

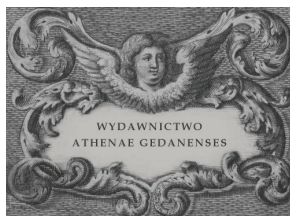
SPORT
W
LITERATURZE I KULTURZE

TOM II
SERII
„PROBLEMY WSPÓŁCZESNEJ HUMANISTYKI”

Sport w literaturze i kulturze

Redakcja naukowa tomu

Monika Żmudzka-Brodnicka, Mariya Bracka



Gdańsk–Kijów 2015

Rada naukowa serii

prof. zw. dr hab. Lech Mokrzecki (Polska)
prof. zw. dr hab. Krzysztof Jakubiak (Polska)
prof. zw. dr hab. Adam Fałowski (Polska)
prof. dr hab. Stefka Georgijewa (Bułgaria)
prof. dr hab. Łarysa Masenko (Ukraina)
prof. dr hab. Ołena Bondarewa (Ukraina)
prof. zw. dr hab. Jarosław Ławski (Polska)
prof. dr hab. Rostysław Radyszewski (Ukraina)
prof. nadzw. dr hab. Franciszek Makurat (Polska)
prof. nadzw. dr hab. Waldemar Moska (Polska)

Rada redakcyjna serii

dr hab. Mariya Bracka
dr hab. Artur Bracki
dr Monika Żmudzka-Brodnicka
dr Mariusz Brodnicki

Recenzenci tomu II

prof. dr hab. Ołena Bondarewa (Ukraina)
prof. dr hab. Artur Bracki (Polska)

Redakcja językowa, skład komputerowy i projekt okładki

Redaktorzy

Tłumaczenie abstraktów na język rosyjski

Redaktorzy

Tłumaczenie abstraktów na język angielski

Autorzy oraz dr Dominika Wilczyńska (w artykułach
M. Żmudzkiej-Brodnickiej, O. Kudriaszowej, A. Mojsijenki i O. Sałaty)

© Copyright by Wydawnictwo Athenae Gedanenses

ISBN serii 978-83-64706-10-3
ISBN tomu II 978-83-64706-24-0

Wydawnictwo Athenae Gedanenses
www.athenaegedanenses.pl
e-mail: wydawnictwo@athenaegedanenses.pl

Spis treści

Słowo wstępne | 7

Tomasz Sahaj (Томаш Сагай)

Sport i sztuka, czyli o relacjach zachodzących pomiędzy muzyką, teatrem i kibicowaniem | 9

Monika Żmudzka-Brodnicka (Моніка Жмудзка-Броднічка)

Sport i sportowcy w reklamie | 39

Alina Lisnewska (Аліна Лісневська)

Футбол як екранне видовище | 51

Oksana Kudriaszowa (Оксана Кудряшова)

„Сонцем загоною найвищий гол”:
зміст і форма поетизації спорту
в українському футуризмі | 59

Anatolij Mojsijenko (Анатолій Мойсієнко)

Візуальний компонент як інтертекстуальне явище | 71

Oksana Sałata (Оксана Салата)

Фізична культура і спорт у системі пропаганди
нацистської Німеччини | 89

Tetiana Tkaczenko (Тетяна Ткаченко)

Художня інтерпретація „короля спорту” як візії життя
в українській малій прозі | 103

Футбол як екранне видовище

Видовище є універсальною складовою культури, функціонуючи в межах конкретних культур, проте може трансформуватися й переходити з культури в культуру. Якщо раніше видовищні форми супроводжували людину лише в найважливіших моментах її життя, то сьогодні видовище супроводжує життя людини постійно і тому є підстави говорити про деякі процеси в сучасній масовій культурі, які мають безпосередній зв'язок із видовищами. Основні з них – це ескалація візуальної культури та існування *мозаїчної культури* [Моль, 1973], що характеризується іншим світосприйняттям і світовідтворенням сучасної людини, яка сформована під впливом екранних видовищ. Йдеться навіть про появу нового типу людини, який Ж. Бодрийяр визначає як *Людина телематична* [Бодрийяр, 2000].

