

УДК 316.346.2-055.1 : 008

РОЛЬ ОКОЛОСПОРТИВНОЙ СУБКУЛЬТУРЫ В ФОРМИРОВАНИИ ГЕНДЕРНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ МУЖЧИН

А.И. Калмыкова

Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики», г. Москва

Приводятся результаты исследования, целью которого было выявление роли принадлежности к околоспортивной субкультуре в формировании мужской гендерной идентичности. Акцент изучения смещен с процесса формирования на компоненты гендерной идентичности – образы и представления о мужественности. В исследовании использовались следующие методы: беседа, анкетный метод и проективный метод. Полученные данные свидетельствуют о расхождении в представлениях о мужественности и построении образов настоящего мужчины у футбольных фанатов и не футбольных фанатов. Роль принадлежности к околоспортивной субкультуре отражается в четкости представлений и видении реализации собственной мужественности для членов данной субкультуры. Полученные данные представляют интерес для изучения вопросов мужественности и гендерной психологии.

Ключевые слова: мужественность, настоящий мужчина, гендерная идентичность, футбольный фанатизм, футбольные фанаты.

Существует большое количество исследований, посвященных проблеме гендерной идентичности: сущность гендерной идентичности [1; 4], типы гендерной идентичности [5; 6; 7; 8; 9; 10; 11; 12; 15], формирование гендерной идентичности [1; 3; 4; 10; 11; 12] и пр. Вопрос влияния субкультуры на формирование гендерной идентичности затронут недостаточно.

Хотя логично предположить, что именно принадлежность к определенным группам, субкультурам оказывает существенное влияние на формирование гендерной идентичности личности. Именно поэтому в настоящем исследовании был сделан акцент на изучении гендерной идентичности личности, формирование которой осуществляется под сильным влиянием субкультуры.

В общих чертах под гендерной идентичностью понимается осознание своей принадлежности к мужскому или женскому полу. То есть данное понятие обозначает аспект самосознания личности, описывающий переживание человеком себя как представителя пола, как носителя конкретных полоспецифических характеристик и особенностей поведения, соотносимых с представлениями о маскулинности/ фемининности [8]. Компонентами гендерной

идентичности являются образы и представления о мужественности (собственной в соотношении с принимаемым стандартом, принятыми представлениями), характеризующиеся такими аспектами как принятие, стабильность, эффективность, т. е. реализация в поведении.

Таким образом, гендерную идентичность можно исследовать через мировоззренческие структуры, а именно образы и представления, несущие в себе функцию самосознания личности.

В данной работе речь пойдет о влиянии околоспортивной субкультуры на формирование гендерной идентичности мужчин. Цель настоящего исследования – изучения существующих образов и представлений о мужественности, сформированных под влиянием принадлежности к субкультуре футбольных фанатов.

Выборку исследования составили две группы молодых людей: принадлежащие и не принадлежащие к субкультуре футбольных фанатов. Футбольные фанаты посещают более 70 % домашних матчей команды за сезон, совершают несколько поездок в другие города на игры команды. Во вторую группу вошли молодые люди, которые не являются членами субкультуры футбольного фанатизма. Выборки уравновешены по возрасту.

Для проведения исследования был сформирован методический комплекс, в который вошли следующие методики: «свободные ассоциации» (стимул-понятие «настоящий мужчина, мужественный человек») и «семантический дифференциал» [7] для выявления представлений о мужественности и «настоящем мужчине»; методика диагностики психологического пола [1] (для изучения степени выраженности черт маскулинности-фемининности); проективная методика «Изображения» для изучения образов мужественности. Последняя является модификацией цветового теста Люшера, где вместо выбора цветочек использовались изображения древнегреческих богов. От испытуемого требовалось соотнести изображения с предъявляемыми объектами.

В качестве предъявляемых использовались следующие объекты: Я, Не Я, Типичный человек, Не типичный человек, Мужественный человек, настоящий мужчина, Не мужественный человек, не настоящий мужчина, Я, каким вижу себя в будущем, Я, каким не вижу себя в будущем, Я, каким хотел бы быть, Я, каким не хотел бы быть, Футбольный фанат, Не футбольный фанат.

