



Уральский  
федеральный  
университет

имени первого Президента  
России Б.Н.Ельцина

Институт физической  
культуры, спорта и  
молодежной политики

**В. А. ДИХОРЬ**  
**А. М. БУРКОВА**  
**А. В. ГИЗУЛЛИНА**

# ОСНОВЫ ПСИХОЛОГИИ ФУТБОЛЬНЫХ БОЛЕЛЬЩИКОВ

Учебное пособие





МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
УРАЛЬСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМЕНИ ПЕРВОГО ПРЕЗИДЕНТА РОССИИ Б. Н. ЕЛЬЦИНА

В. А. Дихорь, А. М. Буркова, А. В. Гизуллина

# ОСНОВЫ ПСИХОЛОГИИ ФУТБОЛЬНЫХ БОЛЕЛЬЩИКОВ

Учебное пособие

2-е издание, исправленное и дополненное

Рекомендовано методическим советом  
Уральского федерального университета  
в качестве учебного пособия для студентов вуза,  
обучающихся по направлениям подготовки  
43.03.01 «Сервис», 49.03.01 «Физическая культура»

Екатеринбург  
Издательство Уральского университета  
2018

УДК 796.332(075.8)  
ББК Ч515.78я73-1  
Д504

**Р е ц е н з е н т ы:**

научно-методический совет

Министерства физической культуры и спорта Свердловской области  
(министр физической культуры и спорта  
доктор педагогических наук, профессор Л. А. Рапопорт);

Управление по развитию физической культуры, спорта и туризма  
Администрации г. Екатеринбурга  
(начальник управления кандидат педагогических наук, доцент Л. Н. Фитина);  
Н. В. Третьякова, доктор педагогических наук, доцент,  
(Российский государственный профессионально-педагогический университет)

**Дихорь, В. А.**

Д504 Основы психологии футбольных болельщиков : учеб. пособие / В. А. Дихорь, А. М. Буркова, А. В. Гизуллина ; М-во науки и высш. образования Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. –2-е изд., испр. и доп. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2018. – 88 с.  
ISBN 978-5-7996-2454-5

Чемпионат мира по футболу (2018) наглядно доказал значимость работы с болельщиками, эффективность которой напрямую отражается в общем впечатлении от спортивного мероприятия. В учебном пособии представлены современные разработки в области психологии футбольного фанатизма.

Адресовано студентам, аспирантам и преподавателям факультетов физического воспитания институтов, педагогических вузов и университетов, а также стюардам и волонтерам, принимающим участие во взаимодействии с представителями футбольного движения на спортивных стадионах и за их пределами.

УДК 796.332(075.8)  
ББК Ч515.78я73-1

*На обложке:*

болельщики футбольного клуба «Урал».  
Фото Леонида Обручникова

© Уральский федеральный университет, 2017  
© Уральский федеральный университет, 2018,  
с изменениями  
ISBN 978-5-7996-2454-5

## ПРЕДИСЛОВИЕ

Предлагаемое вниманию читателей учебное пособие представляет собой теоретическую и практическую базу курса «Основы работы с болельщиками». Данная работа является 2-м изданием учебного пособия «Основы психологии футбольных болельщиков». Значимой особенностью данного пособия стал комплексный подход к взаимодействию со зрителями, болельщиками и фанатами. За год апробации курса были выявлены практические аспекты, которые необходимо осветить, а также доработан теоретический блок.

Чемпионат мира 2018 года изменил восприятие футбольных болельщиков подавляющим большинством граждан. Изначально присутствовали не только позитивные ожидания футбольного праздника, но и негативные ожидания масштабных пробок, скопления людей в центральной части города, риска беспорядков и конфликтов между болельщиками и сотрудниками правопорядка. Согласно официальной статистике Россию посетили 5 млн иностранцев, которые создали настоящий праздник и изменили рутинную жизнь российских городов. По результатам опроса ВЦИОМ от 16 июля 2018 года болельщики сборных разных стран, которые являются неотрывной частью любого спортивного события, обеспечивая его востребованность и зрелищность, а также создавая моральную и материальную поддержку, вызывали у россиян симпатию (34 %), интерес (33 %), уважение (32 %), одобрение (23 %), доверие (17 %) и даже восхищение (14 %).

Учебное пособие включает в себя введение, основную часть и заключение.

Пособие дает представление о феномене футбольного зрительства, а также психологических особенностях болельщиков, систематизируя и сопоставляя результаты научных исследований и господствующие в обществе стереотипы, описывает механизмы эффективного взаимодействия с представителями околоспортивной среды.

Уместно предположить, что данное учебное пособие будет представлять интерес для специалистов, организующих массовые спортивные мероприятия, обеспечивающих пребывание болельщиков в гостиницах, местах общественного питания как в Свердловской области, так и по всей России.

# 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПСИХОЛОГИИ ФУТБОЛЬНОГО ФАНАТИЗМА

## 1.1. Эволюция футбольного фанатизма

*Зритель, болельщик, фанат* – слова эти звучат по-разному, и значение их тоже далеко не идентично, но все они, каждое по-своему, отражают один и тот же феномен – интерес, приверженность, страсть человека к определенному зрелищу, в нашем конкретном случае – к признанному фавориту спортивных игр футболу.

Для понимания феномена футбольного фанатизма необходимо в динамике отследить, как зародилось и развивалось это явление. Известно, что зрители появились примерно в то же время, как зародилась игра. Однако тех любителей футбола еще нельзя было назвать ни болельщиками, ни тем более фанатами. Их увлечение и желание наблюдать за игрой были хаотичными и непостоянными. Чаще всего, люди на игру приходили лишь, чтобы скоротать время и приятно провести вечер, не выбирая конкретную команду и порой даже не зная правил игры.

Развитие феномена футбольного зрительства в Европе и России от первых игр и до наших дней можно разделить на четыре этапа<sup>1</sup>.

### **Английская эпоха**

Несмотря на то, что многие народы мира издревле имели собственные аналоги игры с мячом, первые единые правила и регламент игры в футбол определились в командах частных школ и университетов Англии. 26 октября 1863 года представители 11 лондонских клубов и школ основали Футбольную ассоциацию Англии. К 1882 году существовало четыре футбольные ассоциации: Англии, Шотландии, Уэльса и Ирландии. Эти организации в том же году создали Международный совет футбольных ассоциаций.

---

<sup>1</sup> См.: *Томо*. Молодежная субкультура современной России: футбольный фанатизм // Футбольный гуру : информ. портал. URL: <http://www.footballguru.org/articles/nid/157> (дата обращения: 06.10.2016).

Футбол всегда был недорогим и доступным увлечением для молодого и активного населения окраин Англии. Сначала болельщики посещали только местные матчи, но постепенно у них появились желание и возможность ездить в соседние города на выездные матчи, сопровождая свои любимые команды.

К середине 60-х годов XX века популярность футбола среди жителей Великобритании заметно увеличилась, и уже около 70 % зрителей, присутствовавших на стадионе, отождествляли себя не просто с любопытным зрелищем, а именно с футболом. Они разбирались в игре, посещали все матчи избранной команды. И главное – это были не разрозненные болельщики, а единые группировки, между которыми были отмечены случаи группового насилия на футбольных матчах, порой доходившие до серьезных массовых потасовок. Представители таких группировок и получили название футбольных фанатов.

Стоит отметить, что в конце 1960-х годов число выездных болельщиков достигало от 400 до 7 тыс. человек.

### **Распространение фанатского движения в Европе**

Примерно через десятилетие фанаты и болельщики из Англии стали поддерживать свои клубы на матчах в еврокубках. Так, к началу 1980-х годов болельщики футбольного клуба «Ливерпуль» стали демонстрировать неподготовленной публике «свой стиль поддержки»: минимальную атрибутику, «кричалки», зрелищные действия и даже драки за честь любимой команды.

Одно из самых известных, трагических и крупномасштабных агрессивных столкновений между фанатами произошло в 1985 году на стадионе «Эйзель» в Бельгии в рамках финала Кубка европейских чемпионов между итальянским «Ювентусом» и «Ливерпулем». В результате погибло 39 болельщиков, а комитет УЕФА принял решение запретить английским клубам участвовать в европейских турнирах в течение пяти лет, а «Ливерпулю» – в течение шести лет<sup>2</sup>.

---

<sup>2</sup> См.: Трагедия на «Эйзеле» // Портал болельщиков ФК «Ювентус»: высокотехнологичный портал. URL: <http://www.juventus.sportland24.ru/tragediya-v-eyzele/> (дата обращения: 01.10.2016).

Постепенно фанатские движения стали появляться в Италии и Испании. В 1987 году римский активист Антонио Гринт создал одну из самых мощных фанатских группировок «Несгибаемые», поддерживающую футбольный клуб «Лацио». Удивительно, но в состав этой группы входили не молодые ребята, а в основном зрелые и солидные мужчины. Они проводили серьезный отбор в свои ряды и проповедовали английский стиль поддержки с использованием баннеров, символики и с хоровым пением.

### **Развитие фанатского движения в России**

В нашей стране сходные проявления в околофутбольном движении тоже зародились в начале 1970-х годов, когда на матчах невооруженным взглядом можно было распознать группировки, отличающиеся общей атрибутикой, использующие свой сленг и специфическое поведение на стадионе. Изначально их можно было встретить только в крупных городах, таких как Москва, Ленинград и Киев.

После распада Советского Союза сфера влияния фанатского движения на отечественного зрителя стала стремительно расширяться. Падение информационного занавеса позволило болельщикам значительно больше узнать о зарубежных фанатах, причем не только из журналов и книг, но и непосредственно встретиться с ними на международных матчах. Такой специфический обмен опытом сделал движение футбольных фанатов в России более популярным и массовым.

С конца 1980-х и до 1995 года самоорганизованные футбольные болельщики пытались издавать собственную литературу, но из-за отсутствия стабильного финансирования количество книг оказалось крайне малым. Также в этот период произошли приспособление атрибутов и ритуалов западной субкультуры футбольного фанатизма к российским реалиям, вживание и взаимная модификация культурных норм и стереотипов восприятия.

После 1995 года фанатское движение пришло к созданию более или менее организованных группировок со своими финансовыми ресурсами и активным взаимодействием с российскими фут-

больными клубами. В это же время активно начинает работать система членских взносов, которая до сих пор помогает поддерживать на плаву многие фанатские группы.

В 2002 году во время чемпионата мира по футболу об опасном поведении российских болельщиков заговорил весь мир. После поражения нашей сборной от сборной Японии (0 : 1) в Москве на Манежной площади возникли массовые беспорядки фанатов-телезрителей, смотревших онлайн-трансляцию матча на больших плазменных экранах. В результате разрушено множество магазинов столицы, пострадали 75 человек и один скончался. После того случая просмотр футбольных матчей в центре Москвы запретили, а о российских фанатах всерьез заговорили как о новом явлении. Вслед за этим Государственная дума приняла закон о борьбе с экстремизмом<sup>3</sup>.

### **Современный этап развития фанатского движения**

За последние десятилетия в Великобритании и ряде других стран Европы с активным фанатским движением власти стали активно взаимодействовать с фанатами, понимая их значимость для футбола и социальной стабильности общества. Также ведется целенаправленная работа с лидерами фанатских фирм. Именно через них планируется снизить уровень агрессивности как на стадионе, так и за его пределами. Финансируются и научные исследования психологических и социальных характеристик субкультуры футбольных фанатов в разных странах мира.

После чемпионата мира в Бразилии в 2014 году вновь наблюдается взлет популярности футбола, увеличивается заполняемость трибун и растет число телевизионных болельщиков.

Хотя в России футбол и не является столь массовым зрелищем, здесь также заметно расширение фан-движения – как территориальное, так и численное. Фан-клубы существуют практически во всех городах, имеющих свои клубы в высшем футбольном дивизионе. Даже у ряда клубов первого дивизиона появляются собственные

---

<sup>3</sup> См.: *Никишин О.* Массовые драки после матча Россия – Япония // Открытый университет – курс на будущее : просветительский портал. URL: <https://openuni.io/course/1/lesson/15/material/154/> (дата обращения: 04.08.2016).

представительства фан-движения. Кроме того, стоит отметить, что с появлением интернета и электронных средств массовой информации, освещающих футбольные события, у любого рядового болельщика появилась возможность заочно участвовать в жизни клуба. Наиболее крупные региональные фан-группы находятся в Волгограде, Владикавказе, Ярославле, Самаре, Екатеринбурге и т. д. Однако можно отметить лишь относительную массовость этого явления, численность общероссийского фан-движения суммарно составляет примерно 45–50 тыс. человек. По конкретным клубам распределение таково: «Спартак» (Москва) – около 15 тыс., «ЦСКА» (Москва) – около 10 тыс., «Динамо» (Москва), «Зенит» (Санкт-Петербург) – 6–8 тыс., «Торпедо», «Локомотив» (Москва) – 3–5 тыс.<sup>4</sup> Кроме того, фан-движение может резко увеличить свою численность в случае какого-то чисто футбольного успеха: выход в высшую лигу, победа в чемпионате, успешная игра в еврокубках и т. д.

Наиболее характерные примеры такого рода – московский «Локомотив» и екатеринбургский «Урал». После успешных выступлений «Локомотива» в России и в Европе количество его болельщиков и фанатов существенно увеличилось. Когда футбольный клуб «Урал» выступал в первой лиге, он заметно уступал по популярности баскетбольному клубу УГМК и волейбольному клубу «Уралочка». Однако в 2013 году, когда «Урал» вышел в премьер-лигу, весь город отмечал эту победу, а затем с каждым годом посещаемость центрального стадиона увеличивалась и в преддверии чемпионата мира продолжала расти.

Для сравнения уровня увлеченности футболом в России и в Европе проанализируем статистику посещаемости стадионов. В 2013 году при поддержке Министерства образования РФ было проведено исследование посещаемости игр и вместимости стадионов. Рассмотрим некоторые данные<sup>5</sup>.

---

<sup>4</sup> См.: *Беляев А.* Футбольный фанатизм // *Fanat* : сайт футбольных болельщиков. URL: [http://fanat.ua/info/fans/articles/futbol\\_nyj\\_fanatizm\\_24427.html/](http://fanat.ua/info/fans/articles/futbol_nyj_fanatizm_24427.html/) (дата обращения: 12.10.2016).

<sup>5</sup> См.: Исследование «Самый доступный и посещаемый футбол»// RMA [сайт]. URL: <http://www.rma.ru/news/11725/> (дата обращения: 22.09.2016).

Россия находится в конце списка по посещаемости стадионов. Однако заполняемость стадионов составляет 51 %, что говорит о прогрессе (в 2010 году было 47 %) и популяризации футбола в нашей стране. В России культура футбольной поддержки только начинает развиваться, походы на матчи местных команд становятся хорошим завершением вечера; хотя в Европе о футболе говорят чаще и повсеместно, у нас околофутбольная жизнь развивается более динамично. Ярким примером этого является то, что по заполняемости стадионов Россия совсем немного отстает от одной из родоначальниц фанатского движения – Италии.

Диаграмма, посвященная самым посещаемым российским клубам, свидетельствует о том, что Москва и Санкт-Петербург перестали быть единственными футбольными центрами. В Краснодаре, Казани, Самаре и Махачкале активно развивается фанатское движение. Такая динамика свидетельствует о всеобщей популяризации и доступности футбола в нашей стране.

По результатам посещения стадионов относительно общей численности населения Россия также находится на последней позиции, но при этом необходимо учесть, что население нашей страны значительно больше, чем, например, Голландии, которая находится на первом месте, или Испании, которая разместилась на втором. Да и климатические условия вкупе с комфортностью наших стадионов не всегда способствуют зрительскому энтузиазму.

В 2010 году консалтинговая компания *Sport + Markt* провела исследование рынка болельщиков в европейском футболе<sup>6</sup>. Число футбольных болельщиков в Европе приближается к 250 млн человек в возрасте от 16 до 69 лет, они создают рынок общей стоимостью 12 млрд евро в год. Исследования проводились в 17 странах, и на первом месте по числу болельщиков оказалась Россия (46,2 млн человек). Второе место досталось Германии (34,5 млн), а третье – Англии (25 млн).

---

<sup>6</sup> См.: Россия находится на первом месте по числу футбольных болельщиков // FCLMnews : сайт болельщиков ФК «Локомотив». URL: <http://fclmnews.ru/news/4937-rossiya-nahoditsya-na-pervom-meste-v-evrope-po-chislu-futbolnyh-bolelschikov.html> (дата обращения: 18.07.2016).

Отмечается также, что интерес к футбольным матчам возрастает у женской аудитории. За последние пять лет посещение стадиона женщинами увеличилось на 10,8 %. Рост интереса к футболу со стороны прекрасной половины человечества объясняется не только повышением уровня безопасности и комфорта на стадионах и растущей популяризацией игры во всем мире, но в первую очередь уходом от стереотипов о том, что футбол – исключительно мужской вид спорта.

Несмотря на то, что российская культура футбольного зрителя во многом отстает от зарубежной, она развивается стремительно, о чем говорит половозрастное разнообразие и увеличение посещаемости стадионов.

### **Вопросы и задания для самоконтроля**

1. Охарактеризуйте развитие футбольного движения в Европе.
2. Перечислите известные вам агрессивные инциденты с участием футбольных фанатов.
3. Чем знаменателен современный этап развития фанатского движения?
4. Чем объясняется повышение интереса к футболу у женской аудитории?
5. О чем могут свидетельствовать данные по посещаемости и вместимости стадионов?

### **Вопросы и задания для самостоятельной работы**

1. Сравните эволюцию футбольного фанатизма в России и в Европе.
2. Как влияют успешные выступления футбольных клубов на посещаемость стадионов. Приведите примеры.
3. Предположите, как будет развиваться российская культура футбольного «боления»? Приведите аргументы.

## 1.2. Футбольные болельщики как социально активная группа.

### Классификация и структурная организация

Рассматривая футбольных болельщиков как социально активную группу, имеет смысл уточнить, что имеется в виду под этим понятием. Английский философ-материалист Томас Гоббс впервые описал группу как «известное число людей, объединенных общим интересом или общим делом»<sup>7</sup>. Научный редактор и составитель Новейшего философского словаря Александр Алексеевич Грицанов дает такое определение понятию: «социальная группа – это любая относительно устойчивая совокупность людей, находящихся во взаимодействии и объединенных общими интересами и целями»<sup>8</sup>.

Сопоставим приведенные выше признаки социальной группы с группой футбольных болельщиков.

