

ФУТБОЛЬНИЙ МАТЧ ЯК РІЗНОВИД ПАРАЛЕЛЬНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВИСТАВИ

Особливими різновидами соціальних вистав є ті, які відбуваються в соціальному просторі, який уже є грою: спорт і культурне виробництво. Тут соціальна ігрова взаємодія виявляється як гра з приводу гри, набуваючи при цьому надто штучних ознак, технологічного втілення та просторово-часових аспектів реалізації. Залежно від цих особливостей формується цільове призначення видовища, час і простір його дій, взаємодіючі суб'єкти, арсенал театралізованих засобів самореалізації та відповідних реакцій аудиторії, сприйняття розігрованої вистави суспільством, викликаним у ньому резонансом, наслідками або зрушеннями, які відбулися під її дією в суспільній свідомості чи соціальному практиці.

Розглянемо такий різновид соціальної вистави, де відносно різні групи, у відносно розмежованому просторі, силами різних “театральних колективів”, із різною мотивацією, внутрішнім сценарієм і механізмами внутрішньої колективної взаємодії розігрують різні вистави, які розмежовані навіть у просторі (відбуваються в різних місцях) і часі (розпочинаються, закінчуються і тривають різний час). Звичайно, у них є такий спільний стрижень, об'єднуючий імпульс, загальний код, ритм і спрямованість, щоб їх можна було б назвати чимось єдиним.

Аналіз паралельних соціальних вистав, які характеризуються мультиконтинуальністю, полімотивованістю і десинхронізованістю, здійснюватимемо на прикладі найбільш показової їх форми – спортивних видовищ. З огляду на підготовку до проведення в Україні у 2012 р. європейського футбольного чемпіонату та значну масовість цього виду спорту об'єктом нашого аналізу будуть саме футбольні матчі.

Ігровий різновид соціальної взаємодії набув статусу наукової проблеми, насамперед, у західній і частково в російській соціології. Німецький класик соціології М. Вебер відшукав специфічні ознаки власне соціальної дії, яку він визначив як таку активність, яка націлена на сприйняття й оцінку іншими суб'єктами ініційованої певним чином соціальної дії. У подальшому акціоналістський підхід М. Вебера набув модифікацій у соціологічних концепціях Ч. Кулі та Дж. Дьюї, але найбільш розгорнутий – у Дж. Міда і його послідовників. Цей напрям дістав згодом назву інтеракціонізму, який, у свою чергу, має два різновиди, що конкурують: рольовий і символічний інтеракціонізм. Деяким органічним відгалуженням від нього став так званий драматургічний метод, який, у свою чергу, має два різновиди чи модифікації: концепція “рольової презентації себе” в “примітивній культурі” В. Тернера і “презентації себе” в сучасному суспільстві І. Гофмана. Ці два відгалуження інтеракціонізму, а

переважно концепція “презентації себе” І. Гофмана, і сформували ідейно-теоретичні передумови нашого дослідження.

Тільки в соціологічній концепції І. Гофмана відбувається трансформація й інтерпретація внутрішньої сутності соціальної взаємодії [1–5].

І. Гофман, насамперед, акцентував увагу на смислового навантаженні соціальної взаємодії для самих суб’єктів, які взаємодіють. За такого підходу ситуація принципово інша, аніж вона виглядала б, наприклад, у контексті структурного функціоналізму. Якщо там роль є тільки динамічним аспектом статусу, його певною індивідуалізацією чи персоніфікацією, тобто чимось вторинним і наслідковим, то в І. Гофмана роль постає визначальною й первинною: розглядається як передумова та детермінанта статусу.

Як бачимо, методологія І. Гофмана протилежна парсонівській: у Т. Парсонса зміст ролі окреслений характером уже зайнятого статусу, у І. Гофмана – навпаки: роль як деяка соціальна гра окреслює загальний профіль статусу, якого прагне досягти суб’єкт соціальної взаємодії.

Цей напрям (теорія соціальної драматургії) є одним з відгалужень символічного інтеракціонізму.

Близькими до цієї тематики є результати наукових досліджень вітчизняних авторів, серед яких: І. Бекешкіна, І. Гавриленко, Е. Головаха, А. Гальчинський, Е. Доценко, Ж. Запорожець, О. Злобіна, В. Костенко, Ю. Кратанська, Т. Лебедева, А. Лобанова, С. Макеєв, І. Мартинюк, Л. Міхачова, В. Нечипоренко, Ю. Романенко, А. Ручка, В. Судаков, Ю. Сурмін, В. Тихонович, В. Третьяков.

