

РОССИЯ И ЕС: ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ В СФЕРЕ НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ. ЕС И РОССИЯ НА ПРОСТРАНСТВЕ ЕВРАЗИИ : МАТЕРИАЛЫ МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНОЙ КОНФЕРЕНЦИИ. ТОМСК, 19–21 МАЯ 2014 г.

Конференция организована Центром Европейского союза в Сибири. Статьи опубликованы на средства гранта Европейского союза №2010/257–459. Статьи подготовлены на основе оригинальных материалов, представленных авторами. Европейский союз не несет ответственности за выводы и мнения, высказанные авторами.

УДК 796.332+314.93 (4)

О.В. Баев

ФУТБОЛЬНЫЕ ФАНАТЫ В ЕВРОПЕЙСКИХ СТРАНАХ

Анализируются различные аспекты взаимоотношений европейских футбольных фанатов. Исследуются процессы приобщения европейцев к футболному болеванию, история становления данного феномена социальной жизни, анализируются социальные практики футбольных болельщиков и их взаимоотношения с правоохранительными органами. Делается вывод о значительной роли футбольного боления в различных сферах жизнедеятельности современного европейского общества.

Ключевые слова: футбол; Европа; фанаты; социальные связи.

Согласно опубликованному в апреле 2104 г. докладу Союза европейских футбольных ассоциаций, 82% взрослых европейцев интересуются футболом «в той или иной степени», а 25% – «очень интересуются» [1. С. 2]. «Футбольная социализация» начинается достаточно рано. В одних из яслей в Висбадене (Германия) накануне финала чемпионата мира по футболу 2014 г. в шкафчик каждого ребенка загодя положили по раскрашенному в цвета германского флага барабану и свистку [2. С. 5]. В результате в современной Европе футбольные фанаты являются достаточно многочисленной и активной социальной группой, нуждающейся во всестороннем изучении, так как «культура фанатов и все её проявления отличаются большим многообразием и большой противоречивостью» [3. С. 114].

Большинство футбольных болельщиков идентифицировало и идентифицирует себя с определённым футбольным клубом, который в их глазах обладает особым кредитом доверия. В Англии достаточно скоро сформировалась соответствующая футбольная традиция – «поддержи свою местную команду» (support your local team) [4. С. 5]. При этом уровень демонстрируемой игры напрямую не связан с посещаемостью футбольных матчей. В 2013/2014 гг. «Глазго Рейнджерс», выступая в третьем по рангу дивизионе чемпионата Шотландии и занимая 97-е место в клубном рейтинге Союза европейских футбольных ассоциаций, занял 25-е место в Европе по посещаемости своих матчей [5. С. 6].

Д. Бримсон так объясняет поведенческий стереотип данного явления: «Как поклонник клуба, не входящего в большую шестерку, я болею не из-за красивой игры, а из-за чувства преданности, долга и привычки. Довольно часто команда, за которую болеешь, вообще не является твоим выбором. Более того, в большинстве слу-

чаев не мы выбираем, за какую команду болеть. Она достаётся нам по наследству, передаётся от отцов (или вопреки им) вместе с лысиной. Как известно каждому, лишь только команда проникла в твою душу, она навсегда там и останется» [6. С. 347]. Когда хозяин «Оксфорд Юнайтед» Роберт Максвелл захотел объединить свой клуб с «Редингом», чтобы у нового клуба была большая территория охвата, болельщики обеих команд не захотели объединяться со своими злейшими врагами и Максвелл отказался от претворения своего плана [7. С. 306].

Однако постоянный рост социальной мобильности (в том числе территориальной) всё более размывал идентификацию болельщиков с командами, базирующимися в месте их проживания. Например, в годы Второй мировой войны многих лондонцев эвакуировали за пределы столицы, но они продолжали болеть за свои прежние команды. Впоследствии они передавали свою любовь детям, в результате чего складывалась ситуация, при которой болельщики поддерживали команду не из региона постоянного проживания, а с родины своих отцов/дедов [6. С. 9. Прим. 1]. При этом несколько тысяч жителей Северной Ирландии поддерживает «Селтик» из Глазго, основанный в 1888 г. ирландскими эмигрантами [8. С. 36, 49].

