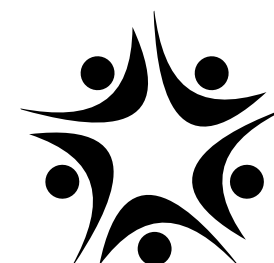


СПОРТ И БИЗНИС

Научни часопис

Број 3.



ФАКУЛТЕТ ЗА СПОРТ
БЕОГРАД

Београд
фебруар, 2017.

Чињенице указују да ће борба против допинга сигурно јако дуго трајати. Жеља за победом је код човека током протеклих векова остала иста, само су се мењала недозвољена средства која су коришћена за остваривање циља [2].

4. ЗАКЉУЧАК

Основни циљ не само професионалних спортиста, њихових тренера и чланова стручног тима, а некада и државних органа, јесте постизање што бољих спортских резултата, ради сопствене промоције, као и промоције своје земље. У тим настојањима често се и не бирају средства. С тим у вези, борба против допинга осим одржавања духа фер-плеја и залагања за чист спорт, има за циљ и очување здравственог статуса спортисте. У литератури се могу наћи бројни примери који указују да примена ових супстанци, уз побољшање психо-физичких перформанси, узрокује и нежељене догађаје на организам спортисте, често и са фаталним исходом.

Савремени спорт представља веома повољан терен за примену бројних иновација, односно технолошки напредне спортске индустрије. Напредак медицине и науке уопште, омогућава непрестану борбу између

оних који конзумирају допинг и органа задужених за њихово откривање. Стога је Светска антидопинг организација у непрестаној комуникацији са одговарајућим институцијама ради усавршавања метода доказивања недозвољених супстанци у узорцима спортиста, односно његове недвосмислене детекције. Списак средстава и метода забрањених за употребу није дефинитиван, подложен је ревизијама и променама надлежне комисије, сагласно новим медицинским и фармацеутским сазнањима, чему у прилог говори и завршна фраза на свакој листи: „...и остале сличне супстанце“.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Машић, З. (2006). *Теорија спорта*. Београд: Факултет за менаџмент у спорту. Стр. 34-35.
- [2] Шиљак, В. (2012). *Олимпизам*. Београд: Алфа Универзитет. Стр. 292-299, с. 292, 297, 299.
- [3] Дикић, Н. (2006). Победићемо допинг. *Часопис ВИВА, бр. 180*. Стр. 34-35.
- [4] Дикић, Н. (2006). Победићемо допинг. *Часопис ВИВА, бр. 180*. Стр. 34-35.
- [5] Брдарић, Р. (2002). *Допинг листа. Спортска медицина*. Београд: ЕЦПД. Стр. 120.

СПОРТСКИ ПРЕНОС – ДИГИТАЛНИ ТВ СПЕКТАКЛ

SPORT BROADCAST – DIGITAL TV SPECTACLE

ТАТЈАНА ЋИТИЋ

Универзитет „Унион – Никола Тесла“, Факултет за спорт, Београд, tanjacitic@gmail.com

Сажетак: Употребом дигиталне технологије у производњи и емитовању аудио-видео садржаја постављају се нови стандарди у грађењу телевизијске поруке и естетици телевизијске слике. Нови креативни изазов који диктира употреба дигиталне технологије у продукцији директних преноса спортских догађаја, као и могућности које нуди њихова „дигитална“ дистрибуција, прилика су за пружаоце медијских услуга да одговоре на све захтевније потребе гледалачке публике, која у дигиталној ери постаје више од обичног конзумента линеарне телевизије. Управо дигитална технологија нуди нови концепт ТВ спектакла, као примарног производа традиционалне телевизије, који ће је, уз употребу свих расположивих капацитета, учинити информативнијом и естетски савременијом. Дилема из аналогног доба телевизије - да ли је она сама по себи уметност или индустрија, у дигиталној ери постаје још комплекснија, па се често на међународне спортске догађаје гледа као на универзалну забаву која временски и просторно нуди глобални ТВ спектакл највишег техничко-технолошког квалитета.