*Во-первых, активность группы проявляется частотой взаимодействия участников и общими механизмами самовыражения.* Так, например, регулярные посещения или совместные просмотры болельщиками футбольных матчей, использование внутри группы своей общей отличительной клубной атрибутики, совместное изготовление «кричалок» и баннеров можно считать признаками социально активной группы. А если человек лишь изредка смотрит матчи сборной на чемпионатах Европы или мира, то его сложно назвать постоянным членом группы футбольных болельщиков.

*Во-вторых, группа отличается непрерывной динамикой групповых процессов, протекающих в явной или скрытой форме.* Сложно представить, чтобы хотя бы два футбольных матча между одними и теми же командами прошли одинаково. Например, одни и те же зрители кричат одни и те же «кричалки» строго по времени или голы забиваются в какие-то конкретные минуты. Такое даже

---

<sup>7</sup> Гоббс Т. Сочинения : в 2 т. М., 1991. Т. 2. С. 174.

<sup>8</sup> Грицанов А. А. Новейший философский словарь. 3-е изд., испр. Минск, 2003. С. 1114.

предположить невозможно – каждый футбольный матч отличается от других не только действиями команд на поле, но и ответным поведением самих болельщиков. Именно неповторимая динамика игры делает для всех участников футбольного матча эти 90 мин. интересными, яркими и захватывающими.

*В-третьих, социальная группа следует своим особым нормам и правилам, придерживаясь общих избранных ценностей, что активно демонстрируются ее членами.* Футбольные болельщики, а тем более фанаты, тоже живут по своим определенным правилам, которые хоть и варьируются от страны к стране и даже от региона к региону, однако имеют и общепринятые для всех ритуалы. Например, когда диктор объявляет состав команды, болельщики обычно скандируют фамилии своих футболистов, а замену игрока в своей команде принято встречать аплодисментами, благодаря уходящего с поля футболиста за его игру. Так называемый кодекс чести фаната обсудим ниже.

*В-четвертых, социальная группа имеет свою ролевую структуру с достаточно выраженными функциональными нагрузками.* У футбольных болельщиков этот признак не настолько проявлен, ведь они в большинстве своем встречаются только на матчах, не взаимодействуя до или после игры. Зато у футбольных фанатов (на сленге группа фанатов называется «фирма»), которые являются слаженным единым коллективом, существует довольно конкретное распределение ролей и задач (более подробно о иерархии и распределении обязанностей среди членов «фирм» см. ниже).

Опираясь на описанные выше признаки и примеры, можно сделать вывод, что футбольные фанаты действительно являются социально активной группой. При этом стоит разграничить понятия «фанат» и «болельщик». В современной российской литературе эти термины часто считаются взаимозаменяемыми, хотя для околофутбольной среды подобная путаница является серьезной ошибкой, примерно такой же, как приравнивание друг к другу обычного любителя спорта и профессионального спортсмена.

Итак, если обратиться к форумам и специализированным сайтам, посвященным поддержке футбольных команд, можно отметить,

что сами представители «околофутбольной» субкультуры выделяют ряд признаков истинного фаната:

- активное посещение практически всех домашних матчей;
- посещение, по возможности, и выездных матчей любимой команды;
- стремление уделять максимум свободного времени любимому виду спорта;
- знание и понимание футбольных правил, истории клуба и в целом фанатской субкультуры;
- совместное участие в групповой активности по подготовке и сопровождению матчей.

Перечень довольно размытый и расплывчатый, хотя последние пункты кажутся наиболее значимыми: фанаты должны разбираться и быть в курсе новостей и любых нововведений любимого клуба и вида спорта.

Помимо предложенных самими представителями движения признаков, важно отметить особую значимость фанатской самоидентичности – это осознание личностью своей принадлежности к той или иной социально-личностной позиции в рамках социальных ролей. Человек является фанатом только тогда, когда он сам считает себя таковым.

Рассмотрим типологию футбольных фанатов и болельщиков. Существует множество различных классификаций, объединяющих всех тех, кто неравнодушен к этому виду спорта. Однако тут так же, как и с различием между болельщиками и фанатами, нет единой определенной классификации, которой бы придерживались все специалисты без исключения, поэтому разберем наиболее распространенную и принятую среди представителей движения<sup>9</sup>.

Выделяют *шесть основных типов футбольных зрителей*. Рассмотрим по очереди каждый из них и кратко обозначим отличия

---

<sup>9</sup> См.: Кузнецов М. В. Субкультура футбольных фанатов и футбольных лиганов : Культурный аспект // Студенческий научный форум : междунар. студ. электрон. науч. конф., 15 февраля – 31 марта 2014 г. // Российская академия естествознания [сайт]. URL: <http://www.scienceforum.ru/2014/616/3672> (дата обращения: 12.06.2016).

тельные характеристики. При этом периодически будем использовать слова из распространенного околофутбольного сленга для их разъяснения.

*Первый тип – телевизионные болельщики* (на футбольном сленге «тапочники» и «диванные эксперты») (ил. 1). Самый большой по численности тип, его представители с увлечением и систематически смотрят матчи по телевизору, но на стадионы ходят очень редко либо совсем не ходят. Важно отметить, что количество таких болельщиков растет в связи с популяризацией этого вида спорта. Большинство зрителей начинают свое увлечение спортом именно с этого этапа «боления», а затем либо так и остаются «телевизионными», либо постепенно становятся представителями другого типа.

Необходимо отличать зрителей от «тапочников»: болельщики планируют просмотр футбольного матча, заранее выделяют свободное время и запасаются продуктами, а обыватели, листая каналы телевизора, неожиданно находят матч и в фоновом режиме коротают досуг.

*Второй тип – «кузьмичи».* На футбольном сленге «кузьмич» – это немного пренебрежительное название обычных болельщиков, которые не принимают активного участия в фанатской деятельности. Эти болельщики часто посещают стадионы, ходят туда с друзьями и близкими, большинство – многолетние обладатели абонементов. Столь семейная атмосфера позволяет «кузьмичам» тесно общаться и за пределами стадиона, они организованно посещают выездные матчи и практически не участвуют в создании плакатов и перформансов. У этого типа болельщиков есть свой самобытный репертуар, зачастую отражающий историю клуба и прославляющий его легендарные победы.

Владимир Перетягин, любитель футбола со стажем и президент «Союза болельщиков Урала», отмечает: «"Кузьмич" – слишком общее название для очень большой массы людей, которая, в свою очередь, тоже весьма неоднородна. Есть "кузьма", тяготеющая к фанатским объединениям, копирующая их основные принципы и антураж. Есть те, кто активно поддерживает команду, в том числе

и на выезде, а есть зрители, которые не интересуются другими группами болельщиков, не участвуют в конфликтах других сообществ. Кроме того, есть и другие особенности, в том числе ментальные, в зависимости от региона проживания. Некоторые сообщества “кузьмичей” тяготеют к общественной деятельности. Активность любого сообщества напрямую зависит от успехов и положений команды»<sup>10</sup>.

«Кузьмичей» недаром называют знатоками футбола, обычно это вполне взрослые, состоявшиеся люди в возрасте от 35 лет. Они – основная и самая многочисленная группа зрителей на стадионах (ил. 2).

Интересный факт – «кузьмичи» редко общаются и взаимодействуют с фанатами, свою лепту в это вносит разница поколений и мировоззрений.

*Третий тип* – «карланы». На футбольном сленге «карлан» – юный, неопытный болельщик, еще не созревший до понимания фанатских тонкостей. Это молодые люди, обычно до 30 лет, их легко отличить по спортивным костюмам, кроссовкам и бейсболкам (ил. 3). Они нередко бывают в подвыпившем состоянии и ходят большими группами. «Карланы» молодые и эмоциональные, поэтому легко поддаются на провокации. Обычно именно представители этого типа участвуют в мелких потасовках после матчей, отстаивая, как им кажется, честь любимого клуба.

«Карланами» все чаще становятся старшие школьники, стремящиеся найти себя и почувствовать вкус взрослой жизни. Такая тенденция, с одной стороны, указывает на омоложение околофутбольного движения, а с другой – усиливает риск беспорядков.

Отметим, что «карланы» не являются фанатами, скорее, это промежуточный этап. Постепенно взрослея, часть представителей этого типа примыкает либо к «кузьмичам», либо к фанатам. Однако около 40 % юных болельщиков меняют круг своих интересов.

*Четвертый тип* – *скарферы*. Название произошло от английского слова *scarf*, которое переводится как шарф (ил. 4). Именно

---

<sup>10</sup> Из личной беседы В. Перетягина с авторами пособия.



1. Телевизионные болельщики



2. «Кузьмичи»



3. «Карланы»



4. Скарферы

этот атрибут одежды с символикой любимого клуба обязательно отличает представителей данного типа. Сами фанаты говорят, что шарфы приходят на стадионы, чтобы стать одним целым, чтобы поболеть за команду и пошуметь с единомышленниками. Чаще всего это люди, которые ищут компании для общения, хотят получить эмоциональный заряд и одобрение окружающих. Для шарфов важнее атмосфера, чем результат матча.

На прошедшем чемпионате мира в нашу страну приехали, преимущественно, шарфы. Все логично: они готовы ехать за атмосферой, впечатлениями и футбольным праздником, заодно совмещая это с путешествием. Кроме того, шарфы чаще всего имеют финансовую возможность не только оплатить саму поездку, но и приобрести сувениры и атрибутику.

Экскурсионные фирмы отмечают, что сейчас распространен подобный «спортивный» туризм: путешествия на мундиали, чемпионаты Европы и финалы Лиги чемпионов.

*Пятый тип – ультрас.* Активисты футбольного движения. Именно они готовятся к матчам длительный период, репетируют выступления, «кричалки» и рисуют баннеры в поддержку любимого клуба (ил. 5). Ультрас – это структурированная группа, в которой есть четкая иерархия, свод законов и строгая дисциплина. Обычно современные представители этого типа хорошо общаются с представителями клуба, иногда даже с игроками и тренерами, а также активно взаимодействуют с представителями правоохранительных органов, обсуждая с ними детали представления на стадионе. У ультрас довольно жесткие законы (кодекс чести), поэтому они дисциплинированные и сплоченные. Для примера рассмотрим лишь некоторые их принципы:

- в любой ситуации поддерживать любимый клуб, несмотря на ход матча и результат;
- быть преданными клубу и отстаивать интересы команды;
- не поддаваться на провокации соперников и самим их не провоцировать;
- не садиться во время игры;
- пресекать любые агрессивные реакции членов группы, а также любые разговоры, которые не касаются матча или команды.

Кроме того, у большинства современных ультрас есть довольно строгие санкции в отношении своих одноклубников, которые проявляют неадекватную агрессию или неправомерное поведение (обидные выкрики, бросание файеров, участие в потасовках). Обычно с правонарушителями разбираются еще до появления полиции, чтобы не портить доверительные отношения с представителями закона.

На сайте газеты «Советский спорт» читаем: «Узнать ультрас можно также по наличию шарфа. Но, в отличие от скарферов, ультрас практически не носят фирменные клубные вещи. Обычно это джинсы и футболка. В холодное время – свитер, куртка, пальто. Есть излюбленные фанатами фирмы: *Ben Sherman, Fred Perry, Pual Smith, Stone Island, Lacoste, Paul & Shark* и некоторые другие. На ногах – белые кроссовки *Adidas*. Последнее время в моду стали входить кроссовки *New Balance*. Иногда могут надеть спортивные брюки, зауженные в голени. На голове – капюшон, если в толстовке или куртке, или кепка с клетчатым узором. Шиком считается *Burberry*. Так называемый стиль *casual* (кэжуал)»<sup>11</sup>.

*Шестой тип – хулс.* Это футбольные хулиганы – именно те люди, которых показывают в новостных сводках во время столкновений «стенка на стенку» (ил. 6). Сами хулс утверждают, что никогда не нападают на обычного неподготовленного зрителя – только на представителя враждующей «фирмы». При этом они нападут и на полицию, если защитники правопорядка, по их мнению, нарушают их права. Известный в фанатских кругах писатель Дуги Бримсон писал: «Если там, куда мы приедем, вы будете относиться к нам, как к подонкам, то мы будем вести себя, как подонки»<sup>12</sup>. Обычно бои хулс проходят примерно в равных составах, но иногда может быть и существенный численный перевес. Для своих разборок хулс по большей части стараются выбирать удаленные от стадиона, а следовательно, и от правоохранительных патрулей места. В городе подобные столкновения происходят крайне редко.

---

<sup>11</sup> Чаушьян С. Кто такие «скарферы», «гапочники», «кузьмичи», «карланы» и «ультрас» // Совет. спорт : онлайн-версия. URL: <http://www.sovsport.ru/blogs/blog/bmessage-item/2554> (дата обращения: 19.09.2016).

<sup>12</sup> Бримсон Д. Фанаты. СПб., 2005. С. 431.



5. Ультрас



6. Хулс

Отличить хулс от других фанатов можно по особому стилю *casual*: вещам дорогих, чаще всего английских, брендов. Это обязательно белые кроссовки. На трибунах они стараются держаться вместе с ультрас, но за пределами арены их пути резко расходятся. Отличить от ультрас их тоже легко – они никогда не носят клубных цветов. Максимум – футболка-поло в цветах эмблемы клуба.

И наконец, познакомимся со структурой фанатской «фирмы»<sup>13</sup>. «Фирма» – это долговременная организованная группировка футбольных фанатов, приверженных определенному футбольному клубу и принимающих участие не только в сопровождении и поддержке своих команд во время игр, но и принимающих активное участие в драках (межклубных столкновениях) и за пределами стадионов.

Структура «фирмы» включает в себя несколько частей:

*Моб* – это основная сила футбольной «фирмы». Обычно любая крупная «фирма» состоит из нескольких мобов. Мобы делятся на два типа: «карлики» – те, кто недавно пришел в движение и еще не заслужил доверия; «бойцы» – опора «фирмы», они дисциплинированы, выносливы и всегда готовы к бою. По мнению самих фанатов, невозможно существование моба без лидера – стратега – это главный человек, который готов повести за собой. Важно отметить, что мобы часто формируются по территориальному признаку, чтобы удобнее было добираться до сходов и матчей.

*Скауты* («разведчики»). Они высматривают и оценивают противников для будущих битв, выбирают только сформировавшиеся или уже серьезные «фирмы», но не маленькие группки неорганизованных болельщиков. Для статуса «фирмы» действительно важно правильно выбрать равных соперников, а не слабых и беспомощных. Скауты не афишируют себя как часть «фирмы», а действуют под прикрытием. Обычно это умные и обеспеченные люди, которые одеваются в дорогие костюмы, и их внешний вид внушает доверие.

*Фанаты*. Это творческий актив «фирмы». Они готовят заранее баннеры и прочее сопровождение, чтобы устраивать яркие пред-

---

<sup>13</sup> См.: Маннанов А. Топ-10 лучших фанатских фирм Европы : в 2 ч. Ч. 1 // Footballtop : международный футбольный рейтинг. URL: <http://www.footballtop.ru/news/top-10-luchshih-fanatskih-firm-evropy-chast-i> (дата обращения: 08.07.2016).

ставления на матчах, носят одежду с атрибутикой клуба и поют подбадривающие песни. Редко участвуют в драках и потасовках, обычно после матча уединяются и обсуждают результаты игры.

«Фирма» также после каждого матча подводит итоги, обсуждает результаты и исправляет ошибки. У большинства зарубежных и российских крупных клубов есть своя «фирма» и не одна. Несмотря на дурную славу и, нередко, очень проблемное поведение околофутбольных драчунов, основная миссия «фирмы» – это активная поддержка национального футбола всеми доступными средствами. К сожалению, далеко не всегда это делается адекватными, разумными и законными способами.

Футбольные фанаты – это в основном объединения социально активной молодежи, представителям которой необходимо регулярно выплескивать свои эмоции. Однако порой эти самые эмоции мешают адекватно реагировать на различные опасные ситуации. Таким образом, чтобы предупредить возможные инциденты и достичь эффективного взаимодействия с конкретными целевыми группами, необходимо опираться на практический опыт психологических исследований личностных и групповых особенностей как российских, так и зарубежных болельщиков и фанатов, которые будут описаны в следующих подразделах.

### **Вопросы и задания для самоконтроля**

1. Сопоставьте приведенные признаки социальной группы с группой футбольных болельщиков.
2. В чем разница между понятиями «фанат» и «болельщик»?
3. Опишите основные типы футбольных болельщиков.
4. Охарактеризуйте понятие «фирма», опишите структуру этой организации.

### **Вопросы и задания для самостоятельной работы**

1. Порассуждайте, в чем отличие между фанатами ультрас и хуле?
2. В чем значимость «кодекса чести» для футбольного фаната?

### 1.3. Специфические особенности болельщиков разных стран

Футбол – самая популярная игра в мире, поэтому неудивительно, что количество болельщиков и фанатов по всему миру с каждым годом закономерно растет. Однако, несмотря на определенное внешнее сходство всех любителей футбола, которые со стороны выглядят как помешанная на футболе толпа, на опытный взгляд они заметно различаются между собой в зависимости от страны и даже региона.

Разберемся, какими же особенностями отличаются зрители (болельщики, фанаты) различных футбольных держав: зная их особенности, мы, возможно, легче сможем найти общий язык и выстроить эффективное взаимодействие с ними.

#### Испания – инчас

Испанцы сами отмечают, что у них нет просто зрителей, зато есть инчас (от исп. *hinchas* – болельщик, фанат)<sup>14</sup>. Это очень эмоциональная, горячая и вспыльчивая публика, которая искренне считает футбол религией и призванием всей своей жизни (ил. 7). Инчас тяжело переживают неудачи сборной и не особо стесняются в этом случае всячески высказывать свое недовольство игрой. Если же испанцы приходят на матч с белыми платками, то это верный знак – пришло время менять тренера, качество игры или даже всю политику сборной.

Инчас всегда рады посещать выездные матчи потому, что их фанатское движение находится в тесном взаимодействии с клубами и сборной. Помимо общения и моральной поддержки инчас получают от клубов и финансовую помощь: оплату переездов во время выездных матчей. Возможно, поэтому именно испанцы тратят больше других во время зарубежных поездок – в среднем £457<sup>15</sup>.

---

<sup>14</sup> См.: Испанский футбольный фанатизм // Footballtop : междунар. футбол. рейтинг. URL: <http://wiki.footballtop.ru/%D0%98%D1%81%D0%BF%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D1%8F> (дата обращения: 02.10.2016).

<sup>15</sup> См.: Вся правда о футбольных фанатах Европы // Тутитам : интернет-журн. URL: <http://tutitam.com/iz-zhizni/vsya-pravda-o-futbolnyh-fanatah-evropy> (дата обращения: 04.10.2016).

Кроме того, нередко фанатские группы еще и неплохо зарабатывают на своем увлечении, продавая атрибутику клуба, форму, фотографии и автографы игроков, сувениры, эксклюзивные видеоматериалы, а также прочую фанатскую продукцию<sup>16</sup>.

