

ОСОБЛИВОСТІ ПРОЯВУ СУБКУЛЬТУРИ ФУТБОЛЬНИХ ХУЛІГАНІВ

Терещенко І.І.

к. філос. н., доцент Національного технічного університету України «Київський Політехнічний Інститут»

Островий В.О.

Студент факультету соціології та права

Національного технічного університету України «Київський Політехнічний Інститут»

Стаття освещает особенности проявления субкультуры футбольных хулиганов. Особое внимание уделяется интерпретации понятий и терминов связанных с посетителями футбольных соревнований.

The article elucidates the very essence of the manifestations of the subculture of soccer hooligans. Particular attention is paid to the interpretation of concepts and terms associated with visitors to the football competition.

Стаття висвітлює особливості прояву субкультури футбольних хуліганів. Особлива увага приділяється інтерпретації понять і термінів пов'язаних з відвідувачами футбольних змагань.

Ключові слова: футбольний фанат, футбольний хуліган, фанатський рух, фан-група, футбольна атрибутика, фанатський сленг.

Актуальність. Невід'ємною частиною сучасного суспільного життя є масові спортивні заходи, які відвідують чисельні вболівальники тих чи інших видів спорту. Одним з найпопулярніших спортивних видовищ, безперечно, є футбол. Його популярність поступово зростала, починаючи з 80-х років позаминулого сторіччя, коли гра набула сучасного, регульованого правилами вигляду.

Наприкінці 60-х - початку 70-х років минулого сторіччя трибуни футбольних стадіонів Європи та світу зіткнулися з новим соціальним феноменом – футбольними фанатами. Наступним кроком своєрідної еволюції спільноти вболівальників стала поява так званих футбольних хуліганів, які оточили футбольний фанатизм ореолом агресії та насильства. Особливо гострою виглядає проблема на фоні Євро-2012 з футболу в Україні та Польщі.

Мета. Проаналізувати особливості прояву субкультури футбольних хуліганів, визначити як вона впливає на суспільство, соціальний порядок, а також запропонувати шляхи вирішення даної проблеми.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Основні напрямки наукового аналізу проблеми субкультури футбольних хуліганів розроблено П.Маршем, К.Фоксом, О.Ілліє, В.Хейтмеєром та ін. Основний акцент в роботах наведених вище авторів зроблено на аналізі причин виникнення футбольного насильства.

Виклад основного матеріалу. Перш за все визначимо основні поняття нашого дослідження. Почнемо з такого з них, як «футбольний хуліган». Зауважимо, що ключовим у даному словосполученні є «хуліган», а «футбольний» лише вказує на наявність певного зв'язку з футболом. Проте, зазначимо, що «футбольні хулігани» не мають прямого відношення до гри, тобто безпосередньо до футболу, а є лише її глядачами.

Існує кілька версій етимології слова «хуліган». Згідно з першою, двісті років тому в Лондоні мешкала родина з нічого не значущим тоді прізвищем Холіхен (Houlihan), яка відрізнялася досить непристойною поведінкою. Так, володіючи постійним двором, родина грабувала своїх постояльців. Холіхенів було викрито та засуджено, але дурна слава про сімейство злодіїв встигла поширитись далеко за межі Англії, де «хуліганами» почали називати вуличних бешкетників [1, 43].

Інша версія щодо походження поняття «хуліган» теж пов'язана з Британськими островами, але говорить про те, що наприкінці XIX сторіччя під час проведення масових заходів на кшталт ярмарок англійські підлітки об'єднувались в банди та вчиняли масові бійки та інші протиправні дії. Найвідомішою з подібних угруповань стала «банда Холлі» (Holly's gang), назва якої й була поширена на прояви групового та масового безладу [1, 34-44].

Також існує версія про те, що слово «хуліган» пішло від назви союзу індіанських племен Північної Америки - хулігани, яким за завзятий опір британські колонізатори приписували всілякі негативні якості [1, 47].

Наведені версії походження поняття «хуліган» припускають запозичення з англійської мови самого поняття «hooligan» та його транслітерацію, однак існує версія вітчизняної етимології слова «хуліган». Суть цієї версії полягає в тому, що слово «хуліган» складається з

двох частин: давньоруського «хула» та французького «gens» (з фр. - люди). Прізвисько «хуліган» давали в епоху кріпацтва в Російській імперії кріпакам, яких хотіли принизити або скривдити.

Важко сказати, яка з наведених версій походження поняття «хуліган» є достовірною. На території, яку зараз відносять до пострадянського простору, термін «хуліганство» набув широкого вжитку наприкінці XIX - початку XX сторіччя та використовувався жандармами Російської імперії для визначення групових пограбувань та інших протиправних дій, вчинених групами молоді у вечірній або нічний час.

