



УДК 070

**ЦЕННОСТНАЯ ДИХОТОМИЯ СПОРТА ВЫСШИХ ДОСТИЖЕНИЙ
КАК АКСИОЛОГИЧЕСКАЯ ОСНОВА СПОРТИВНОГО ДИСКУРСА СМИ****VALUE DICHOTOMY OF THE HIGHEST SPORT'S ACHIEVEMENTS
AS THE AXIOLOGICAL BASIS OF MEDIA SPORTS DISCOURSE****Д.С. Срыбный, Е.С. Сипко
D.S. Srybnyy, E.S. Sipko**Белгородский государственный национальный исследовательский университет,
Россия, 308015, г. Белгород, ул. Победы, 85

Belgorod National Research University, 85, Pobeda str., Belgorod, 308015 Russia

E-mail: srybny@bsu.edu.ru

Аннотация

Статья посвящена исследованию ценностной дихотомии – одному из ключевых аксиологических аспектов спорта высших достижений. Отмечается, что спортивный дискурс современных СМИ обнаруживает противоречивость ценностных категорий, существующих сегодня в спорте.

Abstract

The article investigates the value dichotomy – one of the key axiological aspects of the sport of higher achievements. It is noted that the sports discourse of modern media reveals the inconsistency of the value categories existing in sport today.

Ключевые слова: спортивный дискурс, аксиология СМИ, ценностная дихотомия, медиаобраз спортсмена.

Keywords: sports discourse, axiology of the media, value dichotomy, media image of the athlete

Роль СМИ в формировании как собственно картины мира, так и ее аксиологической матрицы в современном обществе общепризнанна, тем не менее, конкретные области дискурса СМИ, обладающие своей проблемно-тематической спецификой, требуют отдельных исследований. Спортивный дискурс, отражающий всю палитру индивидуально-личностных, групповых, национальных достижений и проблем спорта высших достижений, можно рассматривать как один из наиболее репрезентативных аспектов текущей аксиологической картины мира общества.

Институт спорта высших достижений как один из аспектов жизни социума является одним из важнейших компонентов современной ценностной картины мира, обладающим при этом, как отдельный социальный институт, и собственной спецификой.² Особенную значимость спорту высших достижений придает также и то, что в условиях постоянной социокультурной модернизации и перестройки, а также информационной трансформации как российского, так и мирового сообщества, обнаруживается потребность в сохранении тех базовых ценностных парадигм, которые позволяют обратиться к философии мира, основанной на исторических фактах. Вместе с тем тенденция к глобализации в современном социокультурном пространстве проявляется в объединении зачастую противоречивых явлений в ценностной сфере.

² Зильберт А.Б. Спортивный дискурс: базовые понятия и категории; исследовательские задачи [Текст]: А.Б. Зильберт. 2001. С. 48.



На современном этапе развития общества, когда медиасфера максимально расширила свои границы за счет виртуального пространства, сведения из области спорта высших достижений, поступающие аудитории, задают также и определенный ракурс в восприятии выделенной области, и формируют своеобразный портрет поколения. В условиях полемического дискурса, по утверждению А.П. Глухова, формируется необходимость построения единой национальной идентичности, которая может основываться на тех или иных аксиологических принципах³.

Обзор имеющихся исследований в области спорта и спортивной журналистики показывает, что невозможно сформировать аксиологию журналистики без опоры, с одной стороны, на философско-антропологические и культурологические концепции, с другой – на собственно аксиологию как отрасль научного знания. Одной из ключевых аксиологических особенностей спорта высших достижений, как указывает Е.А. Литинская, является его дихотомичная природа, поскольку выделяются диалектически противоположные аспекты (например, спорт – это политика vs спорт вне политики; патриотизм vs космополитизм; коллективизм vs индивидуализм и др.⁴).

Спорт и физическая культура выступают в качестве одного из наиболее значимых социальных институтов. Понятие института рассматривается у В.С. Нила как некий свод правил, а также поведенческих паттернов и стереотипов мышления, которые определяют степень и качество восприятия личностью окружающего социокультурного пространства⁵. Г. Хадсон трактует понятие социального института в качестве некоего образования, основанного на поведенческих нормах, которые тысячелетиями транслировались и внедрялись в жизнь общества посредством традиций, обычаев и законов⁶.

