

# СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ В СПОРТЕ И ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЕ

---

DOI 10.15826/spp.2024.4.116  
УДК 316.353

## ПОДХОДЫ К ПОВЕДЕНИЮ БОЛЕЛЬЩИКОВ: ГДЕ ПРОВЕСТИ ЧЕРТУ?

**Т. Б. Абсалямов**

Межрегиональный клинико-диагностический центр, Казань, Республика Татарстан, Россия

**Аннотация.** Статья рассматривает вопросы норм поведения футбольных болельщиков, опираясь на проблему того, что болельщицкая субкультура со своей системой ценностей зачастую вступает в конфликт с общественными нормами. В работе изучаются статьи различных ученых, рассуждающих о нормах поведения болельщиков с философской, социологической и экономических точек зрения. Приводятся различные подходы и аргументы, которые создают концептуальную основу для проведения будущих исследований и разработок практических стратегий взаимодействия с фанатами и болельщиками.

**Ключевые слова:** болельщики, нежелательное поведение, социальная идентичность, философия спорта, экономика дня матча.

**Для цитирования:** Абсалямов Т. Б. Подходы к поведению болельщиков: где провести черту? // Актуальные вопросы спортивной психологии и педагогики. 2024. Т. 4. № 4. С. 6–13.

## APPROACHES TO FANS' BEHAVIOUR: WHERE TO DRAW THE LINE?

**T.B. Absalyamov**

Interregional Clinical Diagnostic Center, Kazan, Republic of Tatarstan, Russia

**Abstract.** The article addresses the norms of football fan behavior, focusing on the fact that fan subculture, with its own value system, often conflicts with societal norms. The paper examines academic works which discuss fan behavior norms from philosophical, sociological, and economic perspectives. Different approaches and arguments are presented, establishing a conceptual foundation for future research and the development of practical strategies for engaging with fans.

**Keywords:** fans, supporters, undesirable behaviour, social identity, sports philosophy, matchday economics.

**For citation:** Absalyamov T.B. Approaches to fans' behaviour: where to draw the line? // Current issues of sportspsychology and pedagogy. 2024. Vol. 4. No.4. P. 6–13.

© Абсалямов Т. Б., 2024

Введение. Вопрос норм поведения футбольных болельщиков всегда был актуален как в России, так и в остальных странах, где футбол является популярным видом спорта. Спортивные болельщики представляют собой самостоятельную и самодостаточную субкультуру, со своей этикой и нормами поведения. Однако, далеко не всегда эти нормы и ценности совпадают с общепринятыми правилами поведения, что часто вызывает непонимание и осуждение со стороны общества. При этом, реакция общества и государства на поведение болельщиков тоже зачастую бывает чрезмерной. После введения FAN-ID на территории Российской Федерации споры о том, какими должны быть болельщики на футбольных матчах стали ещё острее.

Некоторые виды поведения болельщиков (оскорбительные баннеры, кричалки, жесты, использование пиротехники и т.д.) на стадионах нередко вызывают вопросы об их уместности. В целом, исследователи сходятся во мнении, что любое поведение, которое может быть сочтено агрессивным или вредным, можно считать социально нежелательным. Однако, уровень и характер такого поведения, грань того, что является неотъемлемой частью игры, а что переходит за рамки дозволенного, варьируются в зависимости от стран и регионов [11]. При этом возникает опасение, что если полностью исключить спорные элементы поведения с трибун, атмосфера на матче может стать менее эмоциональной и аутентичной [7]. При этом, опыт североамериканских видов спорта, где культура поддержки на трибунах существенно отличается от России, Европы и Южной Америки, и содержит меньше агрессивных элементов, показывает, что, несмотря на снижение эмоциональности, дружелюбная атмосфера может принести больше прибыли и привлечь новых зрителей [10]. Возникает определенная дилемма между более эмоциональной и неотфильтрованной, но при этом потенциально рискованной атмосферой на трибунах, и более спокойной, коммерчески-ориентированной атмосферой.

Целью данной статьи является осуществить обзор академических исследований, рассматривающих тему поведения спортивных болельщиков с позиции разных дисциплин, и тем самым заложить теоретическую базу как для будущих исследований, так и для разработки различных стратегий и планов со стороны спортивных федераций и клубов. В отечественной академической литературе поведение болельщиков рассматривалось такими авторами, как А. А. Мейтин, В. А. Дихорь, А. М. Буркова, А. В. Гизулина, Е. В. Молчанова, С. В. Медников [1, 2, 3, 4]. Работы зарубежных исследователей будут рассмотрены далее в тексте статьи.