У цій статті ми розглядаємо сутнісні характеристики соціальної вистави як різновиду ігрової взаємодії. *Метою статті* є виявлення поняттєво-категорійної моделі теоретичної рефлексії паралельних соціальних вистав як театралізованої (перформативної) форми ігрової соціальної взаємодії, її суб’єктів, мотиваційної структури, механізмів, наслідків у символічно-інтеракціоністських і дотичних до них соціологічних теоріях. Автори мають на меті визначити поняттєво-категоріальні особливості рефлексії паралельних соціальних вистав і такого її окремого різновиду, яким є спортивні ігри в цілому та футбольний матч зокрема.

Безумовно, футбол сьогодні можна розглядати як комерційний проект; у цьому плані він схожий на ярмарок, де відбувається активний товарно-грошовий і діяльнісно-символічний (грошей на розваги, надій на обіцянки, очікувань на задоволення тощо) обмін. Він виконує також усі інші функції формальної інституції (комунікативну, примусово-дисциплінуючу, стратифікуючу, інтегруючу, консолідууючу тощо).

Відомий канадський соціолог Г. Маклюєн, характеризуючи футбол у суспільствах, що переживають фазу реформування трайбалістської системи (англ. tribalism), а таким суспільством він вважав, зокрема, і Росію) підкреслював, що футбол “...чудово узгоджується з новими потребами в децентралізованій командній грі, притаманний електронному

часу. Експромтом можна б було припустити, що тісна племінна єдність... футболу робить його тією грою, яку повинні культивувати росіяни. Їх відданість хокею на льоду і футболу – двом украї індивідуалістичним формам гри, здавалося б, погано узгоджується з психічними потребами колективістського суспільства. Але Росія досі залишається в основному усним, племінним світом, який ще тільки відкриває для себе індивідуалізм як нововведення. Футбол і хокей на льоду мають, отже, екзотичну й утопічну якість, яка обіцяє, що вона ні в чому не поступиться Заходу” [6, с. 272–273].

Ми звертаємо увагу переважно на ті моменти цієї колективної (міжсуб’єктної) соціальної взаємодії, де відбувається не лише фізична (бігання за м’ячем), а й соціальна (розгортання соціального сценарію, реалізація соціальних ролей, розташування індивідів і груп на соціальних статусах) гра. При цьому активно використовуються фізичні (пиво, цигарки, спиртні напої, можливо, наркотики та соціально-символічні гасла, вигуки, пісні, музика, бубон тощо) збудники й активатори. На відміну від попередньо розглянутих видовищ, футбол збирає десятки й сотні тисяч людей різного віку, соціального становища, світогляду, досвіду, освіти, культури тощо. Проте при всій своїй масштабності футбол є досить закритою, відмежованою, ізольованою акцією та соціогруповою структурою, в якій, очевидно, і демонстративно проглядаються “ми” і “вони” група, як також і більш-менш відверта відчуженість, а інколи – і ворожість між ними.

Усупереч цьому футбол глибоко й органічно вкорінений у стиль і спосіб життя сучасних промислових суспільств, включаючи Україну. Особливістю футболу також є поєднання в собі характерних ознак співучасливого (грунтованого на добровільній співучасті) і медіа-конструйованого (базованого на зовнішній мобілізації й організації) типів вистави, що надає йому додаткової складності і робить цікавим об’єктом соціологічного аналізу.

Нарешті, футбольні змагання, з одного боку, вносять у буденні й ординарні людські дії та стосунки необхідний мінімум невизначеності, тривоги, напруги й авантюри, аби якимось вивести частину людей зі стану байдужості. З іншого – через штучну напругу й гострий конфлікт відвертається увага, енергія та сила від глибинних проблем, негараздів і суперечностей життя. Тому в ньому знаходять певне зречення й уявне розв’язання класові (панівний клас розважається в театрі, пригноблений – на стадіоні), гендерні (чоловіки – на стадіоні, жінки – на кухні), вікові (літні дивляться гру по телевізору, молоді – на стадіоні), поселенські (селянам футбол показує телевізор, жителям міста – доступна “жива” гра і т. д.) суперечності.

Отже, футбол є соціальною виставою, що сприяє штучному “гіпно-тизуванню” в усвідомленні соціальних відмінностей публіко-цільовою аудиторією за рахунок партисипативної соціальної дії. Партисипативна соціальна дія – це різновид соціальної дії, який забезпечує штучну

причетність (через ресурсні інвестиції) до самої події тих суб'єктів-учасників, які не беруть у ній безпосередньої участі.

Футбол включає в себе також структурні (формальний контроль, командну організацію, яка поширюється також на квазікомандну організацію вболівальників, дисципліну, примус, санкції) і позаструктурні (добровільну самоорганізацію, супутні розваги, владу авторитету, неформальні стосунки тощо) компоненти.