Поява екранних мистецтв (спочатку кінематографу, а потім і телебачення), виникнення комп'ютерної віртуальної реальності дали фантастичні можливості для розвитку екранної культури (що апріорі має видовищну природу) та інспірували перетворення екранного видовища на шоу-бізнес. Виникла ціла шоу-індустрія, що приносить її організаторам гігантські прибутки, а суспільству нав'язує стереотипи мислення, поведінки, активно трансформуючи його традиційну культуру.

Великий футбол – одна з найбільш вражаючих видовищних ілюзій – поділяється на дві різні серії: футбол як гра, визначена правилами, і футбольне шоу, яке має суто комерційний характер. Футбол-видовище належить масовій культурі і тому формується тими ж чинниками, що й суспільство споживання [інтернет]. „Суспільство, що базується на сучасній індустрії, не є видовищним випадково або поверхнево – в самій своїй основі

воно є глядацьким. У спектаклі – цьому образі економіки, мета є ніщо, розвиток – все. Спектакль не прагне ні до чого іншого, крім себе самого” [Дебор, 1999: 13]. Якщо футбол-гра є іконою суспільства, то футбольне шоу – „індекс сучасної культури” [Пірс, 2000], насичений інформацією про свій об’єкт.

У чому ж полягає феномен футбольного шоу, яке сьогодні в більшості проявів впливає на глядача саме через екран і належить до найяскравішого екранного видовища сучасності? За визначенням професора В. Кісіна, „екранне видовище – це спеціально організована в часі та просторі публічна демонстрація соціально значущої поведінки” [Кісін, 1999: 23]. Виконавці демонструють свою або чужу поведінку, глядачі сприймають і оцінюють її. У футбольному шоу ми бачимо підтвердження цього визначення, за винятком слів „соціально значущої поведінки”. Проте, якщо розібратися, завдяки футбольному шоу в суспільстві актуалізуються такі поняття, як спорт і фізична культура, а її елемент – футбол як гра – стає захопленням мільйонів людей.

Головним вузлом футбольного видовища виступає матч. Тотальний і герметичний футбол, глядачі й гравці, безліч інших фігур збираються довкола футбольної зустрічі; взаємодіючи через неї, створюється потужна комунікація. Якщо герметичний футбол існує лише всередині власних, жорстко визначених правилами гри меж, то футбол-спектакль прагне до постійного розширення кордонів [інтернет]. Тотальний футбол включає тих, хто дивиться матч на стадіонах, безпосередньо залучених до гри (гравців, арбітрів, тренерів), а також телеглядачів (радіослухачів, користувачів Інтернету). Гравці, не шкодуючи сил, працюють, щоб відвідувачі могли насолодитися футбольною зустріччю, проте це рудимент давнини, аналог необхідності грати як зірки кіно: їхня праця – образ, а успіх футбольного видовища визначається рейтингами телетрансляцій та відвідуванням стадіонів [інтернет].

Отже, прямі трансляції футбольних матчів мають симульований характер, який дає можливість залучати до шоу мільйо-

ни глядачів у час відтворення події. Ця унікальна можливість телебачення надає додатковій потужності впливу на глядача і на процес маніпулювання його свідомістю й емоціями. Незважаючи на те, що телевізійний перегляд завжди глибоко індивідуалізований, він слугує інструментом одночасного впливу на мільйони людей. Телебачення почалося як технологія прямої трансляції реальних подій у час їх звершення. Ця особливість, що викликає високий ступінь довіри глядача до правдивості подій, накладає відбиток і на всю подальшу діяльність телебачення як засобу масової комунікації, який має видовищну природу.

Екранне видовище складається з обов'язкових компонентів: *виконавець, глядач, час (як композиційна основа екранного видовища), простір, драматургія, звук*. Розглянемо ці компоненти стосовно футбольного екранного видовища.

