

## КОНСТРУЮВАННЯ МАСКУЛІННОСТІ В ІНСТИТУТІ СПОРТУ (на прикладі українських футболістів)<sup>1</sup>

У статті подано результати теоретичного та емпіричного дослідження, мета якого полягала у з'ясуванні ознак конструювання маскулінності в українських чоловіків, які залучені до напівпрофесійного командного спорту (на прикладі футболу). Виділено та охарактеризовано три групи чинників, що впливають на конструювання маскулінності в інституті спорту.

**Ключові слова:** інститут спорту, маскулінність, конструювання, українські футболісти.

Згідно із статистичним дослідженням Міжнародної федерації футболних асоціацій (FIFA, Federation Internationale de Football Association), проведеним у 2006 р., загальна кількість гравців у світі становить 265 мільйонів, що відповідає 4,13 % населення Землі [1]. У серпні 2003 р. на показі чоловічої моди в Мілані у ролі моделей у повному складі виступила відома футбольна команда «Інтер». Чемпіон світу з боксу Віталій Кличко на виборах в 2006 р. одночасно балотувався в народні депутати України, депутати Київщини і на посаду мера Києва. А кількома місяцями по тому найкрасивішим чоловіком України було визнано воротаря футбольного клубу «Динамо Київ» Олександра Шовковського.

Аби наслідувати своїх кумирів і стати «справжніми чоловіками», хлопчики прилучаються до спорту та присвячують йому інколи все життя. Завдяки видовищності й комерційності, командний спорт (зокрема, футбол) має значно більше учасників і прихильників, ніж індивідуальний. Натомість питання залученості чоловіків до футболу як командної гри, дозвілля, середовища соціалізації тощо (які лежать на перетині таких соціологічних дисциплін, як *соціологія спорту* та *соціологія маскулінності*) залишаються мало вивченими в українській соціології. Серед західних дослідників питання конструювання гендерних ідентичностей в інституті спорту досліджували Д. Левер (J. Lever), М. Месснер (M. Messner), Л. Брайсон (L. Bryson), М. Холл (M. Hall), Р. Коннел (R. Connell), Д. Бенджамін (J. Benjamin) та інші.

### Основні поняття дослідження

Інституціоналізація спорту відбувалася тривалий період, упродовж якого такі форми соціальної взаємодії, як ігри та змагання, пройшли

процес об'єктивації та інституціоналізації. Спорт – це сукупність суспільних цінностей, норм, ролей і статусів, системи комітетів, організацій і закладів, що займаються координацією та керівництвом, мережі численних правил, інструкцій і заборон, державного законодавства.

Інтерес наукової спільноти до спорту посилювався в 1930-х рр., що пов'язується з критикою спортивного духу сучасності в працях Х. Ортега-і-Гассета, Й. Хейзінга, Ф. Знанецького, соціологів Франкфуртської школи і близького до них З. Кракауера [2]. П. Бурдьє зазначав, що соціологи зіштовхуються з низкою перепон, досліджуючи інститут спорту, і пов'язував проблематику з тим, що дослідники одночасно перебувають у спортивному і соціологічному світі, тобто, займаються дослідженням не тільки соціальної поведінки спортсменів, а й їх суто спортивної діяльності [3].

У науковій літературі, де розглянуто проблеми спорту [4; 5; 6; 7; 8], основну увагу приділяють здебільшого педагогічним, психологічним, медико-біологічним аспектам. Огляд написаного про спорт за останнє століття дає змогу побачити, що праці авторів, які аналізували інститут спорту, представляють, насамперед, аналіз ролі спорту в мас-медіа, описання природи гри і перетворення її на спорт, проблем спортивної етики (чесної гри, допінгу, рівності статей), а також аспектів спорту, які потребують парадигматичної ясності: значення спорту; спорт і суспільна думка; побічні дії занять спортом; дуалізм (холізм) тіла і особистості в спорті [9; 5; 10]. Незважаючи на те, що інституційний аналіз проник у дослідження спорту вже досить давно, мало праць присвячено саме конструюванню маскулінності в інституті спорту. У 1990-х рр. ХХ ст. низка дослідників, таких як М. Кіммер

<sup>1</sup> Це дослідження було здійснене протягом 2010–2011 навчального року в рамках написання кваліфікаційної роботи на здобуття академічного звання бакалавра соціології О. П. Швець під керівництвом Т. О. Марценюк. У цій статті подано лише певну частину бакалаврського дослідження.

(М. Kimmel), М. Месснер (М. Messner), Р. Коннел (R. Connell), Дж. Херн (J. Hearn) та інші, здійснили соціологічні дослідження, присвячені питанням маскулінності та чоловікам. Проте вони у своїх розвідках рідко звертали увагу на напівпрофесійний спорт як елемент конструювання чоловічої маскулінності.

Визначаючи маскулінність, австралійська дослідниця соціології маскулінності Р. Коннел зосередилася на процесах і взаємовідносинах, за допомогою яких чоловіки та жінки живуть у межах своєї соціальної ролі [11, с. 71]. І. Кон розглядав маскулінність не тільки як описову категорію, а також як аскриптивну, що позначає один з елементів символічної культури суспільства, сукупність соціальних уявлень, установок і вірувань про те, чим є чоловік, які якості йому приписують; та преспективну, як систему приписів, що стосуються не середньостатистичного, а ідеального «справжнього» чоловіка, нормативного еталона маскулінності [12].