Разом з тим співучасть у футбольних змаганнях для вболівальників є важливим джерелом інформації та життєвої мудрості, засобом розмежування й консолідації, механізмом співучасті в перипетіях чужого життя, інструментом ідентифікації та відчуження як способом символізації власного життєвого світу й позиції (одяг, прапори, кліпи, значки, гучномовці, ритуальні жести привітання та зневаги, схвалення й осуду).

Усе це є знаряддям індивідуальної й колективної “презентації себе”. Модель цієї поведінки входить також у власний рольовий репертуар значної маси людей. Хоч це скоріше негативний колективізм, ґрунтований на запереченні та протиставленні себе суспільству. Із цього приводу І. Гофман зазначав: “Таємниче почуття приниження більш властиве даній спільноті, аніж колективна гордість і самоповага, бо вона (прихована приниженість. – *Авт.*) має служити командній солідарності, демонстрації єдності сприйняття й оцінок, у тому числі й з причин недостатньої самоповаги та впевненості в собі, які має компенсувати награна самовпевненість” [7, с. 171]. І в іншому місці: “Гра є та рамка, яка обрамляє деяку конкретну подію, надаючи їй іншого, окресленого способом сприйняття, додаткового смислу” [7, с. 20].

Футбол як різновид спортивної гри належить до структурних соціальних вистав, тобто таких явищ, які справді існують у житті, виявляються у формах самого життя, зумовлені дійсними життєвими обставинами, де можна більш-менш адекватно відобразити (описати, презентувати) структуру колективних мотивацій, упорядковану сукупність відповідних дій, спричиняючи попередні обставини й наслідки, вирізнити формальний (адміністративно-бюрократичний, правовий) і неформальний аспекти, вирахувати інвестиції й отриманий прибуток.

Отже, це – цілераціональна, за веберівською типологізацією, колективна дія тощо. Водночас тут має місце медійний аспект: без супроводу ЗМІ ця гра або не відбулася б, або була принципово іншою. Відповідно до цього можна стверджувати, що тут поведінка співучасників має демонстративний характер, тобто цілком підпорядкована цілям створити і певними націленими діями підтримувати в аудиторії (скоріше, сукупності аудиторій, частина з яких включає, по суті, представників з усіх соціальних прошарків, отже, включає в себе всю соціальну структуру суспільства) стійкий образ ситуації, сталі колективні мотивації, прогностичні очікування, раціональний розрахунок, колективні враження та реакції.

Отже, вона (футбольна вистава) разом з тим є партисипативною колективною дією, де мотивація, оцінки та дії окремих соціальних одиниць впливають із самого факту їх співучасті в цьому дійстві.

Будучи святом і деяким видовищем, футбол супроводжується активним залученням усіх засобів емоційного збудження, радісного піднесення і музикою, гамором збудженого натовпу, вигуками, політичними рекламними закликами тощо. Водночас активізуються й такі більш стійкі колективні почуття, як патріотизм (уболівання за “свою” команду), соціабельність (ширий відгук на будь-які комунікативні ініціативи незнайомих і малознайомих людей), ідентифікація (пошук “своїх” і самоізоляція від “чужих”), консолідація (на основі загального прагнення підтримати своїх), індивідуальної та колективної самореалізації через наслідування й залучення прийнятих у цьому середовищі зразків поведінки та реакцій.

Усі соціальні вистави взагалі, спортивні особливо, супроводжуються також активною колективною й ідеологічно-утопістською міфотворчістю. Тут міфи, ідеологія й утопія реалізують свою справжню функцію, виступаючи в ролі засобів активізації, ідентифікації та мотивації поведінки. Цьому особливо сприяє атмосфера загального збудження, колективної піднесеності, деформалізація стосунків, безпосередність контактів і активізація чи то дитячих, чи то несвідомих або підсвідомих імпульсів вічного свята, утопічного раю далеко в іншому місці існуючого чудесного острова щастя.

Ці настрої легко виникають і зручно накладаються на поширене навколо буяння давно омріяного багатства речового, поведінково-контактного й символічно-зреченого багатства. Механізм колективного зараження, наслідування й імітації тут і виявляється, і діє з особливою силою, формуючи та виплескуючи назовні етнополітичну, у тому числі українську мрію, яка поки що обережними першими кроками стверджується в нашому суспільстві.