Кроме того, часть болельщиков (особенно из регионов, где нет собственных футбольных команд или их уровень безнадежно низок) всё-таки идентифицирует себя с ведущими футбольными клубами. Распространение телевидения позволило постоянно наблюдать игры клуба, за который болел человек, и не проживая в месте его базирования. Например, в Англии уже в 60-е гг. XX в. больше всего болельщиков было у «Манчестер Юнайтед». «Уже в те времена у них было нема-

ло фанатов на юге, и все игры этого клуба в Лондоне вызывали огромный зрительский интерес» [9. С. 113].

В результате на сегодняшний день в среднем 23% европейских болельщиков поддерживают самый популярный клуб своей страны. Лидируют лиссабонская «Бенфика», за которую болеет 47% поклонников футбола в Португалии, и бухарестская «Стяуа», которую поддерживает 45% румын. Наиболее же размыты симпатии во Франции и Англии (14 и 15% соответственно у «Пари Сен-Жермен» и «Манчестер Юнайтед»). При этом в начале XXI в. даже национальная принадлежность уже не играет решающей роли при определении симпатий. В частности, английский «Манчестер Юнайтед» лидирует по популярности в Ирландии, Норвегии и Швеции, а испанская «Барселона» – в Словении (28%), Словакии, Польше, Израиле, Македонии, Венгрии, Боснии, Швейцарии, Казахстане и Финляндии [1. С. 2].

Аналогичные процессы происходят и на уровне национальных сборных. С одной стороны, жители Европы поддерживают команды из стран своего постоянного местопребывания, особенно когда те добиваются значительных успехов. Так, на чемпионате мира 2014 г. за «бундестим» болели не только немцы, но и проживающие в Германии турки, итальянцы, русские, португальцы, сербы, хорваты... [2. С. 5] С другой стороны, эмигранты продолжают поддерживать футболистов и из стран своего происхождения. «Иностранцы оседают здесь, называют себя британцами, но, когда сборная страны, откуда они родом, приезжает на “Уэмбли”, они размахивают её флагами и поют её песни. Вот почему Великобритания никогда не станет единой» [7. С. 117]. В Италии же местные болельщики иногда освистывают национальный гимн [Там же. С. 239]. Братья Бримсоны считают, что это связано с тем, что в отличие от клубов сборная не принадлежит болельщикам. В то же время игроки поддерживаемого клуба, играя за сборную, представляют и его болельщиков [Там же. С. 23–25].

Начало же формирования феномена футбольного боления можно отнести к середине XIX в. К этому времени футбол оформился в известном нам виде и стал завоевывать популярность. По мнению заслуженного тренера СССР М. Угрюмова, феномен боления заключался и заключается в том, что «ты самозабвенно хочешь только одного: чтобы те, кто в зеленом, уделали вот этих – полосатых» [10. С. 8]. Тем самым команда противников автоматически превращалась в неприятелей, которых надлежит разбить и победить любой ценой [3. С. 118]. Однако собственно болельщическая субкультура представляла собой мало общего с современностью. Ездить на матчи в другие города было очень сложно даже игрокам, не говоря уже о болельщиках, так что «в большинстве случаев «приезжих» фанатов на матчах не было, если только не встречались команды из недалеко расположенных друг от друга городов» [9. С. 103].

При этом уже применительно к концу XIX в. можно говорить о попытках болельщиков играть активную

роль в ходе матчей и связанных с ними проблемах. Так, в 1887 г. некоторые зрители, посещавшие матчи лондонского клуба «Тоттенхэм Хотспурс» (они проводились в парке, где поле огораживалось натянутой по периметру веревкой, но собирали до четырех тысяч зрителей), начали воровать овощи с прилегающих к парку участков и бросать их в соперников «Хотспурс» [9. С. 104].