На думку М. Месснера, спорт як соціальний інститут – це ідеальна можливість для вивчення чоловіків і маскулінності, а також виявлення расової і класової динаміки [13, с. 218]. Р. Коннел характеризувала «спорт – як найважливіший інститут для вираження маскулінності» [8, с. 85], оскільки, на думку авторки, саме в спорті чоловіче домінування над жінками стає «природним» і пов'язується з соціальним розподіленням насилля. Спорт конструє гендерні відмінності, а потім, значною мірою завдяки ЗМІ, вибудовує навколо них структуру символів і тлумачень, які їх обґрунтовують [14].

### Ознаки конструювання маскулінності в інституті спорту

Дослідники інституту спорту визначають кілька ознак конструювання маскулінності чоловіками. Дедалі більшу увагу соціальні науки приділяють проблемі *тілесності чоловіка*. Значною мірою цей факт пов'язаний з усвідомленням політичності тіла – його активної репрезентації у засобах масової інформації, все більшого відтворення у сфері не приватного, а публічного простору. Розуміння тіла не як тимчасового пристанища для душі чи обителі розуму, а як оформлюваного, створюваного і такого, що містить ознаки існуючої системи соціальних конвенцій і нормативів, вперше було запропоновано в працях М. Фуко [15, с. 168–176]. Ще однією причиною активного дослідження тілесності чоловіка є культура споживацького суспільства [16; 17]. Молоде, модне, спортивне тіло стало іконою консюмеризму. Культура тіла існує як самоціль і як ресурс створення іміджу чоловіка, невід'ємний елемент *«корпоративного стандарту»* [18,

с. 102]. Заняття спортом для побудови «ідеального» чоловічого тіла – одна з основних ознак конструювання маскулінності у чоловіків, яка, насамперед, є наслідком пропаганди споживацького стилю життя.

У той же час особливості чоловічої спортивної поведінки відображають конструювання *ієрархії та стратифікації серед чоловіків*. Спорт дає можливість хлопцям проявити чи «довести» свою маскулінність і бути визнаним серед інших хлопців [4, с. 619–625]. Одна з концепцій, що відображає відносини у структурі маскулінності – концепція «гегемонної маскулінності» Р. Коннел. Авторка визначає гегемонну маскулінність як «конфігурацію гендерної практики, що втілює актуальну на певний момент відповідь на питання щодо легітимності патріархату, яка гарантує домінантне становище чоловіків та субординацію жінок» [11, с. 80]. На думку Р. Коннел, у певний проміжок часу певний тип маскулінності у тій чи тій культурі домінує над іншими. Наприклад, ідеал гегемонної маскулінності у США другої половини ХХ ст. – білий чоловік, протестант, представник середнього класу.

Інститут спорту може опосередковано сприяти *конструюванню маскулінності*, не пов'язаної безпосередньо зі спортом, бути так званим «трампліном» для отримання ресурсів. Наприклад, для вступу до вітчизняних вищих навчальних закладів тривалий час існували пільги для спортсменів. Наявність високих спортивних досягнень спрощувала вступні іспити з певних спеціальностей до військових та педагогічних університетів. В армії хлопці, які мають розряд з певного виду спорту, часто служать у спортивних ротах, беруть участь у змаганнях, отримують нагороди і підвищення по службі за свої спортивні результати. Таким чином, спорт у житті чоловіка надає можливість зробити інший, «успішніший» життєвий вибір – ще один крок задля досягнення статусу носія гегемонної маскулінності.

Конструювання різних типів маскулінності в інституті спорту є наслідком *стратифікації серед видів спорту*. В основі стратифікації різних видів спорту лежить відповідність суспільним очікуванням про гегемонну маскулінність. Причому, у суспільстві є стереотипи стосовно так званих «псевдо-спортсменів», таких як «шахіст», чий тип маскулінності не є гегемонним, а, швидше, підпадає під класифікацію так званої *«романтичної маскулінності»* (romantic masculinity) [19, с. 137]. Згідно з даними досліджень, найбільше соціальне несхвалення в суспільстві викликає професійний бодібілдинг (body-building) як практика безглузкого нарощування мускулатури для подальшої пасивної і відкритої

демонстрації себе як об'єкта перед суддями на змаганнях – суб'єктами [20]. Саме тому, на думку І. Кона, вищий ступінь ієрархії спортивної маскулінності належить не «Містеру Всесвіт» – переможцеві змагань культуристів, а чемпіону світу з боксу в суперважкій ваговій категорії, що поєднує якості тілесної й інтелектуальної міцності [4, с. 612–628]. Така ознака конструювання маскулінності як стратифікація різних видів спорту зумовлена кількома факторами. Перш за все, один вид спорту може вважатися більш «чоловічим», ніж інший, якщо в ньому можна проявляти якомога більшу фізичну силу, витривалість та інші стереотипно традиційні маскулінні якості. Окрім того, окремого дослідження потребує питання стратифікації різних видів спорту відповідно до кількості глядачів та їх гендерного співвідношення.

