

Drobotenko M. O., Ph.D. candidate, doctoral student of department of philosophy at H. S. Skovoroda Kharkiv National Pedagogical University (Ukraine, Kharkiv), Marushka85@i.ua

Philosophical counseling and psychotherapy: to the methodology of differentiation

The connection between philosophical counseling and psychological therapy is the subject of numerous discussions in the history of philosophical counseling. Differences in approaches to understanding the essence of philosophical counseling are seen in determining the purpose of philosophizing. Thus, philosophical counseling is seen as «studying life», «finding wisdom», a means of avoiding psychological problems, «finding meaning for everyday life». The distinction of philosophical counseling on psychotherapy is possible on the basis of several elements: the purpose, methods, approaches and connection between the client and the counselor. Philosophical counseling is not a «curative discipline», «but rather» educational» in which the client is an active participant. The therapeutic element in philosophical counseling relates to the client's own efforts, self-study of the client's philosophical issues.

Keywords: philosophy, philosophical counseling, psychotherapy, wisdom, philosophical research, meanings.

* * *

УДК 130.2:796

Завальнюк О. В.,
кандидат педагогічних наук, доцент кафедри теорії та методики фізичного виховання Факультету фізичного виховання та спорту, Національний педагогічний університет ім. М. П. Драгоманова (Україна, Київ), LanaZav@i.ua

ВИКЛИКИ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ДО ІДЕАЛІВ СПОРТУ ТА ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ

Здійснено експлікацію викликів комерціалізації до традиційних ціннісних засад феномену спорту в умовах, коли спорту інкорпорується у складну соціальну динаміку, її економічний вимір, ототожнюючись із явищами моди та гламуру, позбавлених глибинного сенсу спорту як носія олімпійських цінностей, трансформують його ігрову змагальну природу. Виявлено ускладнений характер оцінки загрози комерціалізації спорту у сучасних умовах, коли непрояснений характер носить питання, чи має спорт інтерпретуватись у сучасних дослідженнях в межах традиційних ціннісних канонів, або ж, зазнати оновлення у відповідь на нові соціальні реалії.

Ключові слова: спорт, комерціалізація, глобалізація, цінності спорту, суспільство споживачтва.

Розпочати статтю, на нашу думку, доречно було би з аргументування факту, що всеосяжні процеси комерціалізації дійсно мають статус ініціатора фундаментальних трансформацій моральних засад сучасного спорту (в першу чергу, професійного) та фізичної культури. На нашу думку, дійсно, професійний комерційний спорт функціонує і розвивається не тільки за законами спорту, а й відповідно до закономірностей бізнесу, організованого на спортивному матеріалі. Головна особливість професійного комерційного спорту полягає в тому, що він є одночасно як спортом, так і бізнесом. Відповідно, ускладнений онтологічний статус сучасного спорту (чи є він більше бізнесом, чи все ж, зберігає власну культурну замість в якості соціокультурного феномену, не піддаючись впливам економічних чинників), логічно ініціює проблематизацію питання щодо його поточних аксіологічних пріоритетів – чи зберігає спорт вірність традиціям олімпізму, чи орієнтується на нові ціннісні пріоритети суспільства споживання?

До того ж, наявність у спорті задекларованої вірності гуманістичним принципам ще не гарантує їхнього дотримання у безпосередній соціальній практиці, якщо суспільний попит на гуманізм поступається попиту на комерціалізацію: «Наявні

в спорті можливості для реалізації гуманістичних культурних цінностей не реалізуються автоматично, тим більше в повному обсязі. Залежно від конкретної ситуації, конкретних історичних умов, під впливом різних факторів змінюються зміст, характер, спрямованість, значимість спорту, на перший план виходять його гуманістичні цінності або переважаючими стають антигуманні явища, культурний потенціал використовується в більшій чи меншій мірі тощо» [9, с. 166].

