

Спортивные ставки как социальный феномен: отношение к ним населения и мотивы участия

Андрей Сергеевич Лимарь[✉], Галина Зиновьевна Ефимова

Тюменский государственный университет, Тюмень, Россия
Контакт для переписки: stud0000248542@study.utmn.ru[✉]

Аннотация. В статье рассматривается букмекерство и ставки на спорт как социальный феномен, формирующийся на пересечении экономических, культурных и институциональных процессов. Анализируется противоречивый характер общественного отношения к букмекерской деятельности. Теоретическую основу исследования составляют классические и современные социологические подходы к анализу игры, девиантного поведения, социального неравенства и рационализации экономических практик. Основное внимание уделяется мотивации участия в спортивных ставках, роли социального окружения, медиа и цифровых коммуникаций в процессе вовлечения. Рассматриваются финансовые и нефинансовые стимулы участия, эмоционального вовлечения, а также особенности доверия к рекламным и неформальным источникам информации. Материал исследования основан на данных социологического опроса, проведенного в г. Тюмени, рассмотрены взаимосвязи между социальным контекстом вовлечения, мотивацией участия и субъективной оценкой последствий ставок. Анализируется спектр социальных и экономических последствий участия в букмекерских практиках, а также стратегии ограничения или прекращения участия. В заключении определяется место букмекерства в структуре современных досуговых и экономических практик, его роль в воспроизводстве социальных различий и формировании амбивалентного общественного отношения к азартным играм.

Ключевые слова: социология азартных игр, букмекерские конторы, ставки на спорт, беттинг, гэмблинг, азартное поведение, игровые практики

Благодарности: Дурных К. А. за консультативную помощь при подготовке статьи.

Цитирование: Лимарь А. С., Ефимова Г. З. 2026. Спортивные ставки как социальный феномен: отношение к ним населения и мотивы участия // Вестник Тюменского государственного университета. Социально-экономические и правовые исследования. Том 12. № 2 (46). С. 58–77. <https://doi.org/10.21684/2411-7897-2026-12-2-58-77>

Поступила 09.02.2026; одобрена 13.03.2026; принята 08.05.2026

Sports betting as a social phenomenon: Public attitudes and motivation for participation

Andrey S. Limar[✉], Galina Z. Efimova

University of Tyumen, Tyumen, Russia

Corresponding author: stud0000248542@study.utmn.ru[✉]

Abstract. This article examines bookmaking and sports betting as a social phenomenon emerging at the intersection of economic, cultural, and institutional processes. It analyzes the contradictory nature of public attitudes toward bookmaking. The theoretical basis of the study is formed by classical and modern sociological approaches to the analysis of gambling, deviant behavior, social inequality, and the rationalization of economic practices. The main focus is on the motivation for participation in sports betting, the role of the social environment, media, and digital communications in the process of involvement. Financial and non-financial incentives for participation, emotional involvement, as well as the characteristics of trust in advertising and informal sources of information are considered. The study is based on data from a sociological survey conducted in Tyumen and examines the relationships between the social context of involvement, motivation for participation, and subjective assessment of the consequences of betting. The range of social and economic consequences of participation in bookmaking practices, as well as strategies for limiting or terminating participation, are analyzed. In conclusion, the place of bookmaking in the structure of modern leisure and economic practices, its role in the reproduction of social differences and the formation of ambivalent public attitudes towards gambling are determined.

Keywords: gambling sociology, bookmaking companies, sports betting, betting, gambling, gambling behavior, gaming practices

Acknowledgements: to Durnykh K. A. for advisory assistance in the article preparation.

Citation: Limar, A. S., & Efimova, G. Z. (2026). Sports betting as a social phenomenon: Public attitudes and motivation for participation. *Tyumen State University Herald. Social, Economic, and Law Research*, 12(2), 58–77. <https://doi.org/10.21684/2411-7897-2026-12-2-58-77>

Received Feb. 9, 2026; Reviewed Mar. 13, 2026; Accepted May 8, 2026

Введение

Отношение населения к деятельности букмекерских контор формируется в контексте многовековой истории азартных игр, прошедшей путь от стихийных пари до рационализированной индустрии. Эта эволюция находит отражение в иерархической структу-

ре ключевых понятий: родового гэмблинга, охватывающего все формы игр на деньги с неопределенным исходом; его видовой формы — беттинга, предполагающего ставку на прогноз исхода реального (преимущественно спортивного) события; и, наконец, букмекерства как институционализированного подвида беттинга, организованного через профессиональных посредников, формирующих коэффициенты и фиксирующих пари.

Теоретические подходы к анализу букмекерства в социологии

Интерес к азартному поведению как форме социальной активности получил теоретическое осмысление задолго до цифровых платформ, прежде всего в рамках классических исследований игры и риска [Хэйзинга, 1997]. Уже в XVIII–XIX вв., с формированием городских культур досуга и коммерциализацией развлечений, игры на деньги становятся объектом анализа философов и экономистов, изучавших связь азарта с денежными отношениями и социальным взаимодействием [Зиммель, 1999]. В этих интерпретациях азарт выступает не просто развлечением, а сложной моделью социального взаимодействия, объединяющей риск, ожидание выгоды, соревнование и постоянное сравнение себя с другими.

Подход М. Вебера к социальному действию позволяет объяснить мотивацию участников букмекерских практик. Поведение игроков редко сводится к чисто целерациональному расчету прибыли. Чаще в нем переплетаются иные типы мотивации: ценностно-рациональное стремление доказать свою осведомленность, аффективное желание испытать азарт, а также традиционные паттерны (например, ритуал ставки на «свою» команду). Для многих ставки становятся способом выйти за рамки повседневной рутины. Одновременно идеи Вебера о рационализации описывают развитие самой индустрии, которая, используя цифровые технологии и алгоритмы, превращает игру в четко организованный процесс [Филиппов, Вебер, 2008].

Теория демонстративного потребления Т. Веблена позволяет рассматривать ставки через социально-символическую призму. Для части игроков они становятся формой престижного поведения. Участие может выполнять функцию самопрезентации: демонстрировать вовлеченность в спортивную повестку, осведомленность, принадлежность к определенному кругу. В этом контексте ставка — не столько попытка заработать, сколько символический акт, подтверждающий социальную идентичность [Веблен, 1984].

Идеи П. Бурдьё дополняют анализ, позволяя учитывать конвертацию различных капиталов в букмекерских практиках. Габитус, сформированный доступом к этим капиталам и социальной средой, определяет, воспринимается ли ставка как эпизодический риск, интеллектуальное хобби или стратегия престижа. Финансовые возможности задают границы участия, однако важен и культурный капитал — знание спорта, умение интерпретировать статистику, ориентироваться в коэффициентах. Существенную роль играет социальная среда: общение с другими игроками, обсуждение прогнозов. Сочетание этих факторов формирует устойчивые привычки и определяет, станет ли ставка регулярной практикой, формируя специфический габитус игрока [Бурдьё, 2001].

Концепция аномии Р. Мертонa, развивающая идеи Э. Дюркгейма, позволяет интерпретировать букмекерство как девиантную реакцию на разрыв между социально одобряемыми целями (материальный успех) и легитимными возможностями их достижения

[Merton, 1938]. В условиях экономической нестабильности и ограниченных шансов на социальный подъем ставки воспринимаются как быстрый альтернативный способ улучшить свое положение. Такая логика делает участие в букмекерских практиках привлекательным, но повышает риск формирования проблемного поведения, когда надежда на выигрыш подменяет системные стратегии достижения успеха.