Відповідно до основних співучасників цього процесу можна виділити (щонайменше) три відмінні форми колективної поведінки: власне футболісти (центральний компонент події, її основні герої), адміністрація (тренерський колектив, власник команди зі своїми службовцями, арбітри, делеговані на гру спостерігачі тощо) і вболівальники. Не грають лише адміністратори, для них це “робота” або “служба”. Проте наявність аудиторії (публіки стадіону, а також телеглядачів) провокує “демонстративний ефект”.

Полягає він у тому, що сам факт колективного сприйняття, споглядання й оцінки викликає зворотну реакцію. Можливість зіграти на публіку, щось продемонструвати, урахувати у власній поведінці факт чужого сприйняття, переживання й оцінки зумовлює нестримне бажання й потребу “справити враження”. Тому тренерський склад, судді, медична служба, усі ті, хто знаходиться в полі зору публіки, у міру своїх сценічних

можливостей грають. Те саме роблять і адміністратори та запрошені VIP-персони, особливо коли на них націлені об'єкти телекамер.

Безумовно, грають також і вболівальники, тобто вони поведуться так, як вони вважають за потрібне, необхідне чи вигідне для себе тоді, коли знаходяться в полі зору “інших”. Наскільки вони розігрують у цій ситуації свою особливу, специфічну лише для них, неповторну “самість”, чи розігрують легітимізовану колективною і навіть громадською думкою “роль” типового (для даної культурної ситуації) уболівальника, залежить від “артистичної” здатності індивіда та групи, яка, у свою чергу, є функцією від їх загальної соціалізованості.

Подібно до інших соціальних акцій, співучасть у футбольній виставі вимагає певних ресурсних витрат. Найбільш значущими з них є гроші (оплата вхідного квитка, а також усіх супутніх витрат) і час (незароблені гроші). У цьому аспекті грають лише вболівальники, адже будь-яка гра вимагає матеріальних витрат для отримання нематеріальних здобутків: радощів, насолоди, розваги. Матеріальний же прибуток (зиск) отримують футболісти й адміністрація. Отже, у цій соціальній взаємодії відбувається обмін матеріального (грошей і часу) на щось відмінне, але для цих людей дефіцитне та бажане – утіха життям.

Футболісти в цьому контексті справді “працюють”, як вони й самі визначають цю свою активність, і вона справді відповідає всім ознакам праці: є примусовою, регламентованою, оплачуваною, контрольованою, санкціонованою, потребує попереднього навчання й вишколу, якогось формального підтвердження своїх прав на здійснення цього заняття.

Футбольні вистави, і в цьому їх специфіка, зазвичай відбуваються таким чином, що їх центральна частина (у нашому випадку – матч) є слабшою, безбарвнішою, менш цікавою й видовищною, ніж підготовча. Передчуття події, її попереднє переживання, обговорення, дискусії із цього приводу, передбачення (прогнози) тощо, відчуваються й відбуваються енергійніше, емоційніше, ніж сама подія (футбольний матч).

Отже, можна попередньо сказати, що однією зі специфічних рис вистав такого роду є переважання периферії над центром (центрування периферії соціальної дії), у результаті чого зміщується вся його структурно-функціональна організація, тобто фактично відбуваються дві вистави в одній. При цьому, образно кажучи, одна вистава відбувається на сцені, інша – у глядацькому залі, а їх значущість і загальна акцентуація поперемінно зміщується в той чи інший бік.

Ще однією особливістю цього видовища є те, що його учасниками й дійовими особами одночасно є, так би мовити, прості люди та публічні актори (журналісти, радіо- й телекоментатори, політики, артисти, літератори – увесь публічний бомонд). Хоча, звичайно, пропорції тут нерівні, вони очевидно порушені на користь звичайних глядачів і професійних “фанів”.

Другою особливістю (але характерною не тільки для футбольних змагань) є очевидний перерозподіл перебігу цієї події на дві відносно

нерівні частини – очікування події і власне подію (очікування матчу та власне матч). Передчуття матчу не лише займає фізично більшу частину часу й супроводжується активнішими діями всіх його складових, воно залишає учасників більш задоволеними й супроводжується в цілому позитивнішими переживаннями, адже на цій стадії події всі співучасники ще сподіваються на краще й більше довіряють своїм власним передбаченням, які в цілому ґрунтуються на суб'єктивних очікуваннях і сподіваннях. Такий стан свідомості є, безумовно, утопічним і, подібно до “справжньої утопії”, покликаний активізувати та мобілізувати публіку.