В соответствии с определением, приведенным в труде М.С. Малашенко и М.И. Цапко, социальный институт представляет собой «нормативную систему, выстроенную из совокупности норм, правил, процедур и символов, которые обнаруживаются как на формальном, так и на неформальном уровнях»⁷. В базисе подобной совокупности могут содержаться как гомогенные ценности, так и гетерогенные, в частности дихотомические, ценности. В случае, если в основе социального института лежит дихотомическая ценностная парадигма, нормативная система, представленная конкретными поведенческими характеристиками, продиктованными обычаями и традициями, будет находить свое выражение как на уровне надинституциональном, так и на уровне частном, субинституциональном, как пишет об этом М.С. Малашенко⁸. Соответственно, тот аспект, который в настоящее время обсуждается исследователями как один из наиболее проблемных – противоречивость ценностных категорий, существующих в спорте высших достижений, выступает скорее в качестве неизбежного для современного социума явления.

Например, в рамках неинституционального подхода социальный институт представлен как некоторое количество трансакций или трансформаций, указывающих на процессуальность развития того или иного института. В определении У. Даггера социальный институт представлен в качестве действующего отношения, выражаемого

³ Глухов А.П. Медиаобраз России в телевизионной рекламе: модернизация и традиционализм [Текст]: Известия Томск. политехн. Ун-та. – 2009. – №6. – С. 123

⁴ Литинская Е. А. Аксиология спорта высших достижений в современном обществе: автореф. дис... канд. филос. наук. – М., 2013. – 25 с. 241.

⁵ Neale W.C. Institutions // Journal of Economic Issues. 1987. Vol. XXI (3). P. 1188

⁶ Hudson G. Economics and Institutions. A Manifesto for Modern Institutional Economics. Philadelphia, 1988. P. 41.

⁷ Малашенко М.С., Цапко М.И. К вопросу о категориях «институционализация» и «социальный институт» в современной социологии // Вестник Калининградского филиала Санкт-Петербургского университета МВД России. 2014. № 2 (36). С. 110.

⁸ Малашенко М.С. Нормативно-ценностные комплексы социального института физической культуры и спорта // Теория и практика общественного развития. – 2017. - №2. – С. 34-36.



чередой трансакций, которые осуществляются в соответствии с существующими правилами и нормами⁹. Другой исследователь, разрабатывающий неoinституциональную теорию, К. Митчелл, представляет социальный институт как стандартизированные социальные привычки, которые видоизменяются и модернизируются в соответствии с актуальными для них общественными нормами¹⁰. Это значит, что присутствующая дихотомия ценностей в структуре спорта высших достижений – прямое отражение противоречий, свойственных и современному обществу.

В соответствии с положением М.С. Комарова, социальный институт представляет собой нормативно-ценностный комплекс, который создан и функционирует для удовлетворения потребностей, возникающих в обществе¹¹. Однако, учитывая то, что потребности, возникающие в обществе применимо к тому или иному социальному институту, могут быть противоречивыми, формирующаяся и транслирующаяся система ценностей также начинает отражать выделенные противоречия, тем самым приводя к оппозиции ценностей.

Причину подобного противоречия в структуре основополагающих социальных институтов, включающих также и институт спорта и физической культуры, следует искать именно в природе возникающих социальных потребностей общества. Ценностное расхождение порождается расхождением потребностей, обусловленных разными базисами, но нуждающихся в предоставлении ценностного обоснования при обращении к тому или иному социальному институту. Кроме этого, генезис самих потребностей позволяет их отнести как к однородным, так и к неоднородным категориям, которые могут вступать во взаимодействие друг с другом, при этом оправдывая существование и очевидного противоречия. Подобные отношения приводят к тому, что в структуре социального института, отвечающего данным потребностям, начинают формироваться противоречивые социально-культурные ценности и нормы, а также начинают диктоваться такие поведенческие образцы, которые при абстрагированном рассмотрении не могут не указывать на очевидное противопоставление.