Неозброєним оком видно, що суб'єкти комерційного спорту перебувають в умовах, коли першорядного значення набуває демонстрація видовищних, ефектних дій, а тренувальний процес підпорядковується вирішенню цього завдання. Цьому сприяє соціокультурна ситуація, яку дослідники описують як перехід до суспільства споживання. Відповідний ефект має місце і спортивній сфері: «У більшості розвинених країн світу в даний час сформувалося суспільство споживання, а організаційна професіоналізація і комерціалізація спорту ввели інститут спорту вищих досягнень в індустрію шоу–бізнесу. Головна форма існування спорту вищих досягнень – споживання спортивних видовищних послуг, сфера бізнесу, масової культури і політики» [9, с. 166]. При цьому, виклики комерціалізації спорту є спорідненими із тенденціями глобалізації, які інтенсифікують кількісно та якісно міжкультурну комунікацію, яка окремо становить цікаве проблемне поле. Дослідник Д. Свириденко, наприклад, висуває аргументовану тезу щодо потенціалу мультикультуралізму у зазначеному плані [12, с. 13–14].

Відправною точкою нашого дослідження є теза, відповідно до якої яка комерціалізація виступає потужним носієм викликів ціннісним засадам сучасного спорту. Справді, якщо церемонію відкриття чи завершення Олімпійських ігор дивляться 3–4 мільярди людей, важко уявити, щоб мас–медіа не використовували потенціал спорту в комерційних цілях. Внаслідок цього дати та час проведення змагань з того чи іншого спорту інколи мають за основу не біологічно сприятливу для спортсменів, а бажаний час для телеканалів у найбільш багатих країнах світу, а це призводить до надмірних перенавантажень на спортсменів. Дотичним до цього явищем стала практика багатьох країн «заохочувати чемпіонів» Олімпійських ігор значними грошовими нагородами, а також професіоналізація спортсменів за рахунок відмови від життя звичайної людини.

В результаті спостерігаємо зовні благополучних, «відомих і знаменитих» чемпіонів, у яких приховані від публіки проблеми із сімейним життям, проблеми із здоров'ям, проблеми самотності тощо. «У культурі цього суспільства домінує становище став займати гламур, як ідеологія і технологія глем–капіталізму. При цьому необхідно враховувати, що змістовна складова глем–капіталізму корелює із екзистенційно–антропологічними акцентами в спортивній діяльності. Ці акценти фокусно відображають ідеологію гламуру, як магію, чарівність красивого життя, розкоші і успіху. Ідеологія гламуру корелює екзистенціали сучасного спорту, що призводить до трансформування сенс–цілей спортивної діяльності. Так, смисловим змістом сучасного спортсмена часто виступають не буттєві характеристики спортсмена, як індивідуального суб'єкта, а отримання тільки кінцевого результату» [10, с. 211]. Отже, логічно стверджувати,

що комерціалізація спорту як логічна відповідь на виклики сучасних соціокультурних трансформацій, постає носієм складних модернізаційних процесів у інституціональному, економічному, правовому та, найбільш цікаво для нас, ціннісному вимірах спорту. Окрему проблему складають освітні виклики у контексті соціокультурних трансформацій, які відповідним чином мають бути враховані у освітній підготовці спортсменів. Дійсно, розв'язання протиріч локального та глобального у освітній системі в цілому, та спортивній освіті, зокрема, є важливим вектором сучасних досліджень в галузі філософії освіти [13; 15].

Накопичений в спорті досвід пізнання «резервних можливостей» людини теж має ціннісний потенціал. Людина в спорті освоює нові межі фізичних, психологічних, організаційних можливостей, чим наочно демонструє величезний потенціал людських можливостей, які проявляються у вигляді спортивних рекордів. В сучасному світі зростає роль економічних цінностей і спортивна сфера аж ніяк не перебуває осторонь цих тенденцій. Економічне значення спорту і для суспільства, і для особистості спортсмена невпинно зростає. Кожна розвинута країна сучасності вже залучила до свого міжнародного престижу проведення Олімпійських ігор, йде постійна конкуренція за право проведення світових чемпіонатів з різних видів спорту і рахунок затрат перетнув рубежі в мільярди доларів. Фінансові затрати в галузі спорту мають значення як суто комерційне (грошові доходи), так і відтерміновані наслідки для поширення спорту серед населення та вплив його на рівень здоров'я людей.

Особливої актуальності розв'язання проблеми законодавчого забезпечення спорту та фізичного виховання отримала у зв'язку із широкими процесами комерціалізації спорту. За цих умов, особливу роль отримують регіони та їх органи управління, які виступають «драйверами» розвитку спорту на усій території держави, кінцевою ланкою реалізації декларованих в масштабах держави стратегій розбудови спорту [11, с. 56].

