденції його розвитку. Як зазначає М.М.Ібрагімов «підставами для негативних наслідків у перспективах спортивного руху є втрата ієрархічного статусу спорту вищих досягнень як елітарної культури, що призводить до знецінення жертвовної героїзації олімпійського спорту і перетворення його на масовий засіб усередненої, «сірої» маніпулятивної культури» [1, 9]. Професійний спорт є однією з найбільш розвинених форм індустрії розваг, оскільки спортивне видовище наділене рисами ідеального шоу, яке відповідає самим гострим потребам сучасного глядача: по-перше, непередбачуване; по-друге, шлях до успіху наочний, оскільки процес творчості відбувається безпосередньо на очах у глядачів; по-третє, має місце більш-менш об'єктивна оцінка результатів. Спорт, як соціально-видовищна сфера, здатен формувати в аудиторії досить конкретні духовні цінності, які пов'язані з культурним потенціалом соціуму. «Типологічна» еволюція вболівальника показує, що соціальні завдання спорту відповідають потребам вболівальників, і це покладає відповідальність за їхню поведінку на характер соціокультурної організації спорту. В дійсно масовому «спорті для всіх» спостерігачі за спортивними змаганнями готові в будь-який момент обміняти свою роль глядача на роль учасника. Зрозуміло, що в такій моделі спорту немає місця «фанатам» і «професійним гладіаторам», які посилають відповідні сигнали натовпу. Якщо спорт організований як шоу-бізнес, то його невід'ємною частиною стають фанатичні рухи з досить конкретною субкультурою, яка дзеркально відображає обов'язкову присутність в такій моделі спорту феномену «видовища для натовпу», оскільки оточуючий спортивне дійство натовп стає обов'язковим елементом для забезпечення масовості споживання послуг в сфері дозвілля, виступаючи гарантом процвітання спортивного шоу-бізнесу. Ця сторона справи об'єктивно змушує менеджерів йти назустріч натовпу, а тому проблема рухів фанатів – це проблема не спорту, як соціокультурного феномену, проте індустрії спортивного шоу-бізнесу. Основи руху фанатів та їхньої субкультури слід шукати в тому, що сучасний соціум породжує тип глядача з певною дисгармонією соціокультурних інтересів, який використовує видовище з метою спілкування. Це визначає установку таких суб'єктів не на спортивне видовище, але на видовище з допомогою спорту. Соціально незріла особистість при такому типі видовищної взаємодії потребує продовження шоу, і поза стадіоном намагається відтворити ілюзію включення до дії, що обертається агресивністю. Це відбувається внаслідок підміни установок на соціальну солідарність всіх суб'єктів професійного спорту установкою на групову солідарність «проти інших» - груп підтримки, розділених за принципом «захисту» свого спортивного кумиру.

Для сучасної людини недостатньо суто емоційного індивідуального споживання видовища, їй необхідне спілкування як реальний акт взаємодії публічно-видовищного характеру. В умовах ринкових реформ формування спортивно-видовищної сфери стало відповідно світовим тенденціям перетворюватись на різновид комерційного шоу. Інститут спорту як різновид шоу-бізнесу є одним із конкретних шляхів «підйому соціальними сходами» і виховання «ділових якостей», проте зовсім не формування позитивних особистісних якостей. Перетворення спорту на спортивно-видовищну сферу ставить завдання теоретичного осмислення соціальної сутності не лише виробників, але й споживачів її послуг. Вболівальники бачать в спортивному видовищі, перш за все,

можливість відпочити, розслабитись, стати свідком – співучасником досягнень людини, тобто хоча б опосередковано стати причетним до спортивної діяльності.

