

11. Коренберг В. Б. К теории спортивной двигательной активности / В. Б. Коренберг // Теория и практика физической культуры. Научно-теоретический журнал. – №2, 2007.
12. Макешина Ю.В. Некоторые аспекты профессиональной социологизации у будущих специалистов физкультурно-спортивной деятельности / Ю.В. Макешина, А.В. Кравченко // Актуальні проблеми соціо-гуманітарних наук. Матеріали всеукраїнської наукової конференції. 7-8 жовтня 2012 р., м. Дніпропетровськ. Частина II. / Наук. Ред. О.Ю.Висоцький. – Дніпропетровськ: Свідлер, 2012 – 242 с.
13. Малкина Н.А. Экзистенциальные аспекты современного спорта и некоторые методологические принципы психологического консультирования в спорте / Н.А.Малкина, М.Г.Чухрова, Ю.Н.Кабанов // Мир науки, культуры, образования. 2009. – №3(15).
14. Платонов В. Н. Система подготовки спортсменов в олимпийском спорте. Общая теория и ее практические приложения: Учебник тренера высшей квалификации / В. Н. Платонов. – К.: Олимп. л-ра., 2004. – 820 с.
15. Філософія: Світ людини. Курс лекцій: Навч. посібник / В.Г. Табачковський, М.О. Булатов, Н.В. Хамітов та ін. – К.: Либідь, 2003. – 432 с.
16. Ярошовець В. І. Історія філософії: від структуралізму до постмодернізму: підручник / В. І. Ярошовець. – К.: Видавничо- поліграфічний центр “Київський університет”, 2008. – 263 с.

М. Ибрагимов. Необходима ли спортсмену и его тренеру философия?

Целью статьи является актуализация философского знания для успешного развития физкультурно-спортивной деятельности как в социально-культурном контексте так и в ценностно-значимых параметрах личностных измерений творчества спортсмена и его тренера. Методологией работы является ретро-инновационный анализ физкультурно-спортивной деятельности как специфического вида телесной практики. В изложении основного материала говорится, что модификация культурных феноменов побуждает ученых к расширению арсенала методологических средств в физкультурно-спортивной науке. Это возможно благодаря обращению к западным нарративам «философии науки», культурной антропологии, феноменологии. У выводах подчеркивается, что в культурно-цивилизационном процессе физкультурно-спортивная отрасль знаний манифестирует (извещает) спортивный телесный опыт вхождения человека в окружающий мир.

Ключевые слова: философия, физкультурно-спортивная наука, методология, мировоззрение, культура, спортивный телесный опыт.

M. Ibragimov. Required if the athlete and his coach philosophy?

The article aims to update philosophical knowledge for the successful development of sports activities as a socio-cultural context and in value-relevant parameters measuring personal creativity athlete and his coach. Methodology work is retro innovative analysis of sports activities as a specific type of bodily practices. In the presentation of the basic material stating that the modification of cultural phenomena leads to increased arsenal of methodological tools in sports and sports science by involving Western narratives to it “philosophy of science”, cultural anthropology, phenomenology. In conclusion emphasizes that cultural and civilization during sports discipline manifests (notify) sports bodily experience of entering human environment.

Keywords: philosophy, sports science, methodology, philosophy, culture, sports bodily experience.

УДК 141.7:304(796.03)

М. С. Калина, кандидат наук
з державного управління, Національний університет
фізичного виховання і спорту України

ФЕНОМЕН СПОРТУ В СУЧАСНІЙ ЕЛЕКТРОННІЙ КУЛЬТУРІ: ХАРАКТЕРИСТИКИ ТА ЦІННОСТІ

Стаття присвячена аналізу феномену спорту у сучасній електронній культурі. Автор розглядає основні характеристики розвитку сучасних мультимедіа та Інтернет комунікацій й досліджує еволюцію спорту, як соціокультурного феномену, крізь цю призму. Зазначається, що сучасна культура західних країн та України все більше набуває якостей екранно-мережевої культури. Відповідно до цього, спорт стає феноменом екрану та інформаційної електронної мережі, переходить до категорії віртуальної реальності, тісно пов'язується з технікою, завдяки якій він існує в мережах. Водночас, такий тісний зв'язок спорту з віртуальною реальністю та екраном змінює ціннісне значення спорту та його смислове навантаження.