Проведение методики ассоциации позволило выявить спектр наиболее распространенных представлений о мужественности в современном обществе у молодых людей, являющихся и не являющихся членами субкультуры футбольного фанатизма.

Представители субкультуры футбольного фанатизма в среднем давали меньшее количество качеств по сравнению с теми, кто не

является членами субкультуры футбольного фанатизма. Кроме того, среди футбольных фанатов превалировала тенденция выдавать ассоциации в образном виде, т.е. в качестве ассоциации приводились не качества, а целые комплексы, объединяя их общим понятием: например, герой, рыцарь, патриот, наёмник. В среднем каждый футбольный фанат привёл по три примера мужественного человека. При этом среди них по большей части присутствовали люди, скорее не известные людям, не являющимися частью их субкультуры или не сильно интересующимся спортом вообще (Федор Емельяненко, Владимир Квачков, Борис Миронов). Были также и распространённые примеры, которые встречались и у представителей второй группы выборки: Супермен, Чак Норрис, Брюс Уиллис, Уилл Смит.

Что касается молодых людей, не являющихся членами субкультуры футбольного фанатизма, то они по большей части раскрывали понятие мужественного человека через качественные характеристики, реже собирая это в единый образ, приводя пример. Табл. 1 демонстрирует результаты, полученные после проведения методики определения психологического пола С. Бэм.

Таблица 1

<i>Тип психологического пола</i>	<i>Футбольные фанаты</i>	<i>Не футбольные фанаты</i>
Маскулинный	18%	4%
Фемининный	0%	16%
Андрогинный	82%	80%
Из них: тенденция к маскулинности	50%	20%
фемининности	44%	75%

Сразу видно, что большая часть представителей обеих выборок присваивали себе в равной части как маскулинные, так и фемининные качества. В результате 80 % молодых людей, не являющихся членами субкультуры футбольного фанатизма, и 82 % представителей фанатской субкультуры имеют в качестве психологического пола андрогинный. Можно заметить, что это вполне соответствует общим тенденциям в мире. Границы между классическими маскулинными и фемининными качествами размыты. Мир повернулся в сторону универсализма, дихотомии между «мужским-женским» практически нет, больше не считается зазорным для мужчин «женское». Это и демонстрируют результаты методики определения психологического пола.

Тем не менее некоторые тенденции точно можно выделить. Среди представителей футбольных фанатов можно наблюдать тенденцию к маскулинному полу в 50 % случаев андрогинного

психологического пола и к фемининности в 44 % случаев. При этом 18 % испытуемых имеют ярко выраженный маскулинный пол и ни один футбольный фанат не проявил фемининный психологический пол. Среди тех, кто не является футбольным фанатом, лишь 4 % испытуемых имеют выраженный маскулинный психологический пол, 16 % проявили фемининный психологический пол, остальные 80 % являются андрогинами. При этом 75 % демонстрируют тенденцию к фемининности и лишь 20 % – к маскулинности.

Другими словами, можно сказать, что в силу общих тенденций в полоролевых отношениях, восприятии классических «мужских» и «женских» качеств молодые люди проявляют себя как андрогины. При этом футбольные фанаты в большей степени проявляют «сопротивление» феминизации, демонстрируя тенденцию к маскулинности в противовес молодым людям, не являющимся членами фанатской субкультуры, которые по большей части являются или проявляют выраженную тенденцию к фемининности.

В результате проведения методики семантического дифференциала получены следующие данные, указывающие на различия восприятия мужественного человека и представлений о мужественности в зависимости от принадлежности или не принадлежности к субкультуре футбольного фанатизма. Так, футбольные фанаты дают более категоричные ответы, степень яркости качества у них чаще ближе к полюсам, нежели к промежуточным ответам (они часто используют оценки «3» и «1», нежели «2»), также они чаще используют оценку «0», чем мужчины, не принадлежащие субкультуре футбольного фанатизма. Подвергнув данные факторному анализу, были получены основные факторы, которые лежат в ядре семантического пространства восприятия понятия «мужественный человек».