Внешний вид инчас в основном отличается спортивным стилем: джинсы от Levi's, футболка сборной и легкие кроссовки. Тяжелую обувь испанские фанаты предпочитают не носить.

### **Италия – тиффози**

В Италии всю околофутбольную среду обычно называют тиффози (от итал. *tifosi* – болельщик) (ил. 8). Согласно одному из исследований оказалось, что именно итальянцы считаются самыми суеверными среди европейских болельщиков (73 %). Для сравнения: самый низкий уровень суеверий – у португальцев, где – лишь 23 % опрошенных признали, что верят в футбольные приметы. Еще один интересный факт – тиффози тратят около £398 на выездную игру (больше тратят только испанские инчас).

Еще одна важная особенность итальянцев – враждующие фанаты «Милана» и «Интера» отличаются политическими взглядами и социальным положением. Болельщики «Милана» в основном представляют рабочий класс, а «Интера» – более обеспеченные и состоятельные круги. Однако стоит отметить, что на матчах сборной Италии тиффози забывают о межклубных противоречиях, становятся единым целым и преданно поддерживают любимую команду.

Итальянцы считаются менее агрессивными и стараются проявлять свои эмоции на трибунах яркими действиями без применения насилия. Они создают плакаты и транспаранты, масштабные баннеры, которые могут занимать целый сектор. Кроме того, песни и «кричалки» итальянцев отличаются своей оригинальностью, слаженностью и музыкальностью<sup>17</sup>.

---

<sup>16</sup> См.: Как выглядят футбольные фанаты в разных странах // Venividi : [сайт]. URL: <http://venividi.ru/node/31436> (дата обращения: 07.07.2016).

<sup>17</sup> См.: Топ-10 самых ярких футбольных фанатских движений! // Sports : спорт. интернет-газ. URL: <http://www.sports.ru/tribuna/blogs/vamosfm/740821.html> (дата обращения: 14.09.2016).

Тиффози стараются не поддаваться на провокации, не вступать в драки и потасовки. А если конфликты и случаются, то уже после матча. Итальянские болельщики стараются чтить спортивные принципы и не подводить свою сборную, не позволяя себе терять голову. Вероятно, неконфликтность при высокой эмоциональности итальянских болельщиков определяет их гендерный состав – многие женщины в Италии очень любят футбол и разбираются в нем не хуже мужчин. На спорт номер один в стране принято ходить семьями, обсуждая затем результаты матчей за ужином<sup>18</sup>.

Несмотря на яркие и креативные акции поддержки своих любимых команд, со стороны тиффози выглядят довольно непримечательно – недорогие кроссовки (обычно *Adidas*), олимпийка и джинсы *Pierre Carden*.

### **Германия – фуссбалльфанс**

В Германии футбол является заметной частью национальной культуры. Фуссбалльфанс (от нем. *FußballFans* – любители футбола) – это около 7,5 млн человек (более 8 % всех граждан Германии), которые имеют членство в одном из футбольных клубов (ил. 9). Проведенный немецкими социологами опрос показал, что более 20 тыс. германских респондентов считают футбол самым популярным телевизионным видом спорта. 35 % опрошенных с особым интересом следят за играми сборной и матчами команд Бундеслиги.

С чемпионата мира 2006 года в Германии ведет начало традиция публичного просмотра, когда зрители, не купившие билеты на стадион, смотрят матчи на специальных экранах<sup>19</sup>.

Немецкие болельщики считаются наиболее организованными и миролюбивыми. Однако так было не всегда: когда в 1991 году в полуфинале Кубка европейских чемпионов «Динамо» (Дрезден)

---

<sup>18</sup> См.: Футбол Италии – особенности темперамента // Spunchers [сайт]. URL: <http://spunchers.ru/articles/297-futbol-italii-osobennosti-temperamenta.html> (дата обращения: 05.08.2016).

<sup>19</sup> См.: Футбол – самый любимый и популярный вид спорта Германии // Studygerman [сайт]. URL: [http://www.studygerman.ru/support/lib/nemeckij\\_futbol.html](http://www.studygerman.ru/support/lib/nemeckij_futbol.html) (дата обращения: 09.08.2016).



проиграло сербской «Црвене Звезде» с большим счетом, фанаты устроили настоящий ад на стадионе, пропагандируя расизм и насилие. В Германии проблему осознали: представители Немецкого футбольного союза на встрече с министром внутренних дел и министром по делам молодежи разработали национальную концепцию «Спорт и безопасность». Наибольшее внимание в документе уделялось безопасности во время спортивных мероприятий, по всей стране были созданы специальные организации – фан-проекты (*Fanproject*), которые работают с болельщиками одной команды и существуют автономно. Сейчас в Германии имеется 68 действующих фан-проектов. Немецкий футбольный союз оказывает масштабную финансовую поддержку – от 60 до 150 тыс. евро в год. Обязательными условиями работы фан-проекта являются наличие собственного здания (по типу антикафе с настольным футболом, барбекю и кабинетами для собраний) и регулярная работа с болельщиками социальных педагогов. По стилю организации фан-проекты напоминают клубы по интересам: участники посещают вместе с работниками проектов домашние и выездные матчи, анализируют игру и подводят итоги. Сотрудники наблюдают за поведением и минимизируют конфликтные ситуации на стадионе и за его пределами, взаимодействуют с полицией для поиска компромиссных решений. Например, клуб вносит фаната в черный список, запрещает ему посещение стадиона, а сотрудник под свою ответственность предлагает заменить наказание на общественные работы. Также социальные педагоги проводят регулярные профилактические лекции по теме расизма, агрессии и насилия. Работа фан-проектов была признана эффективной, значительно снизилось количество негативных ситуаций.

Случаются редкие случаи оскорбительного поведения: в рамках отборочного раунда ЧМ-2018 перед матчем сборных Германии и Чехии немецкие фанаты сорвали минуту молчания немецкими выкриками и оскорблениями нападающего Тимо Вернера. Немецкий футбольный союз моментально отреагировал на произошедшее, не остались в стороне и футболисты национальной команды.

«Мы не хотим иметь ничего общего с такими болельщиками. Это хулиганы, которых нельзя пускать на стадионы»<sup>20</sup>, – сокрушался Макс Хуммельс.

Сейчас у фуссбалльфансов не принято ввязываться в конфликты, престижно быть выше этого. С особым педантизмом они относятся к важным матчам своей сборной, устраивая масштабные перформансы. С особыми почестями встречают немцы свою сборную после удачных выступлений на чемпионатах, проводят парады и многотысячные шествия, заполняя полностью центральные улицы Берлина.

«В Германии фанаты отдельного клуба не априори фанаты национальной сборной. Это не так, как в России, Украине или Белоруссии. Скорее, если у тебя есть любимый клуб, ты не болеешь за национальную сборную. На матче с чехами была отдельная группировка»<sup>21</sup>, – объясняет сотрудник фан-проекта в Берлине Ральф Буш.

В одежде немецкие болельщики обычно поддерживают отечественного производителя: кроссовки *Puma* и *Adidas*, джинсы, свитера и толстовки толстой вязки марок *Alpha Industries* и *Thor Steinar*. Средний доход фуссбалльфанса в Германии позволяет покупать и брендовую зарубежную одежду. Самым популярным является *Burberry*<sup>22</sup>.

## Британия – саппортеры

Английских болельщиков, преданных команде и стремящихся отстаивать ее честь, называют саппортерами (от англ. *support* – поддерживать) (ил. 10). Их считают наиболее консервативными и классическими. На Туманном Альбионе суббота – святой день для рядового футбольного болельщика. Издавна игры начинались

---

<sup>20</sup> Яшин И. За бодел // Eurosport.ru : спортивный телеканал. URL: [http://www.eurosport.ru/football/bundesliga/2017-2018/story\\_sto6354983.shtml](http://www.eurosport.ru/football/bundesliga/2017-2018/story_sto6354983.shtml) (дата обращения: 18.11.2017).

<sup>21</sup> Там же.

<sup>22</sup> См.: Брендочая одежда футбольных фанатов // Ritsu [сайт]. URL: <http://www.ritsu.ru/sn26-brendovaya-odejda-futbolnyih-fanatov.html> (дата обращения: 17.09.2016).

в 3 часа дня, чтобы в укороченный день все рабочие успели вернуться домой и подготовиться к матчу.

Выездные матчи проходят значительно динамичнее и эмоциональнее для всей разнообразной братии британских болельщиков и фанатов. Саппортеры объясняют это стремлением проявить гордость за свою страну, выиграв не только на поле, но и на трибунах. В матчах за сборную болельщики объединяются и готовы идти на таран в прямом и переносном смысле. Часто перед игрой они собираются большими компаниями и идут в местные пабы, заряжаясь энергией и нередко алкоголем. После такого начала игра обещает быть жаркой и эмоциональной.

Англичане – законодатели моды в футбольной субкультуре. Стиль *casual* является самым популярным: джинсы *Gap* и *Calvin Klein*, безрукавки и джемпера *Burberry*, парки *Stone Island* и волшебные куртки *Barbour*.

Во многих английских фильмах об околофутбольной среде фанат одет в поло *Fred Perry* и рубашку *Ben Sherman*.

### **Бразилия – торседос**

Бразилию и футбол невозможно представить друг без друга<sup>23</sup>. Поэтому болельщиками в этой стране не становятся, а рождаются. Представителей околофутбольного движения принято называть *торседос*, что в переводе с португальского означает «веретено» (ил. 11). Название иллюстрирует их активность и неусидчивость.

Бразильцы отличаются изобретательностью и оригинальностью в отношении футбола. На стадионе Маракана даже есть особая схема фотографирования игроков. 26 ноября 2014 года вышел очередной номер газеты *Estado de Minas*, посвященный в основном финалу Кубка Бразилии. Все, что не имело отношения к футболу, публиковать не стали, поместив вместо содержания лишь фразу *blá blá blá*. Болельщики считают футбол частью своей жизни,

---

<sup>23</sup> См.: Бразильские футбольные фанаты: 5 причин, почему они являются такими страстными // Огогол [сайт]. URL: [http://ogogol.net/blog/Brazilskie-futbolnye-fanaty\\_-5-prichin-pochemu-oni-javlajajutsja-takimi-strastnymi-](http://ogogol.net/blog/Brazilskie-futbolnye-fanaty_-5-prichin-pochemu-oni-javlajajutsja-takimi-strastnymi-) (дата обращения: 11.10.2016).

поэтому готовы безвозмездно помогать любимой команде. Например, при строительстве домашнего стадиона клуба «Интернасьонал» в городе Порту-Алегри торседос принимали активное участие.

Победы и поражения своей команды темпераментные бразильцы воспринимают как личную удачу или трагедию. Позор домашнего поражения на чемпионате мира 2014 года от «бессердечно техничных» немцев со счетом 7 : 1 тяжело переживала и оплакивала вся страна, и особенно Кловис Акоста Фернандес. Это самый известный болельщик Бразилии, который посетил все матчи сборной на чемпионатах мира с 1990 года. После поражения он, не скрывая слез, подарил сувенирный кубок (который возил с собой с 2002 года) маленькой немецкой девочке в знак признания успеха немецкой сборной. После такого разгромного матча целая нация не смогла совладать с эмоциями и устроила массовые беспорядки.

Эмоциональная нестабильность торседос часто играет с ними злую шутку – бразильцев легко спровоцировать и раззадорить, а вот остановить бывает тяжело даже привыкшим к этому местным соотрудникам правопорядка.

## **Франция**

Французы – одни из основателей ФИФА и УЕФА. По статистике 48–50 % граждан следят за матчами национальной сборной. С 1997 года существовал клуб болельщиков Франции (при поддержке федерации футбола страны). В 2005 году клуб закрыли, но сохранилось несколько его субкультур. *Irresistibles Francais* – одна из крупнейших и представляет активную часть болельщиков сборной. Французы отличаются сдержанностью и терпимостью к сопернику. Считаются одними из самых справедливых болельщиков: могут как освистать игрока своей команды за симуляцию или неспортивное поведение, так и поддержать удаление лидера сборной в финале чемпионата мира. Конфликт между французом Зиннедином Зиданом и итальянцем Марко Матерацци завершился ударом головой в грудь и моментальным удалением с поля. Зиннедин утверждал, что агрессия была лишь оправданной реакцией на оскорбление сестры и матери. В том финале французы вдесятером проиграли и упустили возможность стать чемпионами мира. Удивительно, но

подавляющее большинство граждан, и в особенности президент Жак Ширак, назвали всех игроков финала национальными героями, а момент удара алжирский скульптор Абдель Абдессемед увековечил в бронзовом памятнике под названием «Кто боится страшного волка?» Кроме того, слово *матерацци* стало нарицательным и обозначает любого футбольного провокатора.

Французы также считаются одними из самых оригинальных и креативных спортсменов. Символом сборной с чемпионата мира 1998 года является петух Футикс (*football* + окончание *-ix*). Петуха позаимствовали у галла Астерикса, популярного во Франции героя комиксов и фильмов. Самый известный французский болельщик, 70-летний Клеман Томашевски, с 1982 по 2006 год посещал все матчи сборной в сопровождении петуха Бальтазара, пока представители ФИФА не запретили проход на стадион с птицей.

Также болельщики любят петь гимн страны перед матчем и довольно эмоционально отмечают успехи команды. На чемпионате мира-2018 французам впервые за 20 лет и второй раз в истории удалось выиграть мундиаль. Страна отмечала это событие масштабно: в Париже был проведен парад победы, Эйфелева башня подсвечивалась в цвета национального флага, а гимн Франции – «Марсельеза» – звучал в самых дальних уголках страны.

### **Сенегал – Львы Теранги**

На гербе этой страны изображены львы, поэтому данное животное считается покровителем Сенегала. Однако львы являются символами и других сборных: три льва изображены на гербе у сборной Англии, два льва – у Марокко. Для подчеркивания своей уникальности сенегальцы использовали неофициальное название государства – Теранги. В результате сборную и болельщиков футбольные эксперты называют Львами Теранги.

Сенегальцы считаются одними из самых ярких и эмоциональных болельщиков в Африке. На Кубке африканских наций Львы регулярно жгут файеры, бросают бутылки на поле – в судей и футболистов, а также устраивают протесты из-за поражения своей сборной.

На чемпионате мира 2018 года в России сенегальцы запомнились выносливостью и упорством, как сборной, так и болельщиков, кото-

рые на протяжении всего матча исполняли национальные танцы и играли на колоритных и самобытных инструментах. Яркие костюмы с использованием рогов и перьев запомнились футбольным зрителям всего мира. После ничьей с Японией сенегальцы были расстроены и раздосадованы, что выражалось в излишней замкнутости и раздраженности, но в серьезные беспорядки это не вылилось.

### **Мексика – поррасы**

Эмоциональная нестабильность – главная особенность мексиканских болельщиков. За несколько минут они могут сменить настроение несколько раз.

На матче против Германии мексиканцам удалось поднять 80-тысячный стадион предматчевой репетицией национального гимна. На протяжении всего матча латиноамериканцы заразительно скандировали «Мексика, Мексика», чем заслужили благодарность наставника сборной Мексики Хуана Карлоса Осорио.

Поррасы по праву считаются острыми на язык: они придумывают и громко скандируют обидные «кричалки» (особенно унижая команду соперника и используя названия сексуальных меньшинств). За такое неспортивное поведение ФИФА уже несколько раз штрафовала сборную Мексики. Чемпионат в России не стал исключением: болельщики скандировали оскорбительные реплики в адрес немецкого вратаря Мануэля Нойера.

Однако другим болельщикам поррасы запомнились оригинальным чувством юмора и историей про картонного Хавьера. Жена не отпустила мексиканца на мундиаль, но друзья не растерялись и привезли его картонную копию в Россию в футболке с надписью: «Моя старушка меня не отпустила». Болельщики с картонным Хавьером путешествовали на автобусе по всей стране, посещали кафе, музеи и футбольные матчи.

### **Россия – футбольные болельщики**

Описав представителей самых известных футбольных держав, стоит наконец уделить внимание и российским болельщикам-фанатам (ил. 12). Несмотря на не столь долгую советскую историю, отечественное околоспортивное движение развивается стреми-



10. Саппортеры



11. Торседос



12. Российские болельщики

тельно и во многом берет за основу английскую модель – как в одежде и атрибутике, так и в поведении. Более того, по их собственным ощущениям наши фанаты, когда болеют за сборную, становятся единым организмом. Недаром зарубежные средства массовой информации прозвали их армией. Однако, возможно, вследствие не очень удачных выступлений сборной России ее болельщики стараются выиграть игру не на поле, а за его пределами, поддаваясь на провокации и устраивая массовые потасовки.

Стоит отметить еще один важный факт: средний возраст болельщика в России – 33 года, в сравнении с европейским – 43,7 (а в Германии 45,4)<sup>24</sup>. В нашей стране на матчи ходят более молодые люди, стремящиеся выплеснуть накопившиеся эмоции и пока еще не всегда владеющие ими.

В завершение этой темы все же отметим, что, несмотря на отмеченную разницу в менталитетах, в так называемой культуре болельничества и даже в финансовых возможностях многих представителей движения футбольных фанатов объединяют схожие психологические особенности. Поэтому в следующем подразделе вниманию читателей будет представлен коллективный портрет «фирменного футбольного болельщика», составленный нами на основе анализа данных современных научных публикаций зарубежных и отечественных авторов, а также на основе результатов собственных исследований.

## **Вопросы и задания для самоконтроля**

1. Для чего необходимо знать особенности болельщиков разных стран?
2. Опишите внешний вид фанатов из Италии, Германии и Британии.
3. Какое важное статистическое различие есть между российскими и зарубежными фанатами?
4. Опишите реакцию самого известного болельщика Бразилии на поражение сборной на чемпионате мира 2014 г.?

---

<sup>24</sup> См.: Россияне предпочитают иностранный футбол российскому // Ведомости : ежедневная деловая газета [сайт]. URL: [http://www.vedomosti.ru/lifestyle/articles/2011/09/06/v\\_rossii\\_futbolom\\_interesuetsya\\_pochti\\_dve\\_treti\\_naseleniya](http://www.vedomosti.ru/lifestyle/articles/2011/09/06/v_rossii_futbolom_interesuetsya_pochti_dve_treti_naseleniya) (дата обращения: 06.08.2016).

## **Вопросы и задания для самостоятельной работы**

1. Проведите сравнительный анализ немецких и испанских фанатов.
2. Какие психологические особенности являются наиболее выраженными у фанатов разных стран?