Ключові слова: культура, спорт, мультимедіа, Інтернет, цінність, комунікація, соціальні мережі, соціокультурний феномен.

Сучасна культура являє собою безпрецедентне явище у людській історії, вона якісно відрізняється від культури усіх попередніх епох та створює ґрунтовно нове середовище життя та розвитку людини. Інформаційна епоха, розвиток технологій, які кардинально перетворюють умови праці та дозвілля людей, відкривають нові перспективи і, водночас, створюють нові проблеми, з якими раніше цивілізації не зіткнулися – усе це ставить важливі філософські питання, які не є новими, однак тепер вирішуються у новому контексті – у контексті інформаційного суспільства. Цінності, смисли, життя, людина, здоров'я, творчість, гуманізм, розвиток та інше – набуває нового значення в епоху Інтернету та тотальної присутності екрану в житті людини.

Спорт, поряд з іншими феноменами культурного життя XXI століття, має неоднозначний, суперечливий характер та розвивається одночасно у багатьох напрямках. На сьогодні, неможливо уявити собі як українську, так і європейську й американську культуру без спорту і всього, що з ним пов'язано. Спорт на сьогодні теж відчуває вплив загальної інформатизації суспільства, стає частиною інформаційних потоків в Інтернеті, відображається на екранах, набуває нового ціннісного значення відповідно до загальних тенденцій розвитку сучасної культури.

Значний внесок у дослідження питань становлення інформаційного суспільства, електронної культури, впливу мультимедіа на суспільство й людину зробили такі західні дослідники як М.Кастельс [6], М.Маклюен, Н.Луман, Н.Постмен [9], Ж.Бодрійяр [1] та інші. Серед українських учених варто відзначити чисельні праці Л.Стародубцевої та Ю.Доброносолової [3].

Різним аспектам філософського аналізу феномену спорту приділяють увагу такі вітчизняні учені як М.М.Ібрагімов [4], Є.А.Пінчук, С.В.Могільова, С.М.Бацунов, Л.А.Шеремет.

Завдання статті:

- охарактеризувати спорт як феномен електронної культури та сучасних Інтернет-комунікацій;
- проаналізувати ціннісне значення спорту у носіїв екранно-мережевої культури сучасності.

Сучасна західна культура, чії форми, символи та технології (але не смисли) поширилися на велику частину іншого світу, включаючи Україну, існує, відтворюється, розвивається та змінюється у значній мірі у віртуальному просторі мультимедіа, Інтернету. Таким чином, сама культура стає віртуальною, мережевою; комунікація такої культури відбувається серед великих інформаційних потоків. За висловом М.Кастельса, мультимедіа поширює область електронних комунікацій на всі сфери життя – від дому до роботи, від шкіл до лікарень, від розваг до подорожей [6]. Відповідно до цього, сучасну культуру, пов'язану із функціонуванням електронних медіа та мереж, він називає «електронною культурою» [6]. Важко не погодитися із застосуванням такого терміну, проте, його можна дещо деталізувати та розширити: можна, наприклад, означити її як екранно-мережеву культуру; втім, зміст культури від цього не змінюється.