Зарубежные исследования анализируют букмекерство и азартные практики. Например, Д. Котт рассматривает азартные игры как форму повседневного риска и эмоционального потребления. Р. Смит фокусируется на социальных и культурных механизмах вовлечения, включая влияние групповых норм и медиа. Ф. Престон исследует игровую зависимость как социально обусловленное явление, укорененное в организации индустрии. В работах К. Ли и других подчеркивается роль цифровых платформ в формировании современных форм вовлеченности [Волкова, Стребков, 2011]. В целом эти исследования сосредоточены на институциональных и технологических факторах, конструирующих современные практики.

В отечественной социологии азартные игры и букмекерская сфера традиционно изучаются на стыке нескольких направлений — социологии игры, анализа девиантного поведения и изучения социокультурных трансформаций. Важную теоретическую основу заложили идеи Р. Кайуа, который трактовал игру как символическую активность, регулируемую нормами и встроенную в культурный порядок. Его типология игровых практик, в частности сочетание соревновательного расчета (*agon*) и риска случая (*alea*), позволяет рассматривать букмекерство как значимую практику, а не пустое развлечение [Кайуа, 2007].

Развитие данных идей в российской научной традиции связано с работами В. А. Аликина, Л. А. Тюриной и С. Н. Зенкина. В их исследованиях игровые практики описываются как устойчивые, институционализированные способы организации досуга, риска и соревнования, укорененные в социальной структуре [Аликин, 2016; Зенкин, 2007; Тюрина, 2020]. В рамках такой логики букмекерство предстает не случайным или маргинальным явлением, а институционально оформленной формой игры, в которой переплетаются элементы развлечения, расчета и социального взаимодействия.

Отдельное направление рассматривает гэмблинг как социальную проблему. В работах В. Э. Волковой, Д. О. Стребкова, Е. М. Осипова и А. Е. Гришиной анализируются риски азартного поведения: финансовые потери, рост долгов и социальная дезадаптация. Исследования связывают игровую вовлеченность с социальной стратификацией и экономическим положением, показывая, что зависимость формируется не только на индивидуальном уровне, но и под влиянием структурных факторов [Волкова, Стребков, 2011; Осипов, 2009а, 2009б; Гришина, 2020].

Другое направление посвящено букмекерству как специфическому феномену современной России. В работах Н. С. Орлова, А. Б. Фахретдиновой и Д. Р. Насибуллиной оно анализируется как часть молодежной культуры и медиасреды, связанная с цифровыми платформами и спортивным контентом. Исследователи отмечают рост доступности ставок, их встраивание в онлайн-пространство и амбивалентное восприятие, при котором признание легального статуса индустрии сочетается с запросом на усиление государственного контроля [Орлов, 2016; Фахретдинова, Насибуллина, 2022].

Рассмотренный теоретический и исследовательский контекст обозначает букмекерство как комплексный социальный феномен, находящийся на пересечении повседневных практик досуга, экономических стратегий, культурных трендов и зоны социального риска. Этот синтез подходов и задает основную оптику для анализа эмпирических данных в данной работе.

Историческая эволюция букмекерства: от античности к цифровой эре

Практика заключения ставок на исход событий зародилась в глубокой древности. Ярким примером могут служить гонки колесниц в Древнем Риме и Греции. Однако оформление отрасли произошло значительно позже, в Великобритании XVIII–XIX вв., где скачки стали катализатором появления профессиональных букмекеров. Переход от эпизодических пари к профессиональной деятельности связан с институционализацией букмекерства. Ключевым примером считается деятельность Г. Огдена в 1790-е гг.: он организовал коммерческий прием ставок с выставлением коэффициентов на скачках в Ньюмаркете. Эта практика стала прототипом современной системы фиксированных коэффициентов и положила начало индустрии ставок как формализованному социально-экономическому институту¹.

Ключевым правовым рубежом в развитии индустрии азартных игр стал британский закон «Betting and Gaming Act» (1960 г.), легализовавший сеть пунктов приема ставок и создавший модель лицензированного рынка. Эта модель распространилась в Австралии, Европе и других регионах, нередко сосуществуя с государственными монополиями. Новый сдвиг произошел в конце XX в. с цифровой революцией: онлайн-платформы и мобильные приложения демократизировали доступ, глобализировали предложение и добавили к традиционным ставкам киберспортивные и виртуальные события.

Таким образом, букмекерство представляет собой исторически сложившуюся, регламентированную форму реализации базового человеческого стремления к азарту. Его развитие за рубежом детерминировано триадой факторов: адаптацией законодательства, технологическими инновациями и интеграцией в медиа окружение, что привело к формированию сложной, высококонкурентной рыночной экосистемы.

Становление и современное состояние рынка ставок в России

В России первые ставки на спорт появились в дореволюционный период и получили распространение среди привилегированных слоев общества (аристократии, купцов и состоятельных горожан) и преимущественно связаны со скачками, как элитным досугом. После революции азартные практики фактически запрещены советской властью, и лишь во второй половине XX в. в СССР начали возрождаться легальные формы ставок, такие как лотерея «Спортлото» (1970 г.) и Всесоюзный спортивный тотализатор «Спортпрогноз» (1989 г.). Современное частное букмекерство начало формироваться в России на рубеже 1980–1990-х гг. в условиях перехода к рыночной экономике. В начале 1990-х гг. первые частные букмекерские конторы действовали в условиях правового вакуума и не имели четкого легального статуса. Системное государственное регули-

¹ The History of The First Professional Bookmakers // Local Histories. 2023. <https://localhistories.org/the-history-of-the-first-professional-bookmakers/> (дата обращения: 21.12.2025).

рование букмекерской деятельности введено в 2000-х гг. с принятием Федерального закона № 244¹, который закрепил правовые основы функционирования букмекерских контор и тотализаторов. Последующие изменения законодательства в 2010-е гг., включая регулирование интерактивных ставок, способствовали формированию институционально оформленного легального букмекерского рынка в России².

Со временем букмекерство вышло за рамки маргинального развлечения и оформилось как полноценный социально-экономический институт, встроенный в повседневную культуру. Эта сфера стала одним из ключевых каналов легализации и нормализации азартного поведения, оказывая значительное влияние на стили досуга, общественные установки и финансовые потоки. В последние годы рост рынка ставок на спорт приобрел системный характер. По данным Единого регулятора азартных игр (ЕРАИ), совокупный валовой игровой доход (англ. GGR) легальных букмекерских контор в Российской Федерации составил 302,1 млрд руб. в 2023 г., увеличившись до 414,9 млрд руб. в 2024 г., что свидетельствует о значительном росте прибыльности отрасли. За 9 месяцев 2025 г. GGR достиг 316,3 млрд руб., что указывает на сохранение восходящей динамики даже в условиях нестабильной социально-экономической среды. Рост данных показателей подтверждает дальнейшее укрепление букмекерского сектора как значимого сегмента рынка легальных азартных игр в России³.