Таким образом, болельщики постепенно стали превращаться в своеобразных участников матчей. В результате в Великобритании уже до начала Первой мировой войны «профессиональный футбол ассоциировался в первую очередь с беспорядками, которые устраивали зрители. Зачастую жестокие противостояния между болельщиками двух местных команд становились нормой, равно как и ситуации, когда зрители выбегали на поле, – эта тактика применялась ими для того, чтобы остановить игру, если их команда проигрывала. Иногда люди просто выходили на поле во время перерыва и отказывались покинуть его, так что игру приходилось прекращать. Еще одной проблемой стали участвовавшие случаи нападения на игроков и судей – и это печальное обстоятельство сильнее других беспокоило Футбольную ассоциацию». Согласно имеющимся у Д. Бримсона данным, за период между 1894 и 1914 гг. судьи представили в Футбольную ассоциацию 238 отчетов о серьезных беспорядках во время матчей» [9. С. 104, 105]. В Ирландии, начиная с 1913 г., на футбольных матчах произошло несколько беспорядков, вызванных религиозными разногласиями [7. С. 47].

Однако данные проблемы носили пока еще локальный характер. Футбол как важный элемент европейской культуры продолжал развиваться, и эпоха после Второй мировой войны ознаменовалась расцветом футбольного боления как социального явления. «В послевоенный период Англия переживала футбольный бум. Посещаемость матчей достигла пика в 1948–1949 гг. – тогда она составила более 41 млн человек. На трибунах появлялось все больше и больше женщин, а порядок обеспечивали немногочисленные полицейские. Время от времени, конечно, случались стычки между фанатами, и иногда весьма жестокие, но таких ярких болельщиков было очень немного, а сама драка оставалась большой редкостью. В целом основные проблемы были связаны с игроками, судьями и выпивкой» [9. С. 105].

По мнению Д. Бримсона, послевоенный период, включая вторую половину 1960-х гг., стал золотым веком прежде всего британского футбола. «Это было время, когда футбол еще не знал дельцов от спорта, а матчи, которые проходили без каких-либо серьезных беспорядков, посещало огромное количество зрителей» [11. С. 101]. При этом огромные массы болельщиков на стадионах не создавали неразрешимых проблем ни для организаторов матчей, ни для правоохранительных органов. «До поры до времени болельщиков на стадионах не разделяли, так как их поведение пока не потребовало такой меры» [9. С. 115].

Однако уже в начале 60-х гг. появляются первые предпосылки к трансформации социальных практик в среде футбольных болельщиков. Трансляция матчей чемпионата мира 1962 г. в Чили впервые показала фанатам, как именно ведут себя их коллеги в других странах. «Все были потрясены, узнав, что на стадионе можно распевать песни, и стало ясно, что фанаты способны сыграть гораздо более активную роль. Не прошло и нескольких недель, как разрозненные болельщики организовались во множество небольших объединений. Начался еще один важный процесс: отдельные группы собирались на определенных участках местного стадиона и объявляли их “своими”. Почти всегда это были трибуны за воротами. Именно там собирались наиболее активные болельщики в день матча. Не только для того, чтобы распевать песни, но и для того, чтобы создавать общее настроение на стадионе... Фанатов тогда практически не разделяли, в этом просто не было серьезной необходимости, но у “поющих” групп стали появляться лидеры» [9. С. 108, 109]. В результате часть зрителей шла на стадионы не только (а иногда и не столько) для того, чтобы посмотреть, но и чтобы стать важной частью футбольного матча [3. С. 119]. Таким образом, в среде футбольных болельщиков формируются своеобразные «малые группы», претендующие на особый статус по сравнению с рядовыми болельщиками.