Історична розвідка демонструє, що в умовах розвитку ринкового суспільства відбувається дуже швидка комерціалізація сфери спорту – фактично спорт перетворився на професію набагато раніше, ніж у 1974 р. було прийняте рішення Міжнародного олімпійського комітету про матеріальну компенсацію за час, витрачений спортсменами високого рівня для підготовки до змагань. Це рішення фактично лише визнало реальність ситуації, коли спорт вищих досягнень і любительство виявилися несумісними, а вже в середині 50–х рр. XX ст. така ситуація стала універсальною: вона позначила новий статус спорту в сучасному світі і вплинула на різні аспекти спортивного життя [7, с. 6]. Зокрема, вона суттєво змінила систему управління спортивною діяльністю, визначивши загальну перспективу розвитку професійного спорту.

Разом із тим, концептуалізація стратегічних напрямків розвитку спорту виглядає ускладненою без використання методологічних підходів філософії спорту, саме вона здатна відчутти дух сучасної епохи, діагностувати його впливи на особистість спортсмена, запропонувати підходи щодо мінімізації тих чи інших загроз комерціалізації через ревізію

аксіологічних пріоритетів цієї діяльності: «Спорт як реалізація людської екзистенції пов'язаний з ідеєю самоствердження «Я» особистості спортсмена як неповторного творчого духу, виходу людини за межі своїх творчих можливостей, що вимагає розробки філософії спорту, заснованої на ціннісно–діяльному підході, що включає екзистенційні, аксіологічні, феноменологічні, онтологічні аспекти» [2, с. 201].

Комерціалізація спорту також є результатом утвердження суспільства споживання, коли сфера спорту та дозвілля набула статус економічного гравця із багатомільярдними можливостями. Логічно, що спорт у споживацьких інтерпретаціях, отримує власні аксіологічні пріоритети та товарний статус. Виклики перетворення спорту на товар, з одного боку, надали ширших можливостей для участі та, відповідно, капіталізації прибутків у економіці нового зразку. З іншого боку, трансформувались традиційні уявлення про його соціокультурний статус. Утвердження прагматичних та споживацьких аксіологічних орієнтацій у суспільстві розчиняє ідеали цілісності розуму, тіла та духу у людині, а сам спорт уособлює собою явище скоріше комерційного характеру, аніж гуманістичним.

Хотілося би зазначити, що еволюційна лінія розвитку людства реалізувалась у контексті подолання ризиків та викликів, проте, станом на початок XXI ст. можна стверджувати, що стан екзистенційної захищеності у суспільстві досягнутий у високому ступеню: суспільство споживацтва, це стан комфорту, контролю ризиків тощо. Разом із тим, психологічна функція боротьби із викликами, яка реалізовувалася протягом тисяч поколінь, не може актуалізуватись у сучасному суспільстві. На нашу думку, і цим фактором також викликаний соціальний запит на екстремальні види спорту, який забезпечують люди, у яких особливо сильно відчувається зазначений «екстремальний спадок», закладений поколіннями. Багато хто з нас активно шукає можливостей потрапити у штучно створені ризикові ситуації, а для деякого це можливість втекти від прагматизованого, матеріалістичного та утилітарного сучасного способу життя.

Дійсно, в усі часи не остання за значенням для сучасної фізкультури і спорту вважалась економічна функція. Таке соціокультурне явище, яким є спорт, дійсно має потужне економічне значення, яке виражається на різних рівнях соціального життя: індивідуальному, соціальному та глобальному. На індивідуальному він стимулює до споживання спортивних товарів та послуг. На соціальному започатковує державні програми масового залучення громадян до спорту з метою підвищення рівня здоров'я населення, підвищення його працездатності та готовності до військової підготовки. На глобальному спорт приносить мільярди прибутків від проведення чемпіонатів з популярних видів спорту та Олімпійських ігор. Спорт як частина економічного життя, ініціює науково–технічні розробки (в галузі розробки нових матеріалів, спортивного харчування та фармакологічних продуктів, нового інвентарю чи обладнання тощо), які представляють для кожної країни економічний інтерес. Економічне значення на різних рівнях мають ті кошти, які одержуються безпосередньо від продажу квитків на спортивні видовища, від використання спортивних

будівель та споруд, від продажу спортивного приладдя та форми, різноманітної спортивної символіки.

