

# ЦЕННОСТНО-ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ УСТАНОВКИ ЗРИТЕЛЕЙ ФУТБОЛЬНОГО МАТЧА

(РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА)

## VALUE-BEHAVIOR PATTERNS OF VISITORS SOCCER GAME (POLL)

*A.V. Shutov*

Despite the "validity" of sports spectacle in terms of its impact on the individual, his audience can hardly be interpreted unambiguously. Thus, it includes different groups of people, from the contingent, which prefers to attend sporting stands, to the masses who consume sports information – even occasionally – from different sources.

**Keywords:** football, a spectator, information, sports, social significance, the poll.

*Шутов Андрей Викторович*  
Аспирант Международной академии  
бизнеса и управления

*Аннотация:*

Несмотря на "общезначимость" спортивного зрелища в плане его воздействия на индивида, его аудиторию вряд ли можно трактовать однозначно. Так, к ней относятся различные группы людей, начиная от контингента, предпочитающего присутствовать на спортивных трибунах, до широких масс, потребляющих спортивную информацию – даже эпизодически – из разных источников.

*Ключевые слова:*

Футбол, зритель, информация, спорт, общественная значимость, опрос.

**В** настоящее время, как и более полувека назад, все еще остается открытым вопрос о единой терминологии в отношении понятия "аудитория спортивного зрелища". Традиционно еще с 70-х годов прошлого века используются такие термины, как "зрители", "болельщики", "любители спорта", "потребители спорта", "спортивная публика", "фаны".

По нашему мнению, ни один из представленных терминов не отражает специфики аудитории спортивного зрелища. Понятие "зрители", скорее, присуще зрелищным видам искусства – театру, кино и т.п. Кроме того, понятие "зритель" подразумевает пассивное отношение к происходящему, а специфика спортивного зрелища требует активности при реализации "роли его потребителя". Поэтому трудно согласиться и с термином "потребители спорта". Что касается "любителей спорта", то это понятие уже вошло в обиход для обозначения спортсменов, занимающихся спортом ради своего удовольствия. Понятие "болельщик", на наш взгляд, наиболее полно из всех отвечает специфике аудитории спортивных соревнований. Здесь имеется в виду не только та часть людей, которые в наибольшей степени включены в систему спортивных зрелищ, наиболее активны в потреблении спортивной информации и тем самым ответственны за дальнейшее существование культуры таких зрелищ, института зрелищного спорта.

Начиная с 80-х годов на страницах печати прочно закрепились такая характеристика болельщика, как "фанат". Будучи не в состоянии раскрыть внутренний смысл употребляемого ими понятия, спортивные журналисты первоначально связывали с этим термином, с одной стороны негативные проявления на трибунах, с другой в оп-

ределенной степени пытались придать определенный "шарм" социально-психологическим характеристикам постоянного посетителя стадиона.

Поэтому с целью разграничения понятий "болельщик" и "фанат" и выявления в ценностных и поведенческих установках между этими группами футбольной субкультуры, нами было проведено исследование. Мы с группой волонтеров опросили людей перед матчами "Динамо" Москва – "Волга" Нижний Новгород, "Локомотив" Москва – "Крылья Советов" Самара и "Спартак" Москва – "Анжи" Махачкала. Опрос проходил возле входов на центральные сектора и сектор у ворот.

Проведенное исследование показало ценностно-поведенческую однородность людей, посещающих центральные трибуны на всех трех матчах. Такая же схожая структура ответов наблюдалась и между посетителями трибун за воротами на всех трех матчах.

При этом достаточно сильно отличались между собой ответы на вопросы в зависимости от того, откуда собирается смотреть матч зритель.

Так, посетители центральных трибун чаще давали положительные определения понятию "болельщик", чем представители секторов за воротами. Зрители из центрального сектора в 83% случаев давали положительную характеристику болельщикам, отмечая у них такие черты, как любознательность, патриотизм и миролюбие. А вот понятие "фанат" для них имело более негативное значение: только 21% опрошенных вкладывали в это понятие положительные черты. Среди отрицательных черт фанатов они особо выделяли агрессивность, легкую внушае-

мость и управляемость. Естественно, что большинство посетителей центрального сектора чаще причисляли себя к болельщикам (68%), чем к фанатам (15%). Остальные не идентифицировали себя ни с теми, ни с другими.

А вот среди посетителей сектора за воротами картина диаметрально противоположная. Они только в 40% случаев давали положительные характеристики понятию "болельщик". Среди негативных черт доминировали пассивность во время матча и конъюнктура интереса, т.е. резкое охлаждение к команде, в случае, если у нее слабые результаты и опять же, резкий рост интереса, в случае, если команда борется за чемпионство. Понятие "фанат" среди них имело более положительные черты (85%); такие, как верность, активность и патриотизм. Естественно, что посетители секторов за воротами чаще причисляли себя к фанатам (92%), чем к болельщикам (8%)

Таким образом, мы можем констатировать, что определение "болельщик" больше подходит для посетителей центральных секторов, а "фанат" для посетителей секторов за трибунами. Причем водораздел между ними проходит по таким характеристикам, как активность в поддержке команды во время матча и постоянство интереса к команде.

