

ГЕНДЕРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ВОСПРИЯТИЯ ФУТБОЛЬНЫХ ФАНАТОВ НА ПРИМЕРЕ МОЛОДЕЖНОЙ ВЫБОРКИ



*Гизуллина А.В. – старший преподаватель кафедры клинической психологии и психофизиологии департамента психологии, Уральский Федеральный Университет им. Первого Президента России Б.Н. Ельцина, г. Екатеринбург, Россия
Gizullina@yandex.ru*



*Дихорь В.А. – студентка 1 курса магистратуры департамента психологии, Уральский Федеральный Университет им. Первого Президента России Б.Н. Ельцина, г. Екатеринбург, Россия
dikhviktoria@mail.ru*

Ключевые слова: футбольные фанаты, фанатки, стереотип восприятия, гендерные особенности.

Keywords: football fans, stereotype, gender characteristics.

Резюме. *Статья посвящена проблеме массового стереотипного восприятия футбольных фанатов как агрессивных и деструктивных хулиганов, а также другим предубеждениям, существующим в российском обществе, в отношении футбольных фанатов и фанаток.*

Summary. *The article is devoted to the problem of mass stereotypes of football fans as aggressive and destructive vandals and other prejudices that exist in Russian society, in respect of football fans and groupies.*

Обзор проблемы. В спортивной литературе существуют неоднозначные определения понятия «футбольные фанаты». Мы рассматриваем футбольных фанатов как социально активную группу людей молодого и среднего возраста, которые реализуют свой ярко выраженный интерес к футболу в групповом или даже массовом взаимодействии, что, в свою очередь, нередко приводит к эксцессам и значительному общественному резонансу.

Под стереотипами восприятия понимаются «упрощенные, обобщенные и ригидные системы широко разделяемых представлений об опознаваемых группах людей, в которых каждый человек рассматривается как носитель одних и тех же наборов ведущих характеристик, приписываемых любому члену данной группы безотносительно его реальных качеств» [4].

Одной из актуальных проблем настоящего времени являются достаточно напряженные отношения между обществом и футбольными фанатами. Конечно, фанаты и сами в немалой степени способствуют сохранению и формирования негативных стереотипов. Имеется достаточно примеров, когда деятельность

футбольных фанатов наносила существенный ущерб не только им самим, но и их командам и сборным [6]. Так, например, «Зенит», «Спартак», «ЦСКА» должны были играть несколько матчей при пустых трибунах [7].

Проблемы поведения футбольных фанатов и спортивных болельщиков рассматривается в научной литературе в свете изучения личностных особенностей болельщиков и фанатов в работах Е.В. Платовой (2003), Ю.А. Бурунова (2007), Э.Р. Салахетдинова (2008) А.Ю. Узикова (2011); агрессивное поведение фанатов Медников С.В.; асоциального и преступного поведения болельщиков и его профилактики таким исследователями как А.А.Мейтин (2005), И.П. Клеп (2010) и А.А. Журавков (2011) [5]. Однако исследований, посвященных гендерной специфике восприятия фанатов и особенностям гендерных стереотипов в представлениях о них, в отечественной и даже зарубежной практике крайне.

Цели, задачи и методы исследования. С марта по август 2014 года нами было проведено исследование по выявлению стереотипов восприятия футбольных фанатов. Целью нашего исследования было оценить, как к фанатам относятся молодые люди, которые

входят предположительно в ту же возрастную группу, что и фанаты.

Организация исследования. В нашем исследовании участвовала молодежная выборка (17-25 лет), состоящая из абитуриентов университета, в которую вошли 97 человек (60 девушек и 37 юношей). На основании вопроса «Знакомы ли Вы лично с представителями футбольного фанатского движения?» опрошенные при анализе анкет были разделены на две группы: знакомые с фанатами – 29 юношей и 32 девушки; незнакомые – 28 девушек и 8 юношей. В этом исследовании учитывалось мнение только тех опрошенных, которые сами футбольными фанатами не являются. Опрос производился июнь-август 2014 года.

