

СОЦІОЛОГІЯ КУЛЬТУРИ

УДК 316.74:796

Ю.В. МОСАЄВ

ФУТБОЛ ЯК ГЛОБАЛЬНЕ СОЦІОКУЛЬТУРНЕ ЯВИЩЕ

В статті охарактеризовано футбол як глобальне соціокультурне явище. Досліджено історико-культурні особливості футболу. Встановлено належність футболу до сучасної масової культури.

Ключові слова: футбол, спорт, масова культура, глобальне соціокультурне явище.

Відповідно до заяви ФІФА, в 2001 р. у футбол на планеті грало близько 250 млн осіб. З них понад 20 млн – жінки. Зареєстровано близько 1,5 млн команд і 300 000 професійних клубів. Оскільки футбол – гра командна, на перше місце висувається взаєморозуміння гравців, уміння здійснювати грамотні спільні дії. Важливе значення при цьому має тактична побудова гравців. За популярністю й поширенням на планеті футбол є ігровим видом спорту номер один; членами Міжнародної спілки футбольних асоціацій (ФІФА) є 208 національних футбольних федерацій [3, с. 221], це більше, ніж кількість країн, що входять до складу Організації Об'єднаних Націй [3, с. 206]. Найбільшу популярність гра здобула в Європі, Південній Америці, Африці й частково Азії, менший інтерес до футболу виявляється в Австралії й Північній Америці. У багатьох країнах ця гра є частиною національної культури й об'єктом національної гордості, що багато в чому визначає той рівень інтересу, що наявний до футболу й тих процесів, які його оточують, в усьому світі. Вплив футболу на сучасне суспільство здійснюється як у культурному, так і в економічному плані.

Футбол як окреме соціокультурне явище розглядали К. Айзенберг [1], П. Артьомов [2], П. Ланфранши [3], С. Мінаєв [5] та інші. В працях зазначених вчених розкрито окремі елементи соціокультурних елементів футболу, але, на нашу думку, бракує розробок, у яких футбол висвітлювався б як глобальне соціальне явище.

Мета статті – охарактеризувати особливості футболу як соціокультурного явища.

Основна частина. Футбол виник в англійських та шотландських вищих навчальних закладах, у процесі поширення набув популярності серед бідняків Уругваю, Бразилії та Аргентини. Саме цей характер представництва середніх, а частково й вищих прошарків суспільства, відрізняв футбол європейських і південноамериканських країн від англійського прототипу. У той час, як англійський футбол уже з 80-х рр.

XX ст. значною мірою втратив характер розваги для джентльменів і незабаром став вважатися справжнім елементом робочої культури, за межами Англії гра й у XX ст. частково ще зберігала елітарний характер [1, с. 93]. Цей факт сприяв процесу інституціоналізації футболу через близькість до політичного істеблішменту та фінансової еліти. Як наслідок, у багатьох країнах світу розвитком футболу опікувалися монархічні династії (Швеція, Іспанія, Монако), військові (Лівія, Югославія, Франція), політики (Італія, Румунія, Бразилія) й державні установи (Болгарія, Польща, СРСР).

Для визнання й успішного поширення такої статті імпорту, як футбол, прогресивність прихильників була хоча й необхідною, але недостатньою умовою. Цей спорт пускав коріння на новому ґрунті тільки тоді, коли соціально абстрактну форму гри вдавалося наповнити конкретним змістом, відповідним специфіці певного суспільства. Доброчинним середовищем для формування такого “змісту” були різні етнічні субкультури, що існували, наприклад, в австрійській кайзерівсько-королівській подвійній монархії й заокеанських переселенських державах. Існування цих субкультур вело певною мірою до національних протистоянь на футбольному полі.

Однак цей ефект міг незабаром зникнути, якщо врахувати, що іммігранти, як, наприклад, у США, успішно асимілювалися національними культурами. Тому більш стійким було “додання змісту” гіпертрофованому націоналізму й великодержавним фантазіям межі століть, тим більше, що це стимулювало суперництво. Саме цим і пояснюється його низький рівень популярності в Північній Америці. Водночас “хвора” на національні протистояння Європа та бідна Південна Америка стали оплотом популярності футболу в майбутньому. Посилила ці протистояння дуалістична повоєнна епоха. Після Першої світової війни футбол допоміг авторитарним та тоталітарним режимам у розпалюванні нових міжетнічних та міжрасових конфліктів, а після Другої світової війни він став як інструментом холодної війни, так і повноцінним елементом “масової” культури. У спортивні клуби, союзи й на спортивні трибуни потягнувся натовп колишніх учасників бойових баталій. Існуючі дотепер кумири й змагання втратили свій елітарний характер. Футбол став головною розвагою чоловіків на всіх континентах світу, особливо цікавим став процес продовження футбольних баталій на вуличних майданчиках, доріжках біля пабів та імпровізованих стадіонах на заводах та фабриках.