Однако именно эти более активные болельщики стали представлять для клубов определённую опасность. И очень скоро в среде футбольных болельщиков произошёл раскол. В середине 1960-х гг. трибуны английских стадионов примерно на 70% состояли из тех, кто отождествлял себя с футбольным насилием [12]. В связи с этим ливерпульский «Эвертон» стал первым клубом, чье руководство в ноябре 1963 г. приняло решение поставить за воротами специальные заграждения [9. С. 109]. «В середине 60-х... некоторые районы британских городов на время матчей превращались в запретные зоны, телевидение стало идеальной альтернативой для законопослушных футбольных фанатов. Просмотр матчей на малом экране был не только проще и дешевле, но и, в большей степени, безопаснее» [11. С. 17]. Вместе с тем развитие телетрансляций расширило социальный состав футбольных болельщиков за счёт сельских жителей, стариков, детей и женщин. Вслед за этим произошёл и рост женской аудитории на трибунах стадионов [13. С. 265]. «Феномен чисто мужских трибун начал уходить в прошлое, и этот процесс продолжается по сей день» [7. С. 155].

Одновременно с этим произошла политизация групп футбольных болельщиков. Для многих жителей Европы футбол стал едва ли не единственной сферой, где они могли продемонстрировать свой патриотизм [7. С. 111]. При Франко только на стадионах клубов «Атлетик» из Бильбао и «Реал» из Сосьедада баски могли выражать свою национальную гордость, не опасаясь угодить в тюрьму [8. С. XIV]. В Италии в конце 60-х гг. XX в. зародилось и на

волне политического протеста окрепло движение «ультрас». «Политика занимала центральное место в движении ультрас с самого его зарождения в конце 1960-х гг. Основной причиной такого положения дел в послевоенной Италии стало довольно быстрое распространение политического конфликта на все сферы жизни общества, включая спорт. В футболе же политические разногласия привели к тому, что одни команды стали считаться левыми, а другие – правыми, в зависимости от социального статуса их сторонников» [11. С. 199]. Например, среди болельщиков «Милана» преобладают представители левой части политического спектра, тогда как среди фанатов миланского «Интера» больше консерваторов и сторонников правых взглядов [14].

Владелец «Милана» Сильвио Берлускони использовал футбол в политической борьбе. Фан-клубы «Милана» превратились в партийные ячейки его партии «Вперёд, Италия!» [8. С. 173]. При этом политические институты иногда используются для решения болельщиками своих проблем. Так, в 1990 г. группа болельщиков лондонского «Чарльтона» создала политическую партию «Вэлли» (с единственной целью – возвращение на одноименный родной стадион), в 1991 г. набрала на местных выборах более 14 000 голосов и добилась своего [7. С. 307].

Пожалуй, именно политизация движения футбольных болельщиков способствовала изменению характера социальных связей в их среде. «Еще одним политическим аспектом в деятельности ультрас с самых первых дней их существования стала организация членства. Это позволяло группировкам развиваться в нечто большее, чем в простое объединение фанатов. Они становились настоящими общественными организациями, основной целью которых была поддержка любимой команды» [11. С. 200, 201]. «Ультрас во всех интервью описывали своё фанатское существование как вовлечённость и увлечённость, как работу, на которой они будут сосредоточены» [3. С. 124].

Усиление степени организованности футбольных болельщиков влекло за собой и трансформацию их социальных практик. «Фанаты “Торино” первыми оставили свой след в истории итальянского футбола, устраивая практически на каждом матче пестрые театрализованные представления. Следствием этого почина стало появление групп ультрас при всех крупных клубах, и, с учетом опыта английских фанатов и итальянской трибунной культуры, начал быстро формироваться новый стиль поддержки любимых команд» [11. С. 210].

Это предполагало большую дисциплинированность болельщиков в процессе поддержки своих команд. «Подготовка к матчу начинается за неделю. Члены группировок встречаются и решают, какие и когда будут петь песни, каких игроков поддерживать, а каких поносить. Они распределяют роли и репетируют своё поведение на стадионе» [7. С. 236]. «Буквально каждый фанат знал, с чем ему следует прийти на стадион – с

барабаном, дудкой, флагом или транспарантом. Этот военный стиль нашел свое отражение в названиях и символике групп, которые выбирались с целью навести ужас на противников, возможно еще не привыкших к такому милитаристскому стилю поддержки» [11. С. 211]. Подобные процессы привели к необходимости большей степени идентификации «активных болельщиков» – у различных групп ультрас появилась своеобразная униформа: камуфляжные военные куртки и брюки, кепки с банданами, повязанными вокруг шеи так, чтобы их легко можно было в случае стычки натянуть на лицо [11. С. 200]. С середины 1970-х гг. понятие «болельщик» всё более вытесняется понятием «футбольный фанат» [3. С. 119].