Виконавцями ми вважаємо гравців команд, які діють за чинними правилами. Ці правила і складають драматургію гри, її сюжет із експозицією (представленням команд), зав'язкою, колізіями основної дії у двох таймах і головним моментом – кульмінацією та розв'язкою у вигляді фіналу, в якому одна з команд стає переможцем. Дія футбольного шоу твориться у просторі та часі. Простір та час визначені заздалегідь, тому що „матч відбудеться за будь-якої погоди”. Проте цей час та простір в екранному футбольному видовищі не стовідсотково ототожнюються з дією на футбольному полі. Задля посилення драматургічного ефекту та відтворення додаткових емоцій режисер екранного видовища може подавати декілька різних кадрів одного й того самого ключового моменту матчу, тобто розширювати час. Поділення цього моменту на різні (в більшості випадків крупні) плани, дає можливість робити простір різного масштабу та керувати поглядом глядача таким чином, щоб від роздивився головне. Ця особливість сприйняття футбольного видовища притаманна лише його екранній версії.

Під час створення екранного футбольного видовища використовуються всі види екранного часу: видовищний (час три-

валості видовища, що визначений правилами гри), історичний (час, коли відбуваються події, тобто пряма трансляція в певний час), концептуальний (час режисерського показу подій, монтування повторів тощо) і глядацький (мається на увазі телеглядач).

Особлива роль у створенні дії футбольного матчу належить глядачу, який знаходиться на стадіоні. Він також є компонентом екранного видовища, він *виконавець*. Завдяки технічним можливостям, телебачення може відтворити шалені емоції глядачів на трибунах стадіону, без яких неможливо уявити екранне футбольне видовище. На стадіоні помітно, як медіа керують сучасною архітектурою матча. Футбол представляє стадіон власним храмом, сценою й цитаделлю. Як особливий простір, стадіон забезпечує глядачам на трибунах подвійний ефект: можна бачити й дійство на арені, й себе, отже керувати власним тілом. На відміну від натовпу „на площі”, маса на трибунах може виконувати навіть скеровані складні рухи на кшталт „хвиль”. Стадіон – не місце для театральної сугестії, зверненої до людини особисто; видовище адресоване йому як елементу маси [інтернет]. „Відчуження глядача на користь побаченого об’єкта (який є результатом його власної несвідомої діяльності) виражається наступним чином: чим більше він споглядає, тим менше він справді живе... Зовнішній характер вистави по відношенню до людини проявляється в тому, що його власні вчинки належать вже не йому самому, а іншому – тому, хто їх представляє. Ось чому глядач ніде не відчуває себе вдома, бо всюди – спектакль” [Дебор, 1999: 180].

Характеристика масовості, що притаманна екрану, породила цікавий феномен: екран проектує на себе масове футбольне видовище, і відбувається подвоєння „масовості” – масовий екран плюс масове видовище. Подібним висновком зумовлений високий рівень глядацького інтересу. Тож зрозуміло, чим пояснюється майже „наркотична” необхідність мільйонів вболівальників дивитися саме телевізійну трансляцію футбольних матчів. „Просякнута й кодована екраном, *Людина телематична* починає думати й жити екранними образами, засвоює мову екрану, відкриваю-

чи для себе нову галузь предметної уяви. Ця уява розширюється й збільшується, що стає приводом для нової організації життєвого й споглядального досвіду” [Чміль, 2003: 26]. За обсягами відтворення ідентифікацій футбол не знає рівних серед видовищ. Необхідну для цього напругу підтримують гравці.

До корпусу виконавців також належить воротар і м'яч, який, до речі, ніколи не залишає „сцену”. Це два полюси, їх відносний рух визначає пересування гравців і ритм емоцій глядачів. При цьому, підпорядковуючись законам масової культури, гра стає жорсткішою і швидшою, відбувається віртуалізація футбольного спектаклю. За умов тотального футболу експресія поступається експресіонізму в жестах гравців: травмовані, вони все яскравіше страждають і монументальніше радіють, забивши гол. Під час гри експресіонізм поступається ефективності: кожний рух має наближати до цілі. І все це є складовою екранного видовища, яким керує режисер. Саме він фіксує крупним планом шалені емоції гравців, використовуючи штучний повільний рух у кадрі та його повтори. Сьогодні „око” об'єктивів телевізійних камер здатне показати футбол так, як його ніколи не побачить фанат на стадіоні. Завдяки новітнім технологіям можна розглянути, наче в мікроскоп, найбільш суперечливі й захоплюючі моменти гри. Для того, щоб об'єктивно показати гру, досить шести відеокамер, але сьогодні, у залежності від матчу, використовується близько двох десятків камер, і все це для того, щоб створити справжнє видовище. Багатокамерна зйомка і можливість монтажу в реальному часі творить той самий унікальний ефект присутності. У сучасні ПТС (пересувні телевізійні станції) монтуються мікшерські пульти з можливістю підключення до 40 камер.