### **1.4. Психологические портреты футбольных фанатов: личностные особенности**

Околофутбольная среда стала вызывать активный исследовательский интерес у зарубежных психологов только в последние 15–20 лет, российские же коллеги занялись серьезным исследованием психологических характеристик представителей движения не более 7–9 лет назад. Рассмотрим полученные результаты и на их основе составим собирательный образ российского и зарубежного фаната.

В Исследовательском центре Лондона в 2009–2010 годах был проведен мониторинг выборки британских фанатов на предмет проверки гипотезы об избыточной агрессивности фанатов<sup>25</sup>. Анализ первичных данных по статистике показателей агрессивности, определенных с помощью методики Спилбергера, не выявил значимых различий между контрольной нефанатской группой испытуемых, обычными футбольными болельщиками и *саппортерами*. Полученные данные не подтверждают бытующее в среде футбольных специалистов и спортивных журналистов мнение о значительно большей выраженности агрессивности у футбольных болельщиков, и особенно у фанатов, по сравнению с представителями внефанатской среды.

---

<sup>25</sup> См.: Ениколов С. Н., Марушак Н. В. Агрессия и мотивация футбольных болельщиков // Коченовские чтения: Психология и право в современной России : сб. тез. участников Всерос. конф. по юридической психологии с междунар. участием. М., 2010. С. 27–28.

Сопоставление индивидуальных особенностей в группах участников исследования позволяет утверждать с достаточной достоверностью о большей выраженности показателя экстравертированности, раздражительности и меньшей общительности в группах болельщиков по сравнению с группой «неболельщиков». Были выявлены статистически значимые различия по шкалам «Экстраверсия – интроверсия» и «Раздражительность» между фанатами и теми, кто индифферентно относится к футболу.

В рамках изучения субкультур Д. Хеббидж исследовал социально-психологические факторы формирования социальной ответственности у футбольных фанатов<sup>26</sup>. Социальная ответственность футбольного фаната представляет собой интегральную черту его личности, раскрывающуюся в ее готовности к просоциальным (просоциальным называется поведение, направленное на взаимопомощь и взаимную поддержку) проявлениям футбольного фанатизма и выражающуюся в персональном принятии ею официальных и неофициальных санкций за социальные последствия своих действия по отношению ко всем субъектам социального взаимодействия.

Каждый компонент внутренней структуры социальной ответственности через соответствующий ему критерий включен в суммарный состав этой интегральной характеристики и демонстрирует степень ее сформированности у данного футбольного фаната. Состояние элементов каждого из структурных компонентов определяет три уровня сформированности социальной ответственности: фрагментарный, ситуативный и устойчивый.

*Фрагментарный уровень* означает способность футбольного фаната лишь фрагментарно следовать интересам своего клуба, контролировать свои эмоции, проявлять настойчивость, выдержку, руководствоваться в своих действиях социальными интересами и интересами самого футбольного клуба.

---

<sup>26</sup> См.: Сковрцова Е. В. Психосоциальные характеристики футбольных фанатов как субъектов глобализационного сообщества // Эксперимент. психология. 2011. № 2. С. 79–87.

*Ситуативный уровень* демонстрирует стремление фаната проявлять социальную ответственность в зависимости от обстоятельств. Если, по мнению фаната, сложившаяся ситуация является социально приемлемой и значимой, то он будет придерживаться интересов клуба и стараться сдерживать свои эмоции.

*Устойчивый уровень* отражает высокий уровень развития всех компонентов структуры социальной ответственности, что проявляется в готовности личности к просоциальным формам проявления фанатизма и выражается в устойчивом стремлении ее следовать общественным нормам и правилам согласно чувству долга.

Уровень сформированности социальной ответственности футбольного фаната определяется установочно-целевыми, когнитивными, мотивационно-потребностными, аффективно-перцептивными, коммуникативно-операционными и регулятивно-волевыми факторами. При этом чем выше уровень компетентности социальной ответственности, тем слабее выражены такие свойства личности футбольных фанатов, как психопатия, агрессивность, раздражительность, паранойяльность.

Д. Хеббидж установил, что готовность принятия персональной позиции на устойчивом уровне социальной ответственности находится в прямой связи с субъективным контролем футбольного фаната, с его ориентацией на альтруизм и с такими свойствами его личности, как эмпатийность и толерантность. Мера социальной ответственности футбольного фаната прямо пропорциональна его интернальности в области неудач и межличностных отношений и обратно пропорциональна негативным коммуникативным установкам, негативизму и таким свойствам его личности, как истерия и паранойяльность. Таким образом, *у фанатов с низким (фрагментарным) уровнем социальной ответственности достоверно выше выражено стремление переложить ответственность за неудачи на окружающих и им с большой вероятностью присуща склонность к эмоциональной нестабильности.*

Примерно в это же время (в 2010 г.) в России в МГУ им. М. В. Ломоносова вместе с Научным центром психического здоровья АМН

России тоже было проведено исследование личностных особенностей российских футбольных фанатов.

Для выявления *факторов мотивации* принятия участия в движении футбольных фанатов была создана специальная методика, основу которой составил опросник Д. Ванна *SportFan Motivation-Scale*, разработанный для оценки мотивационных особенностей спортивных болельщиков.

Для оценки *характеристик агрессивности* фанатов был использован опросник диагностики агрессии Басса – Дарки.

Степень *самоуважения* оценивалась с помощью шкалы Розенберга.

Для диагностики индивидуальных личностных особенностей использовался опросник черт характера Русалова – Маноловой (ОЧХ-В).

Однофакторный дисперсионный анализ полученных в этом исследовании данных показал, что люди, приверженные к движению фанатов, по сравнению с людьми, далекими от футбола, обладают повышенным уровнем агрессивности, низким уровнем самоуважения и тенденцией к акцентуации по возбудимости.

Мотивирующими факторами для фаната являются положительное психологическое напряжение, эстетика, принадлежность к группе и чувство собственного достоинства. Согласно корреляционному анализу, с агрессией фаната, а именно с ее физическими проявлениями, взаимосвязана мотивация чувства собственного достоинства. Фанат принимает успехи и поражения любимой команды как свои собственные, т. е. определенным образом идентифицируется с ней. Подобная идентификация позволяет ему в случае ее успеха повысить уровень самоуважения. Если игра команды неуспешна (что не обязательно связано с ее проигрышем), то самоуважение остается на низком уровне, что для фаната является фрустрирующей ситуацией, которая выступает стимулом, запускающим агрессивные реакции. Сила этих реакций может обуславливаться фрустрациями в нефутбольной жизни. Проявлению и распространению агрессии способствует повышенная возбудимость болельщика.

С. Медников, старший преподаватель факультета психологии СПбГУ, по-своему исследовал групповые и индивидуальные социально-психологические различия футбольных фанатов и болельщиков от тех, кто индифферентно относится к футболу<sup>27</sup>. Испытуемым было предложено самим определить себя в одну из групп по их отношению к футболу: «неболельщики», «болельщики» и «фанаты». Основной задачей было изучение удовлетворенности жизнью и сравнение этого показателя у представителей фанатской и внефанатской среды.

Группа «неболельщики» статистически значимо ( $p < 0,05$ ) отличается от футбольных болельщиков по следующим показателям:

- «реальная удовлетворенность учебой или работой»;
- «реальная удовлетворенность отношениями в семье»;
- «реальное получение удовольствия в личной жизни».

Средний показатель реальной удовлетворенности учебой или работой у людей, не интересующихся футболом, выше, чем у футбольных болельщиков. Это может говорить о том, что футбольные болельщики используют футбол как доступное средство самостимуляции и получения удовольствия вместо того, чтобы искать более подходящую работу или решать проблемы с учебой. По их собственным словам, для большинства футбольных болельщиков одно из главных удовольствий – это футбол. При этом для людей старшего возраста наиболее привлекателен сам процесс игры, красота футбола, а для людей помоложе – процесс поддержки любимой команды, атмосфера на стадионе.

Группа «неболельщиков» статистически значимо ( $p < 0,05$ ) отличается и от футбольных фанатов по показателю «реальная удовлетворенность учебой или работой».

В группе «неболельщиков» этот показатель выше, чем в группе футбольных фанатов. Можно предположить, что первые не увлекаются футболом, возможно, именно потому, что в полной мере реализуют себя в работе или учебе и тратят на это много времени и сил,

---

<sup>27</sup> См.: Медников С. В. Личностные и ситуативные предпосылки агрессивного поведения футбольных болельщиков // Вестн. Санкт-Петербург. ун-та. 2011. № 4. С. 152–163 (Сер. 12, Психология. Социология. Педагогика).

а вторые за счет своей включенности в субкультуру фанатов в определенной мере компенсируют свою нереализованность и неудовлетворенность работой и учебой.

Группа «болельщиков» также статистически значимо ( $p < 0,05$ ) отличается от футбольных фанатов по следующим показателям:

- «реальная удовлетворенность отношениями в семье»;
- «реальная удовлетворенность свободой поступков и действий».

В группе футбольных болельщиков эти показатели выше, чем в группе футбольных фанатов, значит, футбольные фанаты еще в меньшей степени удовлетворены отношениями в своих семьях, чем болельщики, кроме того, им не хватает свободы поступков и действий. Не исключено, что в семьях футбольных фанатов не разделяют их всепоглощающего увлечения футболом или, наоборот, некоторая неудовлетворенность отношениями в семье толкает людей в футбольные фанаты. Между тем, меньшая удовлетворенность свободой поступков и действий футбольных фанатов, по сравнению с футбольными болельщиками, может говорить о том, что действия футбольных фанатов заметно больше ограничиваются обществом. Если наблюдать за действиями службы безопасности стадиона, то можно предположить, что свобода действий и активность фанатов ограничиваются, скорее всего, из соображений безопасности. Но самими же фанатами подобные действия могут восприниматься как ограничение свободы вообще.

Итак, несмотря на культурные и визуальные различия между группами болельщиков и фанатов, есть и общие черты, которые их объединяют. К ним относятся: *низкая удовлетворенность учебой или работой и отношениями в семье, тенденция к снижению самооценки, внешняя референция и сильная эмоциональная привязанность к футболу, способствующая идентификации фаната с игрой.*

В 2012 году известный своими книгами о фанатах Дуги Бримсон и группа исследователей из Манчестера и Ньюкасла решили составить описательный портрет футбольного фаната<sup>28</sup>. Для этого выбор-

---

<sup>28</sup> См.: Бримсон Д. Фанаты / под ред. А. Л. Дунаевского. СПб., 2005.

ку из 54 человек диагностировали на уровень агрессивности, экстравертированности, эмоциональной стабильности и конформности. В результате при анализе данных этого исследования портрет футбольного фаната оказался таким:

- фанаты более экстравертированы, но менее общительны по сравнению с группами «болельщиков» и «неболельщиков»;
- они раздражительны, склонны к аффективному реагированию, эмоционально неустойчивы;
- их агрессивность вряд ли носит спонтанный характер, скорее всего, она инструментальна по своей природе;
- у них прослеживается стремление к доминированию, выделению себя из среды. Футбольные фанаты могут открыто демонстрировать агрессивное отношение к социальной среде;
- в данной группе может происходить снятие персональной ответственности, групповое заражение;
- человек в подобной среде становится более восприимчив к внушению, у него возникает ощущение непреодолимого могущества, мощи, единения, анонимности и коллективной безответственности этой группы;
- деятельность фанатов направлена вовне. У них прослеживается повышенная возбудимость. Это можно наблюдать в определенных практиках поддержки команды;
- у большинства представителей подобных групп больше выражены маскулинные черты. Маскулинность здесь может ассоциироваться с инструментальностью, независимостью и агрессивностью;
- для футбольных фанатов характерен средний уровень эмоциональной лабильности, что говорит об относительной способности к регуляции своего состояния. Поведение таких людей может быть импульсивным в отдельных ситуациях;
- также выявлен высокий показатель реактивной агрессивности, что свидетельствует об агрессивном отношении к социальному окружению.

Таким образом, по Д. Бримсону, «средний футбольный фанат» – это обычно относительно молодой мужчина, очень приверженный футболу и своим единомышленникам, а также множеству

бытующих в фанатской среде установок и ритуалов, при этом весьма склонный при определенных обстоятельствах к импульсивным эмоциональным реакциям. Кроме того, он склонен быстро заражаться эмоциями и настроениями других людей и довольно внушаем. Все это может приводить к довольно опасным для него и для других последствиям.

В 2012 году на кафедре психофизиологии и психофизики факультета психологии Уральского федерального университета нами были начаты собственные исследования психологических особенностей футбольных фанатов<sup>29</sup>. Причиной нашего обращения к этой теме, с одной стороны, было широкое распространение негативного отношения в обществе к футбольным фанатам, а с другой стороны, глубокий личный интерес автора исследования и к футболу (как спортивной игре), и к сопровождающему футбол фанатскому движению.

В первом пилотном исследовании участникам фанатского движения (20 испытуемым в возрасте от 18 до 21 года) был предложен опросник Айзенка – EPQ, направленный на оценку таких характеристик темперамента, как психотизм, экстраверсия, нейротизм.

По шкале психотизма, которая позволяет судить о склонности испытуемых к асоциальному поведению, вычурности, неадекватности эмоциональных реакций и высокой конфликтности, склонности к уединению и нечуткости к другим, наши респонденты показали разброс в диапазоне от 2 до 15 и среднее значение 5,9 (нормальный диапазон для этой шкалы 5–12). Ниже нормы оказался показатель у 40 % испытуемых, выше – у 5 %. Это свидетельствует о том, что испытуемые данной выборки имеют проблемы с пониженными возможностями самозащиты и самопредъявления и страдают скорее от стеснительности и зажатости, чем от агрессивности.

Средние и высокие показатели экстраверсии характеризуют направленность психической активности фанатов вовне (на других).

---

<sup>29</sup> См.: Дихорь В. А. Психологические аспекты адаптации футбольного фаната в современном социуме // Безопасность и адаптация человека к экстремальным условиям среды и деятельности. Челябинск, 2014. С. 327–333.

95 % участников исследования проявили данную характеристику в диапазоне от 12 до 23 баллов, что как раз соответствует среднему и высокому уровню экстравертированности опрошенных, и лишь 5 % испытуемых показали низкий результат по этому показателю, оказавшись интровертами.

По шкале нейротизма в исследуемой выборке 50 % респондентов оказались эмоционально стабильными и только 20 % испытуемых показали результаты в зоне повышенного нейротизма.

Определенные на основе вышеназванных шкал типы темпераментов распределились так:

- сангвиников – 50 %;
- холериков – 45 %;
- меланхоликов – 5 %;
- флегматиков среди испытуемых не оказалось.

Опираясь на результаты всех упомянутых исследований, мы можем прийти к выводу, что футбольные фанаты, вне зависимости от их места жительства, проявляют множество сходных психологических проблем, таких как пониженная социальная адаптация, неуверенность в себе, пониженная ответственность за свои действия, их последствия, повышенное стремление к коммуникации, склонность к подражанию, повышенная раздражительность и быстрая возбудимость, определенная эмоциональная нестабильность.

Таким образом, с самого зарождения такого явления, как футбольный фанатизм, оно привлекает по всему миру в свои ряды определенные типы молодых людей, не только сильно эмоционально привязанных к игре, но и в острой форме воспринимающих неудачи любимой команды на свой счет. А это вкуче с эмоциональной нестабильностью и повышенной раздражительностью при любой провокации может привести к неадекватным действиям агрессивного характера. Если принять во внимание то, что такие молодые люди собираются в большие группировки, подобные вспышки агрессии могут иметь форму цепных реакций и приобретать массовый характер, приводя к серьезным социальным проблемам.

## **Вопросы и задания для самоконтроля**

1. Составьте коллективный психологический портрет футбольного фаната на основе современных исследований.
2. В чем разница между «болельщиками» и «неболельщиками»?
3. Опишите распределение типов темперамента среди представителей фанатского движения.

## **Вопросы и задания для самостоятельной работы**

1. Проведите сравнительный анализ «болельщиков» и «неболельщиков», основываясь на собственном опыте.
2. Проведите опрос среди сверстников и составьте краткий коллективный психологический портрет «болельщика». Сравните получившийся субъективный портрет с результатом современных исследований.

## **1.5. Стереотипы общественного восприятия и особенности самовосприятия футбольных фанатов**

### **Данные контент-анализа в источниках СМИ**

Футбольные фанаты и болельщики часто упоминаются в современных СМИ. Проведенный нами контент-анализ современных российских средств массовой информации показал, что в 80 % случаев околофутбольная среда предстает в негативном образе, отождествляясь с драками, беспорядками или неадекватными действиями в состоянии алкогольного опьянения.

Закономерно, что современные СМИ являются основным источником сведений о футбольных фанатах для подавляющего большинства населения, которое лично не имеет прямых контактов в околофутбольной среде. Таким образом, на основе газет, журналов и различных интернет-изданий формируется стереотипный образ современного российского фаната в глазах рядового российского гражданина.

Рассмотрим подробнее результаты контент-анализа, проведенного для выявления стереотипного образа футбольного фаната по результатам средств массовой информации<sup>30</sup>. Введя в поисковики на официальных сайтах выбранных печатных изданий словосочетание «футбольный фанат», мы установили, что оно встречалось в общей сложности 603 раза: 10 – в «Комсомольской правде»; 427 – в «Аргументах и фактах»; 166 – в «Известиях». Наибольшее количество публикаций было в 2010, 2012 и 2014 годах, что связано с проведением чемпионатов Европы и мира по футболу. Около 300 материалов было посвящено именно фанатам. В большинстве из них описывались драки с полицией, футболистами или между «фирмами», лишь 10–15 % повествовали о «законе о болельщиках» или об оригинальной поддержке команды, интересных баннерах и футбольных представлениях. Заметен значительный перевес негативной информации о фанатах. Часто в статьях синонимами слов «фанат», «болельщик» становятся выражения «хулиган», «неадекватное стадо» или «неконтролируемая толпа». В подобных статьях представитель околофутбольного движения описывается как молодой человек 18–28 лет, «не слишком образованный», с ярко выраженными агрессивностью, нетерпимостью к окружающим, неумением контролировать себя, а также сниженным интеллектом. Кроме того, в подобных статьях присутствуют эмоционально окрашенные оценочные прилагательные, негативно характеризующие фанатов, например: «опасный», «бесконтрольный», «глупый», «агрессивный», «бесчеловечный», «злой» и т. д.

Таким образом, современные популярные российские СМИ создают негативный образ российского болельщика/фаната, который формирует стереотипы и ожидания в общественном сознании людей, а затем и определенную ответную модель поведения.

---

<sup>30</sup> См.: *Гизуллина А. В., Дихорь В. А.* Психологические аспекты восприятия футбольных фанатов на примере гендерной выборки // Спорт. психолог. 2015. № 4 (39). С. 22–37.