Во избежание терминологической путаницы, в данной статье мы будем использовать общий термин «болельщики». Несмотря на существенные различия между представителями организованных фанатских движений, простыми болельщиками, нерегулярными стадионными зрителями, болельщиками с семьями – выводы приведенных в статье исследований в большей степени относятся ко всем перечис-

ленным. А потому, чтобы не усложнять восприятие работы, мы остановимся на общем термине «болельщики» в данной статье.

#### Поведение футбольных фанатов: академические подходы

Для начала рассмотрим, как поведение болельщиков обсуждается с философской точки зрения. Николас Диксон в своей статье «Этика поддержки спортивных команд» пытается ответить на вопрос, достойна ли какая-либо спортивная команда поддержки и классифицирует болельщиков на «чистых ценителей» («purists») и «сторонников» («partisans»). «Чистые ценители» – это те, кто оценивает спортивное мастерство без приверженности определенной команде, а потому они не являются болельщиками в прямом смысле. В свою очередь «сторонники» поддерживают определенную команду и ориентированы на её результаты. По мнению Диксона, это может приводить к нежелательным последствиям на самых разных уровнях: например, «сторонники» могут быть предвзятыми и закрывать глаза на несправедливую победу своей команды, а иногда и оскорблять соперников под влиянием сильных эмоций. В рамках этики добродетели Диксон утверждает, что поддержка – это положительная добродетель при отсутствии вреда другой стороне, и поэтому заключает, что «умеренный сторонник» (т.е. «сторонник», который справедлив и уважителен) является наиболее общественно желательным типом болельщика. Однако, другой философ спорта, Джон Рассел, не согласен с Диксоном, утверждая, что идеального спортивного болельщика не существует – существует множество типов болельщиков, и все они хороши, если соблюдаются базовые правила уважения [13]. Рассел также углубляется в феномен «сторонничества», объясняя его человеческой привязанностью к определенной развивающейся истории как способу создания смысла в нашей жизни. Таким образом он противопоставляет своё понимание Диксону, который видит основную черту «сторонников» в добродетели в виде проявления верности.

Хавьер Лопес Фриас, в свою очередь, поддерживает позицию Диксона и ставит перед собой аналогичную задачу, рассматривая «добродетельного болельщика» с точки зрения моральной психологии [9]. Он опирается на концепцию «честной игры» (fair play), основанной на моральном принципе уважения, и приходит к выводу, что «добродетельный болельщик» должен ограничивать свою пристрастность и в некоторых случаях быть способным мыслить и действовать беспристрастно, чтобы соблюдать принципы «честной игры».

Хотя приведенные философы спорта расходятся во мнениях относительно идеального поведения болельщиков, их работы объединяет одно: на первое место они ставят уважение к противоположной стороне, считая его обязательным для истинного болельщика. Это важный момент, который становится отправной точкой для дальнейшей оценки поведения болельщиков. Однако при этом он лишь подчеркивает значимость уважительного поведения и не дает ответа на вопрос о том, как определить грань между уважительной и неуважительной поддержкой.

Рассмотрев подходы к поведению болельщиков со стороны философии, переходим к рассмотрению со стороны социологии и поведенческих наук. Приведенные ниже работы в отличие от философии не изучают, как болельщики должны себя вести, а пытаются ответить на вопрос, почему они ведут себя нежелательно. Филип Бун и соавторы изучали агрессивное поведение болельщиков с точки зрения социальной идентичности [8]. По их мнению, даже если человек ведет себя совершенно обыкновенно в повседневной жизни, на стадионе он переключается на идентичность преданного фаната, который ставит свой клуб превыше всего. Авторы используют концепцию социального контекста и внутренних групповых норм (трайбализм) для объяснения, почему нежелательное поведение становится обыденностью на футбольных аренах. По их мнению, нормы внутри фанатских групп трудно изменить, и каждый новичок должен адаптироваться к существующей среде, что создает замкнутый круг.