Однако подобная нацеленность на конфликт не устраивала руководителей европейского футбола. Так, Федерация футбола Италии провозгласила день 21 декабря 1975 г. «днем дружбы» с тем, чтобы фанаты забыли о прежних конфликтах и начали заново строить свои отношения. «Можно сказать, что в некоторой степени эта акция увенчалась успехом, который во многом был обусловлен спадом в деятельности различных политических движений в середине 70-х» [11. С. 204].

При этом численность футбольных болельщиков постоянно росла. «По мере роста популярности самого футбола появлялись все новые футбольные клубы, в которые вступали новые люди. Практически в каждом городе было место, где болельщики могли пообщаться, удовлетворить своё любопытство, реализовать потребность поспорить. Особую активность фанаты проявляют после крупных футбольных матчей, причем такие дебоши случаются как в случае проигрыша, так и в случае победы своей команды» [15].

Всё более массовый характер стала приобретать и активная поддержка своей команды на выездных матчах. У фанатов были деньги, поездки по стране не требовали больших затрат времени и средств, что привело к резкому увеличению числа болельщиков, следовавших за своим клубом в другие города [9. С. 109].

Судя по всему, явление массовой поддержки своей команды на выездных матчах напрямую связано с общим уровнем жизни в стране. Например, в относительно небогатой Испании массовые поездки болельщиков на выездные матчи не стали постоянным явлением. Единственное исключение делается раз в год для финала Кубка короля. «Если любимая команда туда пробивается, то в путешествие на решающую игру отправляются все, кто может, включая школьников младших классов и бабушек с солидным пенсионным стажем» [16. С. 5].

Общий уровень интереса к футболу в той же Испании является очень высоким. По мнению М. Угрюмова, «там невозможно жить, не интересуясь футболом. Если, допустим, ты пришел к руководству с какой-то своей проблемой, но не смог ответить на заданный тебе футбольный вопрос или просто поддерживать тему, к тебе никогда не будут относиться всерьез. Футболом в Испании пронизано все. Это – религия,

причем значительно более популярная, чем католицизм» [10. С. 8]. Аналогичные явления присутствуют и в других европейских странах. «Если ходишь на матчи правильной команды или носишь правильный галстук, ты можешь заключить выгодную сделку» [7. С. 126].

Футбольные клубы не могли более игнорировать столь массовое явление, которое сулило им дополнительные доходы, и стали участвовать в процессе организации боления не только на домашних, но и на выездных матчах. С увеличением количества людей, которых нужно было довести до места проведения матча, клубы стали арендовать вагоны в поездах, а потом, когда количество болельщиков еще более увеличилось, и целые составы. «Изначально «футбольные поезда» были средством передвижения, но за годы их существования они превратились в явление, рассматриваемое многими фанатами как неотъемлемая часть их жизни. Билеты стоили сравнительно дешево и даже старый поезд все-таки довозил до места назначения – а именно это болельщикам и было нужно. По иронии судьбы, «футбольные поезда» поначалу считались настоящим подарком для полиции, поскольку таким образом значительно упрощался контроль за передвижением фанатов по стране» [9. С. 115]. По мнению Г.А. Пильца, посещение выездных матчей превратилось в род регулярного туризма, а игра становится поводом для еще одной поездки всем футбольным братством [3. С. 116].