Таблица 2
Факторная структура стимул-объекта «Настоящий мужчина, мужественный человек» у мужчин-фанатов

Переменная	Факторные нагрузки		
	Фактор 1	Фактор 2	Фактор 3
Сильный	0,81		
Душевный			0,75
Надеется на других	- 0,76	-0,78	
Уверенный		0,66	
Рассудительный			0,7
Добивающийся цели	0,67	0,83	
Вежливый			0,81
Самостоятельный	0,69		

Переменная	Факторные нагрузки		
	Фактор 1	Фактор 2	Фактор 3
Волевой		0,71	
Решительный	0,7	0,61	
Доля дисперсии	0,25	0,22	0,17

В группе футбольных фанатов наибольшую информативность имеет фактор, обозначаемый как «Сила» и описывающий мужчину с точки зрения его силы и активности. Его положительный полюс определяется такими качествами, как сильный, добивающийся цели, решительный и импульсивный. Отрицательный полюс этого фактора определяется, противоположными полюсами указанных переменных, т. е. слабый, сдающийся, нерешительный и сдержанный.

В представлении фанатов мужественный человек, проявляя силу, решительность, целенаправленность, является скорее импульсивным, чем сдержанным, т. е. он может поступать необдуманно, под влиянием импульса, ситуации; он не будет себя сдерживать, руководствуясь какими-то нормами и правилами, если это противоречит его цели.

Второй фактор – «Целеустремлённость» – описывает волевую сферу человека, его способность ставить цель и достигать её, умение действовать и двигаться вперёд. Его положительный полюс представлен следующими качествами: импульсивный, уверенный, добивающийся цели, волевой и решительный. Отрицательный полюс фактора, соответственно: сдержанный, неуверенный, сдающийся, отступающий, слабохарактерный, нерешительный. Для фанатов, таким образом, сдержанность противостоит не только силе и целеустремленности, но и уверенности в себе и, что необычно, воле, т.е. умение сдерживать себя не является для них волевым (как обычно считается) качеством. Воля для них всегда сопряжена с действием, а не с умением «терпеть», «выносить», «сдерживать себя». Сдержанность трактуется фактически как слабость, неуверенность, нерешительность.

Третий фактор – «Джентльменство» – охватывает сферу взаимоотношений с людьми. Его положительные значения определяются качествами душевный, вежливый и рассудительный. Отрицательный полюс представлен, соответственно, следующими качествами: безжалостный, грубый, неучтивый, интуитивный.

Факторная структура стимул-объекта «Настоящий мужчина, мужественный человек» у мужчин-нефанатов

<i>Переменная</i>	<i>Факторные нагрузки</i>		
	<i>Фактор 1</i>	<i>Фактор 2</i>	<i>Фактор 3</i>
Сильный		0,65	
Уверенный	0,82		
Рассудительный			0,68
Добивающийся цели	0,72	0,7	
Вежливый			0,78
Справедливый			0,86
Волевой	0,69		
Решительный	0,81	0,74	
Доля дисперсии	0,24	0,20	0,19

Несмотря на сходство первого фактора, у лиц, не являющихся фанатами, он однополюсной, т. е. качество сдержанности у них не противопоставляется силе, целенаправленности и решительности. То же самое можно сказать и про 3-й фактор. В группе «нефанатов», он также однополюсной, здесь также нет противопоставления воле, уверенности в себе и сдержанности, т. е. если человек умеет сдерживать свои импульсы, не идёт «на поводу» у ситуации, то в этой группе он не рассматривается как неуверенный в себе и нерешительный. Во второй фактор у данной группы входит также качество «справедливый». Для них мужественный человек скорее не душевный (как у футбольных фанатов), а справедливый. По крайней мере в их представлении мужественный человек будет действовать не на основании импульса, проявляя силу или душевность, а на основании силы и справедливости.