Кроме того, стадионы сами по себе могут влиять на негативное поведение зрителей. Чо и Ли изучили, как обстановка на стадионе влияет на поведение фанатов и формирует аудиторию на мероприятии [5]. Современные, комфортные и ухоженные стадионы с хорошей системой безопасности и камерами видеонаблюдения делают агрессивное поведение менее приемлемым и положительно сказываются на присутствующих зрителях. Старые же и плохо оборудованные арены могут провоцировать нежелательное поведение и даже насилие. Это созвучно теории разбитых окон в криминологии согласно которой окружающая среда влияет на вероятность правонарушений [16].

Однако, если ученые говорят о том, что определенные стадионы и нормы внутри групп фанатов увеличивают вероятность нежелательного поведения, то возникает вопрос – а можно ли сказать то же самое о людях? Могут ли определенные типы людей быть более склонны к нежелательным проявлениям на трибунах? Уэйкфилд и Уонн попытались создать портрет так называемого «дисфункционального болельщика» и классифицировать болельщиков по типам нежелательного поведения, таких как оскорбительные кричалки в адрес соперников, оскорбления судей, общие жалобы на игру и т.д. [15]. Они смогли выявить некоторые социальные паттерны и черты, характерные для таких болельщиков, хотя признали, что их результаты нельзя обобщить, поскольку исследование проводилось на весьма специфической выборке – на университетских матчах по американскому футболу. Тем не менее, наблюдение о том, что нарушители порядка демонстрируют определенные типичные социальные характеристики и за пределами своего спортивного боления, довольно интересно. Это резонирует и с выводами С. В. Медникова, изучавшего личностные предпосылки к агрессивному поведению на стадионах [2].

Как видно по приведенным работам, факторы, провоцирующие нежелательное поведение болельщиков, довольно разнообразны. Характер и интенсивность нежелательного поведения могут варьироваться

в зависимости от стадиона, присутствующих групп фанатов, противников, социальных черт аудитории конкретного клуба, и других факторов. В этом отношении исследования, определяющие причины нежелательного поведения, могут оказать серьезную помощь в разработке различных стратегий по взаимодействию с болельщиками, однако, надо признать, что тема ещё довольно далека до полного изучения.

Следующая область исследования поведения фанатов касается экономики и маркетинга. Хотя, как отметили Андерссон, Айтон и Шмидт, более дружелюбная атмосфера на стадионах привлекает новых людей и семьи, что в свою очередь увеличивает доход от матчей, Дионисиу, Леал и Моутинью показали, что фанатский трайбализм также положительно влияет на экономику клуба [6, 10]. Причина в том, что фанаты, которые сильно ассоциируют себя с клубом, составляют костяк посещаемости клуба, а так же являются покупателями клубной атрибутики, что повышает привлекательность клуба для будущих сделок. Однако, в то же время, такие преданные фанаты не проявляют ожидаемого предпочтения к спонсорским брендам, поэтому авторы лишь выдвигают гипотезу, не подтверждая её расчетами. Более того, Штилер, Вайсманн и Гермельманн изучили, что наличие активного сектора фанатской поддержки и яркие перформансы фанатов являются ключевым фактором в создании ценности спортивного мероприятия для всех присутствующих зрителей [14]. В отсутствие яркой поддержки с флагами, песнями, и баннерами, атмосфера мероприятия страдает настолько сильно, что опыт его посещения становится гораздо менее впечатляющим.

Б. Ричардсон утверждает, что модели фанатского трайбализма и потребительского поведения в основном зависят от конкретного места или «среды обитания» [12]. В качестве примера он приводит ирландский футбольный клуб «Корк Сити», который анонсировал матч с основными соперниками на официальном сайте с использованием нецензурной лексики. Это было положительно воспринято болельщиками клуба, хотя представить себе нечто подобное например в США невозможно, поскольку данная реклама была специфична для норм местного сообщества.

Как видно из вышесказанного, исследования экономических аспектов поведения болельщиков не акцентируют внимание на вреде нежелательного поведения, а скорее пытаются понять, может ли это приносить экономическую выгоду клубу. К сожалению, в литературе нет исследований, посвященных непосредственному экономическому эффекту снижения эмоциональной атмосферы из-за устранения нежелательных элементов поддержки. Важные матчи и исторические дерби приводят к более высоким тратам аудитории как на стадионе, так и за его пределами, поэтому было бы интересно проследить, как снижение накала болельщиков на таких играх могло бы повлиять на доходы в дни матчей. Кроме того, в выводах исследований есть противоречия, что говорит о необходимости дальнейшего изучения экономического аспекта нежелательного поведения фанатов.