Массовая поддержка команды на выездных матчах и неумелые действия полиции трансформировали и социальные практики футбольных болельщиков. «Любители перемещаться поездами и электричками также зачастую ведут себя в пути неадекватно. Причем как по дороге туда, так и обратно, вне зависимости от того, победила или проиграла любимая команда. Поэтому их притормаживают уже на перроне, не поясняя, в чем дело и надолго ли их задержали. Иногда их просто не выпускают из поезда, который отводят на запасные пути... В итоге запертых в вагоне людей охватывал легкий приступ клаустрофобии, и они начинали громить что попало. Впрочем, этим они занимались и без помощи полиции, ведь, как известно, громить электрички – любимое развлечение фанатов, позволяющее скоротать дальнюю дорогу к стадиону» [6. С. 229].

Правоохранительные органы не могли не реагировать на подобные действия. «В семидесятые-восемидесятые самым ярким примером использования новых технологий стало применение “эскорта” для беспрепятственного доставления болельщиков на стадион и последующей их отправки на вокзал или автостоянку по завершении матча... Полисмены предусмотрительно блокировали их, закрывая дорогу собственными телами, собаками, лошадьми, и заботливо провожали фанатов от самого вокзала – автобусного или железнодорожного – до стадиона. Затем то же самое повторялось в обратном направлении. Весь этот процесс сопровождало невероятное напряжение, так как фанаты стояли буквально на голове во время поездок. Маршируя по

чужим улицам, точно армия захватчиков, особенно в таких городках, как Сток или Дербь, где местные всегда откровенно враждебны и уже заранее настроены на драку, они чувствовали себя самыми крутыми, и мощный приток адреналина был им обеспечен» [6. С. 199]. В результате для многих болельщиков чужими становились не только команда соперников и её болельщики, но и городская среда, которая подвергалась вандализму [16. С. 205]. Например, поражение Англии от Германии в полуфинале чемпионата мира 1990 г. привело к погрому автомобилей немецкого производства в Уортингге (Западный Сассекс) [7. С. 76].

Для большинства же законопослушных граждан поход на футбол стал превращаться в небезопасное мероприятие, что категорически не устраивало руководство футбольных клубов. «Когда клубы столкнулись с перспективой играть при полупустых трибунах, они осознали, что надо принимать меры. Первым клубом, решившим огородить отдельные сектора, стал «Ноттингем Форест». Это произошло в 1973 г., когда он вылетел во второй дивизион [покинул высшую лигу. – *О.Б.*], а средняя посещаемость в сезоне 1972/73 составила около десяти тысяч человек, хотя еще в предыдущем равнялась двадцати. С помощью двухметровых стальных заграждений, вмонтированных в бетонные блоки, трибуна «Трент Энд» была разделена на четыре секции, на которые можно было пройти только через специальные входы, тщательно охраняемые полицией» [9. С. 130]. Таким образом, футбольные болельщики оказались разделёнными на группы в зависимости от социальных практик, которые они считали для себя допустимыми.

Правоохранительные органы поддерживали подобную дифференциацию болельщиков. «Однако самым важным шагом было разделение фанатов не на самом стадионе, а за его пределами. Теперь стало нормой, что полицейские сопровождали приезжих фанатов от вокзала до стадиона и обратно, а после матча их не выпускали со стадиона, пока окончательно не разойдется местная публика» [9. С. 134]. Кроме того, пабы после матча закрывались лишь ради того, чтобы гости того или иного города поскорее покинули его [6. С. 230].

В конце 1970-х гг. «болельщики разных команд уже были предусмотрительно разделены провололочной сеткой, растянувшейся паутиной по всему стадиону... и счет стычек, произошедших непосредственно на стадионах, пошел на убыль. Вспыхивавшие на трибунах инциденты удавалось гасить в огороженных секторах, а там, где не помогали перемычки, в борьбу вступали вспомогательные, вооруженные дубинками части. Главное – конфликт удавалось подавлять на относительно небольшом пространстве, обнесенном барьером» [6. С. 200].