Інститут спорту також є *гомосоціальним середовищем соціалізації* для чоловіків. Неформальні відносини всередині чоловічих груп сприяють конструюванню їхньої гендерної ідентичності та класової належності за допомогою створення чіткого кордону між ними, жінками і чоловіками із нижчих прошарків суспільства. Чимало чоловічих компаній або першопочатково склалися на ґрунті спільного інтересу до спорту, або і далі виникають на основі спорту як основного варіанта проведення дозвілля. Чоловіче гомосоціальне середовище, яке забезпечується інститутом спорту, допомагає спортсменам-чоловікам зберігати зв'язки навіть через кілька років після відходу від спортивної кар'єри.

Вагомий вплив на конструювання маскулінності у чоловіків чинять *засоби масової інформації*. Значущість досліджень медіа-репрезентації зумовлена загальним зростанням значення ЗМІ, їх глибинним і різноманітним впливом на повсякденне життя. Та й спорт, своєю чергою, завдяки популярності забезпечує засобам масової інформації широку аудиторію, яка постійно зростає, даючи змогу виконувати як інформаційні, так і розважальні функції. Наукові праці, пов'язані з аналізом медіа-простору, свідчать, що одним із завдань ЗМІ для чоловіків є пропаганда певного стилю споживання і образу життя як єдино правильного шляху до успіху [16]. Засоби масової інформації додають спорту такої популярності, яка ставить його героїв поряд, чи навіть вище від зірок кіно і естради. Показовими є постаті Д. Бекхема, М. Джордана, Р. Федерера, М. Шумахера, К. Роналду та інших супервідомих спортсменів, які певний час слугували іконами маскулінності для величезної кількості спортивної аудиторії, що обертається як матеріальним інтересом, так і високим соціальним престижем.

Еталони маскулінності репрезентуються на сторінках журналів через репертуар образів «чоловіка-споживача». За допомогою перелічених елементів споживання і їх кодифікування, як невід'ємних атрибутів мужності, створюється *«корпоративний стандарт» гегемонної маскулінності* (іншими словами, «маскулінність, що займає гегемонну позицію у поданій моделі гендерних стосунків» [21]). «Стандартизовані» еталони маскулінності демонструються через конкретні образи «справжніх чоловіків». Важливу роль у репрезентації споживання відіграє спорт. «Справжній» чоловік присвячує спорту свій вільний час, заняття спортом – його хобі, яке потребує не менших витрат, ніж робота чи кар'єра. Ексклюзивність гегемонної маскулінності підтверджується також і набором спортивних занять, що приписуються «справжнім» чоловікам, які стають стратифікуючою ознакою між ними та усіма іншими чоловіками.

Низку важливих факторів конструювання маскулінності серед спортсменів-підлітків наводить І. Кон. По-перше, спорт відволікає підлітків з вулиці; по-друге, включає хлопців у нові, позитивні соціальні зв'язки і види діяльності, по-третє, ігрова спортивна агресія дає змогу розрядити потенційну внутрішню агресивність підлітка, яка без цього могла б знайти соціально небезпечний вихід; по-четверте, спорт зміцнює характер хлопців, навчає їх підкорюватись дисципліні [4, с. 624–625].

У результаті аналізу спорту як соціального інституту ознаки конструювання маскулінності в ньому доцільно поділити на три категорії: фізіологічні, психологічні та соціальні. До *фізіологічних ознак* належать: формування фізично здорового чоловіка; створення і зміцнення захисної функції чоловічого тіла. *Психологічні ознаки* конструювання маскулінності проявляються у компенсації чи симуляції нестачі традиційної маскулінності; ототожненні зі спортсменами через пасивне споживання мас-медіа; формуванні командного і змагальницького духу; наслідуванні соціальних практик внаслідок психологічного ланцюга «всі – я»; справлянні враження на жінок; психологічній потребі в самозахисті; розрядці потенційної внутрішньої агресії через ігри.

Наостанок, до *соціальних ознак* конструювання маскулінності слід віднести підтримку наявних соціальних зв'язків; утворення нових соціальних груп і формування нових зв'язків; формування гендерних відмінностей; використання образу «спортсмена» для здійснення висхідної мобільності; підтримку «корпоративного стандарту»; формування образу нормативної маскулінності в сфері споживання через опосередкований вплив медіа-репрезентації.

### Маскулінність українських напівпрофесійних футболістів

Для дослідження конструювання маскулінності в інституті спорту було проведено інтерв'ю з одинадцятьма <sup>1</sup> українськими футболістами. У цій роботі досліджено представників напівпрофесійного командного футболу <sup>2</sup>. Під напівпрофесійними футболістами ми розуміли гравців, які мають спортивний розряд з футболу, є постійними учасниками футбольних команд, беруть участь у футбольних турнірах і можуть отримувати за це гроші, але для яких футбол – не основне джерело фінансового доходу.

Формальними ознаками вибірки були: вік респондента (18–25 років), наявність другого або першого розряду з футболу, як мінімум 5 років постійних тренувань. Вибірка респондентів проводилася відповідно до методу «снігової кулі». Як виявилось, респонденти з дитинства почали займатися спортом, середній термін тренувань становив 11–15 років; проживали і займалися спортом у Києві, Донецьку, Вінниці, Конотопі, Одесі, Білій Церкві.