В итоге социальный институт начинает опираться на следующие классы ценностей, как выделяет их М.С. Малашенко:

- ценностные основания, которые выступают в качестве «костяка», некоего аксиологического базиса для построения целостного нормативного комплекса института, включая также их возможные модификации и трансакции;
- поведенческие паттерны, продиктованные социальным институтом в качестве образцовых, и позволяющие удовлетворить разнообразные социальные потребности¹².

Говоря о спорте высших достижений, к аксиологической основе спорта высших достижений как социального института можно отнести, например, базовые общечеловеческие ценности, выраженные в виде гуманного состязания, чести и достоинства спортсмена, представляющего город или страну, равенство спортсменов, стремление к успеху и признанию, забота о здоровье тела и духа и т. д. Вместе с тем, учитывая требования современной массовой культуры, спорт высших достижений также отвечает такому запросу массовой аудитории, как зрелищность, скандальность, сенсационность, поскольку именно эти механизмы движут индустрией развлечения. В этом случае спорт высших достижений начинает выполнять функцию не только фактора профессионального роста и физического и духовного совершенствования спортсмена, но

⁹ Dugger W. Methodological Differences Between Institutional and Neoclassical Economies // Journal of Economic Issues. 1979. Vol. 13. P. 900

¹⁰ Mitchell W. Institutional Economics / ed. by W. Samuels. Vol. 2, part 2. Aldershot, 1988. – P. 68.

¹¹ Комаров М.С. О понятии социального института // Введение в социологию. М., 2004. – С. 194.

¹² Малашенко М.С. Нормативно-ценностные комплексы социального института физической культуры и спорта // Теория и практика общественного развития. – 2017. - №2. – С. 35.



и выступать в качестве одного из ресурсов для привлечения внимания массовой аудитории, заинтересованной уже не в рекордах, а в скандальных событиях в мире большого спорта, а также в качестве ресурса, обеспечивающего медиатизацию спортсмена и, возможно, дальнейшую монетизацию его включенности в медиа.

В соответствии с каждой возникающей потребностью формируется определенный ценностно-нормативный комплекс, который позволяет удовлетворить потребность, а также вступить в отношения с другими подобными образованиями в структуре социального института. Именно подобные отношения оказывают воздействие на однородность или неоднородность социального института, а также на степень его гомогенности в вопросах социальных норм и ценностей. Наличие нескольких потребностей формирует из человека своеобразную «социомегамашину», по словам С.В. Дмитриева, когда личность представляет одновременно и объект, и субъект социальной активности.¹³

Со одной стороны, социальный институт спорта и физической культуры ориентирован на удовлетворение потребностей общества, которые могут быть охарактеризованы как общекультурные. В соответствии с подобными общекультурными потребностями выступать будут следующие ценности:

- ценность создания и поддержания физического здоровья (запрос на повышение уровня и качества жизни социума за счет снижения уровня заболеваемости и распространения вредных привычек);
- ценность социализации и коллективного успеха (запрос на повышения социальной включенности среди детей и подростков в современной России за счет привлечение к общественно-полезной деятельности);
- ценность победы и достижений (запрос на повышение уровня социального самосознания среди граждан страны или региона, потребность организаций и предприятий в мотивированных, заинтересованных в успехе работниках);
- общественное признание и успех (запрос на повышение уровня социального оптимизма среди жителей региона или страны, снижение уровня преступности, девиантного поведения, самоубийств).

Как справедливо заметил С.А. Кудрин, область большого спорта напрямую воздействует на формирование социокультурных представлений об окружающей действительности¹⁴. Как видим, выделенные базовые ценности, формирующие аксиологическую основу спорта высших достижений, напрямую связаны с ключевыми запросами со стороны общества, которые позволили бы повысить уровень и качество жизни тех, кто следит за карьерой профессиональных спортсменов. Кроме этого, подобные ценности также направлены на повышение эффективности работы и других социальных институтов, таких как образование и профессиональная занятость.

Базовая потребность при анализе большинства основных ценностных норм в структуре института спорта и физической культуры – это потребность в сохранении и поддержании здоровья, в первую очередь, именно телесного, физического. Большинство менее выраженных потребностей, например, в организованном и качественном отдыхе, в организованном досуге, в средстве воспитания подрастающего поколения, также ориентированы на повышение уровня и качества жизни в аспекте сохранения здоровья. Между тем уже на уровне общечеловеческих ценностей может формироваться ценностная дихотомия.