## **Особенности представлений о футбольных фанатах у лиц, лично знакомых и не знакомых с ними**

В 2014 году нами было проведено исследование представлений о фанатском движении у «неболельщиков» и «болельщиков» футбола, нацеленное на выявление стереотипов восприятия и самовосприятия футбольных фанатов. 80 респондентам предлагалось ответить на вопросы анкеты «Представления о футбольных фанатах». Опрошенные были разделены на две группы: те, кто лично знакомы, и те, кто не знакомы с представителями околофутбольной среды. Последовательно рассмотрим результаты исследований.

Одним из открытых вопросов в анкете был вопрос о мотивации участия в этом движении юношей-фанатов и девушек-фанаток. 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 лица, знакомые лично с представителями фанатского движения, выбирали чаще «любовь к футболу» (девушки – 50 %; юноши – 24,14 %), а не знакомые – «желание поддержать своих мужчин-фанатов» (девушки – 42,96 %; юноши – 25 %). Данные результаты указывают на значимость источника информации, и особенно личного знакомства с информаторами, на восприятие мотивации девушек-фанаток.

Следующим открытым вопросом был вопрос о преимуществах и недостатках движения футбольных фанатов (рис. 1). Основным недостатком большинство опрошенных сочло агрессивное поведение фанатов (драки, вандализм). Однако на втором месте по числу проголосовавших за него среди знакомых (10 %) и не знакомых с футбольными фанатами девушек (25 %), а также знакомых с фанатами юношей (13,79 %) оказался ответ «Нет плюсов». Это свидетельствует о том, что негативный образ фаната формируется лишь вследствие агрессивных проявлений, уменьшив которые, можно изменить и восприятие футбольного фаната на более положительное. Что касается преимуществ фанатского движения, то по этому

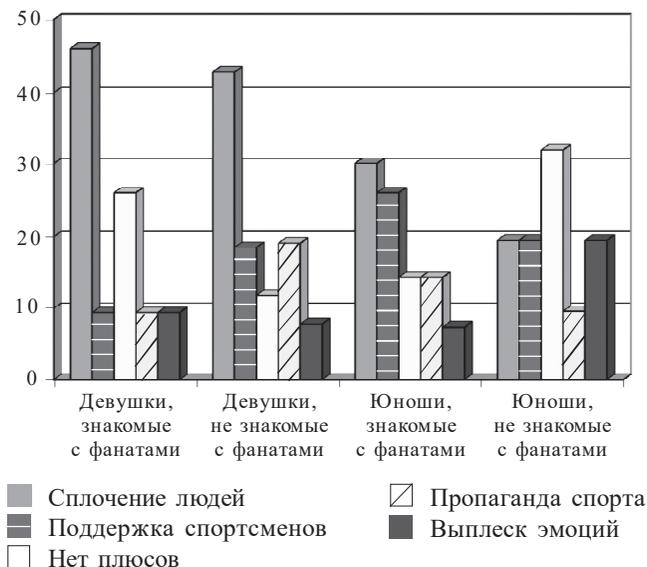


Рис. 1. Результаты анкетирования по вопросу о преимуществах футбольного фанатизма, %

параметру мнения всех опрошенных девушек и знакомых с фанатами юношей снова оказались схожи: «Сплочение людей и поддержка любимых спортсменов» оказался самым популярным ответом. Однако вторым по популярности ответом у юношей, не знакомых с фанатами, и у девушек, с фанатами знакомых, был ответ «Нет плюсов», что может говорить о скепсисе довольно большого числа опрошенных по отношению к фанатской активности.

Любопытно, что поддержка спортсменов чаще всего выбирается девушками, не знакомыми с фанатами, что позволяет сделать вывод о менее позитивном восприятии фанатов девушками, лично знакомыми с ними, по сравнению с девушками, которые с фанатами не знакомы. Возможно, и это тоже объясняется популярными стереотипами о футболе среди девушек, которые до личного знакомства представляют себе мужчин-фанатов более приверженными спорту и своим клубам, чем это проявляется в действительности. Юноши же, не знакомые с фанатами, единственные, кто убежден, что один

из важнейших плюсов фанатизма – *выплеск эмоций*, все остальные не придают этому мотиву большого значения.

Следующие вопросы касались представлений о «типичном фанате»: пол, возраст и краткое описание. Все, кроме двух опрошенных, считали, что быть фанатом наиболее свойственно *для мужчин*. Средним возрастом российского фаната большинство респондентов указали 18–26 лет (самым редким ответом оказался промежуток 40–68 лет). Полуоткрытый вопрос «Кого можно считать футбольным фанатом?» предлагал два полярных ответа (по желанию можно было предложить и свой вариант): «Неадекватный подросток, который приходит на игру, чтобы покричать», или «Идейный человек, который болеет за команду и поддерживает ее». На диаграмме (рис. 2) отчетливо видно, что вариант «Идейный человек, который болеет за команду и поддерживает ее» является более популярным, чем вариант, что фанат – это «неадекватный подросток». Полученные результаты свидетельствуют о весьма позитивном восприятии мотивации к посещению футбольных игр фанатами у всех опрошенных, независимо от половой принадлежности и знакомства с фанатами.

Результаты, полученные при ответе на вопрос о столкновениях с проявлениями футбольного фанатизма (не уточнялся характер проявлений), тоже заслуживают внимания. На диаграмме (рис. 3) отчетливо видно, что большинство опрошенных либо изредка встречались, либо никогда лично не встречались с какими-либо проявлениями футбольного фанатизма. Чаще других встречались с ними юноши, лично знакомые с фанатами (20,69 %), реже – юноши, лично с фанатами не знакомые (12,50 %). Полученные результаты свидетельствуют о том, что даже при личном знакомстве с фанатами, с проявлениями фанатизма сталкивается часто лишь одна четвертая часть опрошенных, а из лично не знакомых – и вовсе менее 10 %. А это значит, что мнение о том, что агрессивное поведение – основной недостаток футбольных фанатов, формируется не за счет личного опыта, а на основании образа, создаваемого средствами массовой информации и «народной молвы».

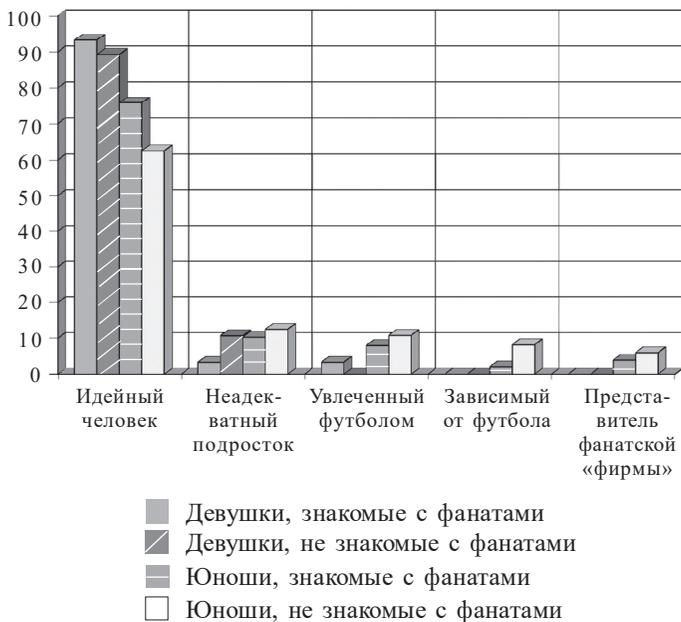


Рис. 2. Представления о футбольном фанате, %



Рис. 3. Приходилось ли встречаться с проявлениями футбольного фанатизма?

Итак, на основании полученных нами данных по авторской анкете «Представления о футбольных фанатах» вырисовывается коллективное представление о фанатах: это в основном молодые, увлеченные футболом мужчины в возрасте от 18 до 26 лет, которые поддерживают команду из-за идейной приверженности футболу. Негативной стороной фанатского движения, по мнению большинства выборки, является агрессивное поведение его представителей. Его проявления известны респондентам по СМИ, однако большинство опрошенных в реальности не встречались с агрессивными выходками фанатов. Плюсами движения опрошенные считают сплоченность его представителей и поддержку конкретных спортсменов-футболистов, любимых команд и клубов. Отметим, что выявленные стереотипы восприятия относительно юношей-фанатов очень схожи у всех опрошенных, что говорит о широком распространении стереотипной информации о фанатизме в России.

Также отметим, что, по мнению опрошенных, могут быть фанатками и девушки. Но, с точки зрения большинства, они приходят в фанатское движение не столько из любви к футболу, а скорее из интереса к футболистам или для поддержки своих близких друзей, мужчин-фанатов. Существенная разница в восприятии между знакомыми и не знакомыми с фанатами опрошенными проявилась в восприятии девушек-фанатов. Лично знакомые с фанатками значительно чаще признают, что девушками движет любовь к спорту и игре, а не только к любимым мужчинам. Кроме того, все опрошенные девушки более позитивно оценивали фанатизм и его представителей и представительниц, чем юноши-«неболельщики». Все это может объясняться малой информированностью общества о фанатках.

### **Сравнительный анализ самооценки психологических характеристик футбольных фанатов с учетом гендерных особенностей**

Помимо стереотипов восприятия фанатов извне необходимо учитывать, как же фанаты воспринимают себя сами. В 2014 году мы провели исследование, в котором участвовали 40 фанатов и фанаток

ФК «Урал»<sup>31</sup>. Опрошенным предлагалось две методики: опросник диагностики межличностных отношений Тимоти Лири (испытуемому необходимо было выбрать качества, которые присущи ему самому) и методика исследования самооценки личности С. А. Будасси.

По результатам нашего исследования оказалось, что у девушек достоверно выше результаты по шкалам *Авторитарность*, *Агрессия*, *Подчинение*, *Альтруизм*. У юношей же наиболее выраженными оказались характеристики шкал *Подозрительность*, *Зависимость*, *Дружба*. Уровень самооценки личности оказался выше у девушек.

Полученные данные указывают на то, что представления фанатов о себе самих во многом отличаются от общепринятого восприятия: девушки-фанатки воспринимают себя как вполне естественную часть жесткой иерархической системы фанатов, а юноши-фанаты испытывают большую эмоциональную зависимость от окружающих и потребность в дружеской поддержке.

### **Вопросы и задания для самоконтроля**

1. Охарактеризуйте результаты контент-анализа. Какой образ болельщика/фаната формируют российские СМИ в общественном сознании?
2. Какая разница в стереотипах восприятия футбольных фанатов между лицами, лично знакомыми и не знакомыми с околофутбольной средой?
3. Опишите выявленные стереотипы самовосприятия футбольных фанатов и фанаток.
4. Насколько стереотипы общественного восприятия отличаются от самопредставлений футбольных фанатов? Как можно объяснить полученные результаты?

### **Вопросы и задания для самостоятельной работы**

1. Проведите опрос среди своих знакомых. Какие стереотипы удалось выявить? Как вы можете это объяснить?

---

<sup>31</sup> См.: Гизулина А. В., Дихорь В. А. Психологические аспекты футбольных фанатов // Психологическая теория и практика – управлению : сб. науч. тр. Екатеринбург, 2015. С. 33–37.

2. Изучите информационные поводы в СМИ, посвященные футбольным фанатам и болельщикам. Какой образ они формируют? Почему?

## **1.6. Исследование возможностей саморегуляции футбольных фанатов**

В предыдущем подразделе описывались различные представления о футбольных фанатах. Однако почти все респонденты (около 80 %) сходятся в одном – фанаты агрессивны, опасны и способны на неадекватные поступки. Представители правоохранительных органов, в свою очередь, стараются пресекать любые намеки на агрессию со стороны фанатов довольно жесткими методами, но это само по себе может спровоцировать ответные агрессивные реакции хулиганов и запустить цепную реакцию в большом масштабе. В преддверии чемпионата мира 2018 года особенно остро стоит проблема непредсказуемости поведения футбольных фанатов. Закономерно, что при умелой провокации фанаты способны стать неуправляемой, агрессивной и опасной толпой, многие представители которой не в состоянии впоследствии объяснить причин своего поведения.

Одним из возможных решений проблемы является повышение уровня самоконтроля и стрессоустойчивости фанатов и болельщиков. Рассмотрим результаты эксперимента, проведенного на базе Уральского федерального университета, в котором представителям околфутбольного движения предлагалось пройти обучающую тренинговую программу по повышению уровня саморегуляции<sup>32</sup>.

*Целью исследования* было определение степени эффективности обучения футбольных фанатов методам осознанной саморегуляции.

---

<sup>32</sup> См.: Дихорь В. А. Исследование психоэмоциональных реакций у футбольных фанатов методом БОС-тренинга // Бехтерев и современная психология человечности : сб. ст. V Междунар. науч.-практ. конф. (к 130-летию организации первой в России психофизиологической лаборатории в г. Казани) / отв. ред. Л. М. Попов. Казань, 2015. С. 514–519.

## **Формирование выборки испытуемых**

Для исследования этого вопроса были приглашены молодые фанаты футбольного клуба «Урал». Отбор в группы испытуемых проводился с помощью составленной нами анкеты болельщика, распространенной среди молодых зрителей футбольных матчей.

*Критерии отбора:* самоидентификация человека с категорией «фанатов», регулярное посещение футбольных матчей ФК «Урал», заинтересованность в успехах команды и активное личное участие в мероприятиях по ее поддержке. Кроме того, очень важным условием было добровольное и осознанное желание научиться эмоциональной саморегуляции и информированное согласие на участие в нашем исследовании.

В процессе формирования выборки испытуемых исследователи столкнулись с рядом трудностей. Многие фанаты отказывались участвовать в приборном исследовании, потому что считали, что при помощи приборов их будут «сканировать», «усмирять», «делать нормальными» и «насиленно социализировать». Фанатам сначала было нелегко согласиться с тем, что каждому человеку полезно обладать навыками саморегуляции и пользоваться ими не только на матчах, но и в повседневной жизни. У многих проявлялся страх, что если они покажут «плохие» результаты, то потом все об этом узнают и будут считать их неадекватными.

В исследовании было произведено две выборки: экспериментальная выборка – футбольные фанаты ФК «Урал» (19–27 лет) в составе 8 человек (3 девушки и 5 юношей) и контрольная выборка футбольных фанатов ФК «Урал», аналогичная по количеству и по половозрастному признаку экспериментальной группе.

## **Методы исследования**

Нами были использованы шесть методик и тренинговый обучающий комплекс по осознанной саморегуляции МЧС России.

1. Авторская анкета «Представления футбольных фанатов о провоцирующих и успокаивающих стимулах» состоит из пяти вопросов (два из которых демографические и три открытых).

Анкета направлена на выявление представлений у футбольных фанатов относительно тех стимулов, которые способны спрово-

воцировать их на агрессию и вызвать негативные эмоции, и на те, которые способны успокоить и вызвать позитивные эмоции.

На основе результатов этого анкетирования был сформирован список стимулов, который вошел в основу диагностического БОС-тренинга.

2. Авторская анкета «Субъективный эмоциональный профиль футбольного фаната» состоит из 11 вопросов (два из которых демографические, два открытых, один полуоткрытый и шесть закрытых). Анкета направлена на выявление представлений футбольных фанатов о методах саморегуляции, способах контроля и эмоциях, которые они испытывают во время матча. Также она содержит краткие данные об испытуемом, включая период футбольного «боле-ния» и время, которое испытуемый регулярно уделяет футболу.

### 3. Диагностический БОС-тренинг.

БОС как аппаратурный метод применялся для диагностики и контроля эффективности обучения испытуемых осознанной саморегуляции. Он был сформирован с опорой на результаты опроса футбольных фанатов о провоцирующих и успокаивающих стимулах и включает девять видеосюжетов. Рассмотрим их подробнее.

Четыре провоцирующих на агрессию и вызывающих негативные эмоции стимула:

- драки фанатов с полицией, проявление агрессивных действий со стороны сотрудников правоохранительных органов;
- фрагменты матча с демонстрацией голов, которые забивают в ворота ФК «Урал»;
- драки между фанатами разных клубов;
- фанаты ФК «Спартак».

Пять успокаивающих и вызывающих положительные эмоции стимулов:

- воспитанники ДЮСШ, играющие в футбол;
- фрагмент, когда ФК «Урал» вышел в премьер-лигу;
- фрагмент поддержки фанатами ФК «Урал» своей команды, снятый с фан-сектора;
- фрагмент, когда игроки благодарят фанатов за поддержку;
- смешные и курьезные моменты с участием футболистов всего мира.

Нами были выбраны три типа датчиков для регистрации психофизиологических реакций фанатов<sup>33</sup>:

1. ЭКГ (электрокардиограмма). Датчик ЭКГ измеряет электро-сигналы сердца. График ЭКГ, показанный на соединенном компьютере или накопителе данных, графически демонстрирует биение сердца. Во время исследования можно проследить динамику и оценить то, как стимулы влияют на сердцебиение.

2. ФПГ (фотоплетизмограмма) – это метод регистрации оптической плотности ткани. Она фиксируется плетизмографом, состоящим из излучателя светового потока, просвечивающего биоткань, и приемника, регистрирующего мощность принятого сигнала. Оптическая плотность зависит в основном от объема тока крови и эластичности сосудов. Датчик ФПГ фиксирует динамику тока крови, которая зависит от частоты и мощности работы сердца, что является дополнением при анализе датчика пульса и артериального давления. Снижение амплитуды ФПГ служит признаком периферической вазоконстрикции и/или уменьшения ударного объема, а повышение амплитуды свидетельствует об обратном.

3. КГР (кожно-гальваническая реакция) – это изменение разности потенциалов и снижение электрического сопротивления между двумя участками поверхности кожи. Датчик КГР измеряет фазическую и тоническую реакцию. Фазическая КГР – это резкое изменение электрического потенциала кожи на эмоциональный раздражитель. Тоническая КГР – медленное изменение электрического сопротивления кожи (приспосабливаемость) в ответ на эмоциональный раздражитель. В описываемом исследовании можно будет отследить динамику эмоциональной напряженности при неожиданном предъявлении звуковых провоцирующих стимулов, скорость восстановления и возвращения организма в состояние покоя.

Рассмотрим подробно каждый из этапов БОС-тренинга.

В начале сценария исследуемому предлагается стартовая заставка, которая помогает настроиться на тренинговую работу и пере-

---

<sup>33</sup> См.: Гнездицкий В. В. Комплекс реабилитационный психофизиологический для тренинга с биологической обратной связью РЕАКОР : метод. указания. Таганрог, 2008. С. 45.