На думку української дослідниці Ю.Д.Доброносолової, різноманітні медіа нині визначають не лише ціннісні або екзистенціальні орієнтири розвитку особистості, її становлення, специфіку самореалізації, але й глибші засади її перцептивного, когнітивного, пізнавального досвіду [3, с. 8]. Отже, формування ціннісних та екзистенціальних орієнтирів в процесі медіа-комунікації вже не викликає сумнівів. Також, Ю.Доброносолова влучно зазначає: індикатором тотальної та незворотної медіатизації всіх сфер життя соціуму початку XXI століття є і те, що людина постає «медіасуб'єктом», що живе в «медіареальності», створює і споживає продукти «медіакультури», спілкується за допомогою різноманітних «медіа мов» і неминуче потрапляє а пастки безмежних мереж «медіакommунікації» [3, с. 9].

Сучасні мультимедіа «ведуть діалог» із людиною за допомогою екрану. Усі культурні феномени, з'являючись та вкорінюючись у мережах та на екранах, підпадають під їх вплив, змінюючи свій зміст та смислове навантаження, переходячи у розряд частин електронної культури, і надалі розвиваються разом з цією культурою, підкоряючись її логіці.

Спорт, як соціокультурний феномен, теж почав своє існування та розвиток на екрані й в електронних мережах. Власне, у новітній історії, спорт з'явився як соціо-

культурний феномен у ХХ столітті, коли на перший план культурної динаміки почали виходити екрани: кіно- та телевізійні екрани, що наклало значний відбиток на його змістовне наповнення та ціннісну основу [5]. Надалі технології стрімко розвивалися, присутність екрану в житті зростає та набуває все більшого значення. Екран у нашому житті – це вже не тільки віддалений екран кінотеатру, та не тільки екран телевізора чи комп'ютера, що стоїть вдома чи на роботі в одному з приміщень; тепер екран планшетного комп'ютера або смартфона завжди поруч, завжди і скрізь: вдома, на роботі, навчанні, прогулянці, концерті, в магазині, транспорті, спортзалі тощо. Отже, екран – завжди і скрізь. Екран став ближче, але не тільки – він дозволяє не лише дивитися, але висловлюватися, виражати себе, й вербально й візуально; запускати власні образи до інформаційних потоків.

І рамках комунікації, що відбувається в інформаційних потоках мережі Інтернет, функціонує, відтворюється та формує цінності культура інформаційного суспільства. Мабуть, той факт, що цінності саме інформаційної епохи в багатьом є відмінними за своїм змістом від цінностей попередніх століть, не викличе великих сумнівів. За висловом М.М.Ібрагімова, цінності є категорією, яка визначає міру і рівень втілення в цілепокладальну діяльність людини, народів, ідеалів епохи [4, с. 190]. Отже, ідеали належать відповідній епосі, так само, як і цінності та їх смисл.

На приклад, якщо екстраполювати висновки відомого філософа Ж.Бодрійяра щодо стану цінностей сучасної культури на ціннісне навантаження спорту, як соціокультурного феномену, то видається, що спорт, так само, як й інші культурні явища втратив свої початкові цінності. Зокрема, Ж.Бодрійяр виділяє кілька стадій розвитку цінностей: початкова стадія, коли існували повсякденні, побутові цінності; ринкова стадія, коли цінність виступає як засіб обміну; структурна стадія, коли з'являється цінність-символ; фрактальна (вірусна, дифузна) стадія, коли не існує відповідності чогось чомусь – цінність поширюється у всіх напрямках, без жодної логіки, будучи присутньою скрізь [1]. Добро більш не знаходиться по інший бік зла, ніщо не має свого визначеного положення у системі координат, коли речі знаки та дії звільняються від своїх ідей та концепцій, від сутності та цінності, від походження та призначення, вони вступають на шлях безкінечного самовідтворення, продовжуючи функціонувати, коли смисл давно зник [1].

