

УДК 130.2

DOI <https://doi.org/10.32782/apfs.v042.2023.17>**Р. М. Поліщук**ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-2900-2427>

кандидат філософських наук,

доцент кафедри олімпійської освіти

Львівського державного університету фізичної культури імені Івана Боберського

## ОСМИСЛЕННЯ СПОРТУ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ МАСОВОЇ КУЛЬТУРИ

**Постановка проблеми.** Умови для подальшого позитивного розвитку науки про спорт є дуже сприятливими, оскільки зріс як інтерес до спорту, так і попит на наукові знання в цій галузі. Однак, якщо наука про спорт має досягти чіткої позиції, необхідно зіткнутися з новими проблемами. Спорт перетворюється на відкриту систему, оскільки його межі для інших сфер (філософія, культурологія, економіка, засоби масової інформації тощо) та інших форм вільного часу (наприклад, туризму, розваг) стали розмитими. Внаслідок цього повинна розвиватися міжгалузєва й відкрита наука про спорт. Все більше людей цікавляться спортом і для них треба розробити нові інноваційні моделі осмислення спортивної діяльності, нові стратегії планування й форми її організації. На нашу думку, потрібна концепція науки про спорт як відкритої синтетичної галузі.

**Стан досліджуваної проблеми.** Дане дослідження є продовженням циклу статей, які висвітлюють проблемні питання та обрії курсу «Національний спорт». В першій статті [4] ми надали дефініцію «національного спорту» та окреслили його світоглядно-філософське значення, а також навели приклади деяких дослідників, хоча, як зазначено, на теренах України ця проблематика у руслі соціально-філософського знання майже не досліджена. У цій роботі, на нашу думку, для більш ґрунтового дискурсу «що таке національний спорт?», варто приділити увагу визначенню поняття «масова культура» та окреслити їх значення в осмисленні спорту як соціокультурного феномену. *Метою* статті є осмислення спорту через феномен «масової культури».

**Виклад основного матеріалу.** Тематика даного дослідження цікава в контексті розвитку спорту та сучасних його форм. Як соціокультурний феномен, спорт вже більш ніж півстоліття є предметом дослідження філософів та культурологів (International Association for the Philosophy of Sport (IAPS)). Насправді, він став тою частиною культури, яку неможливо не помітити. Зокрема, дослідниці Емілі Ропер та Катерін Поласек вважають, що: «Спорт – це форма масової культури, яка глибоко вкорінена в сучасному суспільстві» [13, р. 151].

Більшість людей на побутовому рівні розуміють, що таке спорт, але його визначення значно відрізняється залежно від культури та географічного положення. Як зазначила Гертруда Пфістер, – «Ігри та танці, різноманітні форми гімнастики, фізичні навантаження та вистави (тобто спорт у широкому розумінні) завжди існували й продовжують існувати в усіх суспільствах. Однак численні та різноманітні концепції тіла та рухів мають специфічні для культури моделі, оскільки вони «втілюють» норми та цінності суспільства та відображають схильності та очікування певних соціальних груп. Спорт та ігри вбудовані в соціальні структури загалом... Вони пристосовуються до сформованих звичок і смаків відповідно до статі, віку та соціального статусу. Пишучи про спорт, необхідно вирішити проблему значень і перекладів, оскільки цей термін визначається по-різному залежно від країни та культури» [12, р. 163].

Тобто, спорт має різне значення в залежності від культури та напряму досліджень. Але не всі види спорту однакові з точки зору популярності та визнання; існує ряд факторів, які визначають, чи стане спортивна діяльність важливою в соціальному та культурному житті конкретного суспільства. Відомий американський соціолог спорту Джей Коуклі [8] стверджує, що північноамериканська спортивна культура організована навколо моделі потужності та результативності, яка наголошує на таких характеристиках: (а) сила, потужність і швидкість, (б) змагальний успіх, досягнутий через важку працю, особистий ризик, жертви, і гра через біль, (в) встановлення рекордів і використання технологій для моніторингу та вдосконалення тіла, (г) процес відбору на основі фізичних здібностей і успіху, (д) ієрархічні структури влади та (е) опоненти як вороги. Проте, є спортивні культури, які наголошують на співпраці, розширенні особистих можливостей, інклюзивній участі, демократичному прийнятті рішень та етиці турботи між учасниками спорту. Для тих, хто підтримує домінуючу ідеологію спорту, кооперативний підхід до спорту важко зрозуміти, оскільки більшість з них вірили в те, що спорт має бути змагальним, зосередженим на силі, швидкості та потужності, і наголошувати на перемозі,

щоб вважатися «справжнім» або «легальним» спортом.