Исследователи отмечают, что в странах с развитой игровой индустрией (США, Канада) доходы государства от азартных игр сопоставимы или превышают поступления от других сегментов индустрии развлечений, что подчеркивает их фискальную значимость [Волкова, Стребков, 2011]. Сумма ставок, принятых букмекерскими конторами, становится важным индикатором масштабов и интенсивности функционирования рынка. По данным Единого регулятора азартных игр, в России этот объем составил 1,224 трлн руб. в 2023 г. и вырос до 1,734 трлн руб. в 2024 г. За 9 месяцев 2025 г. показатель достиг 1,397 трлн руб.⁴ Динамика показывает замедление роста: если в 2024 г.

¹ О государственном регулировании деятельности по организации и проведению азартных игр и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации: Федеральный закон от 29.12.2006 № 244-ФЗ // КонсультантПлюс. https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_64924/ (дата обращения: 20.12.2025).

² Букмекерство в России — как в стране появились ставки на спорт // Альманах Чайка. 2022. <https://www.chayka.org/node/12810> (дата обращения: 19.12.2025).

³ Исследование «Деятельность по организации и проведению азартных игр в букмекерских конторах в Российской Федерации в 2023–2025 годах: состояние и динамика» // ППК ЕРАИ. <https://erai.ru/issledovanie-dejatelnost-po-organizacii-i-provedeniju-azartnyh-igr-v-bukmekerskih-kontorah-v-rossijskoj-federacii-v-2023-2025-godah-sostojanie-i-dinamika/> (дата обращения: 21.12.2025).

⁴ Исследование «Деятельность по организации и проведению азартных игр в букмекерских конторах в Российской Федерации в 2023–2025 годах: состояние и динамика» // ППК ЕРАИ. <https://erai.ru/issledovanie-dejatelnost-po-organizacii-i-provedeniju-azartnyh-igr-v-bukmekerskih-kontorah-v-rossijskoj-federacii-v-2023-2025-godah-sostojanie-i-dinamika/> (дата обращения: 21.12.2025).

прирост за аналогичный период был около 50%, то в 2025 г. — лишь 11%, что может означать переход от бурного расширения к более устойчивому развитию. Экономическую значимость отрасли подчеркивают и целевые отчисления на спорт. В 2024 г. они составили 35,3 млрд руб. (почти вдвое больше, чем 19,1 млрд руб. в 2023 г.), а их общий объем за несколько лет превысил 75 млрд руб.¹ Однако финансовый вес отрасли не снижает остроты общественной дискуссии.

Таким образом, букмекерство в современной России — мощный, легализованный и экономически значимый институт. Однако его стремительная институционализация и коммерциализация происходят на фоне глубоко амбивалентного отношения в обществе, унаследованного от советской эпохи. Это создает поле социальных противоречий, требующих эмпирического изучения.

Общественное восприятие и социальная противоречивость

Научная разработка проблемы начала складываться сравнительно недавно. Повышенный интерес исследователей к азартному поведению и букмекерскому бизнесу связан с экспансией онлайн-платформ и резким ростом аудитории цифровых игр в 2010–2020-е гг. (по данным исследований индустрии азартных игр, РАНХиГС, 2010–2022 гг.). В рамках российской социологии можно сформировалось несколько ключевых направлений анализа: изучение поведенческих и мотивационных аспектов участия в азартных практиках (А. Орлова, М. Афанасьев), осмысление роли цифровых технологий в формировании и поддержании игровой зависимости (Е. Ильин, М. Котов), а также рассмотрение механизмов государственного регулирования и правовых ограничений в сфере ставок (И. Бычкова, Д. Шестаков) [Волкова, Стребков, 2011]. Однако, несмотря на накопленный массив работ, вопрос общественного восприятия деятельности букмекерских компаний остается фрагментарно изученным. Эта лакуна усиливает актуальность обращения к данной теме и подчеркивает необходимость ее дальнейшего эмпирического и теоретического осмысления.

Букмекерские компании занимают особое положение внутри индустрии гэмблинга, располагаясь на стыке классических игорных заведений и цифровых сервисов. Их деятельность формирует специфическое социальное пространство, в котором закрепляются устойчивые роли — участника ставок, оператора, посредника между событием и денежным исходом. Наличие этих ролевых позиций, а также регулярность и нормативная упорядоченность взаимодействий позволяют рассматривать букмекерство не как разрозненный набор практик, а как сформировавшийся социальный институт, что соответствует институциональному пониманию устойчивых форм социального действия в классической и современной социологической теории [Дюркгейм, 1996].

¹ Исследование «Деятельность по организации и проведению азартных игр в букмекерских конторах в Российской Федерации в 2023–2025 годах: состояние и динамика» // ППК ЕРАИ. <https://erai.ru/issledovanie-deyatelnost-po-organizacii-i-provedeniju-azartnyh-igr-v-bukmekerskih-kontorah-v-rossijskoj-federacii-v-2023-2025-godah-sostojanie-i-dinamika/> (дата обращения: 21.12.2025).

Современные ставки на спорт превратились из разрозненной практики в сложную социально-экономическую систему. В городской среде они выполняют несколько функций: расширяют формы досуга, служат инструментом поддержки спортивных соревнований и перераспределяют финансовые ресурсы через налоговые механизмы. Однако развитие рынка сопровождается негативными последствиями: ростом числа людей с игровой зависимостью, усилением социального расслоения, перераспределением ресурсов в пользу операторов индустрии и закреплении практик, которые в общественном сознании нередко воспринимаются как отклоняющиеся от нормы [Гришина, 2020].

Букмекерство нельзя однозначно отнести ни к полезным, ни к проблемным практикам: массовое восприятие фиксирует одновременно признание его легальности и настороженность. По данным Фонда «Общественное мнение» (июнь 2025), 60% респондентов считают, что букмекерские конторы приносят вред, а 78% полагают, что зависимость от азартных игр — болезнь, требующая лечения¹. На ценностном уровне сохраняется высокое моральное неприятие: по исследованию ВЦИОМ, 74% россиян назвали азартные игры морально неприемлемыми². Это противоречие между экономической выгодой и социальными рисками формирует преобладающее настороженное отношение к деятельности букмекерских компаний.

Результаты опроса Аналитического центра Университета «Синергия» (2025 г.) показывают, что 43% россиян относятся к букмекерам положительно, 39% — нейтрально и лишь 18% — резко отрицательно³. В России 11% респондентов делали ставки хотя бы раз, 6% — регулярно; среди молодежи наиболее популярны ставки на футбол и теннис. Основные мотивы: развлечение (37%), дополнительный доход (23%), поддержка спорта (16%). Для сравнения: в США 34% взрослых в возрасте 25–34 лет делали ставки на протяжении года⁴. При этом 43% американцев считают легализацию ставок вредной для общества (рост с 34% в 2022 г.), а 40% видят в ней вред для спорта⁵. Рынок растет, но параллельно становится заметной и проблема зависимости.

¹ Взгляд россиян на азартные игры // Фонд «Общественное мнение». 2025. 8 июля. <https://fom.ru/Ekonomika/15210> (дата обращения: 18.12.2025).

² Мораль и поведение: взгляды россиян и американцев, общее и отличное // ВЦИОМ. 2025. 15 сентября. <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/moral-i-povedenie-vzglyady-rossijan-i-amerikancev-obshchee-i-otlichnoe> (дата обращения: 17.12.2025).