Кључне речи: ТВ пренос спортског догађаја, ТВ спектакл, дигитална телевизија, креативни изазов, дигитална дистрибуција

Abstract: The use of digital technology in audio-video contents production and broadcast introduces new standards for the construction of television message and aesthetics of television picture. This new creative challenge dictated by the use of digital technology in the production of live broadcasts of sport events, as well as the possibility offered by their “digital” distribution, pose an opportunity for media service providers to respond to increasingly demanding needs of the viewer audience, who in digital era have become much more than mere linear television consumers. It is digital technology that presents a new concept of TV spectacle, the primary product of traditional television, which will make it more informative and aesthetically modern due to the application of all available capacities. The dilemma from the analogue age of television about whether television itself is art or industry, becomes even more complex in digital era, so that international sport events are perceived as universal entertainment offering, in terms of time and space, the highest level of technical-technological quality of the global TV spectacle.

Keywords: TV broadcast of sport events, TV spectacle, Digital television, Creative challenge, Digital distribution

1. УВОД

Питање директних телевизијских преноса спортских догађаја подједнако је изазовно поље опсервације за различите научне области. Овој теми се може приступити са аспекта изучавања утицаја моћи телевизије кроз формат који укида временску дистанцу између аудиторијума и самог догађаја, из перспективе анализе појединих сегмената сложеног процеса ТВ продукције спортског преноса као ТВ спектакла или комуниколошких и социолошких истраживања семиотике телевизијске слике, структуре поруке која се комуницира (информационо језгро, редунданса, вредносни ниво), врсте порука које су предмет комуникационог чина, њиховог енкодирања и декодирања. Свеprisутношћу спортског преноса на глобалном нивоу, ова тема је све изазовније поље разматрања комуникологије, која се у свом делу бављења друштвеним утицајем масмедија посебно интересује за употребну вредност моћи директног преноса. Социолози медија се интересују за последице телевизије као најутицајнијег медија масовних комуникација у 20. веку, али и потребе публике у дигиталном добу, која има све већа гледалачка, односно корисничка очекивања и захтеве у односу на пружаоце медијских услуга. Утицај дигиталне технологије и примена техничко-технолошких достигнућа са аспекта

савремених информационо-комуникационих система, само су основ за даље бављење стварањем и дифузијом информација у новом окружењу, које нуди нову, дигиталну инфраструктуру и далеко веће могућности од аналогне технологије у креирању ТВ спектакла, као традиционално најутицајнијег телевизијског формата. Према пројекцијама Николаса Негропонта, оснивача Медијске лабораторије при МИТ-у (Massachusetts Institute of Tehnology), који у књизи „Бити дигиталан“ дефинише „чвориште технолошких промена“ кроз футуролошка предвиђања будућих облика људске комуникације, за директне преносе спортских догађаја види светлубудућносту смислу корисничких могућности. Према његовом виђењу, интерактивност коју нуди дигитална технологија донеће бројне револуционарне новитете са аспекта креирања, односно режије самог директног преноса. Тако предвиђа да ће будућност у гледању фудбалске утакмице од куће, из фотеље, отићи толико далеко да ће гледалац моћи да прати меч са било којег седишта на стадиону или, посебно за ту прилику, из перспективе саме лопте.[1]

2. ТЕЛЕВИЗИЈА КАО САУЧЕСНИК

Најнепосреднија форма контакта гледалачке публике са стварношћу је директан пренос или живи програм. Управо та истовременост, односно једновременост,

која се догађа, у потпуности ангажује комплетног гледаоца. Будући да је телевизија превасходно визуелни медиј, она то успева да учини првенствено иконичким порукама, па се тако примарни контакт гледаоца са поруком одиграва на нивоу чулно-телесне перцепције слика, иконичких представа које су замена догађаја из емпиријске стварности. Чвршћој вези између гледаоца и самог догађаја доприноси илузија непостојања временске и просторне дистанце, као и медија који посредује у преносу емпиријске стварности која се одиграва у истом тренутку негде другде.