Футбол почав відображатися в мистецтві, став темою картин майстрів образотворчого мистецтва, таких як Ж. Брак, Р. Делоне, Ф. Леже й П. Пікассо. Однією з найвідоміших робіт цього періоду є картина П. Пікассо “Гравець у футбол”. Футбольне видовище намагалися передати й художники-традиціоналісти. Прикладом цієї тенденції є картина “Корнер” французького художника Ж. Жакобі [1, с. 98]. Художнє сприйняття футболу завжди відображало соціальні тенденції футболу. Це призвело до того, що в 70–80-х XX ст. темами творчості художників стало насильство

на стадіонах. Вже в 1990-х рр. футбол став справжньою фінансовою індустрією. Більшість картин вже цього проміжку часу присвячена нарцисизму відомих футболістів або є спробами самих футболістів малювати авангардні картини на футбольну тематику [6].

Футбол за роки свого існування завойовував багато прихильників своєю драматургією. Першою серйозною п'єсою англійською мовою, присвяченою футболу, стала "Гра" Г. Брикхауза (1913 р.), де зображується процес криміналізації спорту і бажання кримінальних дільців впливати на результати футбольних матчів. У цьому ряду слід згадати п'єсу бразильського драматурга Н. Родрігеса "Покійниця" [1, с. 96]. Сучасні драматурги часто звертаються до проблеми футбольного хуліганства або футбольних дербі. Сьогодні зароджується традиція використання футболістів як акторів [7]. До того ж останнім часом відомі футболісти все частіше стають учасниками політичних і соціальних ток-шоу. І все більшою популярністю користуються колишні футболісти на ринку DJ [4].

Не слід забувати і про велику кількість художніх фільмів на футбольну тематику ("Воротар", "Гол", "Ерік" й ін.). Більшість цих фільмів має пропагандистський характер і зняті в жанрі комедії або соціальної драми на фоні футбольних дербі.

Під дербі у футболі розуміються матчі команд з одного міста або найбільш непримирених суперників, гострота боротьби в яких досягає найвищого ступеня, а рівень підтримки вболівальниками піднімається на найвищу планку. У більшості випадків клуби, між якими проходить дербі, є історичними суперниками. В основі суперечностей між ними можуть бути:

- соціальні передумови (клуб аристократів проти клубу робітників порту);
- територіальний аспект (два клуби з одного міста виявляють найсильнішого);
- політичний аспект (клуб, чії вболівальники дотримуються націоналістичних поглядів проти клубу, уболівальники якого в основній своїй масі антифашисти);
- історична ворожість (ті випадки, коли через поразку в матчі, зіграному 30 років тому, один із клубів покинув вищу лігу, і його фанати всю провину за виліт поклали на команду суперника й її вболівальників) тощо [1, с. 97].

Футбол перетворився на частину глобального фінансового ринку. В середині 2002 р. американський інвестиційний банк Goldman Sachs Group Inc. розіслав клієнтам 56-сторінкову доповідь. У ній він порівняв футбольні успіхи різних країн з їхніми економічними результатами [5]. Автори цієї доповіді стверджують, що з 1966 р. фондові індекси індустріальних країн, які перемагали на чемпіонатах світу з футболу, були на 9% вище, ніж фондові індекси у всіх інших країнах (нагадаємо, що індустріальними країнами, що перемагали з тих пор на чемпіонатах, були Англія, ФРН (двічі), Італія, Франція) [5]. З цього випливає, що більшість

фінансистів вважає футбольні показники важливим фактором економічних відносин у рамках сучасної світової економіки. З іншого боку, можна припустити й те, що гарні футбольні результати показують країни, що відрізняються високими темпами економічного зростання (і відповідно, високими темпами зростання біржових котирувань цінних паперів, тому що швидкий розвиток країни спонукає інвесторів купувати акції її компаній: акції через великий попит дорожчають).

У доповіді відзначається, що найближчим часом найкращі перспективи економічного зростання у світі мають країни БРІК, які демонструють суттєвий прогрес у футбольних успіхах серед інших значних держав.

Зі свого боку зауважимо, що зв'язок між футболом і станом економіки, безумовно, є. Футбол з'явився у Великобританії наприкінці XI ст., саме тоді, коли країна переживала значне економічне піднесення. А в інших країнах ця гра набула поширення тому, що Великобританія в той час вкладала дуже багато грошей за кордон (більше ніж 4% ВВП) [5]. Англійські фахівці й підприємці, природно, стежили за долею цих грошей, подовгу проживаючи в інших країнах; вони й навчили своєї гри місцевих жителів. Природно, гроші вкладалися в країни, де вони могли принести прибуток, тобто в країни, що мають гарні перспективи економічного розвитку. Власне, завдяки вкладенню британських грошей цей розвиток і відбувся разом з розвитком футболу. З тих пор в Англії, а потім і в інших країнах з'явилися професійні футбольні клуби, які самі по собі приносять гроші. Отже, наявна можливість для тієї або іншої країни заробляти за допомогою футболу. Не викликає сумнівів також і те, що в провідних індустриальних країнах, що стали чемпіонами світу з футболу, котирування акцій будуть зростати через велику кількість бажаючих вкласти в них гроші, тому що, крім заможних футбольних клубів, у цих країнах є ще й безліч інших багатих компаній.