Стаття 296 Кримінального кодексу України визначає хуліганство як грубе порушення громадського порядку з мотивів явної неповаги до суспільства, що супроводжується особливою зухвалістю чи винятковим цинізмом, - карається штрафом до п'ятдесяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян або арештом на строк до шести місяців, або обмеженням волі на строк до трьох років [2, 131].

Як бачимо, хуліганство безпосередньо пов'язується з діями кримінального характеру.

Футбольні хулігани як соціальна група є носієм певного виду субкультури. У деяких вітчизняних довідкових виданнях субкультура трактується як в чомусь обмежена культура соціальної спільноти, яка обумовлена бідністю її соціальних зв'язків, неповнотою або затрудненістю доступу для неї до культурної спадщини. Молодь розвиває власну субкультуру, зокрема створює свою жаргонну мову, моду, музику, моральний клімат, більш багату в певній мірі, ніж культура дорослих. Ці особливості обумовлені, з одного боку, надлишком життєвої енергії, багатством молодіжної уяви, а з іншого боку, - відсутністю в неї економічної та соціальної самостійності [3, 401-402].

За критерієм соціально-економічного походження носіїв тих чи інших субкультур, їх можна умовно розділити на субкультури груп вищого та середнього статку та субкультури груп низького соціального статку, але варто зауважити, що цей розподіл збігається з статевим складом носіїв субкультури. Так, перші здебільшого полісексуальні, а другі – моносексуальні.

Виходячи з вищезазначених типологій молодіжних субкультур, футбольні хулігани є одностатевою (моносексуальною) радикальною групою за інтересами, яка має асоціальний, умовноконформний та нерегулярний характер.

Визначаючи феномен футбольного хуліганства як субкультуру, ми виходимо не лише з наявності певних зовнішніх схожостей, а беремо до уваги більш істотні, зокрема структурні, особливості формування спільноти футбольних хуліганів. Також ми дійшли висновку, що їх спільнота вкрай неоднорідна.

Здебільшого розподіляють всіх відвідувачів футбольних стадіонів на вболівальників та фанатів. Подібний розподіл ґрунтується на поведінці відвідувачів стадіонів, але може мати різні номінації для цих груп. До першої, тобто до групи «вболівальників», частіше за все відносять відвідувачів футбольних стадіонів, поведінку яких можна схарактеризувати як індивідуальну, зорієнтовану на реалізацію персональної зацікавленості в спостереженні гри, тобто футболу. До «фанатів» відносять людей, схильних до групових форм поведінки на стадіоні та ототожнюючих себе з конкретною футбольною командою. Проте В. Хейтмеєр виділив три категорії футбольних вболівальників: орієнтовані на споживання, тобто такі, що вибірково ставляться до відвідування футбольних матчів; орієнтовані на футбол: відвідують усі футбольні матчі; орієнтовані на досвід: такі, що спеціально беруть участь у насильстві на стадіоні та за його межами [4].

Представлені вище підходи до розподілу відвідувачів футбольних змагань мають право на існування, але вони, на наш погляд, не дозволяють описати всю сукупність глядачів футбольних матчів. Ми, в свою чергу, пропонуємо власний розподіл (див. табл.1).

Таблиця 1. Співвідношення типологій відвідувачів стадіонів.

Відвідувачі футбольних змагань			
Футбольні вболівальники		Футбольні фанати	
Орієнтовані на споживання		Орієнтовані на футбол	Орієнтовані на досвід
Ситуативні глядачі	Любителі футболу	Футбольні фанати	Футбольні хулігани

Отже, окрім зазначеної вище класифікації відвідувачів футбольних змагань, ми виокремили ще чотири групи, які належать як до просто вболівальників, так і до футбольних фанатів. Перша група, яка складається виключно з футбольних вболівальників, одержала назву «ситуативні глядачі», тобто люди, які інколи приходять на футбольні матчі та розглядають їх відвідування як одну з альтернатив проведення вільного часу. Група є дуже нестабільною за своїм складом, її чисельність ситуативна. З огляду на це, виокремлена нами група «ситуативних глядачів» за своїми характеристиками співпадає з «вболівальниками, орієнтованими на споживання» (за визначенням В. Хейтмеєра). Присутність їх на футбольному матчі зумовлена декількома факторами, серед яких можна виділити такі: відсутність іншої альтернативи проведення вільного часу, зацікавленість у наочному спостереженні конкретного футбольного матчу, наявність компанії для відвідування футболу, сприятливі погодні умови тощо. Чисельність групи «ситуативних глядачів» залежить від цих факторів та коливається від одного-двох до декількох тисяч.