Варто при цьому підкреслити, що це видовище реалізує сукупність усіх тих функцій, які зазвичай характерні для соціальних вистав. Через співучасть у них відтворюються й стверджуються всі вже існуючі відносини та структури: статуси, ролі, рівні престижу, символи, ритуали, процедури, дії й взаємодії. Підтверджуються старі та виникають нові знайомства, відновлюються й оновлюються звичайні споживацькі схеми, форми задоволення та насолоди. Нарешті, можна також стверджувати, що пролог тут гучніший, галасливіший (проте не завжди це обов'язково) і театральніший, як і епілог, ніж власне подія футбольного матчу. Крім усього іншого, це пояснюється також тим, що на час гри аудиторія змушена поводитися певним чином, перебуваючи при цьому в значному напруженні.

Однією з причин є також те, що в цей час (до і після гри) головною дійовою особою (суб'єктом діяльності) є глядачі, тоді як під час гри на сцену виходять футболісти й персонал, що обслуговує гру.

Важливо при цьому пам'ятати, що футбольна гра, як і соціальні вистави взагалі, є неординарною подією. Це – свято, вільний від жорсткої зовнішньої регламентації час і простір, рекреаційна діяльність, завдяки якій відновлюється загальна дієздатність людини до виконання своїх соціальних обов'язків і приписів.

Це значить, що всі учасники процесу, або їх переважна більшість, зайняті в цей час “презентацією себе”, відшукуючи й використовуючи для цього той арсенал ресурсів, які є в їх розпорядженні. Тому вони змушені та прагнуть “робити” відповідне публічне обличчя тим способом, який дозволяє їм їх попередній соціальний вишкіл.

Цьому сприяють святковий одяг, демонстративно збуджений і піднесений настрій, допоміжні технічні засоби “презентації себе” (гучномовці, прапори, аксесуари належності до певного клубу, транспаранти, письмові заклики, звернення тощо). Додатковим фактором і водночас показником загального збудження є: постійне ходіння, переміщення груп людей на завжди обмеженому просторі, несподівані коаліції, перманентне об'єднання й розпад людських тимчасових структур.

Голосні розмови, перегукування, несподіваний сміх і така ж несподівана лайка є органічними атрибутами таких зібрань. Вони якнайкраще засвідчують те, що натовп є відносно самостійною соціо-груповою структурою, яка має власну фізіономію, загальний вигляд, ритми

й закономірності поведінки, де окремих індивід набуває нових рис, підпорядковуючись очікуванням, вимогам і впливу оточення.

Подібно до всіх інших видів натовпу, футбольні вболівальники знеособлюються, змішуються й ототожнюються з іншими: усі розчиняються серед усіх, хоча при цьому значна частина людської маси (яка немов би протестує проти цього нівелювання всіх з усіма) одягає наявні яскраві елементи одягу й аксесуари, мета яких – виділитись. Самі ж організатори видовища поділяються залежно від свого функціонального призначення: виконавці й реалізатори тяжіють до авансцени, де прагнуть бути поміченими, залаштування (ляльководи й інші втаємничені фігури) намагаються замаскуватися, виступити в іншій іпостасі або зовсім зникнути з поля зору.

Що стосується глядачів, то вони демонструють не стільки свою внутрішню колективну єдність, скільки зовнішню схожість: у виразі облич, одязі, позах, жестах, рухах. Особливо помітні при цьому організовані колективні дії, коли виглядають як єдиний рух, єдиний жест, єдиний оплеск, єдиний зойк тощо. Деякі дії вражають своєю злагодженістю й організованістю: так звана “хвиля” (різні частини стадіону одночасно піднімаються й сідають, створюючи враження руху справжньої людської хвилі); загальний радісний виклик, зойк, зітхання полегшення, оплески. Проте залаштування при цьому не ухиляється від контролю за аудиторією, використовуючи для цього своїх оплачуваних чи добровільних помічників, а також технічні засоби для підсилення або гальмування колективного ажіотажу.

Звичайно, стадіон, у свою чергу, поділений на різні групи, котрі підтримують команди, які конкурують, тому боротьба на полі знаходить своє віддуння серед уболівальників у тій специфічній формі змагання, коли йде “стінка на стінку” (хто кого “перекричить”). Власне для цього вони сюди й приходять, для цього “презентують себе”. Зрозуміло, що це – символічне заміщення справжньої конкуренції, боротьби, змагання, а то й просто фізичного насильницького зіткнення. Усі ці процеси посилюються різного роду фізичними, хімічними й соціальними збудниками (алкоголь, наркотики тощо).

Колективні настрої й почуття посилюються також нетерплячим очікуванням перемоги, змішаним зі страхом поразки. А оскільки основна маса присутніх, крім 22 гравців на полі, безпосередньої участі в спортивному змаганні не беруть, змушені покладатися на спритність, вправність і досвід інших, це тільки посилює інтенсивність їхнього хвилювання, очікування й переживання.