В заключение, можно отметить, что вопрос поведения футбольных фанатов остаётся многогранным и требует комплексного подхода. Обзор различных подходов к изучению болельщического поведения, будь то с философской, социологической или экономической точек зрения, выявляет сложность взаимоотношений между субкультурой болельщиков и общественными нормами. Наличие агрессивных проявлений и нежелательного поведения на трибунах может оказывать как негативное воздействие на восприятие футбольных матчей обществом, так и потенциально приносить экономическую выгоду клубам. При этом слишком жёсткий контроль над болельщиками может снизить эмоциональный накал, который является неотъемлемой частью атмосферы на стадионе. Однако, несмотря на широкий и междисциплинарный характер существующих исследований, в литературе не уделяется достаточного внимания тому, что именно является уместным на трибунах, а что нет, и где стоит проводить черту. Таким образом, разработка эффективных стратегий взаимодействия с болельщиками требует дальнейших исследований, чтобы сбалансировать стремление к безопасной, коммерчески выгодной и эмоционально насыщенной атмосфере на матчах.

### Список литературы

1. Дихорь В. А. Основы психологии футбольных болельщиков : учебное пособие / В. А. Дихорь, А. М. Буркова, А. В. Гизуллина. Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2018. 88 с.
2. Медников С. В. Личностные и ситуативные предпосылки агрессивного поведения футбольных болельщиков // Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология. 2011. №. 4. С. 152-163.
3. Мейтин А. А. Криминологическая характеристика преступлений, совершаемых футбольными болельщиками, и их предупреждение : автореферат дис... кандидата юридических наук. 12.00.08 / Рост. юрид. ин-т МВД РФ. – Ростов-на-Дону, 2004. 23 с.
4. Молчанова Е. В. Психологические особенности футбольных болельщиков: фанаты и хулиганы // Современные исследования социальных проблем. 2018. Т. 9. №. 7. С. 167-188.
5. Cho H., Lee H. W., Pyun D. Y. The influence of stadium environment on attendance intentions in spectator sport: The moderating role of team loyalty // International Journal of Sports Marketing and Sponsorship. 2019. Т. 20. №. 2. P. 276-290.
6. Dionísio P., Leal C., Moutinho L. Fandom affiliation and tribal behaviour: a sports marketing application // Qualitative Market Research: An International Journal. 2008. Т. 11. №. 1. P. 17-39.
7. Dixon N. The ethics of supporting sports teams // Journal of Applied Philosophy. 2001. P. 149-158.
8. Fan behaviour and loyalty / F. Boen et al. 2020. KU Leuven.
9. Lopez Frias F. J. The Psycho-Biological Bases of Sports Supporters' Behaviour: The Virtuous Supporter // Sport, ethics and philosophy. 2012. V. 6. no 4. P. 423-438.
10. Myths and facts about football: The economics and psychology of the world's greatest sport/ Andersson P., Ayton P., Schmidt C. (ed.). Cambridge Scholars Publishing, 2009.
11. Pearson G. Ethnography and the study of football fan cultures // New Ethnographies of Football in Europe: People, Passions, Politics. London: Palgrave MacMillan, 2015. P.7-20.

12. Richardson B. New consumers and football fandom: The role of social habitus in consumer behaviour // *Irish Journal of Management*. 2004. V. 25. №. 1. P. 88.
13. Russell J. S. The ideal fan or good fans? // *Sport, ethics and philosophy*. 2012. V. 6. №. 1. P. 16-30.
14. Stieler M., Weismann, F., Germelmann C.C. Co-destruction of value by spectators: the case of silent protests // *European Sport Management Quarterly*. 2014. 14(1), 72-86.
15. Wakefield K. L., Wann D. L. An examination of dysfunctional sport fans: Method of classification and relationships with problem behaviors // *Journal of Leisure Research*. 2006. V. 38. №. 2. P. 168-186.
16. Wilson J. Q., Kelling G. L. «Broken windows: Atlantic monthly» // *The City Reader*. 1982. P. 309-319.