Для выявления более четких границ между этими понятиями по данным характеристикам нами было проведено дополнительное исследование. В ходе этого исследования было выявлено, что для того, чтобы человек мог считать себя болельщиком, он должен посещать не менее трети матчей за сезон и уделять активной поддержке команды не менее 10% времени матча. Для фанатов эти цифры естественно были выше: посещение 2/3 домашних матчей и активная поддержка команды в течение 50% времени матча. Причем следует отметить, что люди, которые идентифицируют себя как болельщики, были менее требовательны при установке границ, нежели фанаты. В перспективе мы можем отметить, что эти границы между понятиями "болельщик" и "фанат" достаточно подвижны и могут двигаться как в ту или иную сторону.

Анализ ответов на другие вопросы основной анкеты выявил серьезные различия в ценностных и поведенческих установках между этими группами.

Так, болельщики чаще, по сравнению с фанатами, воспринимают спорт как способ проведения досуга, нежели возможность стать свидетелем достижений человека или приобщения к спортивной деятельности. Они стремятся получить информацию о спорте из разных источников, в то время, как фанаты, как правило, ограничиваются кругом друзей и интернетом. Пресса и спортивные передачи служат каналом получения информации для 35% фанатов и 80% болельщиков

Фанаты позволяют себе больше вольностей на стадионе, нежели болельщики.

Среди тех, кому интересны конфликты на спортивной арене, и тех, кто воспринимает такой конфликт, такие столкновения между спортсменами как неизбежный атрибут спортивного состязания, контингент фанатов в 1,5 раза превышает их относительную долю по массиву (соответственно 56% и 48% против 36% среди всех опрошенных).

Относительно контингента, который непосредственно принимал участие в стычках между болельщиками, можно констатировать, что именно фанаты в гораздо большей степени одобрительно относятся к актам насилия на спортивных аренах. Среди них одобряющую позицию занимали 58%, давших ответ на этот вопрос, нейтральную – 31%, а возмущались всего 9%. При этом большинство участников стычек между болельщиками вовсе не считают это зазорным или постыдным, а потому в большинстве случаев указывают, что инициаторами выступает их компания.

При этом важно подчеркнуть, что если среди болельщиков соотношение относительно квалифицированных спортсменов, не имеющих спортивного разряда, составляет 10 к 7, то среди фанатов – 2 к 5, а среди инициато-

Позволяют себе	Болельщик	Фанат
Скандирование лозунгов и приветствий команде. за которую болеют	98	100
Громкий свист	90	98
Свист в адрес судьи	82	95
Выкрики в адрес команды соперника	68	90
Размахивание снятой одеждой	15	45



ров стычек – 2 к 7. Таким образом, основной контингент, из которого рекрутируются агрессивные фанаты, – спортсмены массовых разрядов или "безразрядники", составляющие 45% всего числа фанатов. И при этом являющиеся инициаторами столкновений между болельщиками в 68% случаев.

Показательно также, что среди тех, кто предпочтет смотреть футбол даже ценой конфликта, – 63% составляют фанаты (тогда как их доля по массиву всего 36%). Вторичный анализ данных также показал, что фанаты практически всегда игнорируют правила общежития и не считаются с интересами окружающих.

После посещения стадиона треть фанатов, определившихся по этой позиции, чувствуют себя либо уставшими, либо опустошенными, тогда как по массиву таковых всего четверть. А сразу после посещения стадиона фанаты нацелены либо на пассивное времяпрепровождение – полежать, ничего не делая, либо на выпивку: соответственно 29% и 15% против 15% и 7% по массиву.

Поскольку фанаты мало нацелены на собственно содержание спортивного зрелища, то после посещения стадиона телерепортаж в записи он смотреть практически не намерен. Итоги опроса: только 15% выразили интерес.

При заранее известном результате фанату интересно посмотреть, как развивалась борьба лишь в 25% случаев, тогда как такой контингент по массиву более велик –

38%. Это лишний раз подчеркивает, что для этого типа болельщиков гораздо важнее результат, а не содержание спортивной борьбы. Подтверждение этому мы находим и в данных по другому поводу: удовольствие фанат получает лишь тогда, когда победила "его команда" в 35% случаев (среди инициаторов стычек – 48%).

*Таким образом, футбольный фанат – это отнюдь не истинный знаток и любитель спорта. В этой связи строить работу с таким контингентом путем привлечения его к познанию сферы спорта малоперспективно. Скорее, следует работать над повышением его общего культурного уровня.*

В целом при обсуждении разных аспектов особенностей личности болельщика мы приходим к выводу о близости социально–психологических характеристик фанатов и спортсменов. Принимая во внимание факт рекрутирования болельщиков из среды спортсменов, причем спортсменов массовых разрядов, логично сделать заключение: фанат – это не реализовавший себя спортсмен. Это определение совпадает с зарубежными исследованиями на эту тему. Так, Х. Блумер, рисуя социально–психологический портрет футбольного фаната, отмечает, что он фактически является спортсменом по духу, который ввиду недостатка собственных сил и способностей не сумел добиться значимых результатов непосредственно в спортивной деятельности, но благодаря спортивному зрелищу, продолжает свое участие в соревновании, не встречаясь лицом к лицу с противником.

© А.В. Шюттов, ( Andvshutov@gmail.com ), Журнал «Современная наука: Актуальные проблемы теории и практики»