Отже, на думку Ж.Бодрійяра, явища сучасної культури вже втратили свій смисл та власні цінності, будучи присутніми скрізь та постійно й безконтрольно відтворюючись. Спорт теж живе цієї логікою культури. Стан сучасного спорту, як соціокультурного феномену, відображає загальні тенденції розвитку культури. Якщо добро вже не протистоїть злу, то спорт теж нібито звільняється від цього споконвічного поділу і несе одночасно все, що робить його важливим явищем сучасності: видовищність, великі гроші, допінгові скандали, рекламу товарів мало пов'язаних зі спортом, велику політику, ознаку соціального статусу, результати напруги волі та перемоги людини над собою, наполегливості та віри у власні цілі. Причому все є змішаним та невід'ємним одне від одного.

Повертаючись до екрану, як основного простору функціонування сучасної культури, можна згадати ще одне цікаве висловлювання Ж.Бодрійяра, яке змушує замислитися на поставити себе чимало запитань: немає більш жодної дії, по події, яка б не відображалася б на технічному пристрої чи екрані, жодної дії, яка б не відчувала бажання бути сфотографованою, знятою на плівку, записаною на магнітофон, яка б не прагнула злитися з цією технічною пам'яттю та набути всередині неї невичерпну здатність до відтворення [1]. І далі він зазначає: немає жодної дії, яка б не прагнула до досконалості у віртуальній вічності, віртуальний примус полягає в примусі до потенційного існування на всіх екранах і всередині усіх програм, він стає магічною вимогою [1].

Отже, одне з основних питань сучасної масової культури, що так чітко укоренилося у свідомості людей – як це виглядає. Зокрема, як це виглядає на відео, на фото, на екрані телевізора, чи смартфона. Ідея про те, що сучасна комунікація не передає смисл, лише зображення, вже в принципі, не є новою та неочікуваною. Подібний «діагноз» сучасній електронній комунікації було поставлено приблизно 30 років тому на прикладі телебачення та його культурної ролі, яке несе із собою філософію нігілізму [9, с. 105].

Спорт, як сучасний соціокультурний феномен, існує перш за все – на екрані, на безлічі екранів, постійно доступних величезній кількості користувачів. Він став елементом віртуальної реальності, реальності медіа та мереж, якими живе сучасна культура. На екранах телевізорів, комп'ютерів та смартфонів на нас чекають не глибокі ідеї, а яскраві зображення та швидка зміна картинок, кольорів та дій. Сучасні пристрої, підключені до мереж, пропускають крізь себе потоки, що ніколи не зупиняються. Соціальні мережі теж додають імпульсів загальній віртуалізації культури та її феноменів. Спорт – це тема на сторінках соціальних мереж, спорт – це фото та відео найбільш яскравих та видовищних моментів матчу чи двобою, викладених на You-Tube, вирваних з контексту, це коментарі до особистого, бізнесового чи громадського життя спортсменів, супроводжувані фото-контентом, теж розташовані на сторінках соціальних мереж. Спорт, – це фото «друзів» у соціальній мережі, які вдяглися у спортивне вбрання та взяли до рук м'яча чи ракетку, або позують перед дзеркалом у спортзалі, витягнувши смартфон чи планшетний комп'ютер поперед себе.

Доречи, висновки й Ж.Бодрійяра, й М.Кастельса щодо смислів та змісту сучасної культури були зроблені ще до появи соціальних мереж в Інтернеті. Соціальні мережі, в свою чергу, є окремими потужним феноменом становлення інформаційного суспільства та великим простором, де живе сучасна культура, політика, економіка.

Наразі, з'являються дослідження присвячені соціально-філософському аналізу функціонування соціальних мереж в Інтернеті, та їх впливу на розвиток, світогляд та поведінку особистості. Західними дослідниками встановлено, що вплив суспільства та його груп може відігравати вирішальну роль у формуванні багатьох поведінкових явищ особистості, починаючи з поширення інформації, закінчуючи прийняттям певних політичних поглядів, що тепер опосередковане он-лайнними системами [7]. Роздуми щодо свободи вибору та продуманості рішень у різних середовищах сучасної культури отримують додатковий імпульс після ознайомлення із результатами досліджень щодо схильності людей до імітації поведінки інших представників своєї соціальної групи. Подібне дослідження, зокрема проводили Лука ді Сантіс та Стефано Гірланда [8]. Українська дослідниця Т.Власенко, взагалі назвала соціальні мережі в Інтернеті аналогом громадянського суспільства, оскільки вони об'єднують громадян соціокультурними інтересами та ідеологічними прихильностями, чому сприяє зростання кількості тих, хто отримує будь-яку інформацію виключно з нових медіа [2, с. 143].