³ Опрос: Более 80% россиян относятся к ставкам на спорт положительно или нейтрально // Sportclan.ru. 2025. <https://sportclan.ru/blog/opros-bolee-80-rossijan-otnosyatsya-k-stavkam-na-sport-polozhitelno-ili-nejtralno/> (дата обращения: 17.12.2025).

⁴ Букмекеры в США сообщили о рекордных доходах на фоне роста лудомании // Ведомости. Спорт. 2025. 5 марта. <https://www.vedomosti.ru/sport/around/articles/2025/03/05/1096215-rost-ludomanii-v-ssha> (дата обращения: 20.12.2025).

⁵ Gramlich J. Americans increasingly see legal sports betting as a bad thing for society and sports // Pew Research Center. 2025. Oct. 2. <https://www.pewresearch.org/short-reads/2025/10/02/americans-increasingly-see-legal-sports-betting-as-a-bad-thing-for-society-and-sports/> (дата обращения: 21.12.2025).

С позиции социального неравенства деятельность букмекерских компаний представляет собой систему с асимметричным распределением выгод и рисков. Основные финансовые потоки концентрируются у операторов, тогда как возможные потери ложатся на игроков. Такая диспропорция усиливает социальное расслоение, формирует ощущение несправедливости и подпитывает критическое отношение к ставкам как к социальной практике. В общественном сознании букмекерство может ассоциироваться со структурой, где устойчивая выгода недоступна для большинства, а вероятность индивидуальных потерь высока. Это усиливает недоверие к финансовым институтам и позволяет рассматривать данную сферу как фактор, обостряющий социальные противоречия [Осипов, 2009а].

В этом контексте современное букмекерство предстает не как принципиально новое явление, а как исторически сложившаяся, но предельно формализованная и институционализированная разновидность азартных практик, встроенная в логику рынка и цифровых технологий. Оно становится не просто развлечением, а символическим полем, через которое проецируются общественные тревоги, связанные с риском, финансовой уязвимостью и распределительной несправедливостью.

Методология исследования

Эмпирическая часть данной работы направлена на проверку ключевых теоретических концептов, рассмотренных ранее: рационализации, демонстративного потребления, конвертации капиталов и аномии. Для этого решаются следующие задачи: 1) декомпозиция структуры мотивов участия в ставках на спорт; 2) описание поведенческих паттернов; 3) построение социально-демографического профиля участников; 4) анализ последствий ставок для различных групп респондентов. Сбор данных проводился методом онлайн-анкетирования (CAWI). Метод выбран потому, что он обеспечивает анонимность и удобство для респондентов, позволяя заполнять анкету самостоятельно в цифровой среде с помощью привычных устройств (смартфона или компьютера).

Основные исследовательские вопросы статьи:

1. Насколько массовой и социально приемлемой стала практика ставок на спорт?
2. Какие мотивы и какие социальные механизмы (влияние ближайшего окружения, медиасреда, цифровые платформы) лежат в основе вовлечения в букмекерские практики и способствуют их устойчивости?
3. Какое влияние оказывают ставки на жизнь участников (финансы, психологическое состояние, социальные связи)?
4. Как участники оценивают индивидуальные и социальные последствия своего участия в ставках и как эта оценка влияет на решение продолжать или прекратить данную практику?

Эмпирическую базу исследования составили результаты анкетного опроса, проведенного в г. Тюмени в мае–июне 2024 г. ($n = 378$). Выборка квотная (со стихийным отбором в рамках квот), респонденты привлекались как в общественных местах, так и посредством онлайн-рассылки (платформа «Анкетолог»). Генеральную совокупность исследования

составляет экономически активное население юга Тюменской области¹. По данным выборочного обследования рабочей силы Росстата на начало 2024 г., численность данной группы составляет 748,3 тыс. человек, в том числе 387,0 тыс. мужчин и 361,3 тыс. женщин.

В опросе приняли участие 52% женщин и 48% мужчин, что репрезентирует гендерную структуру экономически активного населения региона. Возрастная структура респондентов характеризуется преобладанием молодежи: наибольшая доля опрошенных пришлось на категорию 18–29 лет (41%), далее следовали группы 30–39 лет (27%) и 40–49 лет (19%). Доля респондентов в возрасте 50 лет и старше составила 13%. По сравнению с генеральной совокупностью экономически активного населения данная структура отражает смещение в сторону младших возрастных когорт, что может быть связано со спецификой предмета исследования и большей вовлеченностью молодежи в цифровые практики и опросную активность. По уровню образования 46% имели высшее образование, 39% — среднее профессиональное и 15% — только среднее общее. В профессиональной структуре респондентов выделялись студенты и учащиеся (28%), специалисты и служащие (32%), рабочие (18%), предприниматели (9%), а также безработные и пенсионеры (13%). В целом выборка охватывает широкий спектр социально-демографических групп, что позволяет анализировать дифференцированное отношение к рассматриваемой проблематике с учетом выявленных ограничений.

Основные результаты

Масштабы распространенности букмекерских практик и уровень личной вовлеченности в ставки на спорт

Ставки на спорт воспринимаются населением как привычное явление, но отношение к ним остается скорее настороженным. Критический взгляд преобладает: «скорее негативно» к ставкам относятся 37% опрошенных, еще 17% выбирают вариант «крайне негативно»². В сумме негативные оценки (54%) более чем вдвое превосходят позитивные (11% «крайне позитивно» и 16% «скорее позитивно»). Отдельного внимания заслуживают затруднившиеся с ответом (19%). Для них ставки на спорт — тема внутреннего конфликта, где образ доступного развлечения сталкивается с сюжетами о зависимостях и серьезных потерях.

Полученное нами соотношение оценок отличается от представленных выше результатов общероссийских опросов, где положительное отношение к букмекерам фиксируется у 43% россиян, а отрицательное — лишь у 18%³. Это расхождение объясняется различиями в предмете исследования и выборке. Во-первых, федеральные исследова-

¹ Обследование рабочей силы 2023 // Федеральная служба государственной статистики Росстат. <https://rosstat.gov.ru/compendium/document/13265> (дата обращения: 17.12.2025).

² Вопрос: «Как вы лично относитесь к спортивным ставкам» (один вариант ответа).

³ Опрос: Более 80% россиян относятся к ставкам на спорт положительно или нейтрально // Sportclan.ru. 2025. <https://sportclan.ru/blog/opros-bolee-80-rossiyan-otnosyatsya-k-stavkam-na-sport-polozhitelno-ili-nejtralno/> (дата обращения: 17.12.2025).

ния измеряли отношение к букмекерству как к легальному бизнес-институту, тогда как мы оценивали отношение непосредственно к практике ставок на спорт — более лично-значимому и часто стигматизируемому поведению. Во-вторых, в нашем исследовании в выборку включена молодежь 18–29 лет (41%), которая активнее вовлечена в спортивные ставки и чаще сталкивается с их негативными последствиями, что закономерно усиливает критическую оценку. Таким образом, более высокий уровень негатива в нашем исследовании — не противоречие, а следствие иной операционализации объекта изучения и особенностей выборки.

Несмотря на преобладающую настороженность, личный опыт участия в ставках широко распространен. Лишь 26% респондентов никогда не делали ставок. Активными пользователями (от нескольких раз в год до ежедневно) являются 51%. Еще 23% имеют такой опыт в прошлом, но уже прекратили. Так, три четверти опрошенных (74%) так или иначе соприкасались со ставками. Это выявляет ключевое противоречие: ставки стали социальной нормой по степени распространения, но не стали нормой моральной.