Споживацькі тенденції сучасного суспільства накладають відповідний відбиток на сферу спортивної діяльності. Дослідниця С. Андреева, намагаючись відслідкувати динаміку зазначених впливів, пише: «Великі економічні можливості розвинених зарубіжних країн і креативний підхід виробників, обумовлений тим що формуються суспільством споживання, дозволили розробляти і впроваджувати в масове і серійне виробництво високотехнологічні засоби для організації екстремальних видів спорту, дозвілля, відпочинку, розваги, туризму, а крім цього робити поодинокі унікальні дизайнерські вироби і отримувати від їх продажів високі доходи» [1, с. 196].

Хотілося би звернути увагу на поширення нових видів спорту у контексті його комерціалізації: система фізичної культури намагається забезпечити соціальні запити сучасної людини, які можуть постати черговою «цеглинкою» у структурі спорту як комерційного явища. На нашу думку, мова йде не тільки про забезпечення спортом споживацького попиту на нові види спорту, але й про резонування із складними змінами, які відбуваються у ціннісно-світоглядному просторі сучасного суспільства. Дослідники Р. Інглхарт та К. Вельцель зазначають, що сучасне суспільство є ареною реалізації небачених в історії людства прагнень до самореалізації та індивідуалізації: «Високий рівень життєвої захищеності (existential security) та особистої незалежності людини фундаментальним чином змінює його безпосередній життєвий досвід, спонукаючи надавати першорядного значення цілям, що раніше стояли на другому плані, в тому числі отриманню свободи. Акцент в культурній сфері зміщується від колективу та дисципліни до свободи особистості, від групової норми до індивідуального різноманіття, від влади держави до особистої незалежності, породжуючи синдром, який ми визначили як цінності самовираження» [8, с. 12–13].

Отже, виникає запит на нові форми самореалізації, на які спорт як сфера буття суспільства надавати змістовні відповіді. Дійсно, на сучасному етапі розвитку людства, коли пріоритетного значення набувають цінності самовираження, самореалізації, примат свободи над дисципліною, багатоманітності над відповідністю нормі [8, с. 222]. Тому традиційні види спорту доповнюються широким спектром нових галузей, аби відповідати на ускладнені та багатоманітні запити сучасних потенційних покупців спортивних сервісів.

Рельєфним в цьому плані виглядає фітнес як сучасний вид масового спорту. Удосконалення фізичної культури суспільства пов'язано з постійним збільшенням кількості видів спорту, появою нових напрямів фізкультурно-спортивної діяльності та зростанням популярності нетрадиційних систем фізичних вправ. На сьогоднішній день термін «фітнес» став одним з тих понять, які найбільш часто використовують в контексті активної рухової діяльності. Фітнес пропонує не тільки заняття фізичною культурою, але і свою власну філософію способу життя, певну систему цінностей.

Дійсно, фітнес-індустрія є сферою діяльності, а також сектором економіки, що включає в себе розроблення, виробництво та реалізацію товарів і послуг,

зорієнтованих на досягнення здоров'я та підтримку загальної фізичної форми. Широкий спектр підприємств, організацій і компаній потрапляють в категорію закладів фітнес-індустрії. Вкажемо на те, що протягом десятиліть і навіть століть засоби досягнення стану фітнесу і велнесу (fitness & wellness) значно розширилися. Вони можуть включати в сферу своєї діяльності, та відповідно, економічного виміру цієї діяльності, наступне: тренажерні зали та фітнес-центри; компанії-виробники спортивного інвентарю, спортивного харчування; ортопедичні компанії, які виробляють спортивний одяг і супутні спортивні товари [5, с. 129].

Існує ще й морально-етичне коло проблем, яке згодом переходить у правову площину. Професійний спорт як публічно-видовище явище привертає велику кількість людей. У професійного спортсмена (команди, клубу) з'являється бажання домогтися перемоги, мати комерційний успіх за будь-яку ціну, навіть, на жаль, за рахунок окремих порушень законних і моральних принципів спортивної боротьби.