Джей Коуклі запропонував альтернативний підхід до визначення спорту, який враховує способи, якими люди формують ідеї та переконання щодо фізичної активності, а також дозволяє ширше прийняти типи спорту. Використовуючи цю альтернативну структуру, єдине визначення спорту стає застарілим; скоріше, до уваги беруться культурні відмінності у визначенні та інтерпретації спорту. Коуклі використовує термін «спірна діяльність» для визначення «діяльності, щодо якої немає позачасових і універсальних угод щодо значення, мети та організації» [8, р. 10]. Для цілей цієї статті ми використовуємо широке визначення спорту, щоб охопити різноманітні види діяльності, починаючи від елітного спорту і закінчуючи спортом для всіх: «Спорт – це соціокультурна практика, специфічно людська діяльність, яка виражає світоглядні традиції в таких модусах буття, як простір, час, рух, становлення; окремий вид практичної діяльності людини та узагальнена модель тенденцій функціонування тіловиховної культуротворчої діяльності» [4, с. 530].

Далі, ми спробуємо провести певні паралелі між розвитком масової культури і спортом.

**Масова культура.** Перші десятиліття ХХ ст. позначені, як визначають багато дослідників, крахом моральних норм і принципів, нігілістичним ставленням до всього, що так чи інакше було пов'язане з універсальними людськими цінностями. Такий розвиток подій та зняття майже усіх ustalених обмежень зруйнували той суспільний фундамент, який давав можливість культурі до саморозвитку. Сформувався тип культури, який націлений на масове споживання – масова культура. В цьому контексті цікавою видається теза з книги Енді Воргола «ПОПізм»: «Не потрібно прочитати книгу, для того щоб стати частиною культури, потрібно просто її купити» [14].

Термін «масова культура» в загальноприйнятому значенні вперше застосував у 1941 році німецький філософ і соціолог **М. Горкгаймер** у праці з відповідною назвою – «Мистецтво і масова культура» [9, pp. 273–290]. Пізніше в США з'являється скорочене слово «маскульт» (англ. Masskult), яке ввів у науковий обіг американський філософ Д. Макдональд [11].

Українська дослідниця Безугла Р.І. виокремила два підходи до розуміння феномену «масової культури». **Перший підхід** розглядає масову культуру з точки зору форм розповсюдження – це циркулююча по каналам масових комунікацій продукція, яка призначена для духовного використання мільйонів людей. Масова культура тут – не тільки те, що, за оцінками експертів, спочатку визначається як «низьке». Головний критерій – масовість, яка досягається за допо-

могою засобів масової комунікації, а не якість того, що розповсюджується. **Другий підхід** визначає масову культуру через ринок (можна згадати про дослідження спорту як товару (комодифікація спорту) – П.Р.). Масова культура – все те, що продається та користується масовим попитом. У даному випадку також знімається питання про якість того, що продається. Наприклад, твори В. Скотта і М. Твена, з даної точки зору, повністю можна віднести до масової культури, оскільки на своїх роботах авторам вдалося накопичити непоганий статок, а їх невдачливим сучасникам – ні. [2, с. 25-34].

Як і кожен складний феномен суспільної історії, масову культуру можна осмислювати з позитивної чи негативної точки зору. У першому випадку це словосполучення вживають як синонім популярної культури (кращий термін у соціальній філософії та культурології, де основна увага приділяється використанню, а не виробництву). У іншому сенсі термін застосовувався з 1930-х років для позначення культури споживання, стандартизації, кодифікації, комодизації.

**Виникнення масової культури.** У питанні про час виникнення «масової культури» є різні точки зору. Деякі дослідники вважають її одвічно притаманною культурі й тому виявляють уже в античному епосі, у видовищних дійствах Римської імперії. Інші пов'язують виникнення «масової культури» з науково-технічною революцією, що принесла з собою зовсім нові способи виробництва, поширення та споживання культури [7, с. 73].

