

拉拉队效应的运动心理学分析

陈伟伟

(广东技术师范学院 体育教学部, 广东, 广州 510665)

摘要 拉拉队对运动员的心理施以正负效应,进而影响运动员的成绩。拉拉队可分为简易拉拉队、表演型拉拉队、影子拉拉队等层次,不同层次的拉拉队产生不同的效应。根据不同的效应,在部署拉拉队时可采用不同的策略。根据国外经验,有必要组建专业拉拉队,走专业化、产业化之路。

关键词 运动心理学; 拉拉队; 运动效应

中图分类号: G804.87 文献标识码: A 文章编号: 1006-7116(2006)04-0047-03

An athletic psychological analysis of the cheering squad effect

CHEN Wei-wei

(Department of Physical Education, Guangdong Polytechnic Normal Institute, Guangzhou 510665, China)

Abstract Cheering squads produce a positive or negative effect on the psychology of athletes, thus affecting athletes' performance. Cheering squads can be divided into cheering squads in different levels, such as simple cheering squad, performance cheering squad, and shadow cheering squad. Cheering squads in different levels produce different effects. Different strategies can be adopted according to different effects when deploying the team. According to the experience abroad, it is necessary to establish professional cheering squads to professionalize and industrialize cheering performance.

Key words athletic psychology; cheering squad; athletic effect

心理学研究成果表明,人在从事某种活动时,其心理会受到环境的影响,进而其行动和行动的结果也会受到相应的影响。在体育运动领域,大量实践已经表明,拉拉队会对运动员的心理施以某种特定作用,进而影响运动员的运动效果或成绩。本文对这一“拉拉队现象”进行分析。

1 拉拉队类型与作用

1.1 拉拉队的发展

根据《现代汉语词典》1996年商务印书馆修订版)的解释:“体育运动比赛时,在旁边给运动员呐喊助威的一组人。”显然这无法涵盖拉拉队的发展现状。和体育运动比赛本身一样,拉拉队也发展成为了一种运动,甚至可以说是一种产业。

现代的拉拉队运动起源于西方,融合了徒手体操、舞蹈、艺术体操、技巧等运动的元素,配上节奏感极强的音乐,表现出青少年朝气蓬勃的面貌和团结一致的集体精神。

拉拉队是除运动员、裁判员、观众以外,活跃在运动场地的“第四角色”。它兼具观众的功能,但却不同于纯粹的观众。相对观众而言,拉拉队对运动员具有更为明显、更加刻意的目的型倾向性。相对于运动员本人来说,拉拉队是一个

外部因素,能够作用于运动员的内在心理。

如今的体育比赛远远不仅是为了满足人们娱乐、观赏的需要,调节社会的神经,它越来越趋向于商业性。人们也可以像商业体育比赛一样,将拉拉队最大的商业化。在19世纪70年代,普林斯顿大学成立了第一个旨在激发比赛气氛的拉拉队俱乐部,而到了20世纪50年代,美国的大学中都开始设有拉拉队培训班,教授基本的表演技巧。美国的拉拉队运动体系渐成气候,而我国则刚刚开始,可喜的是,我国也认识到了拉拉队教育的重要性,开始有系统地培养专业人才。从2002年开始,广州体育学院开设动感拉拉队专业,成为国内首间培养拉拉队专业人才的高校。目前,广州体育学院拉拉队专业共有学生约20人①。

1.2 拉拉队的层级及其作用

按照组织形式,笔者将拉拉队分为以下3种类型:

(1) 简易型拉拉队(A层级):又之称为“声音拉拉队”,以“加油”呐喊为常见鼓劲方式等,如亲属团、追星团(Fans)。针对运动员个人或整个团队,起唤起斗志、强化信心、明确目的的作用,使运动员树立“不仅是为自己赢,更为他们赢”的意识,从而让个人竞技的精神动力更为充足,进入到跳出“小我”、追求“大我”的境界。并对竞争对手造成心理压力,形成

环境震慑效应。

好的拉拉队,甚至能制造出“人工主场效应”。即运动员虽然是在客场比赛,但由于拉拉队控制了主场的观众比例、气势,让运动员产生身在主场的心理感觉,从而增强其自信和强化获胜心理。