Як бачимо, зміна соціокультурного статусу спорту у контексті його комерціалізації висуває на передній план потребу ревізії складних світоглядних проблем, які його супроводжують. Неоліберальна ринкова ідеологія, що панує зараз у переважній більшості сфер буття суспільства, може виступити в якості складного та надзвичайно потужного виклику аксіологічним пріоритетам олімпізму, що визначають глибинну сутність спорту незалежно від історичних та культурних умов. Під впливом комерціалізації у сучасному спорті відбуваються складні трансформативні процеси, логіку яких П. Бурдье описував наступним чином: «Спортивна практика, яка в своєму технічному, «внутрішньому» визначенні показує завжди велику розтяжність, а, отже, більшу доступність до абсолютно різного і навіть протилежного використання, теж може змінювати зміст. Точніше, може змінюватися панівний соціальний зміст, приписуваний пануючими (в чисельному або соціальному відношенні) соціальними користувачами» [4, с. 266–267].

Якщо до другої половини за принципом «Швидше! Вище! Сильніше!» був закріпленний заклик до дотримання цінностей спорту, зокрема, у його античному прочитанні, коли спортсмен мав уособлювати зразок філософського розв'язання протиріч поєднання Краси, Добра та Істини, то останнім часом він втрачає своє смислове навантаження як запит на гармонійне поєднання у людині сили, непохитної волі та розвиненого духу. При цьому, варто бути об'єктивним та враховувати той факт, що сучасний спорт як феномен культури, що виник у середині XIX ст., є продуктом капіталістичного суспільства, товарного виробництва, а зрозуміти його генезу та роль у сучасних умовах неможливо без врахування зазначених обставин: умовно стверджувати, що цінності сучасного спорту, особливо спорту великих досягнень, пов'язані із вимогами та настановами ринкової економіки глобальної доби [6, с. 187]. Виходячи із цього, виклики комерціалізації є достатньо потужними для спорту, адже ринкова логіка у тій чи іншій мірі онтологічно присутня у феномені спорту та визначає його природу.

Проте, станом на сьогодні, важко здійснити однозначну оцінку перспектив зазначених трансформацій.

Цей факт ініціює питання щодо того, наскільки традиційні концептуальні засади спорту, в тому числі й аксіологічні пріоритети, мають залишатись непохитними в умовах зовсім іншої соціокультурної динаміки. Попереду нам ще доведеться відповісти на питання, чи є перетворення спорту на складний комунікативний канал суспільства споживання, на видовищний елемент сучасної маскультури й індустрії розваг порушенням його фундаментальних аксіологічних принципів, чи є логічним еволюційним кроком у контексті інтенсивних та динамічних за своєю природою процесів модернізації суспільства, розвитку культури та відповідних його практик? На потребі визнання амбівалентної природи спорту у сучасній культурі наполягає й Д. Богданова, стверджуючи наступне: «Соціокультурний контекст ХХ – початку ХХІ ст. – експансія професійного спорту в сферу світової культури, світової економіки, світової політики, міжнародних відносин. Подібна експансія багато в чому визначила його маргіналізацію, яка виявляється в численній диференціації спортивних практик... Тобто, сучасний професійний спорт, з одного боку, – синтетичне видовище, яке виконує комунікативні функції і функцію візуальної самопрезентації, а, з іншого – сувора професійна діяльність, що включає в себе спортивні технології (тренування, досягнення результату, спортивні змагання тощо)»[3, с. 163].

Здійснивши експлікацію проблем, асоційованих із викликами комерціалізації сучасний спортивний діяльності, маємо підстави здійснити низку узагальнень та сформулювати рекомендації практичного характеру. У статті нам вдалося показати, що сучасний спорт все більше отримує статус важливої складової економічного життя суспільства, яке дослідники позначають за допомогою концепту «суспільство споживацтва». Даний факт створює амбівалентну ситуацію із інтерпретацією феномену спорту: з одного боку, перетворившись на суб'єкт комерційної діяльності, на який шороку зростає попит, а ідеали спортивного життя активно поширюються засобами масової інформації, ми маємо підстави говорити про ширше залучення населення до спортивної діяльності, що позитивно має впливати на поширення ідей здорового образу життя тощо.