Однос према ТВ спектаклу, у смислу његове илузорне непосредничке везе између гледаоца и емпиријске стварности која се преноси системом симбола, није се променио још од првих живих телевизијских преноса. Утемељивач српске науке о комуницирању, проф. др Тома Ђорђевић је седамдесетих година прошлог века тврдио да спектакл није гола репродукција стварности, већ њена симболичка презентација, а то значи и према законима естетичког доживљавања људских искустава, стварности, образована порука. „У тој форми организована порука има за функцију да осигура не само да се њено информативно језгро – новостечено емпиријско искуство – саопшти, већ пре свега естетски доживи, а онда и интелектуално, логички, смисаоно, појми. И, наравно, околност да је у форми спектакла транспонована стварност представљена посебном врстом симбола – иконичким знацима, чак живом сликом, показује до које мере је тешко значењски разграничити емпиријску стварност од њене симболичке презентације и обратно.“[2]

Бројни комуниколози, али и медијски теоретичари и аналитичари, тврдећи да је телевизијски језик заправо, филмски, који је телевизија оскрнавила природом свога медија, истичу да на естетику телевизијске слике, њен садржај и квалитет, превасходно утичу сниматељ и објектив камере.

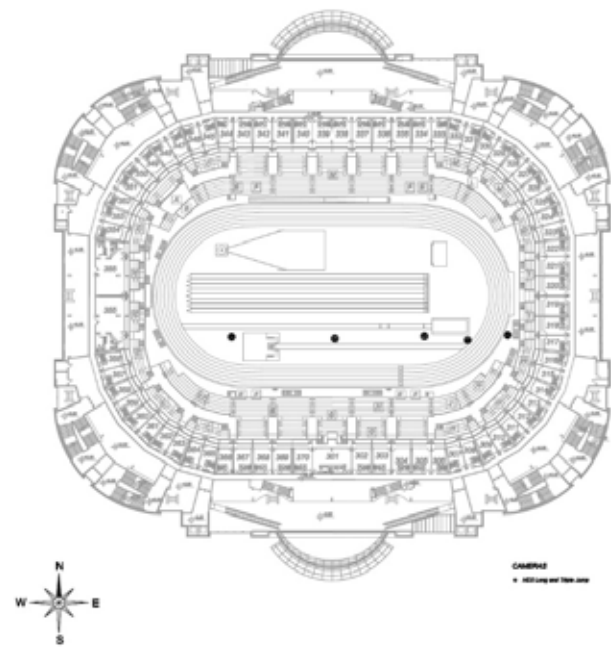
3. ИНДЕКСИЧНОСТ ТЕЛЕВИЗИЈСКЕ СЛИКЕ

Симболички систем који телевизијски ствараоци користе у комуникацији представља телевизијски језик. Овај систем има своје елементе, граматику, телевизијску интерпункцију, као и правила за њихово усаглашавање, ради постизања планираног ефекта. Да би се разумело значење телевизијских порука, не треба се бавити овим елементима појединачно, већ њиховим међусобним односима. На примеру директног телевизијског преноса и на основу индексичности телевизијске слике, која преноси оно што се нашло испред објектива камере, значење саме поруке зависи од структуре кадра. „У телевизијском спектаклу, интервенцијом професионалних комуникатора (режијски поступак), различити просторни и временски планови догађаја згушњавају се у једну рецепцијску тачку – аудио-визуелну поруку,

чију семантичку вредност не одређује само догађај, него у значајној мери и структура поруке.“[3]

Будући да је телевизијска порука састављена од више слојева, она има и више значења. У визуелном смислу, њен основни чинилац је кадар који има карактеристику индекса, односно сигнала који је објектив камере забележио у одређеном времену и одређеном простору. Управо временски и просторни континуитет је основни предуслов за временско и просторно разумевање догађаја који је објекат директног телевизијског преноса.¹ Једно од правила је поштовање „рампе“, односно замишљене линије која повезује два или више актера, у случају фудбалске утакмице комплетан терен. Ово „златно“ правило диктира положај камера које прате догађај. Непоштовање поставке камера са исте стране замишљене линије („рампе“) унело би конфузију код реципијента поруке.