В такому ключі, можна говорити про розвиток спорту згідно форм осьової продуктивності суспільства, адже відбувалися відповідні зміни у його структурі та значенні в суспільстві. У випадку Римської імперії були охоплені великі території та поширювалася римська культура, звичаї. Відбувався як процес асиміляції так і глокалізації (обмін та гібридизація традиційних культур). Перше, що приходить на думку – це гладіаторські бої. Гладіаторські бої зародилися в італійській області Кампанії, де вони набули широкого поширення вже у III ст. до н. е. Довгий час існувала версія, що римляни перейняли традицію гладіаторських боїв в етрусків, але ні археологічні, ні іконографічні пам'ятки не підтверджують існування в етрусків гладіаторів. Досить швидко гладіаторські бої поширилися й на Рим. Перші гладіаторські бої, що згадуються в Римі, відбулися в 216 р. до н. е. Первісно гладіаторські бої являли собою видозмінений обряд людських жертвоприношень під час поховального обряду і влаштовувалися родичами померлого. Так, перші ігри, що проходили в Римі були влаштовані на честь померлого Марка Емілія Лепіда його синами.

Зародившись як масове чоловіче жертвоприношення на тризнах вождів, бої гладіаторів розвилися у своєрідний видовищний спорт, набувши величезної популярності серед усіх верств давньоримського суспільства. Під впливом римської традиції гладіаторські ігри набули поширення й серед інших народів. Так, відомо, що бої гладіаторів проводилися кельтами-лузітанами, германцями, а також у Сирії та Карфагені [10].

Те саме можна сказати й про лицарську систему тілового виховання в епоху Середньовіччя [5]. Проте найбільше така концепція проявилася з науково-технічною революцією, яка сприяла культурній комунікації.

В сучасному світі спорт стає професією, в якій здоров'я людини не є однією з найважливіших цінностей, а на перший план виходить контракт, укладений між спортсменом і роботодавцем. Оплачувані договірні відносини прищеплюють спорту концепцію, яку називають «концепцією досягнення».

Основним завданням ставляться перемоги, рекорди і результати, яких часто можна досягти тільки на шкоду здоров'ю. На перший план виходять менеджери, агенти, адміністратори і спонсори, які визначають формати проведення спортивних змагань, залишаючи без уваги гуманістичні установки, закладені спочатку в спорті як в ігровій практиці. Як зазначає Джей Коуклі, – «Маси спостерігають і обожнюють обраних на вершині. Це викликає питання про те, хто отримує вигоду від способів організації та підтримки спорту в усьому світі» [8, р. 70].

Проте, масова культура стала фактором виформування поняття «масовий спорт», який став доступним великій аудиторії. Дослідники навіть вважають, що подолання певних кризових тенденцій спорту можливе через розвиток масового спорту, який повинен ґрунтуватися на цінностях чесності і справедливості, здатний залучити до доброзичливої змагальності мільйони людей. Також, масовий спорт осмислюють як соціальний інститут, який створює людям умови для оздоровлення, рекреації, самовдосконалення і спілкування.

Взагалі, «масова культура» в її розвинутому вигляді вперше сформувалася у США. Виникненню її сприяв розвиток засобів масової комунікації – газет, популярних журналів, радіо, грамзаписів, кінематографа. Все це, з одного боку, демократизувало культуру, відкривало до неї доступ масовій аудиторії, з іншого – зумовило проникнення в культуру комерційних інтересів, культура стала предметом бізнесу. Звичайно, такий процес не оминув і спорт, сприяв поширенню тих чи інших національних видів спорту, які стали популярними на світовому рівні. Комерціалізація та професіоналізація, а згодом вірту-

алізація значно вплинули на структуру спорту, цілі та прагнення спортивної культури. А ХХІ століття взагалі можна відобразити як «культ тіла», проте, у іншому – не античному (калокагатія) і не ренесансному значенні.