Разом із тим, спорт, що постає суб'єктом інтенсивних економічних взаємин, втрачає свою глибинну сутність (саморозвиток людини, підтримка здоров'я тощо): за цих умов, людина долучається до спорту під впливом нав'язаних ззовні споживацьких смаків, під впливом моди на спорт. Ми показали, що феномен спорту інкорпорується у складну соціальну динаміку, її економічний вимір, ототожнюючись із явищами моди та гламуру, позбавлених глибинного сенсу спорту як носія олімпійських цінностей, трансформує його ігрову змагальну природу. Дійсно, прагматичний характер світоглядних засад суспільства на початку ХХІ ст. здатен навіть спричинити ревізію фундаментального олімпійського принципу «Швидше! Вище! Сильніше!»: сучасні спортсмени–професіонали розуміють його не як світоглядний дороговказ у процесах розвитку фізичних та духовних якостей спортсмена, а як заклик до високих показників, які, логічно, стають причиною високих гонорарів

спортсменів – за звичними словами стає прихованою принципово інша логіка.

У сучасному суспільстві фіксується значний попит на нові, трендові види спорту, прикладом якого виступає фітнес. У цій сфері також виникає амбівалентність при спробі оцінити їх в якості виклику моральним принципам спорту: з одного боку, дії компаній, які відносяться до фітнес-індустрії, спрямовані на отримання прибутку від занять спортом, а з іншого, основною їх метою є надання послуг і продуктів, які сприяють поліпшенню здоров'я. Ускладненого характеру щодо оцінки загроз комерціалізації спорту у сучасних умовах надає непрояснений характер питання, чи має спорт інтерпретуватись в межах догматичних традиційних канонів у сучасних дослідженнях, або ж, зазнати оновлення у відповідь на нові соціальні реалії.

Список використаних джерел

1. Андреева С. В. Экстремальный досуг и свобода личности в обществе риска и потребления / С. В. Андреева // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств. – 2011. – №16. – С.192–198.
2. Билогур В. Е. Теоретические и практические проблемы философии современного спорта в глобальном измерении / В. Е. Билогур // Philosophy and Cosmology. – 2013. – №12. – С.201–213.
3. Богданова Д. Ш. Профессиональный спорт в современной культуре: проблема маргинализации / Д. Ш. Богданова // Общество. Среда. Развитие (Terra Humana). – 2012. – №2. – С.162–166.
4. Бурдые П. Программа для социологии спорта / П. Бурдые // Начала. – М., 1994. – 288 с.
5. Завальнюк О. В. Філософська інтерпретація фітнесу як складової здоров'я та благополуччя людини / О. В. Завальнюк // Науковий часопис [Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова]. Серія 15: Науково-педагогічні проблеми фізичної культури (фізична культура і спорт). – 2016. – Вип.3 (2). – С.127–130.
6. Замышляев В. И., Ямщиков Ю. И. Транснационализм и коммерциализация спорта в условиях глобализации / В. И. Замышляев, Ю. И. Ямщиков // Вестник СибГАУ. – 2007. – №2. – С.185–187.
7. Зверев А. Свет и тени арены / А. Зверев // Глэнвилл Б. Олимпиец. – М.: Физкультура и спорт, 1989. – 187 с.
8. Инглхарт Р. Модернизация, культурные изменения и демократия: Последовательность человеческого развития / Р. Инглхарт, К. Вельцель – М.: Новое издательство, 2011. – 464 с.
9. Кузнецов П. К. Гуманистические ценности массового спорта как средство формирования всесторонне развитой личности / П. К. Кузнецов // Известия РГПУ им. А. И. Герцена. – 2012. – №152. – С.164–169.
10. Медведев С. Н., Степанова О. С. Экзистенциалы спорта в гламуре / С. Н. Медведев, О. С. Степанова // Известия Самарского научного центра РАН. – 2015. – №1–1. – С.211–213.
11. Николаев О. А. Роль держави у розвитку фізичної культури і спорту / О. А. Николаев // Вісн. наук. праць ЧДУ ім. П. Могили. – 2012. – Вип.182. – Т.194. – С.55–59.
12. Свириденко Д. Мультикультуралізм як основа міжособистісної комунікації в процесах академічної мобільності / Д. Свириденко // Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв: наук. журнал. – К.: Міленіум, 2014. – №3. – С.13–17.
13. Gomilko O. Hybridity in the Higher Education of Ukraine: Global Logic or Local Idiosyncrasy? / O. Gomilko, D. Svyrydenko, S. Terepyshchyi // Philosophy and Cosmology – Kyiv, 2016. – Vol.17. – P.177–199.
14. Russell J. S. Robert L. Simon on Sport, Values, and Education / J. S. Russell // Journal of the Philosophy of Sport. – 2016. – Issue 43 (1). – P.51–60.
15. Svyrydenko D. Divided Universities: The Postcolonial Experience of Contemporary Ukrainian Higher Education / D. Svyrydenko // Future Human Image. – 2017. – Vol.7. – P.128–134.