На слици 1 тачкама је маркиран положај камера за праћење атлетске дисциплине скок у даљ на Европском првенству у атлетици, у дворани (Комбанк Арена, Београд, 2017). У овом случају камере су позициониране тако да могу да испрате просторни континуитет, док је на слици 2 приказана позиција камера за праћење дисциплине бацања кугле, која има другу драматургију и „просторне“ захтеве.²

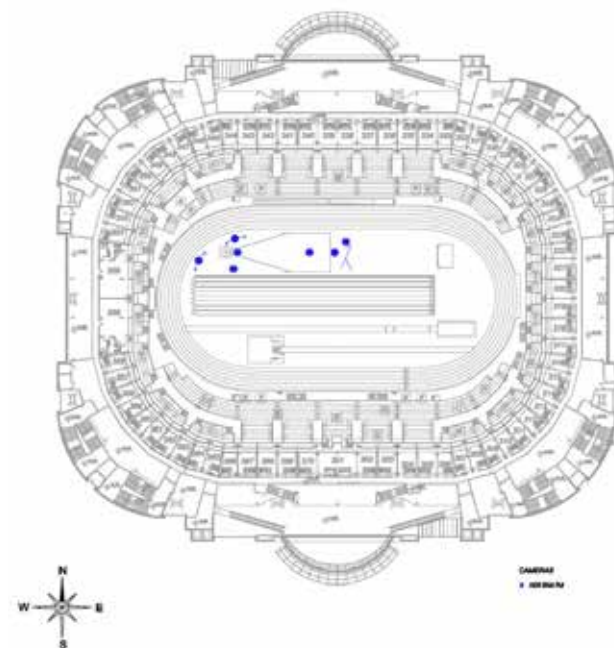


Слика 1: Положај камера за праћење атлетске дисциплине скок у даљ

Извор: RTS -Broadcasting manual (План производње сигнала за ЕП у атлетици у дворани, Београд, 2017.)

¹ Основна правила у директном преносу поставила је Лени Рифенштал која је режирала први телевизијски пренос уживо 1936. године током отварања XI Олимпијских игара у Берлину.

² Европско дворанско првенство 2017. у Београду на пет борилишта (трке, скок у даљ, скок у вис, скок мотком, бацање кугле) „покрива“ у производњи сигнала и директном преносу 5 репортажних кола са укупно 43 камере.



Слика 2: Положај камера за праћење атлетске дисциплине бацање кугле

Извор: RTS-Broadcasting manual (План производње сигнала за ЕП у атлетици у дворани, Београд, 2017.)

Поред ових примера постоје и изузеци. У случају да је ипак постављена камера која је наспрам осталих, ако постоји могућност уношења забуне код реципијента поруке, мора бити означено да је снимак са те камере слика акције са супротне стране (Reverse angle shot). Код неких спортова, као што су трке у атлетици, правило је у кружном постављању камера.

4. СУБЈЕКТИВНИ ОДРАЗ ОБЈЕКТИВНЕ СТВАРНОСТИ

Језик ТВ спектакла је најмоћније телевизијско средство. Поред вештог маневрисања средствима за постизање атрактивности телевизијског спектакла, креатор телевизијске поруке, коју истовремено гледа углавном милионски аудиторијум³ мора бити и добар познавалац техничко-технолошких могућности које су му на располагању. Редитељски рукопис, стога, резултат је знања и креативности, али и структурирања поруке превасходно на фактографском нивоу, али и на вредносном нивоу, што је чини атрактивнијом и узбудљивијом за реципијента. „У тренутку настајања преноса као дела, на вишем или нижем уметничком нивоу, и ствараоци, као пошиљаоци порука, и аудиториј, као прималац, доживљавају својеврсну авантуру која води заједничком исходишту – аутентичности, заједничком интересу – спознаји истине“.[5]

Граматика телевизијског приповедања дефинише правила структурирања појединачних слојева аудио-визуелне поруке: правила креирања аудио поруке (у случају спортског преноса – коментара и атмосфере са