**Масова культура чи культура мас?** Наділяючи різні культурні явища певною ціннісною нейтральністю, роблячи основну ставку на видовищність, «масова культура» орієнтується в своєму впливі на стереотипи свідомості, стандартні штампи, не вимагаючи від людини витрат розумової енергії, почуттів, волі, тобто всього того, чого вимагає серйозне мистецтво. Тут не можна не згадати спортивні події чи то навіть Олімпійські конкурси Давньої Греції. Відомий вислів часів римської імперії – «Хліба і видовищ!» – Ювенал, у своїй X сатирі, використовував його для опису сучасних йому прагнень римського народу, протиставляючи ці прагнення героїчному минулому. Вираз використовувався для опису політики державних діячів, які, підкуповуючи плебеїв роздачами грошей і продуктів, а також цирковими виставами, захоплювали і утримували владу в стародавньому Римі.

Використання таких жанрів, як детективний роман, вестерн, мюзикл, фільми жахів, бойовик дає змогу «масовій культурі» створювати світ міфологічних героїв – супермен, вампір, Спайдермен – людина-павук, Бетмен – людина-кажан. Тут варто згадати й героїзацію у спорті. Адже кожен з пристрасних фанатів, чи то футбольних, чи то боксу, вбачають у своєму кумирові героя. Навіть більше, певна кількість прихильників намагаються відтворити «культуру свого героя», нові виміри дійсності, нібито доступні всім. «Люди у спорті, особливо спортсмени, наголошують на героїчній орієнтації ... і використовують стиль і драматичну експресію, щоб справити враження на масову аудиторію» [8, р. 412].

«Масова культура – це мрія, що стала кітчем», – влучно зауважив відомий культуролог В. Беньямін [3]. Можна виділити дві риси, які розкривають сенс цього поняття. *Перша* полягає в тому, що кітч являє собою сферу підроблюваності, не справжності. Тут варто навести приклад реслерських боїв у США, які були скоріше пов'язані з яскравою театральною грою чи, до речі, не завжди якісною імітацією спортивного змагання: «Реслінг (бої без правил) є радше різновидом видовища, ніж спортом» [6, с. 178–180]. Звичайно, що це робилося для аудиторії, яка прагне видовища та матеріального збагачення (чи «Ігри патріотів» в Україні).

*Друга* особливість у тому, що це світ поганого смаку, світ тривіальностей, банальностей, трюїзмів. Тут теж є пов'язаність зі спортом, оскільки люди переважно гадають, що досягнути результату (якщо ми говоримо про спорт вищих

досягнень) чи мети (якщо говорити про спорт у соціально-філософському ключі) можна за допомогою тривіальних дій (спрощених чи банальних). Також, можна підкреслити сучасні еталони краси тіла як «світ неоднозначного смаку»: насамперед варто згадати бодібілдинг, якому притаманні «шалені» м'язеві форми, які не завжди корелюються з поняттям «естетичного тіла»; та, відповідно, ґендерне питання – «накачка» м'язів жінками з отриманням рис мускулітності (також питання рівноправності статей).

Ще однією з істотних характеристик «масової культури» є ескапізм, тобто втеча від дійсності (фантастика, ілюзії, міфи), різновид психологічного захисту. Тобто, вона здатна подолати реальне психологічне напруження, компенсуючи його світом вигаданих мрій і фантазій. Така функція немає нічого поганого, а може й мати лікувальний ефект. Катарсис традиційно вважався найважливішою функцією культури та мистецтва. Давньогрецький мислитель Аристотель пов'язав його з трагедією як літературним жанром. Трагедія викликає гнів, страх, співчуття, і цим змушує глядача відчувати духовне переживання, тим самим виховуючи людину й очищуючи її душу [1]. Так само і спортивне видовище. Будь то футбольне дійство на великому стадіоні, чи перегляд боксерського матчу по телевізору – вони можуть викликати у людей різні емоції: гнів на суперника чи «свою команду»; страх через можливість програшу і т.п. Однак «масова культура» не просто культивує видовищність і розважальність, вона досить часто це робить на шкоду моральності: наприклад ставки (договірні матчі, продажні рефері) чи допінг.

Спираючись на власні естетичні принципи, свою систему естетичних ідей та механізмів, «масова культура» володіє високою, а часом і витонченою технікою. Головний засіб дії «масової культури» – імідж (образ), уявлення про речі та людей, цілеспрямовано формоване засобами масової інформації, зокрема рекламою. Імідж нерідко асоціюється з поняттям престижності, репутації. Поняття «імідж» слід відрізнити від поняття «стереотип». Якщо стереотип є явищем буденної свідомості, передсудом, що став нормою, то імідж включає в себе кілька обов'язкових характеристик – «людина з народу», хороший сім'янин, турботливий батько і т. д. Спортивна культура, у цьому випадку, теж не є виключенням. Спортсменам також створюють імідж або ж вони самі формують його, пропагуючи певні норми життя та презентуючи себе як сім'янин, законослухняний громадянин, бешкетник, націоналіст і т.п.