В. Хейтмеєр також виділив групу орієнтованих на футбол вболівальників, таких, які відвідують усі футбольні матчі. На наш погляд серед представників цієї групи можна виділити дві окремі групи: «любители футболу» та «футбольні фанати». Цей розподіл пов'язаний саме з фактом безпосереднього відвідування футбольних матчів, оскільки серед останніх є виїзні та домашні ігри, а також з виконанням певного набору колективних практик. Так, «любители футболу» відвідують здебільшого «домашні» матчі, але інколи й виїзних ігри. Отже, до «вболівальників» можна віднести як «ситуативних глядачів», так і «любителей футболу», тому що, незважаючи на регулярне відвідування футбольних матчів, і «любители футболу», і «ситуативні глядачі», не ототожнюють себе з певним футбольним клубом. На відміну від першої групи чисельність «любителей футболу» досить постійна та залежить від рівня популярності футболу в конкретному в місті, регіоні, країні. Якщо про «ситуативних глядачів» можна говорити як про нестабільну сукупність відвідувачів футбольних матчів, то «любители футболу» - це певні «peer groups», тобто групи вільного часу зі спільними інтересами, вподобаннями тощо. Наразі для групи «любителей футболу» важливою групоутворюючою ознакою є стать та форми поведінки (певні навколофутбольні практики).

«Футбольні фанати», на нашу думку, - це самостійна субкультура, яка суттєво впливає на створення образу поведінки відвідувачів футбольних матчів та на образ національної футбольної культури в цілому.

Спробуємо визначити, кого можна вважати футбольним фанатом. Це питання є досить спірним та остаточно не прояснено навіть в середовищі самих фанатів. Як зазначив О. Іллє, існує декілька критеріїв віднесення вболівальників до числа фанатів: активне відвідування домашніх матчів команди, щорічне здійснення декількох виїздів в інші міста, знання та прийняття субкультури футбольних фанатів. На підставі цих критеріїв відбувається розподіл між фанатами та простими вболівальниками [5]. Футбольним фанатом може бути будь-яка людина з будь-яким рівнем освіти, будь-якого класу. Зазвичай, це молоді люди віком від 15 до 30 років середнього класу. Але трапляються й винятки. Наприклад, серед київського фан-руху є фанати з великим досвідом. Вони палко підтримують свою команду вже понад 40 років. Професії серед фанатів теж дуже різні. Зустрічаються навіть викладачі вузів, бізнесмени, юристи, програмісти, математики, художники та ін.

Зазначимо, що саме О.Іллє вводить поняття «фанатський рух» (або скорочено «фанрух») як загальну номінацію субкультури футбольних фанатів. Але при цьому автор вказує на неоднорідність самого фанруху, до складу якого входять як угруповання футбольних фанатів, так і неорганізовані фанати [5]. Серед організованих фанатських угруповань можна виділити формальні, тобто фан-клуби, які було організовано безпосередньо конкретним футбольним клубом та мають чітку формальну адміністративну структуру, а також неформальні угруповання, ініціатива створення яких належить безпосередньо футбольним фанатам, які не мають формальної структури. Таким чином, футбольних фанатів та фанрух можна розділити на офіційні фан-клуби, неофіційні угруповання та неорганізованих фанатів. Кожний фанрух складається з певної кількості груп, що організаційно оформилися (надалі вони будуть називатися фан-групи, або фан-угруповання), та значного числа неорганізованих фанатів. Фан-групи, як правило, складаються з футбольних фанатів, які виконують певний набір ролей і підкоряються певним нормам. Переважна більшість груп має так званий «статут», в якому визначені обов'язки члена фан-групи, за умов недотримання яких він виключається з неї. Ці вимоги не занадто жорсткі. Так, якщо фанат порушує ці правила, але при цьому перебуває в добрих стосунках з іншими членами фан-групи, то санкції стосовно нього навряд чи будуть застосовані. Неорганізовані фанати ні в яких угрупованнях всередині руху не перебувають, але

виявляються охопленими соціальними мережами, беруть участь у значній частині «репертуару» колективних дій та, таким чином, не випадають із руху [5]. Така ситуація можлива лише за умов наявності певної субкультури футбольних фанатів, центральним компонентом, якої, як зазначив О.Ілльє, є специфічні практики. До таких практик можна віднести регулярне використання певної атрибутики (вдягання клубних шарфів, носіння значків з емблемою клубу тощо).