спортског догађаја), правила кадрирања (раздаљина камере од објекта посматрања, угао посматрања, покрет, оштрину, обраћање, монтажне прелазе – транзиције, време). Тако се „тоталом“ који дефинише целу сцену означава локација и атмосфера, „општим планом“ са тереном и учесницима у мечу се означава контекст дешавања, сви крупнији кадрови од овог („американ“, „крупан“ и „врло крупан кадар“) указују на лични однос, интимност и увећивање, односно потенцирање). Употребом ракурса се дефинише однос према самом догађају или његовим актерима. Избор угла снимања има своје значење. Њихова примена у директном преносу, који мора бити објективно представљен, је ограничена, па се тако избегава „фаворизовање“ или „деградација“ појединих играча у фудбалској утакмици. Ова значења се кадрирањем постижу кроз горње или доње ракурсе (птичја и жабља перспектива).

Сваки спорт има своју динамику, своју драматургију и своја строго дефинисана правила. „Директан пренос је субјективан одраз објективне стварности; изражајне могућности медија расту уз савремену технологију, али приказивање мора остати прегледно и верно догађају чиме се гледаоцу нуде и чињенице и очекивано задовољство.“[4] Субјективност креатора ТВ спектакла у директном преносу мора бити подређена објективном догађају, па и емоционално-афективна стања, која су највећи изазов за телевизијске ствараоце, посебно у „запаљивим“ или инцидентним ситуацијама на терену, одлучујућим поенима или преломним деловима игре.

Редитељски наратив је еволуцијом телевизије као аудио-визуелног медија у техничко-технолошком смислу постао све сложенији и пријемчивији све захтевнијој гледалачкој публици, која често тражи информације истовремено на више уређаја (док гледа спортски пренос, на интернету тражи податке о играчима, мечевима, квалификацијама итд.). Одговор на то је примена виртуелне графике током спортских преноса, а у смислу емитовања могућности које нуди интерактивна телевизија.

5. ОД АНАЛОГНОГ ДО ДИГИТАЛНОГ

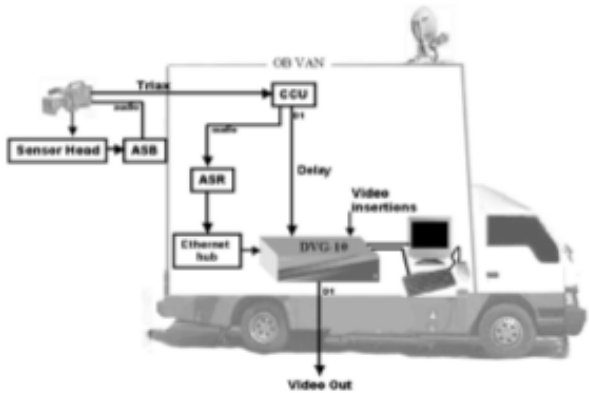
Прве две деценије емитовања телевизијских преноса спортских догађаја су биле у знаку филма.⁴ Филмску продукцију је заменила електронска опрема, развој магнетоскопа, прелазак са производње црно-беле ТВ слике на колор слику.⁵ Следећи корак у симболици телевизијског израза током директног преноса је била употреба успореног снимка, односно „slow motion-a“. Уређај за успорену репродукцију слике појавио се седамдесетих година. Без овог „ефекта“ није могао да се замисли директан пренос.

⁴ Први директан пренос спортског догађаја у СФРЈ била је утакмица Црвена Звезда – Војводина (на стадиону ЈНА), коју је ТВ Београд преносила уживо 19.10.1958. године.

⁵ Први спортски ТВ пренос у колору су биле Олимпијске игре у Мексико Ситију 1968. године.

³ Отварање XXXI Олимпијских игара (Рио де Жанеиро, 2016. године) пратило је око три милијарде гледалаца широм света.