ключиться с прошлого вида деятельности. Затем начинается этап регистрации исходного фона, записываются данные трех показателей (ЭКГ, КГР, ФПГ), с которыми позднее будут сравниваться реакции фанатов на предъявляемые стимулы.

Далее исследуемому предлагается просмотреть видеофрагменты в следующем порядке:

- видеофрагмент празднования игроками и тренерами ФК «Урал» выхода в премьер-лигу;
- видеофрагмент проявления сотрудниками правоохранительных органов агрессии по отношению к футбольным фанатам;
- видеофрагмент игры в футбол воспитанников ДЮСШ;
- видеофрагмент с сюжетом провокаций фанатов другой команды, демонстрирующий обидные «кричалки» и файеры;
- видеофрагмент поддержки фанатами ФК «Урал» своей команды, снятый с фан-сектора;
- нарезка видеофрагментов голов в ворота ФК «Урал»;
- фрагмент, когда игроки благодарят фанатов за поддержку;
- видеофрагмент драки между фанатами разных клубов;
- смешные и курьезные видеофрагменты с участием футболистов всего мира.

После демонстрации каждого видеофрагмента испытуемому дается время на отдых, во время которого расслабляющий фон на экране мониторинга сочетается с приятной музыкой. Затем осуществляется регистрация итогового эмоционального фона во время финишной заставки.

Необходимо также обратить внимание на длительность предъявляемых стимулов. Стартовая и финишная заставки длятся около 1,5 мин., чтобы замерить психофизиологические параметры и в первом случае настроить испытуемого на работу, а во втором помочь перестроиться и успокоиться после прохождения тренинга.

Каждый предъявляемый стимул длится от 55 до 70 с, потому что за более короткое время организм не успевает перестроиться на новый стимул. К тому же изменения психофизиологических реакций происходят не сразу, а в течение минуты исследуемый успе-

вает проникнуться атмосферой видеофрагмента и затем безошибочно замерить показатели.

Следующий за стимулом период отдыха не должен быть меньше времени стимула, чтобы условия для замера психофизиологических параметров были равными.

#### 4. Тест руки Вагнера.

Hand-test – проективная методика исследования личности. Впервые тест был представлен в 1962 году<sup>34</sup>. Идейным вдохновителем теста был Э. Вагнер, а система подсчета очков и коэффициенты разработаны З. Пиотровским и Б. Бриклин. В нашей стране методика адаптирована Т. Н. Курбатовой.

#### 5. Метод цветowych выборов Л. Н. Собчик.

Эта методика представляет собой адаптированный вариант теста Люшера<sup>35</sup>. Макс Люшер создал методику, которая отличается от других простым стимульным материалом, но при этом воздействует на разные стороны психики. Методика удобна тем, что она не провоцирует защитных реакций, применима для представителей любого возраста и любой культуры. Цветовой тест выявляет именно неосознанные реакции испытуемого на цветовые эталоны, что позволяет считать метод глубинным и проективным.

#### 6. Авторская анкета «Представления фанатов о предъявляемых стимулах».

Испытуемых просят соотнести свое эмоциональное восприятие с предъявляемыми видеофрагментами из БОС-тренинга и проанализировать все ролики от самого эмоционально значимого. Анкета направлена на выявление представлений футбольных фанатов относительно предъявляемых в БОС-тренинге стимулов. Целью проведения этой анкеты является выявление совпадений и различий между результатами БОС-тренинга и анкеты по саморефлексии.

---

<sup>34</sup> См.: *Bricklin B., Piotrowsky Z., Wagner E.* The Hand Test : A new projective test with special reference to the prediction of overt aggressive behavior. Springfield, 1962. P. 100.

<sup>35</sup> См.: *Собчик Л. Н.* Модифицированный восьмицветовой тест Люшера : практ. руководство. СПб., 2001. С. 112.

## **Тренинговый обучающий комплекс по осознанной саморегуляции, основанный на наработках МЧС России**

Тренинговый комплекс состоял из шести обучающих занятий по 45 мин. Каждое занятие состояло из теоретического блока, где предлагались описание и техника саморегуляции, а затем практическая часть, когда фанаты начинали пробовать методику на себе. Со второго занятия каждое следующее начиналось с шеринга, где фанаты обсуждали, насколько им подходит методика, удалось ли ее опробовать, а также задавали вопросы и делились впечатлениями.

В основу курса вошли наработки по саморегуляции Ю. С. Шойгу, используемые в центрах экстренной психологической помощи МЧС России. Особое внимание в курсе уделялось управлению дыханием, тонусом мышц и самовнушению. На каждое направление предлагалось два-три упражнения, чтобы каждый участник мог выбрать для себя наиболее эффективное и удобное.

Также, помимо тренинговой работы, фанатам предлагался раздаточный материал с описанием методик и психологическими советами. Кроме того, комплекс обучения включал в себя и домашнюю работу, когда фанатам нужно было на протяжении дня использовать полученные навыки при стрессовых ситуациях, стараться создавать с помощью мультимедийных средств атмосферу, напоминающую футбольный матч, и применять механизмы саморегуляции.

### **Полученные результаты**

При помощи анализа данных из анкеты «Субъективный эмоциональный профиль футбольного фаната» мы можем охарактеризовать наши выборки следующим образом.

Возрастной состав: 19–24 лет – 62,5 %, 27–28 лет – 37,5 %. Соотношения полов: 37,5 % девушек и 62,5 % юношей. Социальный статус: учащихся – 54 % и работающих – 46 %. Образование: высшее – 54 %, среднее – 46 %. Средний фанатский стаж составляет 9,4 года.

Таким образом, по представленным характеристикам можно сделать вывод, что изученная выборка адекватно представляет фанатское движение в целом, но уровень образования и процент деву-

шек в ней несколько выше, чем обычно. Это мы можем объяснить тем, что в нашем эксперименте принимали участие лишь те фанаты, которые оказались заинтересованы проблемой эмоциональной саморегуляции, так как группы мы набирали исключительно на добровольной основе.

На основании следующих вопросов этой же анкеты можно создать некий обобщенный субъективный эмоциональный профиль обеих групп. В первую очередь необходимо опровергнуть миф, что все фанаты негативно относятся к присутствию детей на футбольных матчах, так как 2/3 опрошенных в нашей выборке с этим утверждением не согласны. Свой эмоциональный фон во время матча 29 % оценили как положительный, ни один из опрошенных не признал, что испытывает на матче отрицательных эмоций. Треть опрошенных, по их словам, успокаиваются после матча практически сразу, а остальные 2/3 – до конца того же дня. Более половины опрошенных утверждают, что могут легко контролировать свои эмоции и всего лишь 4 % признают, что могут с ними не справиться. 81 % нашей выборки полагают, что владеют приемами самоуспокоения. При этом физиологические приемы расслабления (дыхание, сон, курение) используют более половины опрошенных, а социально-культурные (музыка, непринужденный разговор, переключение) – более трети. 13 % опрошенных уверены, что негативные эмоции могут пройти сами собой.

### **Анализ результатов теста руки Вагнера**

Данная проективная методика исследования личности позволяет оценить общий уровень агрессивности фаната, а также выраженность факторов страха, директивности, эмоциональности, коммуникабельности, зависимости, демонстративности, болезненности, активной и пассивной безличности. В нашем исследовании этот тест используется для оценки общего фона агрессивности и взаимодействия его с указанными качествами личности. Эти параметры говорят о психоэмоциональном состоянии фанатов в ситуации исследования, которое моделирует некоторые реальные ситуации во время матча.

При сопоставлении результатов контрольной и экспериментальной групп по тесту руки Вагнера методом парного двухвыборочного *t*-критерия при одном предъявлении достоверных различий не выявлено, но необходимо отметить, что в контрольной группе показатели агрессивности и эмоциональности оказались несколько выше, а показатели активной безличности – ниже. При аналогичном сопоставлении результатов первого и второго предъявления внутри каждой группы по отдельности также не выявлено достоверных различий. Зато при сопоставлении результатов двух предъявлений между контрольной и экспериментальной выборками было выявлено единственное достоверное различие по уровню эмоциональности – показатели эмоциональности экспериментальной группы оказались достоверно ниже, что может свидетельствовать об эффективности применения методов саморегуляции.

Одной из наших задач было выявление того, насколько субъективная самооценка испытуемых соответствует их характеристикам по проективному тесту. Корреляционный анализ показателей анкеты «Субъективный эмоциональный профиль футбольного фаната» и теста руки Вагнера по всей выборке выявил единственную значимую положительную связь между субъективной оценкой скорости эмоционального успокоения и уровнем агрессии (0,69). Это говорит о том, что те, кто считают себя наиболее легко успокаивающимися, имеют повышенный уровень агрессии, что указывает на возможную неадекватность самооценки.

### **Анализ результатов цветового теста Л. Н. Собчик**

Цветовой тест Л. Н. Собчик испытуемым предлагалось пройти четырежды. Основная цель этой диагностики состояла в определении состояния испытуемого после просмотра БОС-тренинга, который моделировал атмосферу реального матча. Первый раз испытуемый проходил тест сразу после тренинга, а второй раз – через 10–15 мин. после интервьюирования с психологом, чтобы отследить, изменилось ли состояние, быстро ли человек успокаивается и переключается.

Были выявлены значимые различия по показателям цветового теста в экспериментальной группе между первым и вторым

БОС-тестированием, а также значимые различия между экспериментальной и контрольной группами при повторном БОС-тестировании. Если первое значимое отличие мы можем однозначно отнести к результатам обучения саморегуляции, то второй результат указывает на то, что, возможно, было некоторое изначальное различие между показателями эмоциональности контрольной и экспериментальной группы.

И тест руки Вагнера и цветовой тест отношений (ЦТО) демонстрируют нам однотипные тенденции в динамике характеристик этих двух групп. В контрольной группе изменения в показателях недостоверны, а в экспериментальной они значимы. По анкетам испытуемых в субъективной оценке мы не выявили заметных эмоциональных различий, но по результатам проективных тестов они есть. Таким образом, использование тестов для оценки параметров эмоциональности более надежно и валидно, чем использование анкеты субъективной самооценки.

Подводя итоги, полученные при помощи проективных методик, можно сделать вывод, что обучение экспериментальной группы фанатов саморегуляции оказало значимое влияние на показатели эмоционального напряжения в сторону их снижения, что может говорить о стабилизации настроения и эмоционального фона.

### **Анализ результатов диагностики биологической обратной связи и анкеты саморефлексии**

Диагностический БОС-тренинг проводился для респондентов обеих групп дважды: в начале и в конце эксперимента. Задача нашего эксперимента – выявить, является ли БОС объективным показателем оценки эмоциональных состояний испытуемых и возможностей их саморегуляции. Для измерения данных мы использовали три психофизиологических показателя: электрокардиограмма (ЭКГ), фотоплетизмограмма (ФПГ) и кожногальваническая реакция (КГР). При реакции возбуждения показатели ЭКГ и КГР повышаются, а ФПГ – понижаются. Следовательно, когда испытуемый успокаивается, показатели КГР и ЭКГ понижаются, а ФПГ – повышаются.

Анализ индивидуальных особенностей психофизиологических реакций, полученных при помощи датчиков системы БОС, показал неожиданные результаты, которые в определенной мере противоречат данным, полученным при помощи проективных методик.

Одной из задач нашего исследования было проверить то, насколько футбольные фанаты адекватно воспринимают свое состояние, поэтому мы объединили результаты анкеты «Представления фанатов о предъявляемых стимулах» и БОС-тренинга. Испытуемый сразу после диагностики в анкете саморефлексии оценивал эмоциональное впечатление (+ – положительная эмоция; – – отрицательная) от каждого видеоролика и ранжировал их от наиболее эмоционально значимого.

Для удобства анализа продублируем порядок предъявления роликов:

- 1 – «Урал» выходит в премьер-лигу;
- 2 – драка футбольных фанатов с полицией;
- 3 – фрагмент матча детской футбольной команды;
- 4 – поведение фанатов «Спартака» во время матча;
- 5 – видео с фан-сектора болельщиков ФК «Урал»;
- 6 – голы, забитые в ворота «Урала»;
- 7 – выражение благодарности болельщикам от футболистов;
- 8 – драка между фанатами;
- 9 – смешные моменты футбольных матчей.

Рассмотрим возникшую ситуацию на примере отчета одного из испытуемых экспериментальной группы (рис. 4).

У этого испытуемого по результатам первой БОС-диагностики реакция на пять из девяти видеостимулов проявлялась как значительное эмоциональное переживание и физиологическое возбуждение, регистрируемое через объективные показатели БОС. А по результатам второй диагностики почти такое же эмоциональное переживание и возбуждение проявилось на семь роликов из девяти. Между результатами первого и второго тестирования, помимо качественных различий, заметны и количественные. Исходный фон при первой диагностике можно оценить как более эмоциональный и возбужденный, чем при второй. Зато в первый раз испытуе-

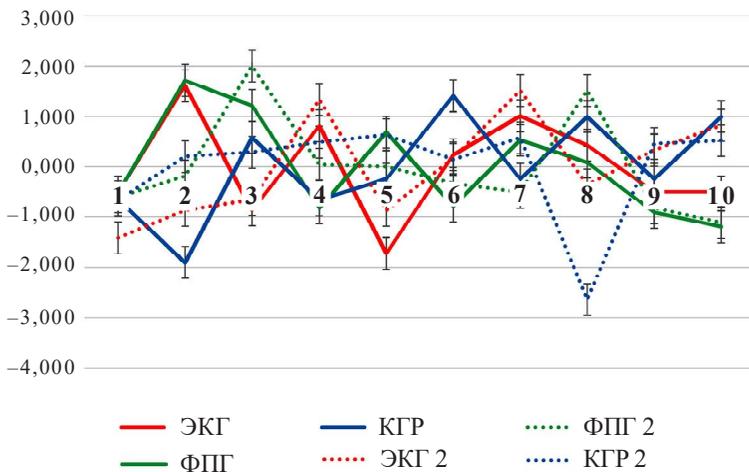


Рис. 4. Индивидуальный профиль испытуемого экспериментальной группы, полученный при БОС-диагностике

мому удалось успокоиться значительно быстрее, чем во второй раз. Эти результаты можно объяснить таким образом: в ходе интервьюирования после второго тестирования испытуемый отметил, что испытывал напряжение и ответственность из-за страха неудачно применить механизмы саморегуляции. Он утверждал, что чем больше думал о том, как применить приемы, тем был менее внимателен, поэтому справлялся с собой хуже, чем при первом тестировании. На графике БОС-диагностики при втором тестировании заметны регулярные артефакты, которые свидетельствуют о сбоях при показании датчиков из-за движений испытуемого руками. Испытуемый объяснил это желанием применить приемы саморегуляции, на которых был сконцентрирован, и не замечал своих движений.

Таким образом, можно сказать, что в результате объективной фиксации психофизиологических показателей в системе БОС получилось не снижение, а увеличение психоэмоционального напряжения у данного испытуемого. Аналогичная картина отмечается еще у троих испытуемых. Таким образом, у двух мужчин и двух женщин система БОС объективно зарегистрировала не снижение,

а повышение эмоционального напряжения при повторном предъявлении стимулов, при том что проективные методики такой картины изменений эмоционального состояния не дали.

У остальных четырех испытуемых (три юноши и одна девушка) наблюдается нормализация психоэмоциональных реакций при повторном предъявлении, т. е. заметное снижение эмоциональной реакции, определяемое методиками БОС.

Подводя итог вышеизложенному, отметим, что примененная нами методика БОС-тренинга только в половине случаев показала изменения психофизиологических реакций в ожидаемом направлении. Объяснения этому могут быть следующие:

- половина опрошенных фанатов проявляли излишнюю ответственность за прохождение второй диагностики, стараясь применять приемы саморегуляции, что значительно усложнило им задачу и отвлекало от просмотра роликов;

- стремление фанатов казаться спокойнее и стабильнее, чем они есть, еще больше их возбуждало и вызывало физическое напряжение, регистрируемое БОС;

- в ходе обучения и тренинговой работы фанаты применяли свои навыки лишь в мало приближенных к реальности условиях, таким образом, БОС-диагностика стала первой серьезной практической задачей, что могло вызвать реакции стресса.

Анализируя приведенный пример анкеты-саморефлексии мы видим, что после первой БОС-диагностики испытуемый более объективно оценил свое состояние, указав ранги соответственно психофизиологическим параметрам. Вторая диагностика показала, что психофизиологические параметры существенно изменились, а оценка показателей повторного ранжирования осталась прежней. Аналогичная самооценка психоэмоционального состояния наблюдается еще у пятерых испытуемых. Таким образом, у 75 % испытуемых наблюдается ситуация, когда испытуемые почти в точности воспроизводят самооценку эмоционального состояния, аналогичную результатам первого ранжирования, при этом их актуальные психофизиологические параметры, полученные объективно, существенно отличаются (как в сторону повышения, так и в сторону

понижения возбуждения). Этот эффект можно назвать инерцией самооценки.

В результате получается, что лишь двое из восьми испытуемых адекватно воспринимают произошедшие изменения в своих ощущениях, не полагаясь при этом на прошлый опыт. Такое, на наш взгляд, неадекватное описание своих ощущений большинством испытуемых может быть связано и с тревожностью по поводу влияния экспериментального воздействия (угроза внутренней валидности), и с эффектом фиксации прошлого опыта.

Далее рассмотрим показатели частоты сердечных сокращений (ЧСС) обеих групп при первой и второй БОС-диагностике. На примере ЭКГ можно отследить, как менялась реакция ЧСС испытуемых, ведь именно этот компонент электрокардиограммы является тем показателем, который быстрее других реагирует на изменение психоэмоционального состояния. Анализируя результаты первой и второй диагностики контрольной группы, мы видим, что реакции, проявленные при первой диагностике, сохранились (рис. 5, 6). Это свидетельствует о постоянстве эмоциональных реакций, а не о ситуативности.

По результатам второй БОС-диагностики показатели экспериментальной группы оказались следующими: общая структура показателей во втором измерении ЧСС стала более плавной и с меньшей максимальной амплитудой, чем при первой диагностике; у большинства испытуемых не было сильных перепадов, что указывает на общее состояние спокойствия, в отличие от результатов первой диагностики; реакции на ролики сохранились, но стали менее выражены, что указывает на стабилизацию состояния и повышение уровня стрессоустойчивости (рис. 7, 8).