В исследовании было использовано две методики: авторская анкета «Представления о футбольных фанатах», опросник для диагностики межличностных отношений Тимоти Лири.

1) Авторская анкета «Представления о футбольных фанатах» состоит из 15 вопросов. Анкета направлена на выявление социальных стереотипов относительно плюсов и минусов движения, мотиваций его представителей, а также представлений о среднем возрасте фаната и качествах наиболее характерных для него.

2) Опросник для диагностики межличностных отношений Тимоти Лири (в модификации Л. Н. Собчик) используется для исследования представления человека о самом себе и его отношения в малой группе [2]. Тест Тимоти Лири представляется нам наиболее подходящим для решения поставленной задачи, потому что он сочетает в себе достаточно полный перечень возможных личностных качеств для описания. Респондентам в молодежной выборке предлагалось выбрать из 128 качеств, присущие среднестатистическому российскому фанату.

Подобное сочетание методик было использовано в связи с тем, что целями нашего исследования было выяснение личного отношения опрошенного к фанатской среде (для этого была использована авторская анкета), сбор индивидуальных представления респондентов о личностных особенностях футбольных фанатах и на основе этого материала выявить наиболее распространенные стереотипы.

Результаты и их обсуждения. *Анализ авторской анкеты.*

При обработке авторской анкеты «Представления о футбольных фанатах» выясни-

лось, что все, кроме двух опрошенных, уверены, что фанаты принадлежат к сильной половине человечества. Средним возрастом, характерным для российского фаната, большинство (74%) респондентов считает 19-25 лет. Самым редким ответом (4%) оказался промежуток 40-59 лет.

Полуоткрытый вопрос «Кого можно считать футбольным фанатом?» предлагал два полярных ответа (по желанию можно было предложить свой вариант): «неадекватный подросток, который приходит на игру», чтобы покричать или «идейный человек, который болеет за команду и поддерживает ее». По результатам анализа отчетливо видно, что вариант «идейный человек, который болеет за команду и поддерживает ее» является наиболее популярным среди всех категорий опрошенных. Наиболее часто (93%) фаната идейным сторонником футбола считают девушки, лично знакомые с футбольными фанатами. Девушки не знакомые с футбольными фанатами полагают то же, но чуть реже (89%) (различие недостоверно). Юноши, лично знакомые с фанатами, выдвигают такую позицию в 76% случаев, а не знакомые – в 65% (различия достоверны) Из этого факта становится очевидным, что существуют гендерные и информационные факторы, которые существенно влияют на массовое представление о фанатах.

Были получены интересные данные о представлениях респондентов о возможной мотивации юношей и девушек быть фанатами. Большинство опрошенных (52,27%) сошлись во мнении, что основной мотивацией мужчин является любовь к футболу. Что же касается мотивации девушек, то мнения опрошенных разделились. Самыми популярными ответами были: любовь к футболу и желание поддержать или найти своего мужчину среди фанатов. Важно отметить, что знакомые лично с представительницами фанатского движения выбирали «любовь к футболу» в качестве мотива чаще (девушки – 50%; юноши – 24,14%), а незнакомые, наоборот, «желание поддержать мужчин-фанатов» (девушки – 43%; юноши – 25%). Данные результаты указывают, что на формирование данного стереотипа оказывает значительное влияние как факт личного знакомства, так и пол опрошенных. Очевидно влияние общераспространенных гендерных стереотипов о женщинах, которые полагают что для женщин межличностный аспект взаимодействия важнее, чем содержательный [].