Дигитална технологија у производњи ТВ сигнала у репортажним колима представља револуцију у ТВ продукцији. Могућности су неупоредиво веће од аналогних техничко-технолошких капацитета. Бенефит за гледаоца, поред квалитетније слике и звука, је информативнија и креативнија ТВ порука. Дигитална технологија је омогућила нешто што је у аналогој ери било незамисливо – увођење сфере виртуелног простора кроз различите врсте графике у реалном времену. Пун допринос информативности у директном преносу спортског догађаја даје употреба виртуелне графике, односно проширене виртуелности.⁶ „Она је данас незаобилазни део богате спортске статистике у свим врстама спортова. У фудбалу се најчешће користи за мерење дужине слободног удараца, обележавање простора круга 9 метара, приказивање офсајд линије... У воденим спортовима као што су кајак, пливање, често се користи за обележавање линије циља или пројектовање застава учесница у води. Пример система за реализацију проширене телевизијске реалности је систем Cyber Sport фирме ORAD.“^[6]



Слика 3: Конфигурација Cyber Sport система

Извор: Проширивање реалности виртуелним елементима у телевизијској продукцији. Зборник радова са 17. Телекомуникационог форума ТЕЛФОР 2009. [6]

Имплементација графичких елемената у слику је сложен процес који зависи од хардверских капацитета и софтверске компоненте, као и од процеса одређивања положаја (калибрације) камера којима се добијају, помоћу сензора, параметри са камере (позиција, углови, видно поље) ради трансформисања графике у простору као да је видљива кроз камеру. На пример, за пројектовање у води - застава тимова који се такмиче у ватерполо мечу. Такође, захваљујући виртуелној графици, гледаоци, поред тренутног резултата, рецимо током скока у даљ, могу да добију и податак о личном рекорду такмичара, европском рекорду, светском рекорду. Овај систем је омогућио и да коментаторима спортског догађаја буде доступна комплетна статистика неопходна за меч који је у току.⁷

Дигитална обрада сигнала унапредила је и аналогни „slow motion“, који је еволуирао у дигитални „super

slow motion“ и „ultra super slow motion“. Репродукција слике снимљене super slow и ultra slow камерама могућа је неколико фрејмова⁸ пошто камера забележи ситуацију на терену.

Дигитална технологија у производњи и преносу телевизијске слике током спортског преноса обогатила је перспективе праћења догађаја употребом микрокамера на различитим позицијама: у головима, на кошевима, поред стазе за утврђивање фотофиниша, престопа и сл. Такође, за разлику од аналогне ере у продукцији, у употреби су за спортске преносе „водених“ спортова и подводне камере.⁹

Посебан бенефит за гледаоца је квалитет телевизијске слике са техничког аспекта. Због широке примене, HD технологија је, према међународним стандардима, водећи стандард у продукцији спортских преноса и поред напредније технологије која је све присутнија – производња ТВ сигнала у 2K, 4K и 8K UHD резолуцији слике. Прва репортажна кола са 8K UHD технологијом су промовисана током Олимпијских игара у Рију. NHK је инсталирала и пријемнике у 8K технологији како би заинтересовани гледаоци могли да прате преносе у резолуцији слике која је шеснаест пута већа од full HD резолуције.^[7]



Слика 4: Ikegami 8K репортажна кола јапанског јавног сервиса NHK

Извор: Преузето са: <http://www.studiodaily.com/2016/08/rio-2016-olympics-broadcasts-from-8k-to-an-iphone/> [7]

6. ОД ПЛАНЕТАРНОГ ДО ПЕРСОНАЛНОГ И ОБРАТНО

Зашто од планетарног до персоналног, и обратно? Разлог је технолошке природе. Први директни преноси спортских догађаја су имали ограничену доступност за гледаоце. Први ТВ преноси су праћени на телевизорима који су инсталирани најчешће на јавним местима, како би могло да их види што више гледалаца. Први спортски ТВ пренос на свету ОИ у Берлину 1936. године, преко ТВ екрана емитован је у

⁸ Фрејм је свака појединачна слика из које се састоји кадар.

⁹ Директан пренос финала ЕП у ватерполу 2016. године, између Србије и Црне Горе, у Комбанк Арени пратило 2,7 милиона гледалаца. Првенство је снимано са 24 камере од чега су две биле подводне.