**Висновки.** Варто зазначити, що у міру зростання популярності спорту починається і його швидке розповсюдження серед різних верств

населення. Зародившись у сучасному розумінні у 19 столітті, глобальну популярність він отримав з розвитком масової культури. За допомогою засобів масової інформації та можливості «маніпулювання» емоціями великої кількості людей, спорт став невід'ємною частиною світової культури. Можна підкреслити, що амбівалентність, яка притаманна осмисленню значення спорту в суспільстві, здебільшого пов'язана з особливостями та тенденціями, які диктує масова культура. Він все більше залежить від фінансових потоків та прагне до театрального видовиська. Але, масова культура також формує поняття масового спорту, популяризує його серед світової спільноти, допомагає покращити розуміння важливості тілової культури в сучасних реаліях життя. Спортивна діяльність і спортивні стосунки знаходять свої нові форми і методи, здатні виразити гуманістичний і естетичний ідеал суспільства в ХХІ столітті.

#### Література

1. Аристотель. Поетика. Пер. Б. Тена; вступ. ст. і коментарі Й. Кобова. Київ: Мистецтво, 1967. 136 с.
2. Безугла Р.І. Масова культура: до проблеми визначення поняття. Культура і мистецтво у сучасному світі. 2010. Вип. 11. С. 25-34.
3. Беньямін В. Вибране. Львів : Літопис, 2002. 214 с.
4. Поліщук Р. М. Національний спорт як навчальний курс та його світоглядно-філософське значення. Молодий вчений. 2020. № 4. С. 528-532.
5. Поліщук Р. М. Фізична культура лицарської доби: пролонгація культури героя та ставлення церкви. Молодий вчений. 2018. № 5. С. 468-471.
6. Сторі Джон. Теорія культури та масова культура. Вступний курс. – Київ: Вид-во “Акта”, 2005. 357 с.
7. Устименко-Косоріч О. А. Масова та елітарна культура: проблеми взаємодії : навч. посіб. / О. А. Устименко-Косоріч. – Умань : ФОП Жовтий О. О., 2015. – 175 с.
8. Coakley Jay J. Sports in Society : Issues and Controversies. Thirteenth edition Thirteenth ed. McGraw Hill 2021. 672 p.
9. Horkheimer Max 1941, “Art and Mass Culture,” in Critical Theory: Selected Essays, pp. 273-290.
10. Köhne, E., & Ewigleben, C. Gladiators and Caesars : the power of spectacle in ancient Rome. University of California Press. 2000. 160 p.
11. Macdonald, Dwight. A Theory of Mass Culture. 1953. Diogenes 1 (3):1-17.
12. Pfister G. developments and current issues in gender and sport from a european perspective. 2013. pp. 163-180.
13. Roper, E. A., & Polasek, K. M. "Gender, Sport and Popular Culture". In Gender & Pop Culture. Leiden, The Netherlands: Brill. 2014. 151-173 с.
14. Warhol, Andy & Pat Hackett Popism: The Warhol '60. New York: Harcourt Bruce Jovanovich, 1980. 310 p.

## Анотація

**Поліщук Р. М. Осмислення спорту через призму масової культури.** – Стаття.

На сьогодні в більшості суспільств визнають спорт та його значення – культурне, економічне та політичне. Дедалі частіше підкреслюють зв'язок між спортом та соціальними реаліями, подіями та проблемами.

Спортивна діяльність була ключовою ознакою суспільства з давніх часів, прикладом яких були Олімпійські ігри стародавньої Греції та римська епоха гладіаторських та інших змагань, через середньовічні народні ігри, які пережили обмеження «християнської епохи» та з часом набули форми більш звичної для нас у сучасному світі вже після Просвітництва. У міру поширення промислової революції спорт та ігри стали раціоналізованими та організованими в Північній Європі та експортованими по всьому світу європейськими колонізаторами та місіонерами впродовж двадцятого століття.