Хоч виграш і програш тут має психосимволічну форму, вони не пов’язані в більшості випадків (за винятком ставок на виграш) з реальними набутками й утратами. Проте це реальні радощі й реальний сум у тому сенсі, що суб’єктивно вони переживаються саме так. Тому тут, як зауважує щодо аналогічних випадків І. Гофман, домінує опозиційна солідарність або “солідарна опозиційність”, де радість і сум постійно чергуються [7, с. 137].

Зрозуміло, що кожна конкретна гра ніколи не втілює цей образ-сценарій певною мірою, а є лише деякою віддаленою – наближеною копією уявлюваного проекту, водночас містячи в собі деяку схожість, морфологічну подібність. Соціальні вистави – це погіршена, спрощена й вульгаризована модель реалізації, точніше – дії з реалізації, деякого колективного міфу як реально нездійсненої утопічної мрії.

Якщо мати на увазі футбольне видовище, це будуть гравці, футболісти. Саме вони є носіями колективного ідеалу: здоров'я, сила, спритність, матеріальна забезпеченість, свобода (зокрема, вибору клубу як місця “роботи”), популярність, успіх, особливо в жіночій половині людства; безпосередньо його презентують ті дівчатка-підлітки, які юрмляться навколо тренувальних баз і стадіонів), авторитет – престиж. У цьому контексті футболісти, особливо найбільш успішні, є очевидною та реалізованою мрією, наочним взірцем щасливої долі, безпосередньо здатним до сприйняття й оцінки талантом. Якщо вистава або гра взагалі є деякою інверсією реального, буденного, звичайного життя, то футболіст цю інверсію представляє повною мірою.

Притягальна сила цього взірця, наочного прикладу везіння й успішності зворотна щодо прагнення “людини з натовпу” до споглядання власного ідеалу, а в більшості випадків – ідолу: чим вона (відстань) більша, тим поклоніння, схилення та вшанування вище. Із цього боку, одним з мотивів відвідин людьми стадіонів (як також і інших видовищ) є прагнення побачити, сприйняти та відчути свою виплекану мрію. Але будь-яка інверсія здатна до подальшої трансформації – реінверсії, тобто подальшої зворотної життєво-буденної “реінкарнації” ідеалу, його спрощення й вульгаризації. Тому найбільш очевидні риси (вони ж протилежності) особи футбольного (як і будь-якого іншого) уболівальника – деяке специфічне поєднання екзальтації й розчарування, ідеалізації та вульгаризації, захоплення й розчарування, піднесеності і депресії.

Зрозуміло, що вболівальники, футболісти й адміністрація (клубу і стадіону, обслуговуючий персонал) є трьома різними соціальними спільнотами, принципово відмінними в способах рекрутування (набору, афіліації в цю структуру), мотивації, поведінки, колективної ідентичності, групового образу навколишньої дійсності, самоідентифікації, сприйняттям “інших”, зокрема “вони-групи”, амбіціями, віком, рівнем доходу, освітою, відчуттям власної перспективи (життєвої траєкторії), регламентивними правилами формального та неформального характеру, санкцій, їх сприйняття й інтерпретації, соціабельністю тощо).

Найбільш чітко й рельєфно тут виявляється зовнішність і сутність футболістів, щодо яких можна висунути набір несумнівних тверджень. Насамперед, це професійна (любительський футбол, як відомо, навіть в Україні, це хлопчаки, які грають на вулиці) група, тобто представники спеціалізованого, оплачуваного, з гарантіями певного соціоекономічного становища й кар'єрної перспективи виду діяльності. Остання, у свою чергу, ґрунтується на певному загальному та спеціальному навчанні, відповідній

соціалізації й акультурації (набутті, засвоєнні й демонстрації певного культурного профілю), дисципліні, амбіціях, мотивації та здібностях. Вони всі мають більш-менш жорстко фіксований вік (16–28 років) і властивий характерний для цього віку стан здоров'я, фізичний потенціал та психічний склад, є амбіційними й самолюбивими, здатними до ризику та авантюри.

Їх у досить ранньому (коли вони ще не зовсім були сформовані) уже було виділено з-поміж подібних як носіїв деякого таланту чи специфічних здібностей. Як наслідок – не лише гонористість і амбіційність, а й агресивна реакція на будь-які спроби применшити їх значущість, домагання чи претензії.

Зрозуміло, що вони більш чуттєво й емоційно реагують і переживають як власний успіх та невдачі: хоча в способах прояву цих реакцій, особливо під час гри, на публіці, роблять це з певною награністю, театральністю. У цьому аспекті їх можна віднести до відомих людей, тобто вони, як і всі подібні їм люди сцени, звикають “грати на публіку”. Результат цього – звичка із часом стає другою натурою.