References

1. Andryeyeva S. V. Ekstremal'nyy dozvil'ya i svoboda osobystosti v suspil'stvi ryzkyu i spozhyvannya / S. V. Andryeyeva // Visnyk Kemerov'skoho derzhavnogo universytetu kul'tury i mystetstv. – 2011. – №16. – S.192–198.
2. Bilohur V. Y. Teoretychni ta praktychni problemy filosofiyi suchasnoho sportu v hlobal'nomu vymiri / V. Y. Bilohur // Philosophy and Cosmology. – 2013. – №12. – S.201–213.
3. Bohdanova D. S. Profesiynny sport v suchasniy kul'turi: problema marhinalizatsiyi / D. S. Bohdanova // Suspil'stvo. Seredovyshe. Rozvytok (Terra Humana). – 2012. – №2. – S.162–166.
4. Burd'ye P. Prohrama dlya sotsiologiyi sportu / P. Burd'ye // Nachala. – M., 1994. – 288 s.
5. Zaval'nyuk O. V. Filofofs'ka interpretatsiya fitnesu yak skladovoyi zdorov'ya ta blahopoluchchya lyudyny / O. V. Zaval'nyuk // Naukovyy chasopys [natsional'noho pedahohichnoho universytetu imeni M. P. Drahomanova]. Seriya 15: Naukovo-pedahohichni problemy fizychnoyi kul'tury (fizychna kul'tura i sport). – 2016. – Vyp.3 (2). – S.127–130.
6. Zamyshlyayev V. I., Yamshchikov Y. I. Transnatsyonalizm i komertsializatsiya sportu v umovakh hlobalizatsiyi / V. I. Zamyshlyayev, Y. I. Yamshchikov // Visnyk SibHAU. – 2007. – №2. – S.185–187.
7. Zvyeryev A. Svitlo i tyni areny / A. Zvyeryev // Hlenville B. Olimpiyets'. – M.: Fizkul'tura i sport, 1989. – 187 s.
8. Inhlkhart R. Modernizatsiya, kul'turni zminy i demokratsiya: Poslidovnist' lyuds'koho rozvytku / R. Inhlkhart, K. Vel'tsel' – M.: Nove vydavnytstvo, 2011. – 464 s.
9. Kuznetsov P. K. Humanistychni tsinnosti masovoho sportu yak zasib formuvannya vsebichno rozvynenoyi osobystosti / P. K. Kuznetsov // Yzvestyia RHPU im. A. I. Hertseny. – 2012. – №152. – S.164–169.
10. Medvedyev S., Stepanova O. S. Ekzistentsialy sportu v hlamuri / S. M. Medvedyev, O. S. Stepanova // Yzvestyia Samars'koho naukovoho tsentru RAN. – 2015. – №1–1. – S.211–213.
11. Nikolayev O. A. Rol' derzhavy u rozvytku fizychnoyi kul'tury i sportu / O. A. Nikolayev // Visn. nauk. prats' CHDU im. P. Mohyly. – 2012. – Vyp.182. – T.194. – S.55–59.
12. Svyrydenko D. Mul'tikul'turalizm yak osnova mizhosobistisnoyi komunikatsiyi v protsesakh akademichnoyi mobil'nosti / D. Svyrydenko // Visnyk Natsyonal'noy akademyyi kerivnykh kadriv kul'tury i mystetstv: nauk. zhurnal. – K.: Milenium, 2014. – №3. – S.13–17.
13. Gomilko O. Hybridity in the Higher Education of Ukraine: Global Logic or Local Idiosyncrasy? / O. Gomilko, D. Svyrydenko, S. Terepyschyi // Philosophy and Cosmology – Kyiv, 2016. – Vol.17. – P.177–199.
14. Russell J. S. Robert L. Simon on Sport, Values, and Education / J. S. Russell // Journal of the Philosophy of Sport. – 2016. – Issue 43 (1). – P.51–60.
15. Svyrydenko D. Divided Universities: The Postcolonial Experience of Contemporary Ukrainian Higher Education / D. Svyrydenko // Future Human Image. – 2017. – Vol.7. – P.128–134.