## References

1. Dikhov, V. A., Burkova, A. M., & Gizullina, A. V. (2018). *Osnovy psikhologii futbolnyh boleshchikov: uchebnoe posobie* [Fundamentals of the psychology of football fans: a textbook]. Dikhov V. A. Fundamentals of psychology of football fans? a textbook. Yekaterinburg : Publishing House of the Ural University. ( In Russian)
2. Mednikov, S. V. (2011). Lichnostnye i situativnye predposylki agressivnogo povedeniya futbolnyh boleshchikov [Personal and situational prerequisites for aggressive behavior of foot-sick fans]. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Sotsiologiya* [Bulletin of St. Petersburg University. Sociology], 4, 152-163. ( In Russian)
3. Meytin, A. A. (2004). *Kriminologicheskaya harakteristika prestupleniy, sovershaemyh futbolnymi boleshchikami, i ih preduprezhdenie* [Criminological characteristics of crimes committed by foot-sick fans and their prevention]. avtoreferat dis.... kandidata yuridi-cheskix nauk. 12.00.08 / Rost. yurid. in-t MVD RF [abstract of dis.... candidate of legal sciences: 12.00.08 / Rostov. legal institute of the Ministry of Internal Affairs of the Russian Federation. Rostov-on-Don. ( In Russian)
4. Molchanova, E. V. (2018). Psihologicheskie osobennosti futbolnyh boleshchikov: fanaty i huligany [Psychological features of football fans: fans and hooligans]. *Russian Journal of Education and Psychology*, 9(7), 167-188. ( In Russian)
5. Cho, H., Lee, H. W., Pyun, D. Y. (2019). The influence of stadium environment on attendance intentions in spectator sport: The moderating role of team loyalty. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 20(2), 276-290.
6. Dionisio, P., Leal, C., Moutinho, L. (2008). Fandom affiliation and tribal behaviour: a sports marketing application. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 11(1), 17-39.
7. Dixon, N. (2001). The ethics of supporting sports teams. *Journal of Applied Philosophy*, 149-158.
8. Boen, F., Wann, D. L., Bernache-Assollant, I., Haslam, S. A., & Fransen, K. (2020). *Fan behaviour and loyalty*. KU Leuven.
9. Lopez Frias, F. J. (2012). The Psycho-Biological Bases of Sports Supporters' Behaviour: The Virtuous Supporter. *Sport, ethics and philosophy*, 6(4), 423-438.
10. Andersson, P., Ayton, P., & Schmidt, C. (Eds.). (2009). *Myths and facts about football: The economics and psychology of the world's greatest sport*. Cambridge Scholars Publishing.
11. Pearson G. (2015). Ethnography and the study of football fan cultures. *New Ethnographies of Football in Europe: People, Passions, Politics*, 7-20. London: Palgrave MacMillan.
12. Richardson, B. (2004). New consumers and football fandom: The role of social habitus in consumer behaviour. *Irish Journal of Management*, 25(1), 88.
13. Russell, J. S. (2012). The ideal fan or good fans?. *Sport, ethics and philosophy*, 6(1), 16-30.
14. Stieler, M., Weismann, F., Germelmann, C. C. (2014). Co-destruction of value by spectators: the case of silent protests. *European Sport Management Quarterly*, 14(1), 72-86.

15. Wakefield, K. L., Wann, D. L. (2006). An examination of dysfunctional sport fans: Method of classification and relationships with problem behaviors. *Journal of Leisure Research*, 38(2), 168-186.

16. Wilson, J. Q., Kelling, G. L. (1982). «Broken Windows»: *Atlantic Monthly*. The city reader, 309-319. Routledge.

#### Информация об авторе / Information about the author

**Тимур Булатович Абсалямов** – кандидат экономических наук, магистр этики в спорте, аналитик ГАУЗ «Межрегиональный клинико-диагностический центр»; abstimur44@gmail.com

**Timur Bulatovich Absalyamov** – PhD (Economics), Master of Arts in Sports Ethics and Integrity, Analyst of the State Autonomous Healthcare Institution of “Interregional Clinical Diagnostic Center”; abstimur44@gmail.com

*Рукопись поступила в редакцию / Received: 08.10.2024*

*Принята к публикации / Accepted: 12.11.2024*