Усі матеріали інтерв'ю <sup>3</sup>, що стосувалися процесів та механізмів конструювання маскулінності у напівпрофесійних футболістів, ми поділили на три аналітичні категорії: агенти конструювання маскулінності, дискурсивні стратегії конструювання маскулінності та практики конструювання маскулінності (див. табл.).

Таблиця. Конструювання маскулінності у напівпрофесійних футболістів: аналітичні категорії

Дискурсивні стратегії конструювання маскулінності	Агенти конструювання маскулінності	Практики конструювання маскулінності
«Футбол – поле бою» «Футбол – битва» «Футбол – чоловіча територія» «Я – футболіст» «Моє оточення – спортсмени»	Батьки Тренер Команда Капітан Друзі та ровесники Медіа	Інтенсивний режим тренувань Висхідна соціальна мобільність футболіста

Під агентами конструювання маскулінності ми розуміємо осіб, що на різних етапах становлення хлопчика як футбольного гравця впливали на його уявлення про себе як чоловіка, а також засоби масової інформації, за допомогою яких у суспільстві поширюється домінуюче уявлення

<sup>1</sup> Така кількість проведених інтерв'ю вважалася достатньою для аналізу, оскільки після дев'ятого інтерв'ю відбувся повтор відповідей попередніх респондентів, що є ознакою перенасичення даних.

<sup>2</sup> Респонденти дослідження були обрані серед напівпрофесійних футболістів, оскільки доступ до них був легшим, порівняно із представниками професійного футболу.

<sup>3</sup> Аналіз матеріалів інтерв'ю з гравцями напівпрофесійних футбольних команд було здійснено за допомогою програми «Weft QDA» версія 1.0.1 (вільного програмного забезпечення, що перебуває у відкритому доступі).

про маскулінність. Оскільки маскулінність є соціальним конструктом, ми вважаємо, що вона конструюється у процесі взаємодії як актора з агентами конструювання маскулінності, так і інтерв'юера та респондента під час їхнього спілкування на цю тему. Тож у цій праці ми розуміємо дискурсивні стратегії конструювання маскулінності як лінгвістичні та соціокультурні практики взаємодії індивіда та акторів конструювання маскулінності, що актуалізовані під час розмови інтерв'юера з цією особою на тему «конструювання маскулінності в інституті спорту». Під практиками конструювання маскулінності визначено певні види діяльності, здійснювані в межах занять футболом, що сприяють конструюванню та відтворенню традиційно маскулінних рис футболістів.

### Агенти конструювання маскулінності в напівпрофесійному футболі

До агентів конструювання маскулінності належать: батьки, тренер, команда, капітан команди, друзі та ровесники, медіа. Фактично це агенти соціалізації, оскільки конструювання маскулінності є однією зі складових процесів соціалізації. А соціалізація індивіда, як відомо, триває протягом усього його життя. Функція агентів конструювання маскулінності у цьому процесі є специфічною і полягає не лише у тому, що зазначені агенти безпосередньо впливають на формування у хлопчика маскулінних рис, адже вони виконують усі інші функції соціалізації.

Найпершими агентами конструювання маскулінності в інституті командного спорту є батьки, друзі та медіа. Майже всі респонденти зазначили, що потрапили до футбольної секції у ранньому віці (в середньому від 6 до 8 років). В основному, до секції їх привів хтось із батьків: частіше – **батько**, проте в деяких випадках – мати: «У 6 років мене батько відвів в ДЮСШ № 1 на секцію футболу до мого першого тренера» (С., 4, 20); «В сім років мама мене відвела на футбол, хоча я в принципі ще не знав, що то таке» (Т., 22); «Батько, пам'ятаю, перший раз відвів до знайомого тренера на тренування» (Л., 22).

Отже, насамперед батьки залучають синів до командного спорту. Також на цьому етапі конструювання маскулінності діє важливий механізм цього процесу, який передбачає залучення хлопчика до гомосоціального чоловічого середовища. Саме на цьому проміжку для хлопця важливо здобувати підтримку з боку батька, визнання його досягнень.

Крім батьків, значний вплив на залучення хлопців до футболу мають **друзі та ровесники**. В деяких випадках вони також є «провідниками»

<sup>4</sup> З етичних міркувань імена респондентів змінено.

до футбольної секції: «Я би, мабуть, навряд чи пішов, а так. Сумісним рішенням вирішили піти на тренування» (В., 21); «На перше тренування мене запросили мої друзі» (І., 21). Також ровесники відіграють важливу роль у залученні хлопця до командної гри, входження, таким чином, у чоловічий колектив. Як правило, початковий інтерес до футболу з'являється ще на рівні дворової команди, де хлопець грає у футбол із ровесниками. На цьому етапі у нього починає формуватися відчуття «команди», а також дихотомія «свій–чужий» через протистояння із старшими хлопцями, що не беруть малечу до гри.

Ще одним агентом конструювання маскулінності на етапі входження хлопчика до світу командного спорту є засоби масової інформації, зокрема телебачення та комп'ютерні ігри. Таке залучення відбувається через спільні із татом перегляди футбольних матчів, обговорення результатів із друзями в дворі, а також через управління гравцями команд у комп'ютерних іграх. Телебачення також дає ідеальну картинку для наслідування, формує з футбольних гравців різних команд кумирів молоді, тим самим спонукає хлопців прагнути бути такими самими, досягати успіху: «Я змалку любив дивитися футбольні матчі по телевізору, мені було цікаво дивитися, як це все відбувається» (К., 22); «Коли в мене з'явився комп'ютер і комп'ютерні ігри стали популярними, і я почав грати в ці футбольні ігри, наприклад "FIFA". Це було популярно серед моїх друзів, ми грали з ними по локальній мережі в ці ігри і так весело проводили час» (М., 20).