Zaval'nyuk E. V., Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Department of Theory and Methodology of Physical Education of the Faculty of Physical Education and Sports, National Pedagogical Dragomanov University (Ukraine, Kyiv), LanaZav@i.ua

Challenges of commercialization to the ideals of sport and physical culture

The article explores the challenges of commercialization to the traditional values of the phenomenon of sport in conditions where sport is incorporated into a complex social dynamics, its economic dimension, being identified with the phenomena of fashion and glamor, deprived of the deep meaning of sport as a bearer of Olympic values, transforms its gaming adversarial nature. The complexity of the assessment of the threats of the commercialization of sport in the present conditions has been revealed, when the unclear nature of the question is whether sports are interpreted in contemporary research within the limits of traditional value canons, or, to be updated in response to new social realities.

Keywords: sport, commercialization, globalization, values of sport, society of consumerism.

* * *

УДК 179.9

Кадиевская И. А.,
доктор философских наук, профессор,
заведующая кафедрой философии, политологии,
психологии и права, Одесская государственная
академия строительства и архитектуры
(Украина, Одесса), marlinna@yandex.ru

ТРАДИЦИИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ПОЗИТИВНОЙ ПСИХОЛОГИИ В РАЗЛИЧНЫХ ОБЛАСТЯХ ЖИЗНИ

Обосновываются перспективы использования гипнотического состояния как естественного для человека, характеризующегося ощущениями внутреннего покоя, гармонии, умиротворения. Утверждается, что гипнотическое состояние является полезным для психики, а его дефицит вызывает различные психосоматические нарушения в организме. Осмысливаются ключевые понятия позитивной психологии, счастье, стресс, ценность, гипноз, транс, паттерны мышления и рассмотрена их взаимосвязь.

Ключевые слова: позитивная психология, счастье, стресс, ценность, гипноз, транс, паттерны мышления.

(статья друкується мовою оригіналу)

Статья является актуальной, особенно в современных условиях, когда многие современные люди перестают чувствовать себя счастливыми, не понимая, что делать и как себе помочь? Они жалуются на признаки пессимистического, трагического и депрессивного мировосприятия, когда в привычку входит мышление, наполненное страхом, обидами, завистью, разочарованностью и т.д. В статье особое внимание уделяется анализу возможностей использования методов позитивной психологии, поскольку привычные паттерны негативного мышления со временем способны превращаться во всевозможные психологические барьеры, препятствия и самоограничения, которые буквально не дают людям почувствовать себя свободными, удовлетворенными, благополучными и счастливыми. Обладание ценностями не гарантирует счастья. Использование достижений современной позитивной психологии может помочь освободиться от негативного влияния деструктивной информации, научиться контролировать свои эмоции, развивая способности любить, прощать, радоваться, относиться доброжелательно к окружающим и т.д.

Учитывая научную значимость данных проблем в современном философском дискурсе, можно сформулировать цель и задачи данной статьи.

Цель исследования – изучение возможностей использования прогрессивных подходов позитивной психологии в качестве ресурсов стабилизации общественного сознания.

Для достижения поставленной цели предполагается решить следующие задачи:

- обосновать перспективы использования гипнотического состояния как естественного для человека состояния, характеризующегося ощущениями внутреннего покоя, гармонии, умиротворения.

- обосновать, что гипнотическое состояние является полезным для психики, а его дефицит вызывает различные психосоматические нарушения в организме.

- осмыслить ключевые понятия (позитивная психология, счастье, стресс, ценность, гипноз, транс, паттерны мышления) и рассмотреть их взаимосвязь;

- исследовать потенциал развития позитивного мышления человека.