Таблица 1
Ответы на вопросы анкеты (%)

Вопрос	Дев/знак	Дев/незнак	Юм/знак	Юм/незнак
Как Вы думаете кого можно считать футбольным фанатом?	%	%	%	%
<i>Неадекватного подростка, который приходит лишь бы покричать</i>	93,33	89,3	75,8	62,5
<i>Идеальный человек, который болеет за команду и поддерживает ее</i>	3,33	10,7	10,3	12,5
<i>Увлеченный футболом</i>	3,33	0	8	10,8
<i>Зависимый от футбола</i>	0	0	2	8,2
Часто ли Вы встречались с проявлениями футбольного фанатизма?				
<i>Нет, никогда</i>	21,1	48	22,5	25
<i>Да, часто</i>	11,1	3	22,5	12,5
<i>Иногда</i>	67,8	49	55	62,5
Люди какого возраста обычно являются футбольными фанатами?				
<i>15-18</i>	11,65	12,5	10	12,5
<i>19-25</i>	66,7	47,1	72	75
<i>26-39</i>	11,65	36,4	6	12,5
<i>40-59</i>	10	4	2	0
Для кого более естественно быть футбольным фанатом?				
<i>Для Юношей</i>	100	96,4	96,5	100
<i>Для Девушек</i>	0	3,6	3,5	0
Какие минусы Вы видите в фанатском движении?				
<i>Агрессивность, драки, вандализм</i>	56,7	57,1	58,6	87,5
<i>Нет минусов</i>	10	25	13,8	0
Напишите несколько плюсов фанатского движения				
<i>Склочение людей</i>	46	42,8	30	19,5
<i>Поддержка спортсменов</i>	9,33	18,5	26	19,5
<i>Нет плюсов</i>	26	11,8	14,3	32
<i>Протосаанда спорта</i>	9,33	19,1	14,3	9,5
<i>Вылеск эмоций</i>	9,33	7,8	7,4	19,5
Зачем мужчины становятся футбольными фанатами?				
<i>Любовь к спорту</i>	50	55	55	25
<i>Хобби</i>	25	10	25	25
<i>Симвоыражение</i>	15	5	7	25
<i>Патриотизм</i>	6	12,2	7	12
<i>Подражание успешным кумирам</i>	4	17,8	6	13
А для чего девушки приходят в фанатскую среду?				
<i>Любовь к спорту</i>	50	25	24,14	17,5
<i>Желание поддержать мужчин-фанатов</i>	42	43	20	25
<i>Для привлечения внимания</i>	8	22	25,86	17,5
<i>Для поиска друзей</i>	0	10	30	14,5

В ответ на открытый вопрос анкеты о главных недостатках фанатского движения большинство опрошенных назвали «драки», «агрессивное поведение», «вандализм». Эти показатели девушек обеих групп практически неразличимы (знакомые с фанатами – 56,7%, не знакомые – 57,1%). В то время как у юношей они достоверно различаются (знакомые – 58,6%, не знакомые – 87,5%). Таким образом, распространение подобных стереотипов у мужчин значимо отрицательно связано с уровнем их личной осведомленности, а у девушек нет. Вторым по распространенности с большим отрывом оказался ответ «минусов нет» (девушки знакомые – 10%, не знакомые – 25%, знакомые юноши – 13,8%). Следовательно, более 10% респондентов позитивно относятся к фанатскому движению, среди них большинство составили девушки лично не знакомые с фанатами, что указывает на выраженную положительную связь позитивного образа футбольного фаната в глазах девушек с отсутствием личного опыта общения с ними.

Таким образом, очевидно, что футбольных фанатов намного позитивнее оценивают мужчины, лично знакомые с фанатами, и девушки с ними незнакомые. В случае юношей это может указывать либо на объективные представления, либо на субъективные симпатии в приятельских отношениях. В случае девушек это может объясняться явным преобладанием положительных стереотипов до момента личного знакомства с фанатами.

Объективность всех представленных выше мнений наиболее отчетливо видна при анализе ответов на вопрос «Приходилось ли Вам встречаться с проявлениями футбольного фанатизма?» Даже среди тех, кто указал, что лично знаком с футбольными фанатами, ответивших на этот вопрос: «Да, часто», оказалось не более 25%, а среди остальных – их всего 10%. Основное число опрошенных сталкивались с подобными явлениями либо изредка, либо вообще никогда не встречались. А это значит, что большинство, как позитивных, так и негативных представлений о футбольных фанатах и их движении формируется не на основе личного опыта, а на основании образа создаваемого средствами массовой информации и массовых оценочных суждений.