Для спорта высших достижений характерна максимальная ориентация на успех, на достижение рекорда, при котором спортсмен часто может не считаться со своим

¹³ Дмитриев С.В. XXI век: диалог наук и мировоззренческих позиций в антропных технологиях деятельности // Теория и практика физической культуры. 2000. № 7 С. 2.

¹⁴ Кудрин С.А. Базовые метафоры спортивного дискурса как текстопоорождающие модели : Дис. ...канд. филол. наук. – Москва, 2011. – С. 1.



состоянием здоровья, и, более того, пренебрегать им. Добавим, что с точки зрения Ю.А. Фомина, спорт и идеология выступают в качестве взаимопроникающих элементов за счет крайней ориентации на достижение успеха¹⁵. Ценность достижения и победы в данном случае вступает в прямое противоречие с ценностью физического здоровья. Так же, как могут быть противопоставлены лечебная физкультура и спорт высших достижений, в противоречие вступает ценность сохранения здоровья и ценность достижения, при которой здоровьем зачастую пренебрегают.

Кроме названных основных ценностей, следует также выделить и частные ценности, сформированные в контексте распространения массовой культуры и консюмеризма. Именно данный блок ценностей вступает в противоречие с ценностями спорта высших достижений, приводя тем самым к весьма противоречивым результатам:

- ценность развлечения (запрос со стороны общества потребителей на пассивное проведение досуга через потребление новинок технологического общества: телевизоров, компьютеров, планшетов);

- ценность приобретения прибыли (запрос со стороны производящих компаний, а также спортивных предприятий, существующих за счет сбыта и реализации билетов на зрелищные спортивные мероприятия, марок спортивной одежды и обуви, которую рекламируют сами спортсмены);

- ценность успешности того или иного спортсмена (запрос со стороны СМИ на повышение уровня спроса спортивных статей и новостей, сообщаемых посредством спортивных каналов информационного сбыта).

Как видно из этого перечня частных ценностей, ставших актуальными в последние десятилетия в сфере спорта высших достижений, большинство из них ориентировано на насыщение рынка потребления и на удовлетворение запроса именно потребителей, а не потребностей личности, ориентированной на естественное и здоровое развитие и самосовершенствование. В этой тенденции выражаются процессы коммерциализации спорта высших достижений, и это же приводит к дихотомии ценностных установок и нормативов поведения, которые обнаруживаются в аксиологии выделенной сферы. Как отмечает В.Б. Мяконьков, у самих спортсменов уже давно сформировалось два типа восприятия предпринимательской деятельности в спорте высших достижений: одно из них оценочное, при котором спортсмены убеждены либо в достоинствах, либо в недостатках данной деятельности. Другое – потребностное, низводящее ключевые ценности спорта как искусства до уровня продажи и покупки услуг и товаров¹⁶

Ориентация на приобретение прибыли как с мероприятий, проводящихся в сфере спорта высших достижений, так и товаров, которые демонстрируются во время состязаний, а также за счет эксплуатации самих образов спортсменов – те «ценности», которые вступают в прямое противоречие с общечеловеческими ценностными парадигмами, выделенными выше.

Таким образом, непосредственная интерпретация различных аспектов спортивного дискурса, изучение медиаобраза спортсмена в СМИ должно либо опираться на аксиологическую базу, представленную в том или ином сегменте спортивного дискурса, либо включать аксиологический компонент при обобщении результатов анализа эмпирических данных.

¹⁵ Фомин Ю. А. Влияние российского спорта на формирование личности // Социологические исследования. 2008. № 10. С. 143.

¹⁶ Мяконьков В. Б. Отношение спортивных специалистов к предпринимательской деятельности в спорте: (опыт социально-психологического исследования): автореф. дисс. ... к. психол. н. (19.00.05) СПб., 1996. С. 4.