Спортивне видовище завжди передбачає творчу співучасть глядача, й навіть, певне співавторство; воно відкриває перспективи мислення й емоційного доопрацювання даного йому в акті бачення, де спорт постає як концентроване вираження найбільш знайомої глядачеві життєвої ситуації. По мірі розвитку ринкових умов у функціонуванні спортивно-видовищної сфери зменшується її культурно-духовна складова, і споріднені з нею здібності людини трансформуються в різновид шоу-бізнесу, при цьому змінюються статуси і ролі людей, мотивація їхньої поведінки, якісно змінюються їх ціннісні орієнтації, інтереси й потреби, зумовлені прямими або опосередкованими зв'язками зі світом спорту. Спорт як феномен масової культури є одним із найпопулярніших видовищ, успішним конкурентом у боротьбі за споживача з іншими складовими індустрії розваг. Здійснюючи потужний вплив на емоційну сферу людей, спортивні видовища стають не лише способом організації дозвілля, але і могутнім фактором консолідації суспільства. Феномен зростання популярності і соціальної престижності спорту став можливим у значній мірі завдяки діяльності мас-медіа. Висвітлюючи спортивні події, вони сприяють зміні або підтримці певного психологічного стану людей. Завдяки інтерпретації і оцінці діяльності спортсменів ЗМІ конструюють одну із можливих версій змагань. Сучасні мас-медіа не лише висвітлюють спортивні події, але і подають їх як своєрідне шоу. Окрім інформаційної направленості, коментування спортивних подій, в ЗМІ посилюється розважальний початок і з'являються нові ракурси сприйняття спортивних змагань як шоу у якому поєднується інформаційно-аналітичне і розважальне начало. Феномен спорту постає як подія у сучасній масовій культурі, яка відображає роль спорту в процесах інтеграції соціуму. Структурно-функціональний підхід дозволяє краще зрозуміти інституційну сутність спортивно-видовищної сфери та її функціональну діяльність, як організаційний фактор такого зрізу культури – субкультури і шоу-бізнесу. В світлі теорії інституціоналізму здійснення особистістю взятих на себе соціальних ролей завжди в тій або іншій мірі направляється референтними для неї групами і колективами, в яких вона діє. Це забезпечується з допомогою значимих для неї соціокультурних норм, які зумовлюють певну поведінку у відповідності з цими нормами, і передбачає ті або інші заохочення або покарання тому індивідууму, який виконує ці ролі. До того ж, будь-яке суспільство у своїй основі конфліктне, оскільки в ньому немає рівноваги між властивими йому соціокультурними нормами, соціальними очікуваннями і реальною поведінкою людей та соціальних спільнот. Це характерно також для будь-яких підсистем, структур, соціальних інститутів суспільства або масових процесів в ньому. Дана обставина пояснює суть і причини багатьох процесів, які характеризують сучасну практику трансформації спорту в різновид шоу-бізнесу.

Спортивно-видовищна сфера, спорт і його аудиторія неможливі без специфічних для них схвалюваних суспільством або референтними групами соціальних цінностей, норм і стандартів поведінки. Ці категорії розкривають природу, зміст і механізми властивих тому або іншому суспільству соціокультурних процесів, і через них може бути пояснена соціальна активність людей. Однією з тенденцій сучасного спорту є перетворення колишнього «вболівальника» із свідка-співучасника в безпосереднього учасника спортивного дійства – «фаната». Саме дійства, але не видовища, оскільки тут ставка робиться на емоційну компоненту видовищної взаємодії: не випадково значна кількість тренерів закликає спортивний натовп «забезпечити» підтримку і виступає їх заступниками перед суспільною думкою [2]. Для субкультури молодіжних груп спорт в теперішній час став зручною ареною виплеску прагнення до самовираження на тлі недостатнього культурного потенціалу натовпу фанатів, які зосереджуються біля спорту – це саме молодіжний феномен. Причому цей натовп в дійсності байдужий до спорту, він знаходиться не в спорті, але в суспільстві, й тому є соціальною проблемою. Фанатичні рухи в своїй основі постають як самоорганізація молоді в умовах недостатньо збалансованої державної молодіжної політики. «Фанатичний» натовп, як й інші види масових видовищних натовпів – це не просто певні соціальні феномени, на які повинні професійно реагувати в основному правоохоронні органи. Це, перш за все, соціальна проблема. У молодіжній

