

ფეხბურთის აქტიური გულშემატკივრობის მოტივები და ქალების მიმართ
წინარწმენა

ხატია თორდუა

სამაგისტრო ნაშრომი წარდგენილია ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის
მეცნიერებისა და ხელოვნების ფაკულტეტზე სოციალური ფსიქოლოგიის მაგისტრის
აკადემიური ხარისხის მინიჭების მოთხოვნების შესაბამისად

ხელმძღვანელი: ნინო ჯავახიშვილი, პროფესორი

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, 2019

განაცხადი

როგორც წარდგენილი ნაშრომის ავტორი, ვაცხადებ, რომ ნაშრომი არ მოიცავს სხვა ავტორების მიერ, აქამდე გამოქვეყნებულ, გამოსაქვეყნებლად მიღებულ, ან დასაცავად წარდგენილ მასალებს, რომლებიც ნაშრომში არ არის მოხსენიებული, ან ციტირებული სათანადო წესების შესაბამისად.

ხატია თორდუა

26 ივნისი, 2019 წელი

აბსტრაქტი

ფეხბურთის გულშემატკივრის სოციალური იდენტობით საქართველოში უამრავი ადამიანია, ეს თვალსაჩინოა სხვადასხვა საფეხბურთო ჩემპიონატის დროს, თუ უბრალოდ, სოციალურ ქსელებში, სხვადასხვა გუნდის გულშემატკივართა შორის დაპირისპირებისას. საქართველოში ფეხბურთის გულშემატკივრობის ფსიქოლოგიური, სოციალური თუ ეკონომიკური მოტივები შესწავლილი არ არის, არ არის ასევე შესწავლილი ამ ჯგუფის დამოკიდებულებები სხვა ჯგუფების მიმართ. გამომდინარე იქიდან, რომ ფეხბურთი მასკულინური სპორტია, კვლევის ფარგლებში, ფეხბურთის გულშემატკივრობის მოტივებთან ერთად, შევისწავლე ამ ჯგუფის დამოკიდებულებები ქალების ჯგუფის მიმართ. აღსანიშნავია, რომ ფეხბურთის გულშემატკივრები არიან ქალებიც, შესაბამისად, ჩემი ინტერესის საგანი მათი დამოკიდებულებაცაა საკუთარი შიდა ჯგუფის - ქალების მიმართ. კვლევის ფარგლებში გავზომე ფეხბურთის გულშემატკივრების მოტივები, პატრიარქალური და ეგალიტარული შეხედულებები, სტერეოტიპების შინაარსი და ამასთან, პატერნალისტური წინარწმენაც. აღმოჩნდა, რომ როცა ფეხბურთის აქტიური გულშემატკივარი ქალებისა და კაცების შედარებას ვიწყებთ, ისინი ერთმანეთისგან განსხვავებულ შედეგებს არ გვაძლევენ. გულშემატკივარი ქალები, საკუთარი შიდა ჯგუფის - ქალების მიმართ ისეთივე ხარისხის პატერნალისტურ წინარწმენასა და სტერეოტიპებს ავლენენ, როგორსაც გარე ჯგუფის წარმომადგენლები - მამაკაცები. მათ არ აქვთ ერთმანეთისგან მნიშვნელოვნად განსხვავებული მოტივებიც (რაც წინააღმდეგობაშია უცხოურ კვლევებთან). შესაძლოა, ფეხბურთის გულშემატკივარი ქალები, დაბალი სტატუსის ჯგუფიდან (რომელიც არ მოსწონთ, რომლის მიმართ წინარწმენა აქვთ), მაღალი სტატუსის მქონე - მამაკაცების ჯგუფში მობილობის სურვილს, მასკულინური სპორტის გულშემატკივრის სოციალურ იდენტობის მიღებით ინაზღაურებდნენ. ამ შეხედულებას ამყარებს კიდევ ერთი შედეგი, რომელიც კვლევის ფარგლებში მივიღე - ფეხბურთის გულშემატკივარ

ქალებს აქვთ სტატისტიკურად მნიშვნელოვნად მაღალი პატრიარქალური შეხედულებები, ვიდრე მამაკაცებს. სხვა მხრივ კი გამოჩნდა, რომ საქართველოში, ფეხბურთის აქტიური გულშემატკივრობის მოტივები უფრო ფსიქოლოგიურია, ვიდრე სოციალური თუ ეკონომიკური.

საძიებო სიტყვები: ფეხბურთი, გულშემატკივრობა, სოციალური იდენტობა, იდეოლოგიური ასიმეტრია, სტატუსი, სოციალური მობილობა, პატერნალისტური წინარწმენა, პატრიარქალური შეხედულებები, ფეხბურთის გულშემატკივრობის მოტივები, ქალების მიმართ წინარწმენა

Abstract

There are many people in Georgia who have a football fan social identity. It is obvious in football championships, or in social networks, during confrontation between fans of different teams. Psychological, social and economic motives for football fandom in Georgia have not been studied before, like attitudes of this group towards other groups. Football is a masculine sport and along with motives for football fandom, I studied fans attitudes towards the woman. It is noteworthy, that football fans are also women and therefore my interest was their attitude towards their inner – women group. Within the scope of the survey I measured motives for football fandom in Georgia, football active fans patriarchal and egalitarian views, contents of stereotypes and paternalistic prejudice against woman. Female and male fans do not differ in those variables, according to the results. Female fans have the same quality of paternalistic prejudice and stereotypes towards women, as representatives of their external group - men. They do not have significantly different motives for fandom (which are contrary to foreign studies). Possibly, female football fans perceive their inner group (women) as low level group and have a desire to move to higher level group (men), which they try to compensate by receiving the social identity of masculine sport fan. This assumption is reinforced in this study by one more result – female fans have statistically higher patriarchal views, compared to male fans. Regarding the motives – in psychological motives proved to be more important for football fandom in Georgia, than social or economical.

Keywords: Football, fandom motives, social identity, prejudice against woman, female fan, Ideological Asymmetry, patriarchy view.