Список литературы

References

1. Глухов А.П. Медиаобраз России в телевизионной рекламе: модернизация и традиционализм Текст: Известия Томск. политехн. Ун-та. – 2009. – № 6. – С. 123
Gluhov A.P. Mediaobraz Rossii v televizionnoj reklame: modernizacija i tradicionalizm [Tekst]: Izvestija Tomsk. politehn. Un-ta. – 2009. – №6. – S. 123
2. Дмитриев С.В. XXI век: диалог наук и мировоззренческих позиций в антропных технологиях деятельности // Теория и практика физической культуры. 2000. №7 С. 2.
Dmitriev S.V. XXI vek: dialog nauk i mirovozzrencheskih pozicij v antropnyh tehnologijah dejatel'nosti // Teorija i praktika fizicheskoj kul'tury. 2000. №7 S. 2.
3. Зильберт А.Б. Спортивный дискурс: базовые понятия и категории; исследовательские задачи Текст: А. Б. Зильберт. 2001. С. 48.
Zil'bert A.B. Sportivnyj diskurs: bazovyje ponjatija i kategorii; issledovatel'skie zadachi [Tekst]: A. B. Zil'bert. 2001. S. 48.
4. Комаров М.С. О понятии социального института // Введение в социологию. М., 2004. – С. 194.
Komarov M.S. O ponjatii social'nogo instituta // Vvedenie v sociologiju. M., 2004. – S. 194.
5. Кудрин С.А. Базовые метафоры спортивного дискурса как текстопорождающие модели : Дис. ...канд. филол. наук. – Москва, 2011. – С. 1.
Kudrin S.A. Bazovyje metafory sportivnogo diskursa kak tekstoporozhdajushhie modeli : Dis. ...kand. filol. nauk. – Moskva, 2011. – S. 1.
6. Литинская Е. А. Аксиология спорта высших достижений в современном обществе: автореф. дис... канд. филос. наук. – М., 2013. – 25 с. 241.
Litinskaja E. A. Aksiologija sporta vysshih dostizhenij v sovremennom obshhestve: avtoref. dis... kand. filos. nauk. – M., 2013. – 25 s. 241.
7. Малашенко М.С. Нормативно-ценностные комплексы социального института физической культуры и спорта // Теория и практика общественного развития. – 2017. - №2. – С. 34-36.
Malashenko M.S. Normativno-cennostnye kompleksy social'nogo instituta fizicheskoj kul'tury i sporta // Teorija i praktika obshhestvennogo razvitija. – 2017. - №2. – S. 34-36.
8. Малашенко М.С. Нормативно-ценностные комплексы социального института физической культуры и спорта // Теория и практика общественного развития. – 2017. - №2. – С. 35.
Malashenko M.S. Normativno-cennostnye kompleksy social'nogo instituta fizicheskoj kul'tury i sporta // Teorija i praktika obshhestvennogo razvitija. – 2017. - №2. – S. 35.
9. Малашенко М.С., Цапко М.И. К вопросу о категориях «институционализация» и «социальный институт» в современной социологии // Вестник Калининградского филиала Санкт-Петербургского университета МВД России. 2014. № 2 (36). С. 110.
Malashenko M.S., Capko M.I. K voprosu o kategorijah «institucionalizacija» i «social'nyj institut» v sovremennoj sociologii // Vestnik Kaliningradskogo filiala Sankt-Peterburgskogo universiteta MVD Rossii. 2014. № 2 (36). S. 110.
10. Мяконьков В. Б. Отношение спортивных специалистов к предпринимательской деятельности в спорте: (опыт социально-психологического исследования): автореф. дисс. ... к. психол. н. (19.00.05) СПб., 1996. С. 4.
Mjakon'kov V. B. Otnoshenie sportivnyh specialistov k predprinimatel'skoj dejatel'nosti v sporte: (opyt social'no-psihologicheskogo issledovanija): avtoref. diss. ... k. psihol. n. (19.00.05) SPb., 1996. S. 4.
11. Фомин Ю. А. Влияние российского спорта на формирование личности // Социологические исследования. 2008. №10. С. 143.
Fomin Ju. A. Vlijanie rossijskogo sporta na formirovanie lichnosti // Sociologicheskie issledovanija. 2008. №10. S. 143.