навколоспортивній субкультурі, що характеризується низьким рівнем рефлексії, посилюються орієнтації на груповий егоїзм, що проявляється у захисті індивідуальних інтересів через інтереси групові за допомогою використання будь-яких засобів - від неформальних до кримінальних; активізується процес стихійного порівняння свого соціального статусу с позиціями інших людей як незаслуженого і несправедливого, що викликає особливо агресивний тип поведінки. В умовах комерціалізації спорту молодіжні навколоспортивні об'єднання, що ініціюють агресію та насильство на трибунах стадіону і поза ним, активно використовуються для посилення видовищного ефекту спортивних змагань. Ідеологією забезпечення правопорядку у відношенні «навколо спортивного натовпу» повинен стати свідомий розрахунок на широкий суспільний резонанс, на демонстрацію масовій свідомості потрібного для зберігання соціального порядку ефекту: правоохоронна технологія будь-якого локального впливу тільки тоді має певний сенс, коли вона розрахована на контакт з масовою свідомістю як такою.

В сучасному інформаційному суспільстві все більше проявляється тенденція активізації видовищної взаємодії, яка виражається у прагненні перейти від ролі глядача до ролі учасника. Така поведінка особливо чітко проглядається у фанатів, цьому сприяє й поведінка багатьох зірок шоу-бізнес, які прагнуть втягнути глядача у свій «творчий процес», і сприяння спортивних менеджерів активізації поведінкових реакцій вболівальників на трибунах стадіонів. Урбанізація і пов'язаний з нею рівень зростання роз'єднаності індивідів вимагає пошуку нових комунікаційних можливостей. Експансія засобів масової комунікації та інформації викликає до життя феномен видовища. Наочно-практична організація видовища створює ситуацію, коли увага кожного з її глядачів формується відповідно мети організатора; створюються також і передумови не лише споглядання та співпереживання почутю і побаченому, але й прагнення до активної співучасті. Втягнення глядача в прогнозований результат дійства робить видовище засобом боротьби за масову свідомість, використовуючи можливості перетворення маси людей в натовп зі властивим їй феноменом екзальтації. Перебуваючи у натовпі серед людей, індивід поводить себе дещо або навіть суттєво інакше, аніж в ситуації, коли він індивідуально наштовхується на щось для себе значуще. Видовищна взаємодія тягне за собою формування в її учасників загостреного почуття «ми», своєї спільноти. Оскільки видовищний акт є одним із важливих регуляторів життя соціуму, коли спорт перетворюється в шоу, і тим самим, в розваги, то слід очікувати й відтворення у соціально незрілих прошарків суспільства соціальних груп споживачів спортивних видовищ агресії і перетворення їх у навколоспортивний натовп з властивим натовпу емоційним фоном. Форми сучасного видовища, в тому числі й спортивного, перетворюються нині на своєрідну форму шоу-бізнесу та активно сприяють стиранню меж між безпосередніми учасниками спортивних змагань в формі видовища та його аудиторією, втягуючи останню в дії, що значно посилюють «ефект спілкування». В результаті у сприйнятті суб'єктом феномену видовища руйнується власне феномен інституту спорту, й емоційне збудження починає превалювати над змістом спортивного дійства. Тому оцінювати позитивні й негативні сторони сучасного спортивного видовища слід з позиції необхідності розкриття сутності й значущості легалізації нових поведінкових форм перебування на трибунах стадіонів і розширення сфери послуг спортивної індустрії в системі видовищ спорту.

Редукція соціальних інтересів до рівня «спортивного інтересу», тенденція до заміни всіх інтересів інтересом до спортивного видовища і, нарешті, виродження останнього до інтересу стосовно кінцевого результату спортивного поединку – одна із головних тенденцій еволюції духовних запитів людини в умовах ринкового суспільства, де інститут спорту все в більшій мірі стає сферою шоу-бізнесу, а на перший план виходять фактори популярності і видовища. В таких умовах саме видовище починає визначати критерії розвитку системи спорту. Внаслідок цього переваги отримують види спорту, які вважаються найбільш видовищними, які мають більш широку аудиторію, як серед безпосередніх глядачів на стадіонах, так і біля екранів телевізорів, а заняття цими видами спорту, і тим більше успіхи в них стають все більш популярними і престижними.