Нове дослідження, проведене банківською групою ABN-AMRO, показало, що вплив футбольних перемог і поразок на економіку не здатний викликати фінансову кризу або, навпаки, бум, однак він досить істотний. Перемога у фіналі чемпіонату миру в більшості випадків прискорює темпи зростання валового внутрішнього продукту (ВВП) країни-переможниці на 0,7%. Водночас ті, що програли, тобто відсіялися на попередніх стадіях турніру, зазвичай втрачають 0,3% свого ВВП [8]. Втім, у цього правила є і винятки: в 1974 і 1978 р. Німеччина й Аргентина вступили в період економічної рецесії, незважаючи на те, що їхні збірні були фіналістами світових чемпіонатів. Цікаво, що економіка Нідерландів через невдалі фінальні матчі обох чемпіонатів також постраждала, однак меншою мірою.

Економічний ефект футболу має ряд досить простих пояснень. Наприклад, відомо, що споживач, який перебуває в гарному настрої, схильний витратити більше грошей, ніж його засмучений колега. Перемога (не тільки футбольна, а й будь-яка інша) неминуче поживляє ринок

сувенірів, музичних і відеозаписів тощо. Футбольний успіх (особливо це помітно в Європі й Латинській Америці) сприяє зростанню індексу споживчої довіри. Приміром, коли в 1988 р. збірна Нідерландів виграла чемпіонат Європи (перегравши збірну СРСР у фіналі), у Голландії було зафіксовано різке підвищення цього індексу – він підскочив відразу на 7%, хоча протягом півроку до цього демонстрував досить анемічну динаміку [8]. Бізнес також зазнає впливу футболу: великі футбольні держави частіше залучають іноземні інвестиції й знаходять нових торговельних партнерів.

Дослідження банку Barclays, проведене у Великобританії, показало, що чемпіонати миру сприяють падінню продуктивності праці. Якби англійська збірна дійшла до фіналу чемпіонату світу 2002 чи 2010 р., то британська економіка втратила б 0,3% ВВП, – оскільки англійці будь-якими способами уникали б роботи, щоб подивитися футбол або поговорити про нього. У свою чергу, Центр економічних і бізнес-досліджень (Center for Economics and Business Research) дійшов висновку, що футбольний ентузіазм коштує десяти найбільшим економікам Європи 0,3–0,75% ВВП, або \$8,1 млрд [8]. Це пов'язане з тим, що вболівальники не здатні нормально думати й працювати в період футбольної фієсти. До того ж у рамках футбольних матчів національних першостей згаданих країн вболівальники починають споживати значно більше пива та інших слабоалкогольних напоїв.

Висновки. Футбол є глобальним соціокультурним явищем. За більш ніж 130 років існування цей вид спорту став найпопулярнішим видом спорту у світі як за кількістю відвідувачів футбольних матчів, так і за кількістю людей, що займаються футболом як на любительському, так і на професійному рівнях. За роки існування футбол став темою багатьох художніх фільмів, романів, повістей, картин і театральних творів, що доводить глобальність його поширення в соціокультурному контексті. До того ж футбол перетворився на справжню індустрію “масової культури”, яка справляє суттєвий вплив на світову економіку.

Список використаної літератури

1. Айзенберг К. Футбол как глобальный феномен: Исторические перспективы / К. Айзенберг // Логос. – 2006. – № 3. – С. 91–103.
2. Артьомов П.М. Субкультура футбольных хулиганів: фактори формування та особливості прояву на пострадянському просторі : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук : спец. 22.00.04 / П.М. Артьомов. – К., 2009. – 16 с.
3. Ланфранши П. FIFA 100 лет. Век футбола / П. Ланфранши, К. Айзенберг, А. Валь. – М. : Махаон, 2005. – 360 с.
4. Ласло Боднар стал DJ Ноорер [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://terrikon.com/posts/105925>.
5. Минаев С. Мировая футбольная экономика [Электронный ресурс] / С. Минаев. – Режим доступа: <http://kommersant.ru/doc/327647>.
6. Пеле всегда был художником [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.sovsport.ru/gazeta/article-item/395762>.

7. Шева сыграл Шевченко. Капитан киевского “Динамо” стал актером [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://wek.com.ua/article/44125/>.

8. Экономика футбола [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://nederland.ru/se/news/index.php?action=show&nid=1075>.

Мосаев Ю.В. Футбол как глобальное социокультурное явление

В статье рассмотрен футбол как глобальное социокультурное явление. Исследованы историко-культурные особенности футбола. Установлено принадлежность футбола к современной массовой культуре.

Ключевые слова: футбол, спорт, массовая культура, глобальное социокультурное явление.

Mosaev Y. Football as a global socio-cultural phenomenon

The paper considers football as a global socio-cultural phenomenon. Study of historical and cultural features of football. The influence ownership of football to modern mass culture.

Key words: football, sports, popular culture, global socio-cultural phenomenon.