Можно сделать вывод, что на уровне представлений о настоящем, мужественном мужчине у мужчин, являющихся и не являющихся футбольными фанатами, различия есть. Несмотря на сходство качеств, вошедших в выделенные нами факторы, информативность того или иного качества в группах разная. Например, наиболее информативным качеством активности и силы мужественного мужчины для футбольных фанатов является качество силы, а для мужчин, не являющихся футбольными фанатами, – это решительность. Главное качество джентльменства для футбольных фанатов – это вежливость, а для нефанатов – это справедливость. Фактор активности для футбольных фанатов характеризуется главным образом способностью добиваться цели, а для тех, кто не является футбольными фанатами, – это уверенность.

Проведение проективной методики, основанной на выборе изображений, сопоставляющихся со стимул-объектами, позволяет увидеть представления о мужественности и восприятие её в образном плане, целостно. Для каждого стимул-объекта сформировался блок изображений, выбираемый обеими выборками. Основное различие состоит в количестве выбираемых изображений. Так, блоки изображений богов, которые сформировались на основе ответов футбольных фанатов, состоят в основном из 1-2 изображений. В то время как для тех, кто футбольными фанатами не является, было характерным совершать выбор намного большего количества картинок (от 3-4 до 7-8). Футбольные фанаты при описании стимул-объектов «Я» и «Мужественный человек, настоящий мужчина» выбирают одни и те же изображения. Это демонстрирует самовосприятие футбольных фанатов как мужественных людей. Они описывают себя и мужественного человека через образы Гефеста и Ареса, дополняя в равной степени образами Зевса и Аида.

Отличительной особенностью Ареса является тот факт, что он – отвергнутый, отец не признавал его [2; 13; 14]. В силу этого часто указывается на высокий уровень агрессивности этого бога. Это может быть объяснено компенсацией недостатка эмоционального контакта и привлечением к себе внимания за счёт поступков крайне противоречивых и критических. Кроме того, отождествляемый с Аресом римский бог Марс считается богом плодородия и славится полярностью своего поведения, которая проявлялась в том, что он может как уничтожить урожай и скот (т. е. то, за что он в ответе и над чем имеет власть), так и развивать и защищать их. Будучи сыном Зевса, Арес живёт на Олимпе, однако с трудом, плохо уживается с законами и правилами, которые там действуют. Равно как футбольные фанаты, живущие, и часто довольно успешно, в современном мире, по большей части не принимаемы обществом. В итоге и футбольные фанаты своим поведением вызывают непонимание и отвержение со стороны как близкого окружения (семья), так и общества в целом. При этом они способны как провоцировать негативное отношение, так и не создавать для этого почвы. Равно как «имя Ареса вызывало у греков ужас, хотя в облике бога, его носившего, не было ничего внушающего отвращение» [14, с. 48] так и футбольные фанаты вызывают у людей негативное восприятие.

Кроме Ареса футбольные фанаты воспринимают себя и мужественного человека в образе Гефеста. Точно также как Арес, Гефест также отвергнут семьёй и не принимается ей. Гефест – бог с физическим недугом. Кроме того, он обладает большой физической силой и высоким трудолюбием. Он – великий кузнец, искусный мастер [2; 13; 14]. Подобно Аресу его поведение двояко: он охраняет дома,

города и племена, укрепляет их, но он же представляет собой демоническое пламя, способное создавать жестокое оружие. Он мстит собственной матери за предательство. Отплатив ей, он больше не держит на неё зла. Такая модель поведения похожа на те проявления агрессии, которые свойственны футбольным фанатам по отношению к своим противникам.

Кроме того, образ отвергнутого и агрессивного, сильного и умелого «Я» футбольные фанаты дополняют качествами, свойственными Зевсу. Зевс – бог неба, молний, ведающий всем миром, он глава олимпийской семьи [2; 13; 14]. Черты, характерные Зевсу – это решительность, властность, напористость. Он целенаправленно идёт к поставленным целям, используя всяческие орудия. В Зевсе заключено огромное количество традиционных маскулинных черт, моделей поведения.