Подведем общий итог. Структура графиков ЭКГ при первой диагностике у обеих группы была неоднородной, и представители экспериментальной группы продемонстрировали более выраженные и эмоциональные реакции. Однако после экспериментального воздействия, в отличие от контрольной группы, их результаты стали заметно однороднее, их амплитуда уменьшилась, что указывает на стабилизацию общего эмоционального фона испытуемых. Это

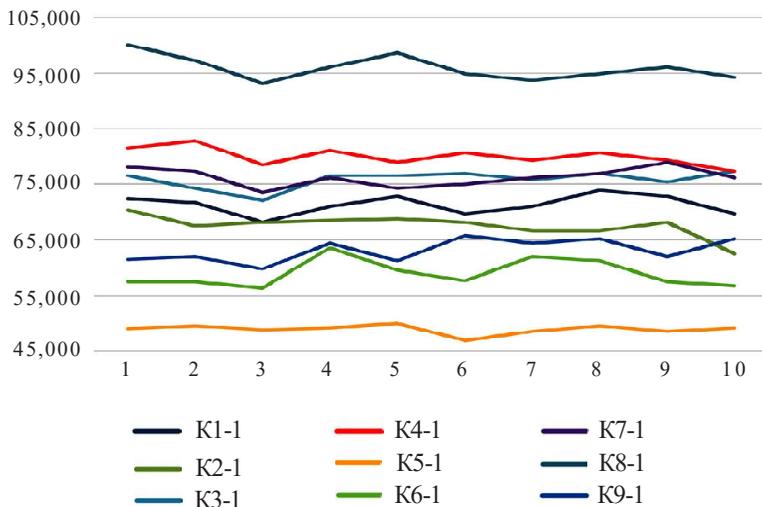


Рис. 5. Показатели ЭКГ контрольной группы, полученные при первой БОС-диагностике

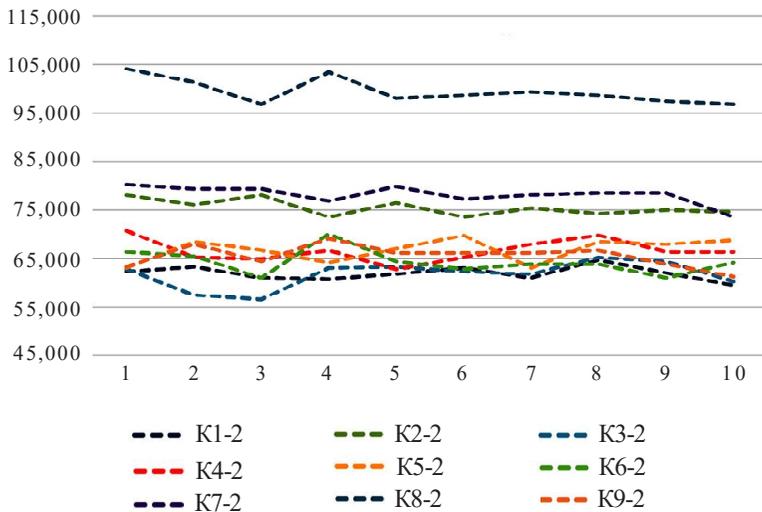


Рис. 6. Показатели ЭКГ контрольной группы, полученные при второй БОС-диагностике

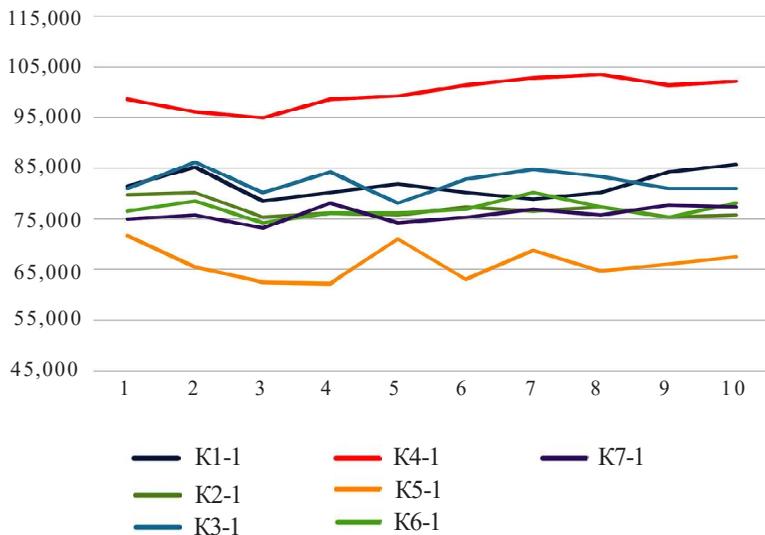


Рис. 7. Показатели ЭКГ экспериментальной группы, полученные при первой БОС-диагностике

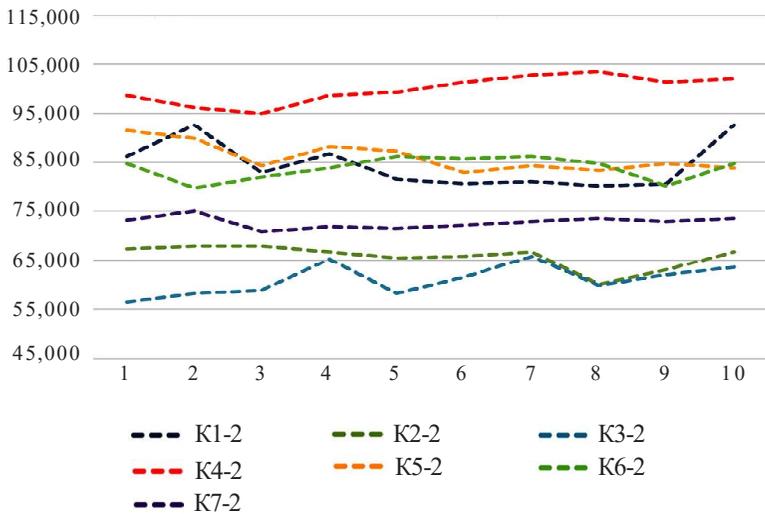


Рис. 8. Показатели ЭКГ экспериментальной группы, полученные при второй БОС-диагностике

может свидетельствовать о повышении их стрессоустойчивости и, следовательно, об эффективности курса обучения саморегуляции.

В завершение отметим основные выводы:

– комплексная оценка параметров эмоционального состояния при анализе трех показателей продемонстрировала некоторое повышение эмоционального напряжения у половины представителей экспериментальной группы при втором предъявлении, что отчасти подтверждается субъективными анкетами и во многом противоречит показателям проективных методик;

– групповая оценка изменения показателей ЧСС в ЭКГ на всех членах экспериментальной группы выявила высокую согласованность изменений параметров участников и заметно выраженную стабилизацию этих показателей в сторону успокоения, что полностью соответствует показателям проективных методик;

– с помощью БОС-диагностики возможно оценить достаточно тонкие и сложные колебания психоэмоциональных состояний в эксперименте, но сочетания разных показателей меняются очень неоднозначно, что указывает на наличие существенных сложностей в эффективном обучении футбольных фанатов методам саморегуляции, особенно в короткие сроки проведенного нами исследования;

– одной из сложностей является тревога испытуемых по поводу самой БОС-диагностики.

Однако, с другой стороны, использование БОС-технологий не позволяет упрощенно отнестись к этому процессу и пойти обманчиво легким путем, доверяя недостаточно точным оценкам, полученным другими методами. Как мы можем заметить, и проективные методики, и самооценка испытуемыми своих эмоциональных состояний демонстрируют существенные погрешности, например, инерцию и зависимость от прошлого опыта.

### **Вопросы и задания для самоконтроля**

1. С какой проблемой столкнулись исследователи при формировании выборки футбольных фанатов?
2. Какую функцию в эксперименте выполняет БОС-тренинг?

3. В чем смысл тренингового комплекса по осознанной саморегуляции?
4. Опишите результаты диагностики биологической обратной связи и анкеты саморефлексии.

### **Вопросы и задания для самостоятельной работы**

1. Проведите сравнительный анализ результатов первого и второго сеансов БОС-тренинга.
2. Предположите, какие типы болельщиков наиболее эмоционально стабильны и стрессоустойчивы? Приведите аргументы.

## **2. ОСОБЕННОСТИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С ФУТБОЛЬНЫМИ БОЛЕЛЬЩИКАМИ**

### **2.1. Особенности работы с болельщиками, находящимися под воздействием алкоголя, легких наркотиков**

В данной главе мы разберем механизмы взаимодействия с болельщиками в измененном состоянии сознания. Под измененным состоянием будем понимать состояние, когда у человека изменяются эмоции, ощущения, восприятие, интеллект, речь, память и пр. Мы не станем разбирать случаи психиатрических расстройств, для этого необходимо иметь медицинское образование.

В подразделе об особенностях восприятия болельщиков и фанатов обществом мы рассматривали стереотипный образ любителя футбола. Одним из обязательных его признаков было алкогольное или наркотическое опьянение. Именно об этих состояниях пойдет речь.

Логично предположить, что проблема взаимодействия с болельщиками в таком состоянии чаще встречается не на стадионе, а за его пределами. При проходе на матч сотрудники правоохранительных органов и во время игры контролеры-распорядители (стюарды) наблюдают за поведением болельщиков и при необходимости регулируют его.

Наиболее вероятно столкнуться с толпой нетрезвых болельщиков в неформальной обстановке: в спортбарах, на встречах с командой, в транспорте по дороге на выездные матчи и т. д.

Перед тем как действовать, следует определить, какой вид опьянения и какая его стадия у данного болельщика. При этом нужно отметить, что алкогольное опьянение вызвано психоактивным действием содержащих этиловый спирт напитков, а наркотическое опьянение возникает после приема нетерапевтических доз наркотически действующих средств.

Для начала разберем *стадии алкогольного опьянения*:

1. **Л е г к а я с т а д и я**. Человек, находящийся в этой стадии опьянения, чувствует повышение настроения, стремится быть в центре внимания, начинает веселиться без явного повода. Данная стадия характеризуется развязной и замедленной речью. Постепенно снижается критичность действий, реальность искажается, притупляются навыки и инстинкт самосохранения.

Зачастую человек переоценивает собственные возможности, начинает «покорять горы», совершать поступки, которые в трезвом состоянии ему не свойственны.

Общительность – еще одна характерная особенность людей в легкой стадии алкогольного опьянения. Человек стремится выговориться, найти единомышленников и поддержать любую беседу.

Как эффективно взаимодействовать с человеком, находящимся в этой стадии опьянения?

1. Не стоит с ним спорить, навязывать свое мнение и стремиться переубедить.

2. Следует выслушать его и попросить («по-дружески») вести себя тише и спокойнее.

3. Чаще всего болельщики употребляют алкоголь в компаниях, поэтому предложите более трезвым единомышленникам увести друга.

2. **С р е д н я я с т а д и я**. Симптомы опьянения постепенно усугубляются. Появляется характерный запах изо рта, походка становится шаткой и неустойчивой, фокусировка внимания ухудшается. Возможны даже первые признаки оглушенности и дезориентации в пространстве.

Для этой стадии типичны потеря естественной стеснительности, вызывающая сексуальность, бессвязная речь и громкая брань в совокупности со сниженным самоконтролем, что нередко приводит к ссорам, спорам и дракам. Человека, находящегося в средней степени опьянения, легко спровоцировать на агрессию и вывести из себя.

Средняя степень алкогольного опьянения характеризуется также провалами памяти: происходит полное выпадение отдельных

фрагментов произошедшего накануне. Наутро человек не может вспомнить всего, что с ним происходило.

Как эффективно взаимодействовать с человеком, находящимся в этой стадии оьянения?

1. Будьте осторожны – человек в подобном состоянии опасен и порой не контролирует своих действий.

2. Вызовите полицию, а до ее приезда постарайтесь переключить внимание человека на себя, чтобы исключить конфликтные ситуации.

3. Задавайте ему уточняющие вопросы, слово в слово дублируя речь. Такой прием позволяет войти в доверие. Например, нетрезвый болельщик начинает кричать, что болельщики другой команды одним своим видом мешают ему смотреть матч и портят всю атмосферу, поэтому он их сейчас выгонит из заведения. Возьмите паузу в 2–3 с и четко задайте вопрос: «Правильно ли я вас понял, что вы хотите, чтобы эти болельщики ушли, потому что вас не устраивает их внешний вид?» Всего два-три таких вопроса и человек станет заметно спокойнее, он поймет, что вы на его стороне.

3. Т я ж е л а я с т а д и я. У человека в этой стадии оьянения наблюдаются серьезные проблемы с восприятием и самоконтролем. Он с трудом стоит на ногах и не может сфокусировать внимание даже на несколько секунд. Взаимодействие с ним практически невозможно: речь бессвязная, фразы отрывистые, бормотание невнятное. Он перестает реагировать на внешнюю среду.

В зависимости от особенностей его организма он может быть либо вялым и заторможенным, либо излишне возбужденным. Нередко такое состояние сопровождается защитными механизмами организма – тошнотой и рвотой.

Последствия тяжелой стадии алкогольного оьянения на фоне глубокой интоксикации могут быть крайне опасны: вплоть до комы. Поэтому вызовите скорую помощь и изолируйте человека, находящегося в таком состоянии, от взаимодействия с окружающими.

Далее рассмотрим *фазы наркотического оьянения*. Логично, что реакции организма, состояние человека и динамика процесса зависят от вида принятых веществ. Мы рассмотрим реакцию орга-

низма на употребление «легких» наркотиков: конопли, мескалина, псилоцибина и ЛСД.

Первая фаза – эйфория. Возникает эмоциональный подъем, появляются приятный шум в голове, теплота и расслабление в теле. Во многом эта фаза схожа с легкой стадией алкогольного опьянения.

Вторая фаза – фаза беспечности и легкости. Появляется непреодолимое желание петь, танцевать и смеяться.

Третья стадия – появление галлюцинаций. Существует пять видов искажений: слуховые, зрительные, вкусовые, обонятельные и общие (мышечные и висцеральные). Продолжительность этой фазы может достигать двух часов. Человек перестает воспринимать окружающую реальность, уходит в себя. Со стороны кажется, что он смотрит фильм и комментирует его. После выхода из наркотического опьянения человек находится в состоянии истощения, становится вялым и утомленным. Порой ему не хватает сил, даже чтобы встать и начать говорить.

При взаимодействии с человеком, находящимся в наркотическом опьянении, говорите четко и конкретно, обязательно вызовите скорую помощь, поскольку нередки случаи летального исхода от передозировки.

Измененное состояние сознания опасно своей непредсказуемостью и серьезностью последствий для самого человека. Также сильно влияние такого человека на окружающих, что нередко приводит к беспокойству и даже панике. Только грамотное и быстрое реагирование позволит снизить напряжение и стабилизировать ситуацию. В следующем подразделе мы рассмотрим вопрос о том, как справиться не с одним больельщиком, а с целой толпой эмоционально заряженных людей.

### **Вопросы и задания для самоконтроля**

1. Опишите стадии алкогольного и фазы наркотического опьянения.
2. Опишите правила взаимодействия с людьми в легкой стадии алкогольного опьянения.

3. Как следует себя вести с человеком, находящимся в наркотическом опьянении?

### **Вопросы и задания для самостоятельной работы**

1. Чем опасны бездействие и попустительство организаторов спортивных мероприятий нетрезвой компании болельщиков?

2. Какие психологические приемы также могут быть полезны при взаимодействии с людьми, находящимися в измененном состоянии сознания?

## **2.2. Особенности группового взаимодействия в чрезвычайных ситуациях**

Для правильного понимания ситуации определимся с понятийным аппаратом и обозначим основные определения.

*Чрезвычайная ситуация (ЧС)* – это обстановка на определенной территории, сложившаяся в результате аварии, опасного природного явления, катастрофы, стихийного или иного бедствия, которое может повлечь за собой человеческие жертвы, ущерб здоровью людей или окружающей среде, значительные материальные потери и нарушение условий жизнедеятельности людей («Закон о защите населения и территорий от чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера» от 21 декабря 1994 г. № 68-ФЗ (СЗРФ 94-35)).

*Экстремальная ситуация* (от лат. *extremus* – крайний, критический) – внезапно возникшая ситуация, угрожающая или субъективно воспринимаемая человеком как угрожающая жизни, здоровью, личностной целостности, благополучию.

*Кризисная ситуация* (от гр. *krisis* – решение, поворотный пункт, исход) – ситуация, требующая от человека значительного изменения представлений о мире и о себе за короткий промежуток времени. Эти изменения могут носить как позитивный, так и негативный характер.

В данном подразделе мы разберем правила поведения в толпе. Давка является одной из наиболее частых чрезвычайных ситуаций на футбольном стадионе. Список самых известных футбольных трагедий поражает количеством жертв:

1. 15 апреля 1989 года. «Хиллсборо», Шеффилд, Великобритания. 96 человек погибло, 766 ранено.

Причина давки: переполненность стадиона.

2. 2 января 1971 года. «Айброкс Парк», Глазго, Шотландия. 66 человек погибло, около 200 ранено.

Причина давки: болельщики заранее начали расходиться, футболисты забили гол, болельщики хотели вернуться на стадион и попали в противоход эмоционально заряженной толпе.

3. 20 октября 1982 года. «Лужники», Москва, Россия. 66 человек погибло (по неофициальным данным – около 300).

Причина давки: идентичная трагедии в Глазго, после гола Сергея Швецова болельщики попытались вернуться обратно, но встретились с разъяренной толпой.

Эмоционально заряженная толпа, заключенная в тесном пространстве, способна на неадекватные реакции, которые необходимо регулировать.

Разберем поведение в толпе в двух случаях:

- 1) если находиться внутри толпы;
- 2) если регулировать толпу извне.

### **Поведение в толпе**

Преимущественно подобная ситуация случается после матча, если существуют проблемы в логистике. Толпа постепенно ускользает, сметая на своем пути препятствия и затягивая новых участников.

Социальные психологи выделяют несколько простых рекомендаций, как действовать в толпе:

1. Не идите против толпы, не стойте на месте. Толпа похожа на цунами, когда лучше поддаться течению, чем противостоять ему.

2. При необходимости пересечь толпу, пересекайте ее по касательной или по диагонали. При этом следуйте движению шашечной фигурки. Соотносите свою скорость со скоростью приближения

к вам людей. Если вы хорошо ориентируетесь на местности, то определите ближайший тихий дворик, покиньте толпу и переведите дыхание. Подождите, когда толпа пройдет.

3. Не смотрите в глаза людям из толпы. Подобное поведение замедлит ваше движение и может привести к дезориентации.

4. Не двигайтесь, опустив глаза. Движение с опущенными глазами – это движение жертвы и проявление неуверенности. Лучше выработайте взгляд, направленный чуть ниже лица, с включением так называемого периферийного зрения. Этот взгляд позволит вам отслеживать всю ситуацию в целом, не фиксируя отдельные детали.

5. Не замедляйте темп, если случайно задели кого-то в толпе. Не нужно извиняться, стараться объяснить свое поведение. Продолжайте движение, не оглядывайтесь, не привлекайте к себе внимание эмоционально нестабильных участников.