Після того, як гравець інтегрується в команду, провідну роль у конструюванні маскулінності починають відігравати нові агенти: тренер, команда та капітан команди. **Тренер** відіграє дуже важливу роль у конструюванні не лише маскулінності, а й особистості напівпрофесійних футбольних гравців, оскільки для них він є беззаперечним авторитетом: «Тренер – це навіть більше ніж півкоманди. Людина, яка має бути беззаперечним авторитетом у колективі» (К., 21).

За висловлюваннями респондентів, він виконує декілька ролей: творця, вихователя-наставника, наглядача-карателя, психолога, родини, двигуна. Роль творця полягає у формуванні тренером особистості гравців, впливу на їхні морально-вольові якості, формування командного духу; пов'язує розрізних людей в одну команду: «...тренер будує особистість ще з дитинства» (К., 22); «Нами керує тренер, який нам дає різні настанови, поради, як правильно грати» (П., 20). Дисциплінарні функції та функції покарання, розв'язання суперечок тренер виконує у функції наглядача-карателя: «...тренер досить суворий... змушує нас максимально вилізжуватись, показувати свої здібності» (О., 22).

«У нас на тренуванні, коли я ще у Вінниці грав, двоє хлопців побилися. І тренер одного з них вигнав, тому що він був, скажем так... розбишакою (сміється). Це було не перше його дисциплінарне порушення, тому наш тренер його вигнав з команди» (П., 19).

У ролі вихователя-наставника тренер виступає, коли пояснює членам команди правила гри, її тактику, стратегію тощо, а також коли дає настанови перед грою, розповідає футбольні «фокуси»: «Він (тренер) не просто ставить нам гру, він вчить нас жити» (Р., 21). Роль двигуна тренер виконує, коли налаштовує гравців на перемогу під час гри, розробляє стратегію і тактику гри: «Коли тренер нам дає настановку, кричить, підбодряє, робить так, щоб ми вірили в свої сили і хотіли виграти у суперника» (К., 20).

Окрім своїх формальних ролей, безпосередньо пов'язаних із процесом тренування, тренер для футболістів також виконує функцію когось із членів родини та психолога, оскільки дає поради щодо особистого життя та допомагає розв'язувати поточні проблеми, наприклад, із влаштуванням підопічних до ВНЗ чи організацією «відборів» до команд вищого рівня: «... вважаю (тренера) його можливо другим батьком, оскільки він помагає в особистих проблемах, в проблемах поза футбольним полем, в повсякденному житті» (Н., 20).

Отже, тренер є важливим агентом конструювання маскулінності, оскільки він є беззаперечним авторитетом для усіх респондентів, від його оцінки залежить статус гравця у команді, його авторитет серед інших гравців. У взаємодії з тренером та порівнянні із ним відбувається конструювання маскулінності гравця. Тренер виступає найсильнішою фігурою, своєрідним «патріархом», що наділений владою карати. Його слова не піддають сумніву. Місце тренера в ієрархії, хоч і є найвищим завдяки статусу, авторитету та віку, проте деякі гравці борються за те, щоб замістити його, символічно вилучаючи його з команди, виносять за межі поля, що також є спробою підвищити своє місце в ієрархії, використовуючи психоаналітичну термінологію, намагається «вбити батька»: «Але, тим не менше, хоч і... вони (тренер і його помічники) знаходяться поза полем. А на самому полі є капітан команди...» (Г., 19).

Ще одним агентом конструювання маскулінності є **капітан команди**, що має трохи вищій ступінь ієрархії, ніж решта гравців. Респонденти порівняно мало говорили про капітанів їхніх команд. Напевно, це пов'язано із тим, що кожен із них потай конкурує із капітаном за першість у команді. Його функцію переважно визначають як регента тренера на футбольному полі: він повинен допомагати іншим гравцям, підказувати,

формувати командний дух під час гри: *«Він повинен не давати гравцям розслаблятися, мотивувати та заводити до боротьби. Саме тому вибір капітана – це дуже відповідальна місія»* (К., 21). Але, з іншого боку, капітан команди є найвищим в ієрархії на полі, тож, як бачимо з попередньої цитати, він намагається утвердити свій статус, замістивши навіть тренера. Серед інших десяти гравців капітан має трохи вищий статус, оскільки його роль передбачає символічну владу над гравцями на полі: він «веде» команду під час гри.

Окрім капітана команди та тренера важливим агентом конструювання маскулінності є сама **футбольна команда**. Із нею пов'язано чимало функцій, що дають змогу чоловікам стверджувати свою маскулінність: це і справжня чоловіча дружба, *«коли спиною відчуваєш партнера по команді»*, відчуття досягнення мети (перемоги), підтримки, особливого командного духу: *«А командний дух – це те, що, знаєте, я вважаю, що як коли ми виходимо на поле, нас 11 чоловік і ми всі граємо як один, ми всі граємо один за одного»* (Д., 20).