Подобное развитие событий вполне устраивало и «активных болельщиков». «Семидесятые-восьмидесятые были просто невероятными временами для тех из нас, кому футбол imponировал своей чисто спортивной стороной и сплоченностью игроков. Фактически слова «футбол», «коллектив», «сообщество» всегда были подозна-

тельными синонимами, подразумевающими возможность совместно путешествовать, доказывать свою силу и сплоченность при первом удобном случае, демонстрируя ее кому угодно. Так появились веселые компании, путешествующие за любимой командой и при малейшей возможности ищущие приключений себе на голову... Вот так и появилась эта отдушина или возможность добавить к нашему субботнему опыту некое инобытие, пребывание в новом и доселе невиданном мире в совершенно иной роли, отличной от всего, что довелось ощущать прежде. Внезапно мы обзавелись своей формой, знаками различия, отделявшими нас от остального, реального и будничного мира. Появились лейблы определенных фирм, «своя» музыка и даже прически...» [6. С. 146, 147].

Всё это сопровождалось жестким противостоянием большинства болельщиков с правоохранительными органами. «Любой фанат, ездивший в то время по стране, понимал, что его злейшим врагом стала полиция. В ее глазах любой болельщик был потенциальным хулиганом, и полицейские могли спокойно оскорбить или ударить любого фаната, выступая при этом от имени закона» [9. С. 140].

Различные группы болельщиков выбрали разную тактику противостояния с полицией. Казуалы «стали выезжать на гостевые игры на обычных поездах, чтобы не сразу попадать на стадион, а иметь возможность погулять по городу и покрасоваться перед местной молодежью. Такой подход оказался довольно эффективным и в плане введения в заблуждение полицейских. Они по старинке отслеживали прибытие автобусов и специальных составов, выделенных под болельщиков, но только не обычных поездов. Внимание властей по традиции привлекали скинхеды, разукрашенные в цвета своих клубов, тогда как казуалы, никогда не являвшиеся сторонниками традиционной фан-культуры, не носили ничего такого, что выдавало бы их клубные пристрастия. Это привело к возникновению определенных проблем в клубах с уже устоявшимся стилем поведения их фанатов, так как нежелание носить цвета своей команды до поры до времени считалось малодушием» [11. С. 116, 117].

В результате самым заметным социальным явлением стали именно те болельщики, которые допускали для себя противоправную деятельность. В конце 1970-х – начале 1980-х гг. довольно успешная игра английских клубов в еврокубковых турнирах привлекала все большее количество британцев, желавших посмотреть игру своих земляков на выезде. Флагманами английского выездного движения стали фанаты «Ливерпуля», которые постепенно стали прививать европейцам свой стиль поддержки клуба, включая побоища и погромы во всех городах, где волей жребия выпадало играть их клубу [18]. «Моб» болельщиков «Chelsea Headhunters» численностью 30–50 человек даже организовал свой «общак», чтобы без проблем ездить на выездах. «Если простые болельщики приезжают максимум за несколькими часами до игры, то мобы появляются в чужом городе

достаточно рано – иногда за сутки, и занимают позиции – пабы и кафе, в которых обычно собираются фанаты команды соперника. Они курсируют по всему городу, вселяя нотку страха в своих соперников» [19]. Голландские фанаты, став непосредственными свидетелями совершенно новых форм поддержки, стали копировать своих английских коллег [11. С. 20].

Однако после трагических событий, произошедших в 1985 г. на бельгийском стадионе «Эйзель», где на финальном матче Кубка европейских чемпионов между клубами «Ювентус» и «Ливерпуль» в результате футбольных беспорядков погибли 39 болельщиков, ФИФА предписала ограничивать вместимость стадиона исключительно сидячими местами, ввести жёсткий контроль за продажей билетов и проходом зрителей на трибуны [13. С. 120].

Английские власти провели ряд успешных полицейских операций, в результате которых некоторые хулиганские группы прекратили свое существование. Другие фанаты, уже принимавшие активное участие в массовых беспорядках, возвращались к нормальной жизни, придя в шок от увиденного на экранах своих телевизоров [11. С. 39].

Определённую роль сыграл и разброс игр в промежутке с пятницы по понедельник. «Раньше они собирались в дорогу в пятницу, в субботу смотрели игру и вечером гуляли по кабакам, а в воскресенье, счастливые и довольные, возвращались по домам» [3. С. 127]. Дробление же игрового дня привело к расколу в традиционных фанатских группировках. «Но самым важным последствием стало осознание и обществом, и полицией, что не все футбольные фанаты – хулиганы, что большинство из них – обычные люди. В результате отношение к ярым болельщикам существенно изменилось и полиция стала менее агрессивно обращаться с ними» [9. С. 169].