Кроме Зевса, к образу «Я» и образу мужественного человека футбольные фанаты добавляют Аида. Аид предстаёт нам как властный бог. Он сам стережёт и распоряжается подземным царством и дарует урожай на Земле [2; 13; 14]. Он скрытный и мрачный. В образе «Я» у футбольных фанатов Аид, видимо, играет, с одной стороны, роль властного правителя, руководителя, как показателя успешного мужчины. С другой же стороны, акцент может быть сделан именно на скрытность и незамеченность, т. е. проявляется потребность в защищённости, закрытости от внешнего мира, неприкосновенности, уменьшении внимания к собственной персоне, при этом без потери собственных возможностей к реализации.

Мужчины, не являющиеся футбольными фанатами, воспринимают себя и мужественного человека по-разному. Подобно футбольным фанатам, себя они идентифицируют с фигурой Ареса. При этом всю силу, жестокость, импульсивность Ареса они во всех случаях дополняют образом властного и рассудительного Зевса. В итоге получается сильная и властная фигура, способная совершать поступки, добиваться поставленных целей. При этом подчёркивается наличие высокой активности и подвижности, свободы перемещения, а также склонность и готовность идти на ухищрения и нечестность для достижения целей. Это может свидетельствовать также о наличии у них большей гибкости в поведении, чем у футбольных фанатов. На это указывает образ Гермеса, которого выбирали вместе с Зевсом и Аресом. Мужественный же человек ими представляется в образах Гефеста и Зевса, заключающие в себе множество традиционных мужских качеств, определяющих личностную мужественность через силу, власть, авторитет.

Собрав воедино полученные в ходе исследования данные, можно заключить, что принадлежность к околоспортивной субкультуре

оказывает влияние на представления и образы о мужественности, что безусловно оказывает решающее влияние на формирование собственно гендерной идентичности человека. От того, как он видит себя как представителя гендера и как видит настоящего, идеального (т. е. мужественного) мужчину, зависит напрямую содержание и проявление его гендерной идентичности, восприятия и принятие своего гендера, реализация поступков в контексте принадлежности к гендеру. Так, исследование показало, что на данном историческом этапе и футбольные фанаты, и лица, не являющиеся ими, приписывают мужественному человеку следующие качества: порядочный, умный, сильный, решительный, свободный, добрый, заботливый, считая, кроме того, его героем и победителем. Выявились и различия в представлении о мужественном человеке: если футбольные фанаты в первую очередь подчеркивают его силу, геройство и способность быть победителем, кроме того, ассоциируя его с русским, патриотом и наемником, то те, кто не являются футбольными фанатами, делают акцент на смелость, ум, надежность, открытость, проницательность, доверие. Вслед за мировым разворотом универсализации гендерных качеств, стиранию ярких границ между личностными качествами мужчин и женщин, большая часть и футбольных фанатов и мужчин, не являющихся футбольными фанатами, присваивают себе как маскулинные, так и фемининные качества, т. е. проявляют андрогинность в психологическом плане. Однако среди футбольных фанатов в большей степени выражена тенденция к маскулинности, а в группе, не относящейся к фанатам, – к фемининности.

Представление о мужественном человеке, образ мужественности в группе футбольных фанатов отличается стереотипностью, малой вариативностью, что свидетельствует о чётком видении того, что есть мужественность и кто такой мужественный человек.

Структура представления о настоящем мужчине, мужественном человеке имеет как определенное сходство, так и различие в группах фанатов и «не фанатов». Для фанатов ведущим фактором выступает фактор силы, то для группы «не фанатов» – фактор уверенности. Есть различия и в содержании факторов: в группе футбольных фанатов качество сдержанности противопоставляется в факторе «активность» силе целеустремленности и решительности, а в факторе «целеустремленность» – воле, уверенности и также целеустремленности. Таким образом, сдержанность, по-видимому, трактуется футбольными фанатами как слабость, неуверенность, нерешительность, что, с их точки зрения, не свойственно мужественному человеку.