О. Ілльє виділяє три основні групи атрибутики однієї й тієї ж команди: атрибутика бойових організацій чи футбольних хуліганів, атрибутика фан-груп, загальнофанатська атрибутика. Перші дві категорії відрізняє те, що їх немає у відкритому продажу, бо вся атрибутика виготовляється на замовлення, що підсилює її індивідуальність та оригінальність. Загальнофанатська атрибутика знаходиться у вільному продажу, має різний рейтинг. У зв'язку з тим, що в продажі досить багато різноманітної атрибутики та вона періодично змінюється, то найбільш престижною є та атрибутика, що випускалася раніше та за сучасних умов є раритетною [5].

У розвиненому фан-русі атрибутика досить різноманітна, тому вигадати щось нове дуже складно. Здебільшого фігурують клубні шарфи, футболки, кепки, шапки, значки, прапори, ковпаки велетенських розмірів тощо.

Клуби, в яких існують давні традиції, намагаються постійно відтворювати сталу клубну символіку. Для фанатів вкрай важлива така стабільність, тому що будь-які зміни символіки клубу змушують фанатів змінювати всю атрибутику, що доволі дорого, трудомістко та може породити конфлікти в фанатському середовищі. Стабільність клубних кольорів – це не лише стабільність у фанатській атрибутиці, але й певні традиції в субкультурі фанруху в цілому, тому що клубні кольори знаходять своє відбиття в фанатському фольклорі. Молоді провінційні клуби зазвичай не мають сформованих клубних традицій, тому вони іноді дозволяють собі змінювати клубні кольори. Це створює додаткові складності фанатам цих команд. Також символами клубу можуть стати імена видатних гравців та тренерів, які зробили вагомий внесок у досягнення команди, особливі місця, пов'язані з історією клубу (стадіон або сектор де знаходяться фанати).

Наступним компонентом колективних практик субкультури фанатів є використання певного сленгу. Сленг футбольних фанатів, з одного боку, перебуває в процесі постійного змінення, а з іншого, він сформований настільки, що стороння людина не в змозі адекватно брати участь у розмові фанатів. Це пов'язано з тим, що словниковий запас фанатського сленгу досить великий, багато слів та словосполучень несуть додаткове змістове навантаження [6].

Основна мета фанатського сленгу – відокремити фанрух від іншого світу, встановити критерій розподілу на «своїх» та «чужих». З іншого боку, існування достатньо розвиненого фанатського сленгу стратегічно невигідне, це суттєво ускладнює рекрутування нових членів. Переважна більшість фанатів - молодь, ті, хто «фанатіє» один-два роки та не має великої кількості «виїздів», але хоче мати певну перевагу над новими членами руху, яку демонструють завдяки використанню сленгу. В той же час вони не мають можливості активно розвивати сленг, тому що їм бракує авторитету в середовищі фанатів.

Зазвичай фанатський сленг супроводжує колективні практики та те, що з ними пов'язане. Колективні практики футбольних фанатів дуже різноманітні, вони є ключовим компонентом усієї фанатської субкультури. Допоміжними засобами здійснення певних практик є сленг та атрибутика [6].

Отже, виконання певного набору практик – головний показник приналежності людини до фанруху. Зазначимо, що певні колективні практики є спільними для футбольних фанатів та футбольних хуліганів. Насамперед, це «виїзди». Якщо фанат перестає їздити разом з командою в інші міста, він перестає бути фанатом, яким би інтенсивним не було б його відвідування «домашніх» матчів.

Зазначимо, що футбольний фанатизм пов'язаний з певним стилем життя, привабливість якого виявляється для багатьох людей одним з головних стимулів до вступу у фанрух. Найбільш яскраво цей стиль життя проявляється під час поїздок в інші міста та країни.

Людина не може вважатися фанатом, якщо вона не бере участі у певній кількості поїздок з командою в інші міста. Існує певна ієрархія виїздів. На рейтинг виїзду впливає, насамперед, його географічна віддаленість та відносини між фанатами. Якщо фанати перебувають у стані війни, то рейтинг виїзду значно підвищується.

Субкультура футбольних фанатів, безсумнівно, чинить вплив на суспільство, соціальний порядок. Причиною порушення соціального порядку можуть стати події, які відбулися на

стадіони, або поблизу нього. Така ситуація зазвичай вирішується втручанням спецпідрозділів міліції і може закінчитися дуже плачевно.

Сьогодні звичайні люди стали з тривогою відвідувати домашні матчі улюбленої команди. Вони спостерігають як на секторах все частіше лунають образливі вигуки та нецензурна лайка, горять фаєри і дими, весь час щось вибухає і відбуваються бійки. Неможливо нормально просто піти з дітьми на футбол і просто відпочити.