Олимпијском селу и на 25 ТВ пријемника у Берлину и Потсдаму. Први ТВ пренос који је био доступан гледаоцима широм Европе биле су Олимпијске игре у Риму 1960. године, а први спортски ТВ спектакл који је имао планетарну покривеност су биле Олимпијске игре у Токију 1964. године.^[8]

Спортски догађаји који су постали глобални ТВ спектакл постају подређени телевизијској техници и условима телевизијских преноса. Са аспекта масмедијског утицаја и друштвених ефеката интернационалних спортских догађаја, који имају глобалну доступност, телевизија, као средство масовних комуникација показује свој највећи утицај и централну улогу у обједињавању аудиторијума који истовремено броји више милијарди прималаца телевизијске поруке. Аналитичари феномена олимпизма тврде да „не може бити сумње да су Олимпијске игре могле постићи садашњи облик без телевизије.“^[9]

Персонализација у масовним комуникацијама чији је садржај телевизијски пренос спортског догађаја, последица је дигиталне технологије и својствена је интерактивној телевизији. У случају директног преноса, вођењем HbbTV¹⁰ долази до спајања телевизије и интернета што за конзумента телевизијског садржаја отвара нове могућности, додатне информације које може пратити притиском на дугме свог даљинског управљача, којим активира „падајући мени“ са додатним подацима о садржају који прати на главном екрану. Према неким пројекцијама, у складу са развојем технологија, будућност интерактивне телевизије је у „режији“ директних преноса из дневне собе. Предвиђа се да ће гледаоци имати могућност да сами бирају камеру са које желе да прате директан пренос спортског догађаја. У таквим околностима квалитет и креативност „персонализованог“ спортског ТВ спектакла зависиће искључиво од креативности, знања и осећаја онога ко држи у руци даљински управљач, а пружалац медијске услуге ће само имати задатак да произведе сигнал и достави га, као скуп потенцијалних извора слике, кориснику.

Николас Негропонт је у својој футуристичкој студији „Бити дигиталан“ тврдио да то заправо треба да

буде став будућности. Управо дигитална технологија у „broadcasting“-у доноси нови квалитет у масовним комуникацијама. Све доминантније дигиталне комуникације, својим утицајем на развој телевизијске технологије, створиле су једно ново поље комуникационог деловања, које је својим „дигиталним“ трансверзалама преноса сигнала свет учинило „глобалним селом“.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Негропонт, Н. (1988). *Бити дигиталан*. Београд: Clio. Стр. 52.
- [2] Ђорђевић, Т. (1977). ТВ спектакл и његове функције. *РТВ- теорија и пракса*, 7. Стр. 25-39.
- [3] Радојковић, М., Милетић, М. (2005). *Комуницирање, медији и друштво*. Нови Сад: Stylos. Стр. 144.
- [4] Оташевић, Б. (2002). Живе слике са малог екрана – Мома Мартиновић. *Телевизија зрело доба*. Стр. 7-10.
- [5] Станковић, И. (1983). Директни преноси – пракса и инспирација. *РТВ – Теорија и пракса*, 31. Стр. 182-194.
- [6] Стефановић, Нешић, Б. (2009). Проширивање реалности виртуелним елементима у телевизијској продукцији. *Зборник радова са 17. Телекомуникационог форума ТЕЛФОР 2009*. (стр. 993-996). Београд: Друштво за телекомуникације.
- [7] Фразер, Б. (23.09.2016). Rio 2016 Olympics Broadcasts: From 8k to VR to an iPhone [Web blog post]. Преузето са: <http://www.studiodaily.com/2016/08/rio-2016-olympics-broadcasts-from-8k-to-an-iphone/>
- [8] First televised Olympics. (б.д.). Преузето са: <http://www.guinnessworldrecords.com/world-records/first-televised-olympics/>
- [9] Whannel, G. (2012). The Rings and the Box: Television Spectacle and the Olympics, The palgrave handbook of Olympic studies. *The Palgrave Handbook of Olympic Studies*. Преузето са: http://link.springer.com/chapter/10.1007%2F978-0-230-36746-3_17#page-1

Датум пријема чланка: 11.10.2016.

Датум пријема коригованог чланка: 18.11.2016.

Датум прихватања чланка: 30.12.2016.