Отже, телевізійна трансляція футбольного матчу перетворилася на екранне видовище, яка має всі його ознаки й компоненти. У процесі комунікації футбольного екранного видовища відбувається контакт між телеглядачем та футбольною грою-дією. Саме цей процес є тим головним інструментом впливу на свідомість та емоції глядачів. Глобальне захоплення футболом формує систе-

му цінностей і світогляд мільйонів вболівальників у всьому світі. Телебачення й інші екранні медійні засоби масового комунікаційного впливу є неперевершеними у створенні екранного футбольного видовища.

Література

- Бодриар Ж., 2000, *Прозрачность зла*, Москва.
Дебор Г., 1999, *Общество спектакля*, Москва.
Кісін В. Б., 1999, *Режисура як мистецтво та професія. Життя. Актор . Образ: Из творчої спадщини*, Київ.
Моль А., 1973, *Социодинамика культуры*, Москва.
Пирс Ч., 2000, *Начала прагматизма. Логические основания теории знаков (в 2-х книгах)*, Санкт-Петербург.
Футбол як філософське поле, <http://h.ua/story/381451/>, доступ 7.07.2015.
Чміль Г. П., 2003, *Екранна культура: плюральність проявів*, Харків.

Futbol jako widowisko telewizyjne

Streszczenie

Artykuł poświęcony jest piłce nożnej jako fenomenowi kultury masowej, całkowite pochłonięcie którą od wielu lat tworzy system wartości i światopoglądów milionów ludzi. Szczególną uwagę zwraca się na piłkarskie show. Transmisja telewizyjna meczu piłki nożnej zamieniła się w widowisko ekranowe, które ma własną strukturę, komponenty i metody oddziaływania. Dzięki nowoczesnej technologii, dynamicznie rozwijającemu się językowi ekranu i reżyserii widowisk sportowych online, telewizja jest niedoścignionym sposobem komunikacji przez ekran w mediach.

Słowa kluczowe: widowisko ekranowe, telewizja, komunikacja masowa, piłkarskie show, gra w piłkę nożną

Football as a spectacular show

Summary

The article deals with football as a phenomenon of mass culture. For many years the total passion for football forms personal values and world view of millions of people. The particular attention is paid to football shows. TV broadcasts of football matches have turned into spectacular shows with their own structure, components and influence techniques. Owing to modern technology, dynamic screen language and online production of live sports shows television has become an unsurpassed way of communication influence.

Key words: spectacular show, television, mass communication, football show, football game

Футбол как экранное зрелище

Резюме

Статья посвящена футболу как феномену массовой культуры, тотальное увлечение которым уже много лет формирует систему ценностей и мировоззрение миллионов людей. Отдельное внимание уделяется футбольному шоу. Телевизионная трансляция футбольного матча превратилась в экранное зрелище, имеющее собственную структуру, компоненты и приемы воздействия. Благодаря современной технике, динамично развивающемуся языку экрана и режиссуре спортивных зрелищ онлайн, телевидение является непревзойденным экранным медийным способом коммуникационного воздействия.

Ключевые слова: экранное зрелище, телевидение, массовая коммуникация, футбольное шоу, футбол-игра

Informacje o autorce: doc. dr Alina Lisniewska – pracownik Katedry Dziennikarstwa i Nowych Mediów Instytutu Dziennikarstwa Kijowskiego Uniwersytetu imienia Bohdana Hruszczewskiego. W sferze zainteresowań badawczych pozostają kwestie wizualizacji przekazu medialnego, reżysury i inżynierii obrazu współczesnych mass-mediów, kompozycja przekazu medialnego. Szczególne zainteresowanie w analizach skupiono na współbrzmieniu obrazu i dźwięku jako kompozycji w przekazie medialnym.