Если отделить тех, кто делает ставки сейчас, от тех, кто уже вышел из практики, доля действующих участников составляет 51% (суммарно варианты «каждый день», «несколько раз в неделю», «несколько раз в месяц», «несколько раз в год»). При этом внутри этой группы преобладает эпизодическое участие: крупнейшая подгруппа (25% делают ставки несколько раз в год). Это соответствует «событийному» сценарию, когда ставки совершаются к крупным матчам и турнирам, чтобы усилить эмоции от просмотра.

Такой характер практики способствует ее нормализации. Широкое, даже эпизодическое участие делает ставки привычным элементом повседневности, снижая восприятие их как маргинального занятия. Критическое отношение формируется не к абстрактному явлению, а к уже укоренившемуся социальному факту.

Мотивы, лежащие в основе принятия решения об участии в ставках

На эмпирических материалах выявлена иерархия факторов, которые подталкивают человека к первым ставкам. Тем, кто уже имеет опыт участия в ставках на спорт, предлагалось оценить влияние различных источников¹. Наиболее весомым оказался фактор ближайшего окружения: влияние друзей и знакомых получило среднее значение (М) 3,48 балла, при медиане (Ме) 4 балла. Заметно ниже влияние блогеров и лидеров мнений (М = 2,94, Ме = 3), реклама (М = 2,85, Ме = 3) и абстрактного «общественного мнения» (М = 2,59, Ме = 2). Минимальное влияние, по оценкам участников, оказывает семья (М = 2,39, Ме = 2) (во всех случаях n = 279). Это позволяет предположить, что первая ставка чаще является результатом влияния непосредственного социального круга, а не рекламы или семейных традиций. При этом данные отражают субъективное восприятие респондентов, которое может субъективно преуменьшать воздействие маркетинга.

¹ Вопрос: «Кто в большей степени повлиял на то, что вы начали заниматься ставками на спорт» (по пятибалльной шкале, где 1 — минимальное значение, 5 — максимальное).

Выявленная иерархия факторов указывает на важный момент: вовлечение в букмекерские практики чаще происходит через повседневные социальные связи, где ставки становятся темой обсуждений, шуток и совместных прогнозов. Это легитимизирует практику, вплетая ее в повседневность. Реклама в этом контексте играет скорее поддерживающую роль, усиливая существующий интерес, чем создавая запрос «с нуля».

Особенно показателен контраст между влиянием друзей (максимальным) и семьи (минимальным). Это говорит о том, что ставки редко являются одобряемой семейной практикой. Скорее, вовлечение происходит за пределами семьи — в кругу друзей, коллег или спортивных сообществ, где обсуждение ставок становится частью повседневной коммуникации.

Однако для понимания устойчивости практики важен и анализ мотивов, которые делятся на две взаимосвязанные группы: нефинансовые и финансовые. Именно их сочетание обеспечивает вовлеченность даже при осознании рисков.

Анализ нефинансовых мотивов респондентов выявил следующую иерархию значимости (по 5-балльной шкале)¹. Наибольшее значение имеют развлечение и ощущение адреналина ($M = 3,45$, $Me = 4$). Ставка в этом случае выступает как эмоциональный усилитель: спортивное событие перестает быть «чужим» и приобретает личную значимость. Следом идет возможность расслабиться и переключиться ($M = 3,24$, $Me = 4$), что особенно важно в условиях повседневной занятости и постоянного контроля. Для части респондентов ставки становятся способом временно выйти из рутинного режима и позволить себе импульсивное действие.

Относительно высоко оцениваются также мотивы поддержки любимой команды или спортсмена ($M = 3,11$, $Me = 4$), а также демонстрации собственной компетентности и знаний в спорте ($M = 3,05$, $Me = 3$). Эти ответы показывают, что ставки нередко оправдываются через рациональный язык: человек не просто рискует, а «разбирается», анализирует статистику, чувствует себя экспертом. Такой механизм самолегитимизации делает участие более приемлемым как для самого игрока, так и для его окружения. Общественное мнение на тему ставок, хотя и присутствует в мотивационной структуре, занимает последнее место ($M = 2,86$, $Me = 3$), что подчеркивает вторичность социального контакта по отношению к личным эмоциям и интересам к спорту.

В отличие от комплексных психологических стимулов, финансовые мотивы носят более прагматичный и прямолинейный характер. В большей мере распространенным стимулом оказалось желание выиграть крупную сумму (34% респондентов). Это подчеркивает, что ставки воспринимаются не только как развлечение, но и как пространство ожиданий резкого изменения финансовой ситуации. Еще 18% опрошенных связывают свое участие в практике спортивных ставок со стремлением немного улучшить свое материальное положение, а 13% — с наличием серьезных финансовых трудностей. Лишь 13% заявили, что финансовые мотивы для них несущественны.

¹ Вопрос: «Какой из следующих нефинансовых мотивов вас больше всего подталкивает делать ставки?». Респондентам предложено выразить степень влияния для каждого мотива от 1 до 5, где 1 — никак не повлиял, а 5 — повлиял очень сильно.

Так, мотивация к участию в ставках формируется на пересечении двух ключевых векторов: гедонистического (поиск острых ощущений и уход от рутины) и утилитарного (расчет на денежную выгоду). При этом важнейшую роль играет рациональная упаковка рискованного поведения в образ взвешенного аналитического решения, что смягчает внутренний и социальный конфликт. В совокупности эти данные показывают, что даже при доминировании эмоциональных и досуговых стимулов финансовая надежда остается центральным элементом вовлеченности. Образ «крупного выигрыша» постоянно присутствует в логике участия в практиках беттинга и затем повторяется в объяснениях того, почему люди продолжают делать ставки.

Отношение населения к рекламе букмекерских контор

Анализ отношения к рекламной информации о букмекерских компаниях демонстрирует выраженный скептицизм. Полное доверие к подобным сообщениям выразили лишь 18% респондентов, еще 23% склонны доверять им частично. При этом почти 60% опрошенных демонстрируют недоверие: 19% относятся к рекламе с осторожностью, а 40% прямо заявляют о полном отсутствии доверия. Такое соотношение говорит о том, что в массовом сознании реклама букмекеров редко воспринимается как нейтральный источник информации и чаще ассоциируется с инструментом манипуляции. Этот скептицизм может быть частью ранее описанной рационализации: дистанцируясь от «прямого соблазна», игрок подтверждает статус своего решения как взвешенного и независимого.

Высокий уровень недоверия контрастирует с масштабным рекламным присутствием. Большинство респондентов регулярно сталкиваются с рекламой букмекеров. Основным источником выступает Интернет (44%), далее следуют отзывы друзей (14%), телевидение (13%), материалы блогеров (11%) и наружная реклама (10%). Лишь 8% опрошенных никогда не видели такую рекламу, что подтверждает ее повсеместное присутствие в информационном поле.

Массовое недоверие к рекламе сочетается с ее тотальной распространенностью. Это указывает на то, что ключевая функция подобной рекламы — не столько информирование или прямое убеждение, сколько постоянное напоминание и триггерное воздействие. Она работает через создание ощущения нормальности и повсеместности ставок, а также через активацию существующих в сознании мотивов — будь то надежда на «крупный выигрыш» или поиск эмоционального вовлечения.

