TECHNISCHE UNIVERSITÄT
CHEMNITZ

Uhlig, Körner, David & Rudolph ·

Allgemeine & Biopsychologie

Institut für Psychologie
Technische Universität Chemnitz

Der Fußball und die Fans:

Fanarbeit in einem komplexen Netzwerk

Udo-Steinberg-Symposium
Fachhochschule Mittweida
17.11.2015

Übersicht:

Ausgangspunkt:

Der Fußball und seine Fans:
Eine kurze Bestandaufnahme

Wer, was, wann, wo?

Der strukturelle und organisatorische Hintergrund
im Kontext des Fußballs

Wie?

Konzepten, Methoden und Zugänge:
Wie kann etwas getan werden?

Fazit und Empfehlungen:

Einige erste Schlussfolgerungen

Ausgangspunkt:

Zwischenfazit 1:

Wir wissen nicht, ob die Metapher vom Fußball als Spiegel der Gesellschaft wirklich stimmt, aber sie hat den Vorteil, unsere Aufmerksamkeit auf einige wichtige Aspekte zu lenken:

1. Es gibt nicht „DEN“ Fußballfan.
2. Fußball ist mehr als nur der Spiegel der Gesellschaft.

Es gibt unter den vielen vielen Fußballfans nun auch solche, deren Verhalten anderen Fußballfans und anderen Menschen Schwierigkeiten bereitet oder mitunter sogar Schaden zufügt.

- Was können wir hier tun?
- Hier sind verschiedene Professionen gefordert ...
- Was bedeutet das eigentlich: „Hier ...“?

In welchem Kontext befinden wir uns hier?

Zwischenfazit 2:

- Das strukturelle Umfeld der Fans des Fußballs mit einer Vielzahl an Beteiligten ist außerordentlich komplex.
- Es gibt eine Vielzahl von Akteuren und Institutionen – ein Umstand, der das Verstehen der Situation sowie deren Veränderung auf keinen Fall erleichtert.
- Auch auf der Ebene der Fans gibt es einerseits Strukturen (etwa: Fan-Clubs) wie auch eine hohe Heterogenität der Fanstruktur.

Fazit: Die eine Zauberformel für perfekte Arbeit mit diesen Fans und in diesen Strukturen kann es nicht geben.

Welchen Beitrag kann die Wissenschaft hier leisten?

Eine systematische Anwendung psychologischer Erkenntnisse auf den Kontext Fußball fehlt ganz überwiegend oder scheint zu fehlen.

Dies hat (mindestens) zwei Ursachen:

1. Bewährte, klassische, guss-eiserne Konzepte der Psychologie sind in diesem spezifischen Kontext niemals angewandt oder auch nur untersucht worden.
2. In neuerer Zeit gibt es solche Ansätze – aber diese erhalten bislang vergleichsweise wenig Aufmerksamkeit.
3. Der Zugang zu Informationen und Erkenntnissen ist außerordentlich schwierig, aufgrund der mangelhaften Schnittstellen zwischen Wissenschaft und Praxis.

Beispiel 1:

Das Konzept der „SOZIALEN ERLEICHTERUNG“:

1. Dieses Konzept ist das älteste sozialpsychologische Phänomen überhaupt und wurde bereits Ende des 19. Jahrhunderts entdeckt:
2. Vieles (aber nicht alles) tut sich leichter und besser, wenn man es gemeinsam tut – sei es mit anderen oder mit Zuschauern .
3. Das gilt nun für positives Verhalten und positive Ziele ebenso wie für negatives Verhalten und negative Ziele.
4. Konkrete Studien zur Sozialen Erleichterung im Kontext von Verhalten von Fußball-Fans fehlen leider.

Beispiel 2:

Das Konzept der ‚DE-ESKALATION‘:

Wir alle wissen, was De-Eskalation ist – aber wissen wir auch etwas darüber, wann diese besonders gut funktioniert?

Selbst einfache Merkmale von De-Eskalation werden erst in neuerer Zeit untersucht, so etwa von Levine, Taylor & Best (2011, erschienen in ‚Psychological Science‘).

Beispiel 2:

Das Konzept der ‚DE-ESKALATION‘:

Besonders wichtig ist: wie viele Personen zeigen de-eskalierende Verhaltensweisen ...

Anzahl von Eskalation und De-Eskalation in Abhängigkeit vom Verhalten Dritter Personen.

Zahlen an der X-Achse zeigen die Sequenz der Personen, die in einen Streit eingriffen.

111 = Intervention nur eines Dritten – zu drei Zeitpunkten.

112 = Zwei Interventionen einer Dritten Person – gefolgt von einer Intervention einer anderen Dritten Person

123 = Drei Interventionen von drei verschiedenen Dritten Personen.

p-Werte vergleichen eskalierendes und de-eskalierendes Verhalten.

Versuch eines Fazits:

„Diagnose“:

Die Anwendung wissenschaftlicher Erkenntnisse in die Praxis und speziell die uns interessierende Praxis steckt noch in den Kinderschuhen. Dies hat mehrere Ursachen:

1. Die Wissenschaftler ... haben noch sehr viel zu tun, ihre Erkenntnisse wirklich in die Praxis zu bringen.
2. Die Wissenschaft ... hier besteht ein sehr harter Konkurrenzkampf um Aufmerksamkeit.
3. Die Zugänglichkeit ... zu wissenschaftlichen Erkenntnissen ist alles andere als leicht.

Versuch eines Fazits:

„Therapie“:

1. Die Wissenschaftler ... sollten mehr Interesse und mehr Selbstbewusstsein für die Anwendung ihrer Erkenntnisse aufbringen.
2. Die Wissenschaft ... kann sehr von den Medien profitieren, um Aufmerksamkeit und Zugänglichkeit zu erhöhen.
3. Die Beteiligten ... sind gefordert, über bisherige Barrieren hinweg (interdisziplinär) zusammen zu arbeiten, als Psychologen, Pädagogen, Sozialarbeiter, Manager, Einsatzkräfte ...

... um eine gemeinsame Wirkungsforschung zu ermöglichen.