У той час як досвід і організація спорту змінюються в залежності від часу та місця, відображаючи та створюючи культурні практики, зростання масштабів глобалізації означає, що структура та культура домінуючих спортивних форм, керованих правилами, які орієнтуються на досягнення, стають все більш схожими в усьому світі, тоді як водночас виникли та поширилися нові форми спорту та спортивні субкультури. Це стосується не лише учасників, а й глядачів, оскільки поява мегаспортивних подій, таких як різноманітні чемпіонати світу та інші комерційні спортивні події, привертає значну увагу в усьому світі та створює багатомільярдний ринок. Одним із результатів висвітлення в засобах масової інформації є те, що великі команди та окремі спортсмени стали світовими знаменитостями. Масова культура зі своїми методами поширення певних практик, почасті перетворила спорт на товар (комодифікація спорту). Тобто, він став засобом або ж інструментом економічних чи політичних структур. Його часто використовують як «бахтінський карнавал»: спорт стає інструментом стримання або ж можливістю маніпулювання поглядами великої кількості людей (прихильників, глядачів), розмиття між поняттями «добро» та «зло». Щось схоже було описане Стівеном Кінгом у його фантастичному романі «Людина, що біжить», де одіозний ведучий висловлював думку щодо популярної телегри: «вам потрібно щоб люди сиділи перед телевізором, а не ходили на демонстрації».

У сучасному суспільстві із вільним доступом до засобів масової інформації спорт є значною частиною повсякденного життя і часто є невід'ємною частиною особистості, родини, роботи та особистих стосунків і пронизує суспільство аж до рівня політичної взаємозалежності. Спортивні події відіграють важливу роль у політичних відносинах усередині та між країнами. Політичні лідери в усьому світі використовують спорт для підвищення власної популярності, і більшість країн світу на певному етапі використовували спортивні події для підвищення свого статусу в глобальних політичних відносинах із різними наслідками для учасників і глядачів. Це також є елементом масової культури або ж як зазначає Джон Сторі «ідеологією масової культури» (ідеологічні форми, політика означення).

**Ключові слова:** культура, масова культура, ігри, спорт, карнавал.

## Summary

**Polishchuk R. M. Understanding sport through the prism of mass culture.** – Article.

Today, most societies recognize sport and its cultural, economic, and political significance. The connection between sports and social realities, events and problems is increasingly emphasized.

Sports have been a key feature of society since ancient times, exemplified by the Olympic Games of ancient Greece and the Roman era of gladiatorial and other competitions, through medieval folk games that survived the limitations of the "Christian era" and eventually took on a form more familiar to us in the modern world. After the Enlightenment. As the Industrial Revolution spread, sports and games became rationalized and organized in Northern Europe and exported around the world by European colonizers and missionaries throughout the twentieth century.

While the experience and organization of sport varies across time and place, reflecting and creating cultural practices, the increasing scale of globalization means that the structure and culture of dominant achievement-oriented, rule-governed forms of sport are becoming increasingly similar around the world., while at the same time new forms of sports and sports subcultures emerged and spread. This applies not only to the participants but also to the spectators, as the emergence of mega-sporting events such as the various World Cups and other commercial sporting events attract significant attention worldwide and create a multi-billion dollar market. One result of media coverage is that major teams and individual athletes have become global celebrities. Mass culture with its methods of spreading certain practices has partly turned sport into a commodity (commodification of sport). That is, it became a means or a tool of economic or political structures. It is often used as a "Bakhtinian carnival": sport becomes a tool of restraint or an opportunity to manipulate the views of a large number of people (supporters, spectators), blurring the lines between the concepts of "good" and "evil". Something similar was described by Stephen King in his fantasy novel "The Running Man", where the odious presenter expressed an opinion about a popular game show: "you need people sitting in front of the TV, not going to demonstrations".

In today's media-free society, sport is a large part of everyday life and is often an integral part of the individual, family, work and personal relationships, and permeates society to the point of political interdependence. Sporting events play an important role in political relations within and between countries. Political leaders around the world use sport to enhance their own popularity, and most countries in the world have at some stage used sporting events to enhance their status in global political relations, with varying consequences for participants and spectators. It is also an element of mass culture, or as John Storey notes, "ideology of mass culture" (ideological forms, politics of meaning).

**Key words:** culture, mass culture, games, sports, carnival.