Однако при переходе от вопроса «где видят» рекламу к вопросу «кому доверяют» из источников ее распространения картина резко меняется. Наибольшее доверие вызывают личные рекомендации: 48% респондентов указали, что полностью доверяют отзывам друзей и знакомых. Также высоко влияние лидеров мнений, которым доверяют 45% опрошенных. Интернет-реклама демонстрирует наименьший уровень доверия: лишь 24% респондентов заявили, что верят ей. Схожий уровень скепсиса зафиксирован и в отношении наружной рекламы: 55% не доверяют ей вовсе (см. рис. 1).

Расхождение между охватом и доверием позволяет говорить о принципиально разном статусе источников информации. Реклама воспринимается как заинтересованный

и «продающий» механизм, априори вызывающий сомнение. Личные связи, напротив, выглядят более надежными и понятными, даже несмотря на то, что и они могут искажаться выборочными историями успеха и неудач. Именно эта логика объясняет, почему реклама редко становится решающим фактором вовлечения, уступая место социальному заражению и неформальному обмену опытом в ближайшем окружении.

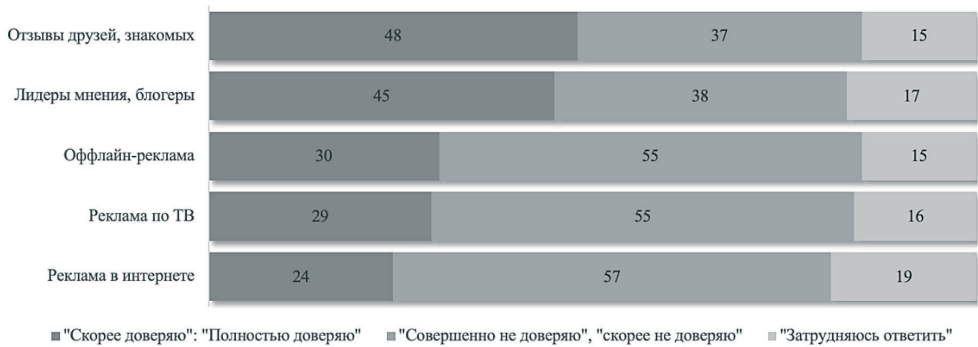


Рис. 1. Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какому из источников информации о букмекерских конторах вы доверяете больше всего» (в % к числу ответивших)

Fig. 1. Distribution of respondents' answers to the question: "Which source of information about bookmakers do you trust the most?" (in % of the number of respondents)

Оценка социальных последствий деятельности букмекерских контор

Оценки влияния ставок на собственную жизнь демонстрируют заметный разрыв между субъективным восприятием и переживаемыми негативными последствиями. Среди респондентов с опытом участия в практиках спортивных ставок мнения относительно общего эффекта ставок разделились: 31% отметили позитивное влияние (14% — «однозначно позитивно», 17% — «скорее позитивно»). Однако почти половина участников видят в ставках источник проблем: 35% выбрали «скорее негативно», 13% — «однозначно негативно». Таким образом, даже на субъективном уровне негативная оценка количественно преобладает.

Более показательно наличие конкретных негативных последствий. На прямой вопрос о столкновении с неприятными эффектами 49% ответили утвердительно, а 28% — отрицательно. Почти половина участников прямо признает проблемы, связанные со ставками. При этом осознание вреда не всегда ведет к отказу: многих удерживает ожидание «отыгрыша» и надежда на крупный выигрыш, что создает противоречие между пониманием рисков и реальным поведением.

Чтобы понять, какие смыслы удерживают людей в ставках, респондентам предложено оценить по пятибалльной шкале ряд утверждений, описывающих возможные эффекты

участия¹. Наиболее значимым оказывается финансовое ожидание: утверждение «горю желанием выиграть джекпот» ($M = 3,23$, $Me = 4$). Это подтверждает, что даже в контексте субъективно «позитивных» эффектов ключевую роль играет мечта о крупном выигрыше. Ставки редко воспринимаются респондентами как спокойное хобби — скорее как пространство возможного рывка и резкого изменения ситуации.

Социально-игровые аспекты также оцениваются высоко. Возможность заводить новые знакомства получила в среднем 3,12 балла ($Me = 3$), а «дух соревнования» — 2,99 ($Me = 3$). Это указывает, что ставки на спорт встроены в спортивную и коммуникативную среду: обсуждение прогнозов, соперничество и сравнение стратегий становятся частью повседневных ритуалов. Именно эта встроенность в общение и совместный просмотр спорта делает практику устойчивой.

Утверждения, связанные с удовольствием и эмоциональной разрядкой, занимают средние позиции: ставки как «веселье» ($M = 2,86$, $Me = 3$), способ избежать скуки ($M = 2,53$, $Me = 2$), снизить стресс ($M = 2,52$, $Me = 2$) или выйти из рутины ($M = 2,45$, $Me = 2$). Результаты показывают, что ставки действительно выполняют функцию эмоционального переключения, но она не является доминирующим мотивом.

Отдельного внимания заслуживает пункт, связанный с желанием отыграть проигранные деньги ($M = 2,64$, $Me = 2$). Хотя среднее значение здесь не самое высокое, само его присутствие в верхней части списка говорит о том, что механизм «погони за проигрышем» знаком значительной части респондентов, имеющих опыт совершения ставок на спорт. Именно этот элемент связывает эмоциональную и финансовую стороны участия и нередко становится переходной точкой от развлечения к проблемам, усиливая стресс и финансовые потери.

Среди опрошенных 49% отметили, что участие в практиках осуществления спортивных ставок имело негативное влияние на их жизнь. Конкретизация характера этих последствий позволяет выделить зоны наибольшего социального и личного ущерба².

Анализ негативных последствий участия в букмекерских практиках выявил следующую иерархию их субъективной значимости (по 5-балльной шкале). Наиболее выраженными респонденты считают финансовые проблемы ($M = 4,09$, $Me = 4$) и увеличение уровня стресса ($M = 4,09$, $Me = 4$). Высокие значения этих показателей указывают на тесную взаимосвязь экономических и психоэмоциональных последствий. Финансовые потери усиливают тревожность и напряжение, а повышенный уровень стресса, в свою очередь, снижает способность к самоконтролю и рациональной оценке ситуации.

Социальные последствия участия в ставках оцениваются респондентами ниже, чем финансовые, но также имеют высокую значимость. Ухудшение отношений с друзьями

¹ Респондентам был представлен перечень утверждений и предложено напротив каждого из них указать цифру по шкале от 1 до 5 (где 1 — совершенно не согласен, 5 — полностью согласен).

² Респондентам предложено оценить по 5-балльной шкале обострение конкретных проблем после их взаимодействия с букмекерскими конторами (где 0 — не сталкиваюсь (не сталкивался) с данной проблемой, 1 — почти не сталкиваюсь (не сталкивался) и 5 — крайне обостренная проблема).

($M = 3,82$, $Me = 4$), ухудшение отношений с родственниками ($M = 3,78$, $Me = 4$) и учащение лжи в общении с близкими ($M = 3,72$, $Me = 4$) показывают, что негативный эффект со временем затрагивает ближайшее социальное окружение.