У команді гравці напівпрофесійного футболу знаходять однодумців, які поділяють їхні інтереси; спілкування із товаришами по клубу (не лише про футбол, а й про особисте); відчуття сили (підсилене уявленням про командну єдність, зіграність команди: *«єдиний організм»*): *«Футболісти не виступають індивідуально на змаганнях, виступає команда, тому командні досягнення перш за все – самі важливі в цьому виді спорту»* (Т., 22).

Команда є важливим елементом конструювання маскулінності, оскільки через відчуття спільності індивідуальна маскулінність кожного із гравців, фактично, підсилюється. Також належність гравця до напівпрофесійної футбольної команди робить його автоматично маскуліним за визначенням, а командна гра це лише підтверджує.

### **Дискурсивні стратегії конструювання маскулінності в напівпрофесійному футболі**

Окрім агентів конструювання маскулінності, респонденти вживали різноманітні дискурсивні стратегії щодо футболу як інституту конструювання маскулінності: уявлення про футбол як «поле бою», «битву»; визначення футболу як чоловічої території (де домінують чоловіки та з якої вилучені жінки), формування образу «я – футболіст» (через опис власних досягнень, привілеїв, які надає футбол, а також морально-вольових та фізичних якостей, набутих у грі); відокремлення від інших соціальних груп та чоловіків-неспортсменів (за допомогою визначення власного кола спілкування).

Респонденти переважно описували футбол, вживаючи метафору «поля бою», «битви». Таким чином, гравці підкреслюють, що на футбольному полі вони займаються традиційно чоловічою справою – війною. Ризикованості цієї справи додає той факт, що футбол – небезпечна, травматична гра, а отже, під час неї гравці можуть отримати символічні «поранення» та «шрами» як на справжньому полі бою: *«Футбол передбачає собою боротьбу, а боротися – це одна з характеристик чоловіка взагалі»* (П., 19); *«Так як футбол вважається одною з найнебезпечніших, один з найбезпечніших видів спорту... це дуже травматичний спорт. Часто гравці отримують важкі травми, переломи»* (Д., 22).

Напівпрофесійні футболісти, говорячи про роль команди у перемозі, зазначали, що «один у полі не воїн», тобто один гравець, не зважаючи на його особливі риси, не зможе привести команду до перемоги. Для результату потрібна командна єдність, допомога не лише всіх гравців, а й тренера, вболівальників і навіть членів родини: *«Якби зібрати одинадцять класних ігравців і поставити їх грати – ніякого футболу не вийде, не буде ніякого досягнення і успіху, і компромісу»* (Л., 20).

Майже всі гравці використовують дискурсивну стратегію визначення футболу як «чоловічої території» через утвердження домінування на полі (у термінології П. Бурдьє), стверджуючи, що *«футбол – це чоловіча гра»*. Додатковим елементом домінування є невизнання жінок як рівних чоловікам у грі майже усіма респондентами. Навіть ті гравці, що формально визнають жіночий футбол та навіть дивилися деякі матчі за участю жінок, називають цей вид спорту не інакше як *«цікавим»* та не розглядають можливості грати із жінками на рівних. Основні причини, через які напівпрофесійні футболісти не хочуть грати із жінками у футбол, – це фізичні особливості будови жінок та відсутність у них спеціальних навиків, логіки та тактики, що потрібні для гри.

Основний мотив заперечення участі жінок у матчах на рівні з чоловіками – це есенціалістське пояснення відмінностей між чоловіками та жінками, що не можуть бути подолані (оскільки природу жінок змінити неможливо): *«Все-таки ми чоловіки, ми сильніші, ми будемо боятися зробити їм (жінкам) боляче»* (К., 20); *«Вони зовсім якимось не у футбол грають, необдуманно. І фізичні дані у них явно не чоловічого рівня, щоб грати на рівних»* (Н., 22). Навіть якщо футболісти допускають думку про те, що на їхню територію можуть вторгнутися жінки, чоловіки-футболісти все одно повертають їх до «жіночих справ»: *«Жінки повинні мати такі самі права у футболі, як і чоловіки... але також, жінка має багато приділяти часу, якщо у неї є сім'я, – сім'ї»* (Г., 21).

Окрема дискурсивна стратегія конструювання маскулінності полягає в ідентифікації себе з футболістом (разом з усіма атрибутами: морально-вольовими якостями та фізичною формою, набутою у грі, констатацією привілеїв, які дають заняття футболом, емоційного задоволення від гри). Футболісти конструюють свою маскулінність через опис образу тіла, який формується в процесі тренувань: сильні ноги, накачаний торс (за допомогою додаткових тренувань у тренажерному залі), сильне тіло, що може протистояти ударам: *«Ну, футболіст, взагалі – це позитивний, веселий хлопець з міцними ногами. Як правило, у футболістів міцна тілесна комплектація»* (А., 19); *«Футбол дав мені багато і в плані фізичного розвитку, у мене немає сколіозу, який є, мабуть, у всіх, хто не займається спортом, взагалі мені подобається моя фізична форма»* (Д., 21).