Література:

1. Ібрагімов М.М. «Філософія спорту» як новий антропологічний проект у постекзистенціальному мисленні. Автореф. докт. дис. 09.00.04. X.2015. -34с.
2. Козлова В.С. «ФАНЫ»: феномен околоспортивной толпы [Текст]/ В.С. Козлова. – Москва-Смоленск, 2000. – 153 с.
3. Мазов Н.Ю. Спорт и духовная жизнь общества [Текст] / Н.Ю. Мазов. – Уфа. Изд-во БашГУ, 2009. – 184 с.

Ю.А. Семёнова. Современный спорт в социокультурном пространстве шоу-бизнеса.

Социальная природа и существенные характеристики современного профессионально-зрелищного спорта и «околоспортивной субкультуры» анализируются с позиций современной политики и практики социального управления. Показано, что спорт в современном обществе трансформируется в социально-зрелищную подсистему, приобретает функции социально-психологической технологии, трансформации негативной энергии толпы в игровом пространстве посредством встречного предложения публичного поединка, регламентированного запретительными нормами.

Ключевые слова: спорт, шоу-бизнес, зрелище, болельщики, субкультура.

Y.A. Semenova. Modern sports in the socio-cultural space of show business.

Social nature and the essential characteristics of modern professional and spectacle sports and «circumsports subculture» are analyzed in terms of social control modern policy and practice. It is shown that the sports in modern society is transforming into a social and spectacular subsystem and is acquiring the function of socio-psychological technology, which is transforming of crowd negative energy in the game space by public duel offer.

Keywords: sports, show business, the show, fans, subculture.

УДК 141.7:304(796.03)

М. С. Калина,

кандидат наук з державного управління,

Національний університет фізичного виховання і спорту України

ГЛОБАЛІЗАЦІЙНІ ВПЛИВИ НА СПОРТ В УКРАЇНІ ЯК СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ ФЕНОМЕН

Анотація. У статті розглядаються впливи глобалізації на сучасний спорт як соціокультурний феномен. Особлива увага приділяється трансформації змісту спорту як частини культури України ХХІ століття. Аналізуються особливості культурної взаємодії українського суспільства як такого, що знаходиться в процесі трансформації, із сучасною західною цивілізацією процесі глобалізації. Виділяються загальні глобалізаційні впливи на спорт, як соціокультурний феномен, що є актуальними для переважної більшості країн та регіонів світу; у цьому контексті спорт великою мірою постає в якості частини масової культури з усіма притаманними їй рисами. З іншого боку, показано, що український спорт зазнає не тільки загально цивілізаційних впливів, але й суто європейських, що зумовлено євроінтеграційною політикою нашої держави.

Ключові слова: культура, глобалізація, цінність, спорт, соціокультурний феномен

Із припиненням існування Радянського Союзу та здобуттям незалежності в Україні розвивається відкрите суспільство, що вільно обмінюється ідеями із рештою культур сучасного глобального світу. Історія свідчить, що на сучасному етапі розвитку цивілізації відкритість світу є безальтернативним шляхом розвитку для будь-якого суспільства, що прагне бути успішним. Відповідно до цього, питання вже не стоїть, чи брати участь у глобальному культурному обміні, або намагатися відгородитися від загальнопланетарних культурно-цивілізаційних процесів. Питання полягає в тому, як саме держава, народ та його культура увійдуть у глобальний світ, як зміняться соціальні інститути, цінності та культурні смисли загалом. Звідси постає актуальність дослідження глобалізаційних впливів на розвиток української культури та суспільства, їх перспектив на можливих наслідків.

Глобалізація так чи інакше зачіпає усі сфери суспільного життя, усі пласти культури, від елітарної до масової. Зрештою, для багатьох локальних культур, масова культура й