Деякі люди бачать вороже ставлення фанатів до опонентів, до органів внутрішньої безпеки, влади і починають разом з ними так само ставитись, можливо не порушуючи порядок, але у свідомості вже відкладаються певні аргументи проти [7, 64].

Для боротьби з футбольними хуліганами слід використовувати досвід інших країн, зокрема Англії. Там були введені проекти спеціальних персональних карт для фанатів. Необхідно здійснити ряд профілактичних заходів, зокрема розширити систему відеоспостереження на стадіонах та на підходах до них. Відомо, що в органів внутрішньої безпеки існують цілі архіви з персональними даними футбольних хуліганів і фанатів. Вони постійно оновлюються і доповнюються. Доцільним було б введення у структуру фанатських банд спеціально навчених людей для того аби уникнути насилля і контролювати ці банди зсередини.

Соціальні працівники, психологи та інші фахівці радять спрямовувати негативну енергію футбольних хуліганів у більш мирних і корисних цілях. Наприклад, якщо вони так люблять футбол, то чому б їм не пограти у нього самим. Також пропонуються ряд тренінгів і програм на усунення агресії і поліпшення навичок спілкування у суспільстві, тренінги вирішення конфліктів, тренінги міжкультурного взаєморозуміння і рольові ігри.

Працюючи з клієнтом, тобто футбольним хуліганом, соціальний працівник може використовувати як індивідуальні, так і групові методи соціальної роботи. Але більш ефективною є групова соціальна робота. Суть її полягає у наданні клієнту допомоги шляхом передавання групового досвіду і використання терапевтичних чинників групи. При цьому в соціальній роботі група розглядається як об'єднання людей, що мають подібні проблеми, або «реєг group». Ці проблеми спричиняють їх ізоляцію, а формування та розвиток різнопланових групових утворень не тільки запобігають цьому явищу, а й допомагають соціальним працівникам впливати на зміну ціннісних орієнтацій клієнта та перебудову його соціальної поведінки у позитивному напрямі [8, 201].

Висновки. Сьогодні проблема насилля на стадіонах стоїть дуже гостро у цілому світі. Проаналізувавши моделі В. Хейтмеєра, ми дійшли висновку, що жодна з них не охоплює всіх відвідувачів футбольних стадіонів. З огляду на це, ми розробили власну класифікацію, яка, на наш погляд, дозволяє описати всю сукупність глядачів футбольних матчів, зокрема, нами було виокремлено такі групи: «ситуативні глядачі», «любителі футболу», «футбольні фанати». Також визначили що субкультура футбольних хуліганів негативно впливає на суспільство, соціальний порядок. У своїй роботі соціальний працівник може використовувати як індивідуальні, так і групові методи соціальної роботи. Спеціалісти пропонують ряд тренінгів і програм на усунення агресії і поліпшення навичок спілкування у суспільстві, тренінги вирішення конфліктів, тренінги міжкультурного взаєморозуміння і рольові ігри.

Література:

1. Savage J. Teenage. The creation of youth culture / J. Savage – London.: Chato & Windus, 2007. – 549 с.
2. Кримінальний кодекс України. – К.: Велес, 2010. – 144с. (Відомості Верховної Ради України (ВВР України), 2001, №25-26).
3. Краткий словарь по социологии / Под общ. ред. Д.М.Гвишиани, Н.И.Лапина. - М.: Политиздат, 1989. - 479 с.
4. Marsh P., Fox K., Carnibella G., McCann J., Marsh J.: Football Violence in Europe [Електронний ресурс] / P.Marsh, K.Fox, G.Carnibella, J. McCann, J.Marsh – Режим доступу: http://www.sirc.org/publik/football_violence.html
5. Илле А. Футбольный фанатизм в России: Фан-движение и субкультура футбольных фанатов [Електронний ресурс] / А.Илле – Режим доступу: <http://subculture.narod.ru/texts/book2/ille.htm>
6. Илле А. Оле-оле-оле-оле или успех одной культурной инсценировки [Електронний ресурс] / А.Илле – Режим доступу: http://www.pchela.ru/podshiv/26_27/ball.htm
7. Алмашин В. Don't stop. Вболівальники-фанати-хулігани. Історія руху прихильників ФК «Динамо» Київ у спогадах очевидців. / В. Алмашин. – К.: Нора-друк, 2006. – 104с.
8. Теорії і методи соціальної роботи / За ред. Т.В.Семигіної, І.І.Миговича. – К.: Академвидав, 2005. – 328 с.