Проте, на їхню думку, значно важливішими (з огляду на частоту згадувань) є морально-вольові якості, яких набувають футболісти під час ігор, взаємодії з іншими членами команди, тренером. Основними якостями, які характеризують футболістів, на думку респондентів, є дисциплінованість, витримка, велика сила волі, координація, що входять до набору стандартних «чоловічих» рис. Для напівпрофесійних футболістів важливим є те, що завдяки футболу вони мають візію, мету в житті, перспективи зростання та руху: *«Тому можна з легкістю сказати про футбол, що він розвиває мужність в кожному хлопцеві»* (К., 19).

Свою слабку сторону (через невизначеність статусу «напівпрофесійного» футболіста) вони в процесі взаємодії із інтерв'юером трансформують у перевагу. Адже, з одного боку, вони не перебувають поза звичайним, не спортивним світом, а з іншого – мають хоч і не значні, проте успіхи у напівпрофесійному футболі: *«Якщо змагання якісь – з уроків відпускали раніше. А якщо учителя більш-менш адекватні, так нам інколи, навіть, оцінки підвищували, чи хоча б не запитували на уроках»* (П., 20).

Напівпрофесійні футболісти стверджують свою маскулінність через констатацію власних досягнень та привілеїв, що вони отримували в повсякденному, позафутбольному житті, протиставляючи себе тим, хто не займається футболом. Крім того, вони озвучують свої амбіційні мрії (отримати Кубок Ліги чемпіонів, Золотий м'яч, зіграти у збірній України чи у якійсь міжнародній команді), знаючи про те, що, напевне, вони не справдяться. Тож кожен із них готує «запасний аеродром», тобто, здобуває вищу освіту, працює: *«Грати на міжнародному рівні... грати в збірній України... з такими гравцями, як Шевченко, і з іншими зірками як українського, так і міжнародного футболу... Також ціль заробляти великі гроші, так щоб це було найбільшим джерелом мого доходу»* (А., 20).

Напівпрофесійні спортсмени конструюють власну маскулінність через відокремлення себе від неспортсменів та символічне приєднання до інших спортсменів. Більшість футболістів наділяють спортсменів (навіть не футболістів) рисами, схожими на ті, які хочуть бачити у собі: зібраність, сила духу, дисциплінованість, старанність, наполегливість, працьовитість, витривалість. Чоловік, маючи такі риси, є носієм гегемонної маскулінності. Напівпрофесійні спортсмени, таким чином, свідомо чи несвідомо намагаються оточувати себе «справжніми чоловіками», це підсилює їхні власні маскуліні риси. Середовище спортсменів (яке переважно складається із чоловіків) є близьким для футболістів, оскільки вони поділяють однакові цінності, мають спільні теми для обговорення. Ця дискурсивна стратегія спрямована на підсилення власної маскулінності через механізм належності до ширшої гомосоціальної спільноти, певне відчуття «захищеності» її кордонами. Тут наявна бравада, відчуття власної окремішності, диференціації від неспортсменів, які не мають цілі у житті, хоча й мають формальне право на інші види дозвілля.

### Практики конструювання маскулінності в напівпрофесійному футболі

Напівпрофесійні футболісти втілюють власні дискурсивні стратегії конструювання маскулінності за допомогою таких практик: режим та кількість тренувань, перехід із однієї команди до іншої (вищої за статусом), додаткове (окрім футболу) тренування тіла. Більшість опитаних тренується як мінімум тричі на тиждень. Деякі респонденти мають два тренування щодня: *«Максимально я навантажую себе раз в день... Сім раз в тиждень... Іноді получається тренуватися два рази в день... Я, в принципі, зараз постійно тренуюсь»* (А., 21).

Крім цього, деякі респонденти згадували, що окрім ігор та тренувань «фізики» (фізичної культури) вони додатково відвідують спортивний зал з метою підтримання фізичної форми у період між тренуваннями. Таким чином вони конструюють сильне (на протигагу традиційно жіночому слабкому) тіло: *«Паралельно стараюсь займатися іншим видом спорту для підтримки своєї фізичної підготовки, наприклад важкою атлетикою»* (В., 22).

Важливе значення у практиках конструювання маскулінності має дотримання режиму, що його не можна порушити навіть через заплановану зустріч із дівчиною. Регулярні тренування є запорукою гарної фізичної форми гравця, і, відповідно, підтвердженням його мужності через образ сильного тіла.

Окрім тренувань, ще однією практикою конструювання маскулінності є перехід із слабших команд до сильніших. Адже для того, щоб футболіста помітили, він має проявити свої найкращі «морально-вольові якості», перебувати у відмінній формі та демонструвати лідерський потенціал. Тому про своє кар'єрне зростання усі напівпрофесійні футболісти говорять із задоволенням, незалежно від того, в команді якого рівня вони зараз грають. Фактично, напівпрофесійні футболісти мріють про висхідну професійну мобільність. Проте для багатьох напівпрофесійних футболістів заняття футболом переходять у категорію «трохи більше, аніж хобі». На перший план для таких чоловіків виходять кар'єрні досягнення, здобуття вищої освіти: *«Досягнення у мене почалися в футболі десь в роки одинадцять-дванадцять, як я почав грати в нашій районній команді. Потім мені запропонували грати за збірну області... але можливості не було... батьки не відпускали...»* (М., 22). Такий стан ре-

чей підтверджує ідеї американського соціолога М. Месснера про те, що заняття професійним спортом для привілейованих чоловіків може бути додатковим, проте основним фокусом їхньої діяльності має бути кар'єра [13].