Анализ анкеты «Диагностика межличностных отношений»

При обработке структуры представлений о футбольных фанатах, полученных по опроснику диагностики межличностных отношений

Тимоти Лири, выявлены следующие результаты: наиболее выраженными характеристиками, как на общей выборке, так и на практически всех подвыборках оказались средние показатели шкал эгоистичный и агрессивный, авторитарный, подозрительный, зависимый, дружелюбный, альтруистический и подчиняемый [3]. Хотя показатели по шкалам агрессивный, эгоистичный, подозрительный, подчиняемый и зависимый в восприятии мужчин оказались более выражены, чем у женщин, достоверных различий по критерию Стьюдента между ними не выявлено.

Общая выборка знакомых с фанатами юношей и девушек в сравнении со значениями тех, кто лично с фанатами не знакомы, достоверно отличается по критерию Стьюдента только по шкале «Подчинение» (различия значимы на уровне 0,95), что говорит о том, что люди, знающие фанатов достоверно, выше считают фанатов склонными к подчинению.

При сравнении показателей между девушками были выявлены достоверные различия по критерию Манна-Уитни по шкалам «Зависимый» (293,5) и «Альтруистичный» (334). Выборка знакомых с фанатами девушек считает фанатов более зависимыми и альтруистичными.

Корреляционный анализ

При анализе корреляций на всей выборке было установлено, что вполне ясно можно увидеть две группировки связей – первая из них: агрессивный, авторитарный, эгоистичный; вторая – подчиняемый, зависимый, дружелюбный, альтруистичный. Вполне может оказаться, что это два разных и мало связанных между собой стереотипа восприятия (образа) футбольного фаната. Единственный пункт, в котором пересекаются эти два конструкта, это шкала «Подозрительный», которая дает значительно более сильные связи почти со всеми упомянутыми качествами, но все же сильнее связан с первой конструкцией. Более подозрительными кажутся более агрессивные фанаты. ($K=0,62$ при критическом $K=0,25$) [3].

При сравнении корреляционных матриц по полным выборкам (без разделения по полу) обнаружилось, что у тех, кто лично не знаком с фанатами в оценках психологических характеристик фанатов ярко проявился только 1 блок достоверных положительных связей это все те же – агрессия, авторитарность, эгоизм. У знакомых с фанатами, напротив, значимых связей гораздо больше, и они

Таблица 2

Корреляции (по Пирсону) в общей выборке незнакомых с футбольными фанатами

	Авторитарный	Эгоистичный	Агрессивный	Зависимый	Дружелюбный
Эгоистичный	0,498**	1,00			
Агрессивный	0,447**	0,762**	1,00		
Подозрительный	0,409*	0,751**	0,719**		
Дружелюбный	0,07	0,23	0,05	0,638**	1,00

Таблица 3

Корреляции (по Пирсону) в общей выборке знакомых с футбольными фанатами

	Авторитарный	Эгоистичный	Агрессивный	Подозрительный	Подчиняемый	Зависимый
Эгоистичный	0,349**	1,00				
Агрессивный	0,307**	0,405**	1,00			
Подозрительный	0,20	0,408**	0,536**	1,00		
Подчиняемый	0,09	0,226*	-0,03	0,436**	1,00	
Зависимый	0,11	0,14	0,261*	0,431**	0,289*	1,00
Альтруистический	0,21	0,22	0,08	0,421**	0,495**	0,507**

многообразнее, что указывает на то, что их представления о фанатах гораздо более сложные и многообразные, нет таких однозначных и простых стереотипов, как у тех, кто с фанатами незнаком.

1) В представлении опрошенных футбольные фанаты – это молодые мужчины в возрасте от 18 до 26 лет, которые участвуют в фанатском движении из идейных соображений и любви к футболу. Девушки-фанаты, по мнению большинства опрошенных, приходят в движение не столько из любви к футболу, сколько ради внимания или для поддержки близких друзей мужчин-фанатов. Разница в восприятии девушек-фанатов мужчинами и женщинами, и между знакомыми и не знакомыми с фанатами опрошенными достоверно выражена и может объясняться, как типичными гендерными стереотипами, так и малой информированностью общества о футбольных фанатках.