Виникає питання, який зміст має спорт у культурному середовищі соціальних мереж? З очевидністю впливає перший висновок – спорт у своїх змістовних характеристиках нерозривно пов'язаний із технікою, іміджами та символами, які вона несе, ще точніше з екраном. Таким чином спорт стає на один смисловий рівень з іншими образами, що потоком заповнюють екрани: кумедні сцени з тваринами та дітьми, жартівливі сцени, відзняті звичайними людьми заради прагнення потрапити на екран, трейлери фільмів, що маскують або відкривають сюжет (чи його відсутність), стихійні лиха, що сприймаються користувачами мереж, як видовища, які здаються більш реалістичними, ніж аналогічні кадри художніх фільмів, (або навпаки, оскільки природа не женеться за касовими зборами та преміями та спеціальні ефекти).

Мабуть, усі користувачі соціальних мереж часто бачать фото своїх знайомих, або реально не знайомих «друзів», під яким стоїть підпис «займаюся спортом». І знов спорт, тепер вже масовий фігурує на екрані. З точки зору соціальної філософії цікавим видається таке питання: яке значення має для людини цей посил, який вона надсилає до свого віртуального співтовариства, що людина стверджує тим, що заявляє про свої заняття через мережу Інтернет усім, хто може це побачити. Скоріше за все – побдібна поведінка є намаганням довести свою успішність, своє здоров'я, статус, відповідність моді тощо. А який смисл насправді – може ховатися за такою поведінкою користувачів соціальних мереж?

По-перше, фото з поясненням «я займаюся спортом» доводить те, що багато наших сучасників не сприймають нічого, без його існування на екрані, без того, щоб певна подія стала крихітною частиною інформаційного потоку. Отже, спорт є невід'ємним від техніки та віртуальності.

По-друге, сучасний зміст спорту піддається впливу загальних рис віртуальної культури – він пов'язується із сумнівом. Як би віртуальність, інформаційні мережі не глибоко не проникли до нашого життя, який би вплив вони не мали, все рівно, залишається сумнів. Подекуди цей сумнів відноситься до відео в You-Tube: чи справжнє це відео, чи не сфальсифіковане воно за допомогою технічних засобів, які зараз можуть перетворювати повністю і звуки, і образи, і події. У соціальних мережах, сумнів часто втілюється в таку форму: чи справжнє це щастя (яке демонструє інший користувач), чи справжній то успіх, чи справжнє то обличчя, яке дивиться на нас с фотографії профілю, чи справжнє ім'я, прізвище, професія.

Так само сумнів відноситься й до спорту, до масового спорту, який присутній у соціальних мережах, у якості ще однієї риси до іміджу людини, який вона створює своїми фото, відео та реченнями, написаним на стіні. Стіна, як відомо, віртуальна, як і все, що там з'являється.

Отже, спорт, пов'язаний з екраном та мережею підпадає під усі їх обмеження, втрачає свій початковий смисл, він сприймається фрагментарно та не несе із собою жодних наслідків. Людина, яка бачить фото свого «друга» з соціальної мережі у спортзалі, може теж зробити фото у спортзалі. Однак вона навряд чи замислиться про здоровий спосіб життя, про духовне самовдосконалення, про перемогу над собою. Навпаки, спорт, як елемент масової культури став модною картинкою, яка сприймається так само поверхнево, як й інші елементи моди.