### Висновки

Отже, опитування українських напівпрофесійних футболістів дало змогу виділити та охарактеризувати три основні групи чинників конструювання маскулінності: агенти конструювання маскулінності (батьки, ровесники, тренер, капітан команди та команда, ЗМІ), дискурсивні стратегії конструювання маскулінності (виокремлення футболу як гомосоціального середовища, конструювання футбольного матчу як поля бою, утвердження маскулінності через належність до спортивної спільноти, формування образу «я – футболіст») та практики конструювання маскулінності (інтенсивний, посилений режим тренувань та висхідна соціальна мобільність).

1. Big Count: 265 million playing football [Електронний ресурс] // FIFA Magazine. – July 2007. – P. 10–15. – Режим доступу: [http://www.fifa.com/mm/document/fifafacts/bcoffsurv/etaga\\_9384\\_10704.pdf](http://www.fifa.com/mm/document/fifafacts/bcoffsurv/etaga_9384_10704.pdf). – Назва з екрана.
2. Дубин Б. Спорт в современных обществах: пример России / Борис Дубин // Вестник общественного мнения: Данные. Анализ. Дискуссии. – 2004. – № 2 (70). – С. 70–80.
3. Бурдьё П. Начала. Choses dites / Пьер Бурдьё; [пер. с фр. Н. А. Шматко / Pierre Bourdieu. Choses dites. Paris, Minuit, 1987]. – М.: Socio-Logos, 1994. – С. 257–275.
4. Кон И. С. Мальчик – отец мужчины / Игорь Семёнович Кон. – М.: Время, 2009. – 704 с.
5. Ласкене С. Возможности анализа спорта как социального феномена / С. Ласкене, В. Чингене // Социологические исследования. – 2007. – № 11. – С. 117–125.
6. Норберт Э. Генезис спорта как социологическая проблема / Элиас Норберт // Логос. – 2006. – № 3 (54). – С. 41–62.
7. Coakley J. Handbook of sport studies / J. Coakley, E. Dunning. – SAGE Pub. Inc. London: Thousand Oaks, New Delphi, 2006. – 599 p.
8. Connell R. W. Gender and Power / Robert William Connell. – Stanford, CA: Stanford University Press, 1987. – 352 p.
9. Захаров М. А. Социология спорта: учебно-методическое пособие / М. А. Захаров. – 2-е изд., перераб. и доп. – Смоленск: СГАФКСТ, 2008. – 216 с.
10. Хигир Б. Психологический анализ в большом футболе / Борис Хигир // НЛП: Советский спорт. – М., 2008. – 152 с.
11. Connell R. W. Masculinities / Robert William Connell. – Berkeley: University of California press, 1995. – P. 67–92.
12. Кон И. С. Меняющиеся мужчины в изменяющемся мире / Игорь Семёнович Кон. – М.: Время, 2009. – 495 с.
13. Месснер М. Маскулинность и профессиональный спорт / Майкл Месснер // Антология гендерной теории: сб. переводов / сост., комментарии и общая ред. Е. И. Гаповой, А. Р. Усмановой. – Мн.: 2000. – С. 218–235.
14. Connell R. Hegemonic Masculinity. Rethinking the Concept / Raewyn Connell, James W. Messerschmidt // Gender & Society. – 2005. – V. 19. – № 6. – P. 829–859.
15. Фуко М. Наглядати й карати: Народження в'язниці / Мішель Фуко; [пер. з фр. П.Тарашук]. – К.: Основи, 1998. – 392 с.
16. Grant J. Sport, Social Change and the Public Intellectual / Grant Jarvie // International Review for the Sociology of Sport. – 2007. – 42/4. – P. 411–424.
17. Martha W. Race to the Top: Masculinity, Sport, and Nature in German Magazine Advertising / Wörsching Martha // Men and Masculinities. – 2007. – V. 10. – № 2. – P. 197–221.
18. Чернова Ж. В. Корпоративный стандарт современной мужественности / Ж. В. Чернова // Социологические исследования. – 2003. – № 2. – С. 97–103.
19. Louisa A. “Sensitive and Real Macho All at the Same Time”: Young Heterosexual Men and Romance / Allen Louisa // Men and Masculinities. – 2007. – V. 10. – № 2. – P. 137–152.
20. Jefferson T. Muscle: ‘Hard Men’ and ‘Iron’ Mike Tyson: reflections on desire, anxiety and the embodiment of masculinity / T. Jefferson // Body & Society. – 1998. – V. 4 (1). – P. 77–98.
21. Коннелл Р. На захист маскулінності / Райвен Коннелл // Незалежний культурологічний часопис «І». – 2003. – № 27. – С. 49–70.

T. Martsenyuk, O. Shvets

## CONSTRUCTING MASCULINITY IN THE INSTITUTION OF SPORT (ukrainian football players as case study)

*This article presents the results of theoretical and empirical research whose aim was to determine characteristics of masculinity construction in Ukrainian men involved in the semi-professional sports team (the case of football). Three groups of factors that influence constructing masculinity in sport institution are identified and analyzed.*

**Keywords:** institution of sport, masculinity, constructing, Ukrainian football players.