### **Регулирование толпы на футбольном стадионе**

Помимо традиционных объявлений в конце матча о направлении движения к выходам остановимся на двух приемах регулирования толпы:

1. Ростовые куклы показывают направление движения. Их большой размер и яркий внешний вид привлекают внимание. Толпа никогда точно не знает, какое направление является правильным. Приоритетным направлением является наиболее широкая улица с развязками.

2. Ритмичное скандирование. Психологи давно доказали, что групповое скандирование создает вибрации, позволяющие неосознанно выполнять простые инструкции. Например, в ситуации давки диктору необходимо ритмично, по слогам скандировать «не-да-ви», толпа постепенно подхватит ритм и между участниками постепенно создастся комфортное расстояние. Также простыми командами могут быть указания направления «право», «лево», «прямо». Не стоит использовать сложные слова или даже предложения – в стрессовой ситуации они плохо воспринимаются.

Безусловно, описанные выше приемы помогут задержать толпу на время, а затем сотрудники правопорядка должны спокойно разрешить проблемную ситуацию.

## **Вопросы и задания для самоконтроля**

1. Разграничьте понятия: экстремальная, чрезвычайная и кризисная ситуации.
2. Опишите правила поведения в толпе.
3. Чем опасна давка на футбольном стадионе?

## **Вопросы и задания для самостоятельной работы**

1. Какие действия организаторов спортивных мероприятий могут привести к давке?
2. Какие психологические приемы также могут быть полезны для регулирования толпы?

## **2.3. Психологические приемы работы с проявлениями неадекватных эмоциональных реакций**

Футбольный матч для болельщика – это сильное эмоциональное потрясение. Каждый опасный момент, штрафной, угловой и, тем более, пенальти повышают градус напряжения все выше и выше.

Закономерно, что у части болельщиков сильное эмоциональное напряжение может перерасти в неадекватное состояние. В данном подразделе мы разберем основы экстренной допсихологической помощи. Эти приемы позволят человеку без базового психологического образования помочь окружающим справиться с сильными психологическими реакциями.

### **Истероидная реакция (истерика)**

Специалисты шутят, что в мире есть две самые заразительные вещи: зевота и истерика. И то, и другое явления распространяются мгновенно, поэтому необходимо успеть максимально быстро принять меры.

Истерику сопровождается бурным выражением эмоций при зрительях, одновременными криками, плачем и смехом. Человек тратит излишнюю энергию, быстро устает и близок к потере сознания.

*Как помочь пострадавшему в данном случае:*

1. Изолируйте такого человека от зрителей, выведите его из толпы. Скопление людей усиливает истерику и оказывает давление на психику.

2. Замкните внимание человека на себе, установите зрительный контакт. Желательно, чтобы ваши глаза находились на одном уровне.

3. Узнайте имя пострадавшего и используйте его при обращении к нему. Собственное имя заставляет человека возвращаться в реальность.

4. Говорите короткими и простыми фразами. Задавайте пострадавшему вопросы: сколько вам лет или где вы находитесь? Важно, чтобы человек был готов к обратной связи.

5. Если зрительный контакт тяжело наладить, то начните медленно хлопать, чтобы человек почувствовал ритм. Сопровождайте хлопки счетом: один-два-три-четыре и т. д. Так пострадавшему будет легче стабилизировать состояние.

6. Через 10–15 мин. истерика угаснет и наступит сильный упадок сил. Дайте человеку возможность отдохнуть. Предоставьте ему возможность умыться ледяной водой, полежать и подышать свежим воздухом.

### **Агрессивная реакция (гнев)**

Агрессия на футбольных матчах – одна из самых частых реакций. Агрессия бывает:

- вербальная: нецензурная лексика, оскорбления, угрозы по отношению к футболистам, тренерам, судьям и другим болельщикам;
- невербальная: физические агрессивные действия, открытый конфликт с другими болельщиками и сотрудниками правоохранительных органов.

*Как помочь пострадавшему в этом случае:*

1. Разговаривайте с ним спокойно и сдержанно, постепенно снижайте громкость и успокаивайте темп.

2. Обращайтесь к пострадавшему по имени.

3. Задавайте ему простые вопросы, чтобы понять ситуацию. Не спорьте с ним, не ругайтесь, выслушайте его.

4. Не поддавайтесь на провокации. Изолируйте человека, поговорите с ним с глаза на глаз.

5. Держитесь уверенно, пострадавший примет вашу позицию силы и успокоится.

## **Страх**

Большое скопление людей и напряженное эмоциональное состояние развивают страх и тревогу. Разберем отличие этих двух феноменов.

Страх – это эмоция, которая оберегает от рискованных и опасных поступков. Чем сильнее страх, тем сложнее человеку думать и принимать взвешенные решения.

На футбольном стадионе болельщик чаще всего боится оказаться в толпе, «попасть под горячую руку».

*Как помочь пострадавшему:*

1. По возможности, будьте рядом с ним, возьмите его за руку. Если пострадавших много и вступить в контакт с каждым трудно, спокойным голосом попросите диктора стабилизировать состояние.

2. Предложите использовать простые приемы:

а) задержать дыхание и про себя считать цифры: просчитать до четырех, сосредоточиться на медленном дыхании;

б) начать складывать, вычитать, делить и умножать простые числа в уме.

3. Включите на стадионе спокойную музыку, дайте нервной системе возможность стабилизироваться.

## **Тревога**

Главное отличие тревоги от страха заключается в неопределенности и абстрактности объекта. Человек не знает, чего он боится.

Зачастую секрет тревоги кроется в недостатке информации. Человек начинает додумывать и паниковать. На футбольном матче любая серьезная задержка, громкие и непонятные звуки, скопление сотрудников правоохранительных органов и т. п. должны быть объяснены диктором.

*Как помочь пострадавшему:*

1. Через динамики на стадионе предоставьте зрителям максимальное количество информации, чтобы у людей появилось минимальное количество вопросов.

2. Успокойте их, скажите, что тревога беспочвенна, укажите, в течение какого времени специалисты устранят неполадки и решат проблемы.

3. Предложите людям встать со своих мест, немного размяться и снять напряжение. Минимальная активность позволит расслабить мышцы и выплеснуть эмоции.

4. Как только ситуация разрешится, сообщите об этом зрителям.

Экстренная допсихологическая помощь предполагает минимальный набор приемов по стабилизации состояния. Пострадавшим необходима помощь профессиональных психологов, поэтому вызовите специалистов, даже если вам кажется, что проблема решена.

### **Вопросы и задания для самоконтроля**

1. В чем состоит принципиальное различие между страхом и тревогой?
2. Опишите правила оказания экстренной допсихологической помощи при истерике, гнев и страхе.
3. Проведите сравнительный анализ симптомов разных сильных эмоциональных реакций.

### **Вопросы и задания для самостоятельной работы**

1. Какие последствия могут быть у истерики на футбольном матче?
2. Психологи считают состояние тревоги более опасным, чем чувство страха. Почему?

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Рассматривая футбольных болельщиков как социально активную группу, мы сделали акцент на существующих классификациях, структурных особенностях фанатских группировок. Также аргументированно рассмотрели и доказали, что болельщики являются полноправной социально активной группой со своими правилами, четким распределением ролей и специфической динамикой групповых процессов.

Затем нами были представлены коллективные этнопортреты с отличительными характеристиками футбольных фанатов разных стран для психологического знакомства, понимания и прогнозирования реакций различных болельщиков в стрессовых ситуациях.

Индивидуально-психологические портреты футбольных фанатов позволяют более разносторонне взглянуть на человеческую составляющую околофутбольного движения и выявить общие закономерности поведения и восприятия данных молодых людей. Это будет полезно при разработке программ для эффективного взаимодействия с ними. Описывая личностные особенности футбольных фанатов, мы основывались на результатах современных исследований, в том числе зарубежных, российских и собственных.

В разделе, посвященном общественным стереотипам, мы уделили особое внимание предубеждениям, бытующим в отношении представителей фанатского движения, и специфике их самовосприятия. Здесь же были представлены результаты контент-анализа современных СМИ.

Уникальное исследование возможностей саморегуляции футбольных фанатов, проведенное авторами и представленное в данном пособии, позволяет на основе современных психологических методов (БОС) рассмотреть механизмы самоконтроля футбольных болельщиков и разработать методы эффективного обучения саморегуляции.

В практической части пособия мы разобрали приемы и механизмы взаимодействия с болельщиками в чрезвычайных ситуациях,

когда максимально велик риск ошибки и потери времени. Также был сделан акцент на описании правил взаимодействия с болельщиками в измененном состоянии сознания, когда благодаря грамотной реакции можно спасти жизнь человеку и предотвратить конфликтные ситуации. В завершение практической части вниманию читателей предложена краткая инструкция по оказанию экстренной допсихологической помощи. На футбольном матче за 90 мин. игрового времени болельщик испытывает серьезные эмоциональные потрясения, порой теряет над собой контроль и склонен к проявлению неадекватных эмоциональных реакций. Данная инструкция позволит специалисту без специального образования выработать план действий по оказанию помощи до приезда психологов.

В дальнейшем планируется перевод данного пособия на английский язык, чтобы была возможность транслировать полученные результаты на международном уровне.

## СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

### О с н о в н а я

*Бримсон Д.* Фанаты / Д. Бримсон ; под ред. А. Л. Дунаевского. СПб. : Амфора, 2005. 266 с.

*Гизуллина А. В.* Гендерные особенности восприятия футбольных фанатов на примере молодежной выборки / А. В. Гизуллина, В. А. Дихорь // Спортивный психолог. 2015. № 4 (39). С. 22–27.

*Гизуллина А. В.* Психологические аспекты восприятия футбольных фанатов / А. В. Гизуллина, В. А. Дихорь // Психологическая теория и практика – управлению : сб. науч. тр. / под ред. Б. Ю. Берзина, Э. Э. Сыманюк. Екатеринбург : Изд-во Урал. ин-та управления, 2015. С. 33–37.

*Гизуллина А. В.* Эффективность обучения методам осознанной саморегуляции и особенности субъективной самооценки футбольных фанатов / А. В. Гизуллина, В. А. Дихорь // Спортивный психолог. 2016. № 3 (42). С. 63–66.

*Дихорь В. А.* Психологические аспекты адаптации футбольного фаната в современном социуме / В. А. Дихорь // Безопасность и адаптация человека к экстремальным условиям среды и деятельности. Челябинск : Изд-во Челяб. ун-та, 2014. С. 327–333.

*Дихорь В. А.* Основы психологии футбольных болельщиков : учеб. пособие / В. А. Дихорь, А. М. Буркова, А. В. Гизуллина. Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2017. 76 с.

*Ениколопов С. Н.* Агрессия и мотивация футбольных болельщиков / С. Н. Ениколопов, Н. В. Марушак // Коченовские чтения : Психология и право в современной России : сб. тез. участников Всерос. конф. по юрид. психологии с междунар. участием. М. : МГППУ, 2010. С. 27–28.

*Маннанов А.* Я – фанат! / А. Маннанов ; под ред. А. Л. Дунаевского. М. : Росмэн-Пресс, 2008. 320 с.

*Медников С. В.* Личностные и ситуативные предпосылки агрессивного поведения футбольных болельщиков / С. В. Медников // Вестн. Санкт-Петербург. ун-та. 2011. № 4. С. 152–163 (Сер. 12, Психология. Социология. Педагогика).

*Dihor V. A.* Educational course “Basics of working with fans” as a factor in the objectification of perception of the 2018 FIFA World Cup and football fans in Russia : 4<sup>th</sup> International Conference on Higher Education Advances (HEAd’18). Valensia, 2018. P. 785–791. URL: <http://dx.doi.org/10.4995/HEAd.18.2018.8085> (дата обращения: 01.09.2018).

## Д о п о л н и т е л ь н а я

*Бримсон Д.* Бешеная армия : Облик футбольного болельщика / Д. Бримсон ; под ред. А. Л. Дунаевского. СПб. : Амфора, 2009. 304 с.

*Бримсон Д.* Команда / Д. Бримсон ; под ред. А. Л. Дунаевского. СПб. : Амфора, 2004. 367 с.

*Вартанова Т. С.* Очерк истории развития биологической обратной связи как метода медицинской реабилитации / Т. С. Вартанова, А. А. Сметанкин // Общие вопросы применения метода БОС. СПб. : ЗАО «Биосвязь», 2008. С. 3–19.

*Гиффорд К.* Все о футболе / К. Гиффорд. М. : АСТ, 2007. 64 с.

*Гнездицкий В. В.* Комплекс реабилитационный психофизиологический для тренинга с биологической обратной связью РЕАКОР : метод. указания / В. В. Гнездицкий. Таганрог : Медиком-МТД, 2008. 45 с.

*Дихорь В. А.* Исследование психоэмоциональных реакций у футбольных фанатов методом БОС-тренинга / В. А. Дихорь // Бехтерев и современная психология человечности : сб. ст. V Междунар. науч.-практ. конф. (к 130-летию организации первой в России психофизиологической лаборатории в г. Казани) / под ред. Л. М. Попова. Казань : Отечество, 2015. С. 514–519.

*Ильин Е. П.* Структура эмоциональности как свойства личности // Психологические проблемы самореализации личности / Е. П. Ильин, В. Г. Пинигин. СПб. : Изд-во СПбГУ, 2001. Вып. 5. С. 102–110.

*Козлов В. В.* Фанаты : Прошлое и настоящее российского околофутбола / В. В. Козлов. СПб. : Амфора, 2008. 360 с.

*Ланфранши П.* FIFA 100 лет : Век футбола / П. Ланфранши. М. : Махаон, 2005. 312 с.

*Рибокас Т. В.* Генезис отечественного фанатского движения и тенденции формирования образа футбольного фаната в нашей стране / Т. В. Рибокас // Социодинамика. М. : НБ-Медиа, 2015. № 12. С. 142–163.

*Скворцова Е. В.* Психосоциальные характеристики футбольных фанатов как субъектов глобализационного сообщества / Е. В. Скворцова // Экспериментальная психология. 2011. № 2. С. 79–87.

*Улыбина Е. В.* Неизменность как характеристика идентичности футбольных фанатов / Е. В. Улыбина // Психол. исслед. 2012. Т. 5, № 23. С. 6–17.

*Шляхтина О. И.* Взаимосвязь агрессивности с личностными особенностями и социальным статусом / О. И. Шляхтина // Ананьевские чтения-99 : тез. науч.-практ. конф. СПб. : Изд-во Санкт-Петербург. гос. ун-та, 1997. С. 117–129.

*Шойгу Ю. С.* Прогнозирование и управление социально-психологическими рисками во время чрезвычайной ситуации / Ю. С. Шойгу, Л. Г. Пыжьянова // Вестн. Моск. ун-та. 2011. № 4. С. 76–83 (Сер. 14, Психология).

*Яременко Н. Н.* Футбол на грани нервного срыва : Разборки и скандалы народной игры / Н. Н. Яременко. М. : АСТ, 2013. 320 с.

# ОГЛАВЛЕНИЕ

Предисловие .....	3
<b>1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПСИХОЛОГИИ ФУТБОЛЬНОГО ФАНАТИЗМА .....</b>	<b>5</b>
1.1. Эволюция футбольного фанатизма .....	5
1.2. Футбольные болельщики как социально активная группа. Классификация и структурная организация .....	12
1.3. Специфические особенности болельщиков разных стран .....	24
1.4. Психологические портреты футбольных фанатов: личностные особенности .....	36
1.5. Стереотипы общественного восприятия и особенности самовосприятия футбольных фанатов .....	45
1.6. Исследование возможностей саморегуляции футбольных фанатов .....	53
<b>2. ОСОБЕННОСТИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С ФУТБОЛЬНЫМИ БОЛЕЛЬЩИКАМИ .....</b>	<b>71</b>
2.1. Особенности работы с болельщиками, находящимися под воздействием алкоголя, легких наркотиков .....	71
2.2. Особенности группового взаимодействия в чрезвычайных ситуациях .....	75
2.3. Психологические приемы работы с проявлениями неадекватных эмоциональных реакций .....	78
Заключение .....	82
Список рекомендуемой литературы .....	84

Учебное издание

Дихорь Виктория Александровна  
Буркова Анастасия Михайловна  
Гизулина Анна Владимировна

## ОСНОВЫ ПСИХОЛОГИИ ФУТБОЛЬНЫХ БОЛЕЛЬЩИКОВ

Учебное пособие

2-е издание, исправленное и дополненное

Заведующий редакцией *М. А. Овечкина*  
Редактор *В. И. Попова*  
Корректор *В. И. Попова*  
Компьютерная верстка *Г. Б. Головина*

Подписано в печать 29.10.18. Формат 60×84/16.  
Бумага офсетная. Цифровая печать.  
Уч.-изд. л. 4,2. Усл. печ. л. 5,12. Тираж 40 экз. Заказ 297.

Издательство Уральского университета.  
Редакционно-издательский отдел ИПЦ УрФУ  
620083, Екатеринбург, ул. Тургенева, 4.  
Тел.: +7 (343) 389-94-79, 350-43-28  
E-mail: [rio.marina.ovechkina@mail.ru](mailto:rio.marina.ovechkina@mail.ru)

Отпечатано в Издательско-полиграфическом центре УрФУ  
620083, Екатеринбург, ул. Тургенева, 4.  
Тел.: +7 (343) 358-93-06, 350-58-20, 350-90-13  
Факс +7 (343) 358-93-06  
<http://print.urfu.ru>





### **ДИХОРЬ ВИКТОРИЯ АЛЕКСАНДРОВНА**

Преподаватель кафедры сервиса и оздоровительных технологий Института физической культуры, спорта и молодежной политики Уральского федерального университета. Спортивный психолог футбольного клуба «Урал» по взаимодействию с болельщиками. Автор и разработчик первого в России курса «Основы работы с болельщиками». Сфера научных интересов — психология российских и зарубежных болельщиков.



### **БУРКОВА АНАСТАСИЯ МИХАЙЛОВНА**

Кандидат педагогических наук, доцент кафедры сервиса и оздоровительных технологий, заместитель директора по образованию Института физической культуры, спорта и молодежной политики Уральского федерального университета. Руководитель образовательной программы бакалавриата «Спортивно-оздоровительный сервис» по направлению «Сервис».



### **ГИЗУЛЛИНА АННА ВЛАДИМИРОВНА**

Старший преподаватель кафедры клинической психологии и психологии Уральского федерального университета. Научный руководитель исследований, посвященных психологии футбольных болельщиков (2010–2016). Сфера научных интересов — психология здоровья и психогенетические аспекты индивидуальных психологических особенностей.