Футбольные фанаты продемонстрировали также важность конструкта «мужественность» в структуре их мироощущения и

представления себя в различных аспектах. Они чётко представляют себе, как должен выглядеть и как должен вести себя мужественный человек и что ему не должно быть присуще. Они воспринимают себя как мужественных людей и предполагают развивать свою личность в сторону большей мужественности. Это подчёркивает важность принадлежности к субкультуре, тем более с такой чёткой гендерной направленностью, для формирования целостной, принимаемой и чёткой гендерной идентичности мужчин. Очевидно, что мужественность (маскулинная гендерная идентичность) как феномен должна занимать важное место в среде предметов научных исследований. Так и явление футбольного фанатизма, очевидно, требует более детальных исследований.

Список литературы

1. Бем С. Линзы гендера: Трансформация взглядов на проблему неравенства полов. М.: «Российская политическая энциклопедия» (РОССПЭН), 2004. 330 с.
2. Болен Д.Ш. Боги в каждом мужчине. Архетипы, управляющие жизнью мужчин. М.: ООО Издательский дом «София», 2005. 304 с.
3. Гидденс Э. Устройство общества: очерк теории структуризации. М.: Академический проект, 2005.
4. Ильин Е.П. Пол и гендер. СПб.: Питер, 2010. 688 с.
5. Каган В. Е. Семейные и полоролевые установки у подростков // Вопросы психологии. 1987. № 2. С. 54–61.
6. Каган В.Е. Стереотипы мужественности – женственности и «образ Я» у подростков // Вопросы психологии. 1989. №3. С. 53-62.
7. Клещина И.С. Практикум по гендерной психологии. СПб.: Питер, 2004. 408 с.
8. Клещина И. С. Гендерная социализация. СПб.: Изд-во СПбГУ, 1998. 228 с.
9. Кон И. Маскулинность и фемининность // Энциклопедия «Кругосвет». 2006.
10. Кон И. Меняющиеся мужчины в изменяющемся мире. М.: Время. 2009. 496 с.
11. Кон И. Нагой мужчина в искусстве и в жизни. М.: Слово. 2003. 360 с.
12. Кон И. Пол и гендер. Заметки о терминах // Русский архипелаг. 2003.
13. Кун Н. Легенды и мифы Древней Греции. М.: АСТ, 2004. 480 с.
14. Левит С.Я. Культурология XX века // Энциклопедия в двух томах. СПб.: Университетская книга, 1998. 894 с.
15. Старовойтенко Е.Б. Культурная психология личности: монография. М.: Академический Проект; Гаудеамус, 2007. 310 с.

THE ROLE OF NEAR-SPORT SUBCULTURE IN DEVELOPMENT OF THE MEN'S GENDER IDENTITY

A.I. Kalmykova

National Research University - Higher School of Economics, Moscow

The article presents the results of a study. The purpose was to determine the role of belonging to a near-sport subculture on the formation of male gender identity. The focus shifted to studying the formation of the components of gender identity: images and perceptions of masculinity. The study used the following methods: interview, questionnaire method and projection method. The findings suggest that differences in perceptions of masculinity and the construction of images of this man between the two groups of young people: football fans and football fans. Although there are certain similarities in the results obtained for both groups, the role of belonging to a near-sport subculture reflected in the clear views and vision for the realization of his own masculinity members of the subculture. These data are of interest to examine the issues of masculinity and gender psychology.

Keywords: *masculinity, a real man, gender identity, football fanaticism, football fans.*

Об авторах:

КАЛМЫКОВА Анна Игоревна, аспирант кафедры общей и экспериментальной психологии факультета психологии Национального Исследовательского Университета – Высшей Школы Экономики (Федеральное государственное автономное образовательного учреждения высшего профессионального образования) (109316, г. Москва, Волгоградский пр-т, д. 46 б), e-mail: kalmykova.anna@gmail.com