Вовлечение в ставки часто начинается с восприятия их как источника эмоций и развлечения. Затем на первый план выходит ожидание крупного выигрыша и попытка компенсировать потери. По мере роста финансовых потерь усиливается напряжение, а следом возникают конфликты с близкими и необходимость скрывать свое участие. Эта последовательность делает букмекерскую практику потенциально проблемной даже для тех, кто изначально относился к ней как к безобидному досугу.

Планы респондентов относительно дальнейшего участия показывают, что быстрый отказ маловероятен. Лишь 16% планируют прекратить в течение года. Наиболее распространенный вариант — отказ через 1–3 года (38%). Еще 17% рассматривают участие на срок 3–10 лет, 16% — более 10 лет, а 13% допускают его на протяжении всей жизни. В целом ставки воспринимаются не как временный эксперимент, а как долгосрочная практика. Причины устойчивости участия раскрываются в мотивах: вера в крупный выигрыш (44%), эмоциональный азарт (22%), влияние социального окружения (17%) и привычка (16%).

Резюмируем, удержание в практике обеспечивается несколькими механизмами: финансовыми ожиданиями, эмоциональной привлекательностью, социальными связями и силой привычки. Это объясняет, почему даже при осознании негативных последствий многие откладывают отказ на неопределенное будущее.

Для проверки гипотезы о взаимосвязи мотивов был проведен корреляционный анализ (по Спирману)¹. Он выявил статистически значимые связи, которые можно структурировать в четыре ключевых паттерна.

1. Социальное влияние сверстников как фактор риска

Наиболее сильные корреляции наблюдаются между фактором социального влияния «Друзья, знакомые» и рядом негативных последствий. Чем выше степень влияния друзей и знакомых на начало занятия ставками, тем чаще респонденты отмечают: возникновение финансовых проблем ($r_s = 0,424$, $p < 0,01$), увеличение общего уровня стресса ($r_s = 0,329$, $p < 0,01$), учащение лукавства и лжи в отношениях ($r_s = 0,215$, $p < 0,01$).

Аналогично, доверие к «отзывам друзей, знакомых» как источнику информации значимо коррелирует с теми же негативными исходами: финансовыми проблемами ($r_s = 0,384$, $p < 0,01$) и общим стрессом ($r_s = 0,372$, $p < 0,01$). Этот паттерн указывает на то, что социально опосредованное вовлечение в ставки тесно связано с ухудшением психологического и материального благополучия.

2. Мотив «развлечение и адреналин» в контексте социальных влияний

Выраженность этого мотива положительно коррелирует с финансовыми проблемами ($r_s = 0,413$, $p < 0,01$), общим стрессом ($r_s = 0,384$, $p < 0,01$) и влиянием друзей ($r_s = 0,518$, $p < 0,01$). При этом наблюдается умеренная отрицательная корреляция с влиянием семьи

¹ Коэффициент корреляции Спирмена используется для измерения силы и направления монотонной связи между двумя переменными, измеренными в порядковой (ранговой) шкале.

($r_s = -0,442$, $p < 0,01$). Это позволяет предположить, что ставки как источник острых ощущений более характерны для респондентов, испытывающих влияние сверстников, а не семьи, и сопряжены с высоким риском дезадаптивных последствий.

3. Парадоксальная роль ставок как средства регуляции эмоций

Убеждения, что ставки «снижают ежедневный стресс» и «позволяют уйти от рутины», сильно коррелируют между собой ($r_s = 0,412$, $p < 0,01$) и демонстрируют сходную структуру связей. Оба утверждения значимо положительно коррелируют с мотивом «стремление отыграться» ($r_s = 0,264$ и $r_s = 0,151$ соответственно, $p < 0,01$) и «влиянием семьи», но при этом отрицательно связаны с негативными последствиями (финансовые проблемы: $r_s = -0,396$ и $r_s = -0,398$; общий стресс: $r_s = -0,388$ и $r_s = -0,366$, $p < 0,01$). Парадоксально, что восприятие ставок как средства снятия стресса связано с меньшим отчетом о его усилении, что может указывать на когнитивное искажение или краткосрочный эффект, маскирующий долгосрочные проблемы.

4. Семья как защитный (сдерживающий) фактор

Влияние семьи на вовлечение респондента в спортивные ставки имеет значимые отрицательные связи с большинством негативных последствий: с финансовыми проблемами ($r_s = -0,323$, $p < 0,01$), общим стрессом ($r_s = -0,319$, $p < 0,01$), ухудшением отношений с родственниками ($r_s = -0,199$, $p < 0,01$). Также отмечается отрицательная связь с мотивом «развлечение и адреналин» ($r_s = -0,442$, $p < 0,01$) и доверием к отзывам друзей ($r_s = -0,428$, $p < 0,01$). Это позволяет интерпретировать влияние семьи как потенциально сдерживающий фактор вовлечения в практики ставок на спорт, связанный с менее рискованными моделями поведения и меньшим ущербом.

Результаты корреляционного анализа свидетельствуют о неоднородности факторов вовлечения в спортивные ставки и их связи с негативными исходами. Ключевыми предикторами психосоциальных и финансовых проблем выступают: влияние друзей и знакомых, доверие к отзывам сверстников и мотив «развлечение и адреналин». В противоположность этому, влияние семьи коррелирует с менее проблемными паттернами. Использование ставок как способа совладания со стрессом требует дальнейшего изучения ввиду парадоксальных связей с отчетом о последствиях. Полученные данные подчеркивают важность учета социального контекста и ведущих мотивов при оценке риска дезадаптации у лиц, занимающихся спортивными ставками.

Следует отметить, что полученные корреляции не устанавливают причинно-следственных связей, но выделяют ключевые переменные для дальнейшего, более глубокого анализа (например, с помощью регрессионных моделей), направленного на выявление предикторов проблемного вовлечения в ставки на спорт.

Заключение

Проведенный в статье теоретико-эмпирический анализ позволяет сделать вывод о глубокой амбивалентности отношения населения к ставкам на спорт, коренящейся в их двойственной природе. С одной стороны, букмекерская индустрия развивается на прочной исторической и социальной почве. Эволюционировав от стихийных пари

к рационализированному институту, она прочно встроилась в современную экономику развлечений. Цифровизация, высокий интерес к спорту и масштабы рынка (о чем свидетельствует динамика игровых доходов и объемов ставок) закрепляют ее легитимный статус. Значительные целевые отчисления на развитие спорта дополнительно укрепляют ее институциональную позицию.

С другой стороны, эмпирические данные свидетельствуют о том, что экономическая укорененность не ведет к моральной нейтральности или одобрению в общественном сознании. Причина — в специфической логике вовлечения и устойчивости практики. Ставки входят в жизнь людей преимущественно не через формальные каналы или семью, а через ближайшее окружение — друзей и знакомых, что подтверждается иерархией факторов влияния. При этом, как показал корреляционный анализ, именно влияние сверстников наиболее сильно связано с возникновением негативных последствий, тогда как влияние семьи выступает сдерживающим фактором.

Мотивационная структура участников сложна и не сводится к простому расчету. Центральное место занимает финансовая надежда на крупный выигрыш, что согласуется с теоретической рамкой аномии Р. Мертона: ставки могут восприниматься как альтернативный способ достижения материального успеха. Однако не менее важны нефинансовые мотивы: развлечение и адреналин, желание продемонстрировать компетентность (что переключается с идеями демонстративного потребления Т. Веблена) и эмоциональная разрядка. Эта многослойность делает практику устойчивой и именно эта устойчивость оборачивается риском. Ядро негативных последствий формирует тесная связка финансовых проблем и роста уровня стресса, выявленная корреляционным анализом. К ним добавляются социальные издержки: ухудшение отношений с близкими и учащение лжи, что разрушает базовое социальное доверие.