У суспільстві, де спорт став частиною моди, став розвагою, набув нерозривних зв'язків з екраном та інформаційними мережами, не може існувати стійкого та серйозного дискурсу щодо нього. На поверхні існує суспільний консенсус щодо корисності спорту, його позитивної ролі в економіці, культурі, соціалізації молоді, однак за наявності певних проблем (як допінг), що принципово не впливають на позитивні наслідки. Усі з цим погоджуються, ніхто авторитетно не заперечує та не намагається вигнати спорт із середовища сучасної культури. Але водночас, стаючи модою, будучи загальноприйнятим, спорт більш не викликає серйозних роздумів, критичного сприйняття, глибокого аналізу своєї сутності та ідеї. Суспільство у своїй масі забуває, що таке спорт, яким був його культурний смисл, спорт втрачає асоціативні зв'язки з гармонією духовного та тілесного розвитку, із силою волі та самовихованням, із виходом за межі раніше неможливого. Жан Бодрійяр у своїй роботі «Прозорість зла» попереджував про загрозу таких явищ як загальна гомогенність, прозорість, відсутність розбіжностей, змін, суперечностей. На його думку, така ситуація сприяє виходу на поверхню зла в іншій його формі [1].

Нажаль, те саме що й до культури в цілому, можна віднести до спорту, як соціокультурного феномену. Уряди усіх розвинених держав давно турбуються про розповсюдження занять спортом серед усіх груп населення, політики перед виборами торкаються цієї теми й у контексті розвитку масового спорту і відносно підтримки спорту вищих досягнень, як засобу зміцнення престижу держави на міжнародній арені, актори займаються спортом, спортсмени знімаються у кіно, великі транснаціональні корпорації спонсорують спортивні змагання, аналітики твердять про позитивну роль спорту у міжкультурному діалозі та соціальній інтеграції переселенців. Спорт, начебто, всюди, але він втрачає свій культурний смисл, свою ідею. Його забагато всюди й ніхто не згадує про велич людського духу, глянувши на екран та натрапивши поглядом на рекламу якогось бренду, розміщену на стадіоні чи біля рингу, із обличчям відомого політики зі зірки шоу-бізнесу на другому плані.

Одна з глав книги Ж.Бодрійяра «Прозорість зла» називається «Пекло того ж самого» [1]. У ній філософ розмірковує про клонування, про тиражування як людини, так і всього, що з нею пов'язано, її світу, в тому числі витворів сучасного мистецтва, у яких немає оригіналу, лише безкінечне тиражування. Аналогічно, безліч людей одним й тим самим способом у соціальних мережах намагаються імітувати свою успішність та вдалість свого життя; до цього способу відносяться й одноманітні фото у спортзалах, у спортивному одязі, далі – фото в ресторанах, кафе, на концертах та вечірках. Причому й перші і останні фото слугують одній й тій самій меті – створенню іміджу. Відповідно, спорт в соціальних мережах, на екранах смартфонів та комп'ютерів стає засобом створення іміджу, його ціннісне значення – відповідне.

Жан Бодрійяр стверджував, що олімпійські ігри у Лос-Анджелесі 1984 року були перетворені на гігантський парад, на всевітнє шоу, на видовище, яке слугувало логіці «холодної війни» та повністю втратило олімпійські принципи [1]. З тих пір, як відомо, олімпійські ігри та інші важливі міжнародні змагання все більше набували рис шоу, видовища та комерційного підприємства. Ж.Бодрійяр йде навіть далі, констатує стан спорту, як феномену сучасної культури: як тільки спортивні принципи стають спотвореними, спорт можна використовувати у будь-яких цілях, ставши парадом престижу або парадом насильства, він поступово зі змагань перетворюється на запаморочливі циркові ігрища, від яких мутніє розум; такою є загальна тенденція нашого суспільства, системи представництва змінюються системами лицемірства [1].

На основі викладеного вище можна зробити висновки.