(2)表演型拉拉队(B层级):以健美操表演(开幕式、中场过渡、闭幕式)为常见者。针对运动员群体(内部个人成员或团体成员互为竞争关系),制造和改善场地的环境、气氛,感染运动员群体,让其产生喜悦、兴奋的感觉。实际上,亲友团、追星团也会组织表演型拉拉队支持某一运动个人或团队,并对被支持者的竞争对手形成心理攻势。

从商业运作的角度来说,这类拉拉队已经成为拉拉队市场的主流。表演型拉拉队通过有目的地甄选成员,经过精心的准备,设计动作难度,往往在正式比赛前(或者中场过渡中)出现,渲染现场的竞技气氛,激发运动员的斗志,吸引观众的眼球。

拉拉队的表演是否精彩,如今都能成为某场体育比赛的卖点之一。美国“篮球宝贝”们充满活力的“拉拉 show”已经和美国篮球紧紧地融合在一起了,成为流行篮球文化不可或缺的重要部分。这一点在商业比赛中尤为重要。有资料显示,美国公牛队除了有“公牛情人”的现场助兴表演外,还提出“斗牛士”男子拉拉队的创举,使得票房大热②。

(3)影子拉拉队(C层级):指运动员佩戴的亲人照片、饰物等(有特殊意义,提供精神动力,强化斗志和意志力)。这是笔者个人根据运动心理学原理而提出的。

就对运动员的影响而言,简易型拉拉队和表演型拉拉队都属于外力,或者说是外力作用在运动员身上而转化为内力,而影子拉拉队主要是内力,它是发自于运动员内心的一种精神力量。虽然它的产生也是基于外力基础,但是影子拉拉队主要还是运动员自身的内心活动,比如,为了报答祖国的培育,或者不辜负亲人的期望等,而产生的一种自我激励。有纪念意义的信物——包括亲人照片、饰物、纹身等,是这种作用产生的载体。

2 拉拉队效应类型

拉拉队产生的效应分为正效应、负效应。

(1)正效应。

一个普遍的观点认为,在竞技性特别强的体育比赛中,比如百米短跑,心理变化等微妙因素对运动员的成绩影响非常大。美国学者格鲁波也说过,对初、中级运动员来讲,80%的是生物力学因素,20%是心理因素;高级运动员则相反,80%是心理因素,20%是生物力学因素③。

在1988年汉城奥运会上独得3块田径金牌的格里菲斯·乔伊纳被人称为“花蝴蝶”,主修心理学的她毫不掩饰自己因此而成功的办法,那就是花哨而时尚的装束“能够迷惑对手也能够让自己更加自信和与众不同。”④这个例子很明显地说明,成功和自信,以及鼓励——自我鼓励和他人鼓励——是分不开的,从运动心理学角度来看,拉拉队的存在,就像乔伊纳穿的花衣裳一样,只不过,乔伊纳是自我鼓励,拉拉

队属于他人鼓励。

(2)负效应。

任何事物都具有两面性,在发挥它正效用的同时,拉拉队同样也会有负效用。诸如喝倒彩,或者恶性的“拉拉队攻击”,即在为自己的支持者加油的同时,中伤对手,挫伤其积极性。

近来有不少专家研究后认为,拉拉队的行为会对比赛产生干扰⑤——笔者将其定义为“拉拉队负效应”。在体操、健美操等的比赛中,时常伴有高难度的动作,如抛接、空翻等,这时候运动员需要凝神定息,否则极易产生不良后果。但是拉拉队员们难以意识到这一点,认为运动员要冲刺了,特别需要鼓励,气氛会愈加高昂。这就已经影响了运动员的水平发挥,对运动产生负效用。

介于正效应和负效应之间,笔者将“拉拉队主观或者客观的不作为”定义为零效应,也就是说,拉拉队的活动对运动员丝毫不产生作用。但是这样的情况在实际中是少之又少的,在此暂不讨论。

就拉拉队效应而言,正效用是它矛盾的主要方面,而负效用是它的次要方面,就拉拉队效用总体而言,对运动员的积极作用是主要的。

3 拉拉队层级和战队部署与运动员心理的关系

3.1 不同拉拉队层级对运动心理的影响

在前面的论述中,笔者将拉拉队类型分为3个层级,A层级、B层级和C层级。不同拉拉队层级对运动心理的影响是不相同的:

笔者认为,A层级原始简单,目的明确,而B层级是针对所有的运动员(甚至是观众的),前者比后者的针对性更强,所起的作用也会更大。C层级的力量发挥和运动员内力作用相关,作用较难估计。

受到拉拉队鼓励的运动员个人,获胜信心明显强于未受鼓励者,获胜机率也大,但不一定成正比。这是因为:比赛进行过程中,运动员会极力排除外部因素的干扰,以免分散注意力。但研究结果表明,比赛中的运动员会受到拉拉队的声音、气势的影响,注意力也会有短暂的转移。不过,这通常是否会影响比赛成绩,取决于运动员个人的心理素质和拉拉队的干扰强度(与拉拉队的层级不一定呈正相关)。

3.2 拉拉队战队部署对运动员的影响

根据拉拉队与运动员相隔距离的不同,笔者从下面3个方面来简单说明情况。

(1)赛道两旁。拉拉队离运动员最近,拉拉队的一举一动,无论从视觉和听觉上来说,能够影响运动员的可能性都极大。这里的拉拉队大都属于前面论述过的“简易型拉拉队”,这样的方式已经很少见于正式的比赛,原因在于赛道两旁是比赛的重要地带,由于拉拉队员过度的热情,站在赛道两旁总会有意或者无意地影响正常的比赛。

(2)电视机前。在重大的比赛中,特别是异地比赛,由于条件的限制,运动员的亲友团们往往只能在电视机旁组成拉拉队。从见诸报端的各类报道中,人们经常可以看到采访某

运动员的父母以及其他亲属。这种亲友团可以归于“影子拉拉队”,主要是为运动员提供比赛时的精神动力。不过,电视机前由于距赛场过远,心有余而力不足,对运动员的心理影响是比较有限的,但是诸如父母、伴侣等,由于与运动员相处时间特别久,因此在运动员的潜在意识中,其作用同样不可小觑。

(3)观众台。2000年的悉尼奥运会中,澳洲华人和留学生为了最大限度地为中国运动员们加油,想尽了办法。奥运会组委会规定,每个人只能买6张票,为了在观众台上组织可以成方阵的拉拉队,悉尼理工大学联谊会主席买票时说自己是家庭购票,所以要10—15张连在一起的票,到了现场之后,留学人员宁可把好座位让给别人,也尽量要把留学生拉拉队调在一起,形成方阵⑥。

由此可见,观众台上的拉拉队方阵,这种最常见的简易型拉拉队,作用是很大的。它的可操作性非常强,目的很单纯——为运动员鼓劲加油。虽然距离运动员会有一定的距离,但是因为声势浩大,往往效果也比较明显。

拉拉队效应可以视为运动心理学的一部分。在体育比赛中,拉拉队主要对运动员起正面的促进作用,同时我们要坦然面对其带来的负效用。人不能因噎废食,可口的食物是需要讲究食用方法的。将拉拉队负效用尽可能地弱化,无疑可以增强拉拉队在体育比赛中的功效。同时,笔者大胆预

测,在社会越来越商业化的今天,拉拉队的商业化也将成为一种趋势。借鉴美国等拉拉队运动发展较早的国家的经验,我国的拉拉队运动也慢慢在系统化、产业化。专业化拉拉队(比如健美操拉拉队)的出现,无论从哪方面来说,都是一种进步,他们在让运动员和观众赏心悦目的同时,也让比赛本身变得更吸引眼球。

注释:

- ① 2004年12月24日碧海银沙网《球场的另一焦点 中美拉拉队大“比拼”》<http://sports.yinsha.com/file/200412/2004122415264437.htm>。
- ② 2005年第8期《当代体育》“性感篮球”。
- ③ 2005年第7期《心理与健康》陈红花“金牌背后的运动心理学”。
- ④ 2005年11月3日网易体育频道“乔伊纳为何穿成“花蝴蝶”?心理学帮助胜利”<http://sports.163.com/05/1103/14/21L1UTHP00051CAQ.html>。
- ⑤ 2005年第8期《武汉体育学院学报》任未多《竞技运动心理学研究的演进》。
- ⑥ 2000年第11期《神州学人》张德安《镜头背后的故事》。

[编辑:郑植友]