2) Основным недостатком фанатского движения, по мнению молодежной выборки, является агрессивное поведение (реальные проявления которого, однако, встречались опрошенным довольно редко), а плюсом – сплоченность его представителей и поддержка конкретных спортсменов-футболистов и любимых команд.

3) Опрошенные девушки более позитивно оценивают фанатизм вне зависимости от

уровня информированности о фанатах. Однако у девушек лично знакомых с фанатами позитивные оценки могут быть выражены в меньшей степени. Таким образом, личное знакомство в случае женщин не влияет или немного снижает позитивность их оценки. Подобный эффект может быть связан с фрустрационной реакцией на реальную фанатскую среду, которая существенно отличается от ранее сформировавшегося «романтического» образа.

4) У юношей, лично незнакомых с представителями фанатского движения, негативные оценки встречаются достоверно чаще, чем у тех, кто знаком с фанатами. Следовательно, личное знакомство в случае мужчин повышает позитивность их оценки.

5) Данные по тесту ДМО (Т.Лири) свидетельствуют, что по мнению большинства опрошенных наиболее выраженными характеристиками футбольного фаната являются «эгоистичный и агрессивный, авторитарный, подозрительный, зависимый, дружелюбный, альтруистический и подчиняемый». Девушки достоверно чаще, чем юноши считают фанатов «подчиняемыми». Девушки лично знакомые с фанатами достоверно чаще, чем незнакомые с ними, считают фанатов «зависимыми» и «альтруистическими».

6) Корреляционный анализ параметров теста ДМО показывает, что в выборках

респондентов, лично знакомых с фанатами, достоверных взаимосвязей между разнообразными качествами личности футбольного фаната заметно больше и они разнообразней, образуя два ярко выраженных блока: 1 – агрессивный, авторитарный, эгоистичный; 2 – подчиняемый, зависимый, дружелюбный, альтруистичный. У тех, кто лично не знаком с фанатами в оценках психологических характеристик фанатов ярко проявился только 1 блок достоверных положительных связей – агрессия, авторитарность, эгоизм.

В заключении отметим, что выявленные особенности восприятия относительно схожи у большинства опрошенных, что говорит о широком распространении стереотипной информации о фанатизме в России и ее существенном влиянии на взаимоотношения общества и фанатов. Дальнейшие исследования в этом направлении, а также распространение объективной информации в научной, спортивной литературе и в СМИ могли бы способствовать позитивной социальной интеграции футбольных фанатов в спортивную и общественную жизнь.

Литература

1. Агеев В.С. Психологическое исследование социальных стереотипов // Вопросы психологии. № 1. М: ООО «Вопросы психологии», 1986.10-16 с.
2. Вердербер К., Вердербер Р. Психология общения. СПб.: ПРАЙМ-ЕВРОЗНАК, 2003. 320 с.
3. Ермолаев О.Ю. Математическая статистика для психологов. М.: МПСИ, Флинта, 2003. 336 с.
4. Ильин В. А., Кондратьев М. Ю. Азбука социального психолога-практика. М.: ПЕР СЭ, 2007. 464 с.
5. Карповская Е. Е., Козловская В.А. Репрезентация гендерных стереотипов в средствах массовой информации // Язык и социальная динамика, №11-2. Красноярск: Сибирский государственный аэрокосмический университет им. акад. М.Ф. Решетнева, 2011. 70-71 с.
6. Салахетдинов, Э.Р. Личностные характеристики футбольных фанатов в молодежной околоспортивной субкультуре. Росс. гос. соц. ун-т. М, 2008. 15-17 с.
7. Сигеле, С. Преступная толпа. М.:КСП+, 1998. 320 с.
8. Скворцова, Е.В. Психосоциальные характеристики футбольных фанатов как субъектов глобализационного сообщества //Экспериментальная психология. № 2. М, 2011. 79-87 с.