Подібно до всіх інших відомих і публічних людей, у них також вони, врешті-решт, стають залежними від власної популярності, тому, зійшовши зі сцени, тривалий час важко й драматично адаптуються до того, щоб “бути як усі”. Подібно до інших публічних людей, у них також є ще одна залежність: звикнувши до постійного перебування в піднесеному, святковому, радісному настрої, вони потім важко або зовсім не можуть звикнути до “суворих” буднів з їх сірою повсякденністю з усталеним стандартним ритмом, оскільки мають схильність до наркотизації свідомості як найпростішого способу заперечення неприйнятної для них дійсності. Не дивно тому, що алкоголіків, наркоманів та інших “святозалежних” серед них більше, ніж серед інших груп пересічних громадян. До речі, “святозалежні” як особлива спільнота могли б стати цікавим об'єктом соціологічного дослідження.

Адміністрація стадіону в цілому подібна до всіх їхніх братів-бюрократів. Вони також схильні до формалізації та регламентації відносин, ідеалізують правило (закон) і порядок, занадто чутливі до посадових та близьких до них відмінностей і ритуальних механізмів фіксації та визначення цих відмінностей, надають перевагу формі, а не змісту, найближчій меті, а не перспективним цілям, корпоративним досягненням, а не соціальним завданням тощо.

Що стосується вболівальників, активність яких у цій ситуації лише і варто називати грою (футболісти, за багатьма ознаками, працюють; адміністрація клубів і стадіону це робить, поза всяким сумнівом), то вони як соціогрупова структура мають досить невизначений профіль: рекрутуються з усіх станів населення, хоч переважно з його близьких до середнього прошарків; мають відмінну і навіть протилежно зорієнтовану мотивацію; демонструють досить розмаїту модель поведінки, більше того – в основі “презентації себе” лежать витівки і спрямування на шокування оточення; прагнення до консолідації й ототожнення себе з іншими

чергується з відвертою ворожістю й агресивним несприйняттям будь-якої відмінності в чужій поведінці; благородне всепрощення “своїх” співіснує з підозрами і звинувачувальним шельмуванням “чужих”: гравців чи вболівальників іншої команди, адміністративних функціонерів чи представників силових структур.

Варто при цьому підкреслити, що всі або більшість критеріїв і механізмів стратифікації й інтеграції, які мають силу й вплив поза стадіоном, тут втрачають вагу. Відносини між вболівальниками будуються не за економічною, владною чи престижною ознаками “глобального суспільства”; вводяться нові критерії стратифікації – емоційно-виставокулярні та впливово-презентаційні: обізнаність у футбольних справах, товариськість, комунікативність, ситуативна соціабельність. Великого значення при цьому набувають такі механізми впливу на інших людей, як маніпулятивні вміння, здатність впливати своїми настроями та нав’язувати власний образ ситуації, готовність подати свою позицію як наперед задану, зверхність і невідомо ким та як визначені переваги, засновані на лінгвістичних стереотипах цієї групи, – красномовність і ораторське вміння.

Особливе значення при цьому має не тільки (можливо, не стільки) уміння демонструвати власні переваги, скільки показ чужих помилок, огріхів, некомпетентності, дурощів, безглуздя та нісенітниць. При цьому ніхто і практично ніколи не набуває остаточно визначеного та продовженого стабільного статусу; він змінюється відповідно до ситуації (у просторі) і до особливого моменту дії вистави (у часі). Рідко буває так, щоб один і той самий індивід мав стабільний, продовжений і високий статус. Якщо ж таке буває або якщо таке допустити, маємо в цьому пункті фіксувати початок формалізації натовпу або створення (формування) деякої ситуативної соціальної стабільності, тобто виникнення соціального порядку із соціального хаосу.

Отже, попри деяку ситуативну стабілізацію і спонтанну формалізацію (створення статусно-рольової мережі взаємодії), цю спільноту краще назвати натовпом, ніж групою (спільнотою). Її механізми взаємодії та внутрішньої динаміки суттєво відмінні від усього стабільно існуючого, а тим більше – формально організованої групи.

Варто при цьому не забувати, що футбольна гра є, за термінологією зарубіжних дослідників, “медійно сконструйованою (media-constructed)” виставою [8, с. 91–107]. Це значить, що ЗМІ та аудіовізуальні засоби не тільки супроводжують, а й, по суті, визначають його форму, зміст і спосіб розгортання. У нашому випадку це, насамперед означає, що всі його учасники з більшою чи меншою схильністю і завзяттям “грають на камеру”. Веберівське визначення соціальної діяльності як розрахованої на сприйняття та оцінку активності інших тут знаходить не лише своє практичне втілення, а й набуває суттєвої трансформації: “інший” глобалізується, універсалізується, стає всесуспільним, деяким ідеальним уселюдським оком.