Так, общественное восприятие букмекерства остается глубоко противоречивым не из-за информационного дефицита, а потому, что сама практика ставок на спорт внутренне амбивалентна. Она органично вплетена в ткань современного спортивного досуга и цифровой коммуникации, давая эмоции и ощущение вовлеченности, но одновременно системно продуцируя риски финансовых потерь, психологического стресса и социальной дезадаптации. Букмекерство предстает как комплексный социальный феномен, последствия которого (от безобидного развлечения до рискованного поведения) определяются конкретным сочетанием социального контекста, ведущих мотивов и индивидуальной способности к саморегуляции.

Список источников

- Аликин В. А. 2016. Игра в философии Роже Кайуа: между инстинктами и культурой // Вестник Волгоградского государственного университета. Сер. 7. Философия. Социология и социальные технологии. № 1 (31). С. 21–27.
- Бурдьё П. 2001. Практический смысл / пер. с франц. СПб.: Алетейя. 562 с.
- Веблен Т. 1984. Теория праздного класса. М.: Прогресс. 194 с.
- Волкова В. Э., Стребков Д. О. 2011. Социология азартных игр: основные авторы и подходы // Экономическая социология. № 4. С. 93–111.

- Гришина А. Е. 2020. Гэмблинг как одна из форм девиантного поведения: сущность, причины возникновения // Скиф. № 4 (44). С. 78–82.
- Дюркгейм Э. 1996. О разделении общественного труда / пер. с фр. А. Б. Гофмана. М.: Канон. 432 с.
- Зенкин С. Н. 2007. Роже Кайуа: игра, язык, сакральное. М.: ОГИ. С. 7–30.
- Зиммель Г. 1999. Философия денег / пер. с нем. М.: Гнозис. 593 с.
- Кайуа Р. 2007. Игры и люди. Статьи и эссе по социологии культуры / пер. с фр. М.: ОГИ. 304 с.
- Орлов Н. С. 2016. Спортивный беттинг — современный образ жизни молодежи // Приволжский научный вестник. № 1 (53). С. 126–128.
- Осипов Е. М. 2009а. Гэмблинг как девиантное поведение: психологические и социальные корни // Социология власти. № 1. С. 85–91.
- Осипов Е. М. 2009б. Роль гэмблинга в обществе: стратификационные особенности и социокультурная обусловленность // Социология власти. № 2. С. 128–134.
- Тюрина Л. А. 2020. Игра как феномен и ее типология в концепции Р. Кайуа // Abyss (Вопросы философии, политологии и социальной антропологии). № 1 (11). С. 42–52.
- Фахретдинова А. Б., Насибуллина Д. Р. 2022. Спортивный беттинг в социокультурном пространстве современного российского общества // Казанский социально-гуманитарный вестник. № 6 (57). С. 86–91.
- Филиппов А. Ф. (пер.), М. Вебер. 2008. Основные социологические понятия // Социологическое обозрение. № 2. С. 86–127.
- Хейзинга Й. 1997. Homo Ludens. Статьи по истории культуры. М.: Прогресс-Традиция. 416 с.
- Merton R. 1938. Social Structure and Anomie // American Sociological Review. Vol. 3. No. 5. Pp. 672–682.

References

- Alikin, V. A. (2016). Game in the philosophy of Roger Caillois: Between instincts and culture. *The Science Journal of Volgograd State University. Series 7. Philosophy. Sociology and Social Technologies*, (1), 21–27. [In Russian]
- Bourdieu, P. (2001). *Practical Reason* (Translated from French). Aletheia. [In Russian]
- Veblen, T. (1984). *The Theory of the Leisure Class*. Progress. [In Russian]
- Volkova, V. E., & Strebkov, D. O. (2011). Sociology of gambling: Main authors and approaches. *Economic Sociology*, (4), 93–111. [In Russian]
- Grishina, A. E. (2020). Gambling as a form of deviant behavior: Essence and causes. *Skiff*, (4), 78–82. [In Russian]
- Durkheim, E. (1996). *On the Division of Social Labor* (Translated from French by A. B. Hoffmann). Canon. [In Russian]
- Zenkin, S. N. (2007). *Roger Caillois: Game, Language, and the Sacred* (pp. 7–30.). OGI. [In Russian]
- Simmel, G. (1999). *The Philosophy of Money* (Translated from German). Gnosis. [In Russian]
- Caillois, R. (2007). *Games and People. Articles and Essays on the Sociology of Culture* (Translated from French). OGI. [In Russian]

- Orlov, N. S. (2016). Sports betting — modern lifestyle youth. *Privolzhsky Scientific Bulletin*, (1), 126–128. [In Russian]
- Osipov, E. M. (2009a). Gambling as deviant behavior: Psychological and social roots. *Sociology of Power*, (1), 85–91. [In Russian]
- Osipov, E. M. (2009b). The role of gambling in society: Stratification features and sociocultural determination. *Sociology of Power*, (2), 128–134. [In Russian]
- Tyurina, L. A. (2020). A game as a phenomenon and its typology in the conception of R. Caillouis. *Abyss (Studies in Philosophy, Political Science, and Social Anthropology)*, (1), 42–52. [In Russian]
- Fakhretdinova, A. B., & Nasibullina, D. R. (2022). Sports betting in modern socio-cultural space. *The Kazan Socially-Humanitarian Bulletin*, (6), 86–91. [In Russian]
- Filippov, A. F. (translator), & Weber, M. (2008). Basic sociological concepts. *Russian Sociological Review*, 7(2), 86–127. [In Russian]
- Huizinga, J. (1997). *Homo Ludens: Articles on the History of Culture* (Compiled, translated and introduction commentary by D. V. Silvesterov). Progress-Tradition. [In Russian]
- Merton, R. (1938). Social structure and anomie. *American Sociological Review*, 3(5), 672–682.

Информация об авторах

Андрей Сергеевич Лимарь, магистрант, направление «Медиакоммуникации», кафедра философии, медиа и журналистики, Тюменский государственный университет, Тюмень, Россия
stud0000248542@study.utmn.ru, <https://orcid.org/0009-0006-5505-426X>

Галина Зиновьевна Ефимова, кандидат социологических наук, доцент, профессор кафедры общей и экономической социологии, Тюменский государственный университет, Тюмень, Россия
g.z.efimova@utmn.ru, <https://orcid.org/0000-0002-4826-2259>, SPIN-код: 6600-6604, AuthorID: 571660

Information about the authors

Andrey S. Limar, Master Student (Media communication), Department of Philosophy, Media, and Journalism, University of Tyumen, Tyumen, Russia
stud0000248542@study.utmn.ru, <https://orcid.org/0009-0006-5505-426X>

Galina Z. Efimova, Cand. Sci. (Socio.), Associate Professor, Professor of the Department of General and Economic Sociology, University of Tyumen, Tyumen, Russia
g.z.efimova@utmn.ru, <https://orcid.org/0000-0002-4826-2259>, SPIN-code: 6600-6604, AuthorID: 571660