Спорт, який став важливим феноменом сучасної культури ще починаючи приблизно з середини ХХ століття, розвивався та відтворювався відповідно до логіки технологій, що визначали культурну динаміку розвинених країн планети. Із переходом до інформаційного суспільства, як спорт вищих досягнень, так і масовий спорт, набули нерозривного зв'язку з екраном та мережами, іншими словами – з технікою та технологією. Спорт присутній у житті сучасної людини здебільшого на екранах й як видовище, й як інформація щодо модного дозвілля інших користувачів соціальних мереж, які прагнуть до відображення себе й своїх модних занять на екранах. Отже, однією з основних характеристик спорту, як феномену сучасної культури є його тісний зв'язок із технікою та екраном, з інформаційними мережами, його віртуальний характер. Друга важлива характеристика логічно впливає з першої: це сумнів, якій постійно супроводжує все, що відображається на екрані, оскільки екран та сучасні технології можуть створити будь-яку ілюзію.

Ціннісне значення спорту у тих регіонах планети, що вже перейшли до інформаційного суспільства, де життя людини – соціальне, професійне, культурне, особисте – нерозривно пов'язане з мережами, зазнало істотного впливу відповідних технологій. Спорт – як видовище, як картинка, як мода, став постійно доступним через екран, що знаходиться завжди поруч. Його постійна доступність через екран та мережу перетворює як спорт вищих досягнень, так і масовий спорт на видовище, пасивне дозвілля, моду та розвагу. Якщо можна порівняти – то цінність спорту поступається цінності екрану та мереж, оскільки саме вони роблять можливою весь віртуальний всесвіт, де повно розваг, моди, захоплюючих видовищ, та інших феноменів, які визначають сучасне життя інформаційного суспільства.

Перспективними й надалі є дослідження трансформацій культурного значення спорту, його ціннісних основ та загального розвитку в умовах становлення інформаційного суспільства, як в Україні, так і в розвинених західних державах.

Література

1. *Бодрійяр Ж.* Прозрачность зла / Жан Бодрийяр / [Электронный ресурс] режим доступа: http://royallib.com/book/bodriyyar_gan/prozrachnost_zla.html
2. *Власенко Т. Т.* Глобальные социальные сети, как системообразующий ресурс политического действия / Т. Т. Власенко // Государство и общество в пространстве власти и политических коммуникаций. Политическая наука : Ежегодник 2013 / Российская ассоциация политической науки; гл. ред. А. И. Соловьев . – М. : Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2013 . – 446 с.
3. *Доброносова Ю.Д.* Особливості зв'язку між медіальністю і самоідентифікацією та формуванням медіа досвіду / Ю. Д. Доброносова // Практична філософія. – 2014. - № 4. – С. 8 – 16.
4. *Ібрагімов М. М.* Сова Мінерви і Аполлон : філософське есе про спорт / М. М. Ібрагімов. – К. : ТОВ «НВП»Інтерсервіс», 2013. – 320 с.
5. *Калина М. С.* Вплив телебачення на ціннісне розуміння спорту у сучасній західній культурі / Калина М. С. // Практична філософія. – 2015. - № 3. – С. 169 – 175.
6. *Кастельс М.* Информационная эпоха : экономика, общество и культура / Мануэль Кастельс / пер. с англ. ; под науч. ред. О. И. Шкаратана. М. : ГУ ИШЭ, 2000 [Электронный ресурс] режим доступа: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/kastel/09.php
7. *Bakshy, E., Rosenn, I., Marlow, C., & Adamic, L.* (2012, April). The role of social networks in information diffusion. In Proceedings of the 21st international conference on World Wide Web (pp. 519-528). ACM [Электронный ресурс] режим доступа: <http://arxiv.org/pdf/1201.4145.pdf>

8. De Sanctis, L., & Ghirlanda, S. (2010). Shared culture needs large social networks. In Applications of Mathematics in Models, Artificial Neural Networks and Arts (pp. 113-122). Springer Netherlands. [Електронний ресурс] режим доступу: http://www.researchgate.net/profile/Luca_De_Sanctis/publication/226388381_Shared_Culture_Needs_Large_Social_Networks/links/00b49528204a828437000000.pdf

9. Postman, Neil (1985). Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business. USA: Penguin Books. ISBN 0 14 30.3653 X

Калина М.С. Феномен спорта в современной электронной культуре: характеристики и ценности.