Висновки. Кожен учасник цієї соціальної драми потенційно може й часто буває “співкомунікатором” будь-кого іншого, на цьому стадіоні чи будь-де в іншому місці; кожен учасник цієї вистави грає для всіх, посилає свій месидж практично “у всесвіт”. Це також означає крайній, граничний рівень соціалізації найбуденіших проявів життя звичайної ординарної людини. Згадаймо сцену побиття бійцем дніпропетровського спецназу якоїсь дівчини-підлітка (стовідсоткового персонажа київських вулиць) на одному з футбольних матчів під час чергового протистояння різних фракцій українського політикуму. Така співприсутність могутніх комунікативних технічних інструментів надає видовищній соціальній взаємодії зовсім інших рис і спрямованості, робить соціальну гру подвійною, тобто одночасно спрямованою на сприйняття й оцінку найближчого та досить віддаленого оточення “іншого”.

Соціальні індивіди та групи стають за таких умов не стихійними, а свідомими артистами, які цілком осмислено виписують і виконують свою партію, погоджуючи чи протиставляючи її грі інших. У подібних умовах індивід і група ніби роздвоюються, демонструють подвійний смисл своїх дій: вони стають одночасно повсякденними й “історичними” фігурантами, тобто включеними в стихійний історико-соціальний процес.

Виділивши футбольні матчі як особливі театралізовані форми взаємодії, ми в жодному разі не хочемо сказати, що це виключно українські соціальні явища. Вони аналогічні найбільш поширеним сучасним формам колективної взаємодії, характерної для інших промислових суспільств. Отже, як об’єкт чи предмет дослідження вони повинні аналізуватись на тих самих ідейно-методологічних і науково-методичних засадах, на яких це відбувається в інших західноєвропейських, північноамериканських чи близьких до них суспільствах і типах соціології.

Література

1. Goffman E. Asylums / E. Goffman. – Chicago : Aldine, 1962. – 212 p.
2. Goffman E. Gender. Advertisement / E. Goffman // Studie and the Antropologie of Visual Communication. – 1976. – № 3. – P. 69–95.
3. Goffman E. Interaction Ritual: Essay on Face – to-Fase Bihavior / E. Goffman. – N. Y. : Anchor Books, 1967. – P. 5–47.
4. Goffman E. Stigma. Prentice / E. Goffman. – Hall : Englewood cliffs, 1963. – 264 p.
5. Goffman E. The Presentation of Self in Everyday Life. / E. Goffman. – N. Y. : Anchor Books, 1959. – 136 p.
6. Маклюэн Г.М. Понятие медиа: Внешние расширения человека / Г.М. Маклюэн ; пер. с англ. В. Николаева. – 2-е изд. – М. : Гиперборей : Кучково поле, 2007. – 464 с.
7. Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни : пер. с англ. / И. Гофман. – М. : Канон-Пресс-Ц, 2000. – 302 с.
8. Deegan M.J. American Rituel Dramas. Social Rulles and Culturel Meaning. / M.J. Deegan. – N. Y. : Greenwood Press, 1989. – 188 p.

Орлова О.І., Скідін Л.О. Футбольний матч як різновид паралельної соціальної вистави

Статтю присвячено соціологічному аналізу поняттєво-категоріальних особливостей рефлексії паралельних соціальних вистав і такого її окремого різновиду, як спортивні ігри, на прикладі футбольного матчу.

Ключові слова: футбольний матч, паралельна соціальна вистава, колективна соціальна взаємодія, виставоподібна ігрова взаємодія, перформативна соціальна дія, суб'єкти міжгрупової взаємодії.

Орлова О.И., Скидин Л.О. Футбольный матч как разновидность параллельного социального представления

Статья посвящена социологическому анализу понятийно-категориальных особенностей рефлексии параллельных социальных спектаклей и такой их разновидности, как спортивные игры, на примере футбольного матча.

Ключевые слова: футбольный матч, параллельный социальный спектакль, коллективное социальное взаимодействие, спектаклеподобное игровое взаимодействие, перформативное социальное действие, субъекты межгруппового взаимодействия.

Orlova O., Skidin L. Football match as a kind of parallel social representations

Article is devoted to a sociological analysis of conception-categorical particularities of parallel reflexive social performance and such theirs diverse as sport plays at the example football match.

Key words: football match, parallel social performance, collective social interaction, performance liked played interaction, performed social action, subjects between group interaction.