Статья посвящается анализу феномена спорта в современной электронной культуре. Автор рассматривает основные характеристики развития современных мультимедиа и интернет коммуникаций и исследует эволюцию спорта, как социокультурного феномена через эту призму. Отмечается, что современная культура западных стран и Украины все больше приобретает черты экранно-сетевой культуры. В соответствии с этим, спорт становится феноменом экрана и информационной электронной сети, переходит в категорию виртуальной реальности, тесно связан с техникой, благодаря которой он существует в сетях. В то же время, тесная связь спорта с виртуальной реальностью и экраном меняет ценностное значение спорта и его смысловую нагрузку.

Ключевые слова: культура, спорт, мультимедиа, интернет, ценность, коммуникация, социальные сети, социокультурный феномен.

Kalyna M.S. The phenomenon of sports in modern electronic culture: characteristics and values.

This article analyzes the phenomenon of sports in modern electronic culture. The author examines the main characteristics of modern multimedia and internet communication and explores the evolution of the sport, as a sociocultural phenomenon, through this prism. It is noted that the modern culture of Western countries and Ukraine gets more screen-quality network culture. Accordingly, the sport becomes a phenomenon of electronic display and information network, goes into the category of virtual reality, closely associated with the technique, through which it exists in networks. However, a close relationship with sports and virtual reality screen changes the valuable importance of sport and its meaning.

Key words: culture, sport, multimedia, internet, value, communication, on-line social networks, sociocultural phenomenon.

О.Б. Попова, кандидат філос. наук, ст. викладач кафедри
соціально-гуманітарних дисциплін НУФВСУ

АКТУАЛЬНІ АСПЕКТИ СОЦІОЛОГІЇ СПОРТУ ЯК СОЦІАЛЬНО-КУЛЬТУРНОГО ФЕНОМЕНУ

Підкреслюється необхідність систематизації та методологізації досліджень спорту на сучасному етапі; акцентуються ключові питання соціології спорту: відірваність професійного спорту від широких мас населення, спорт як стимул і можливість для розвитку і саморозвитку особистості, як форма дозвілля, можливість проведення вільного часу з сім'єю та друзями, можливість духовного, психічного і фізичного відпочинку, можливість знаходити нових друзів і партнерів. Доводиться, що спорт – це важливий фактор державного політики і управління, спосіб ритуалізації суспільного життя і відволікання уваги суспільства від гострих соціально-економічних проблем. На жаль, спорт несе у собі і певні загрози: державно-бюрократичні зловживання у сфері спорту, надмірна комерціалізація, елітизація, корупція, проблеми допінгу і шахрайства, зростання агресії в спортивному середовищі. Вивчення цих загроз і вироблення методів боротьби з ними – завдання сучасної соціологічної науки.

Ключові слова: спортивна гра, конфлікт у спорті, «спортивна особистість», гендерні ролі, спортивно-рекреаційний туризм

Для сучасного глобалізованого світу спорт – один з вирішальних і формотворчих інститутів в складній гетерогенній структурі суспільства.

Значення здоров'я та збереження якісної тілесності сучасної людини ставить конкретні питання щодо розвитку фізичної культури, спорту, рекреаційних практик та рекреаційного туризму. У цьому сенсі значно зросло значення спорту як соціально-культурного феномену для життя суспільства і функціонування соціальних інститутів. Спортсмен – це зразок для наслідування, втілення можливостей людини; а спорт як культурне яви-