При этом футбольные клубы не всегда довольны снижением градуса поддержки. Например, лондонский «Арсенал» выпустил плакаты с просьбой самым шумным болельщикам собираться в определённой части стадиона, а «Тоттенхэм» и «Манчестер Юнайтед» – кричать как можно громче [7. С. 30].

Однако в других европейских странах, особенно оказавшихся в ситуации социально-политического кризиса, события развивались по иному сценарию. В частности, политизация футбольного боления произошла в Югославии. «В конце 1989 г. загребское “Динамо” отправилось в гости в Бая Луку, где впервые в истории Югославии болельщики были атакованы полицией и изгнаны со стадиона из-за демонстрации хорватской национальной атрибутики» [11. С. 343]. В свою очередь болельщики белградской «Црвены Звезды» во время матчей размахивали плакатами с изображениями сербских православных святынь и ультранационалиста Вука Драшковича под лозун-

гом «Сербия, а не Югославия». Во время матчей между сербскими и хорватскими командами болельщики пели песни о военных преступлениях противника, а первое за 50 лет столкновение югославских этнических групп произошло в ходе матча между «Динамо» и «Црвеной Звездой» [8. С. 10, 13]. «Аркан, известный лидер Сербской добровольческой гвардии, в довоенное время долгие годы возглавлял хулиганское движение на матчах белградской «Црвены Звезды», а с началом военных действий сформировал собственный отряд, состоявший исключительно из участников его фирмы «Делие». Говорят, что во время войны отряды обеих сторон устроили настоящую охоту за лидерами хулиганских группировок соперников с одной лишь целью – свести старые счеты» [11. С. 338]. При этом болельщики принесли на фронт и свои песни, лишь слегка изменив слова. «Делие» сыграло значительную роль и в свержении в 2000 г. С. Милошевича [8. С. 16, 22].

В результате на сегодняшний день футбольные фанаты в европейских странах представляют собой достаточно многочисленную социальную группу, состоящую из разнообразных «подгрупп» со своими критериями членства, маркерами идентичности и социальными практиками. Футбольное боление как явление современного европейского общества преодолело национальные границы и достаточно успешно функционирует в качестве как минимум общеевропейского явления.

Рынок товаров и услуг, связанный с футболом, образует солидный экономический сегмент, заставляющий футбольные клубы считаться с болельщиками как с весомым источником пополнения клубного бюджета. При этом снижение уровня насилия на стадионах позволяет найти свой товар (услугу) на этом рынке людям разных потребностей и доходов.

Футбольные болельщики обладают и значительным политическим потенциалом, который пока использует только некоторыми партийными лидерами. Однако на сегодняшний день это явление развито относительно мало из-за слабой управляемости фанатами со стороны официальных структур.

Социальные связи внутри данной группы представляются достаточно устойчивыми и в значительной мере определяющими положение человека в социальной структуре общества. Можно говорить о важности данного элемента социального статуса человека как для определения его положения в обществе, так и для перспектив его социальной мобильности.

Для футбольных фанатов характерно и своё особое мировоззрение, отличающее их от других категорий населения современной Европы. Стереотипы поведения футбольных болельщиков во многом определяют их деятельность не только непосредственно в ходе матчей, но и в период между ними.

ЛИТЕРАТУРА

1. Цифры // Спорт-экспресс. 19.04.2014.
2. Шаинский Е. За Швайни и Клозе болели даже в яслях // Спорт-экспресс. 15.07.2014.
3. Пильц Г.А. Футбол – это наша жизнь: перемены и процессы дифференциации культуры футбольных фанатов // Логос. 2009. № 6.

4. Гирин Д. В котле традиций // Спорт-экспресс. 08.05.2013.
5. «Боруссия» – № 1 в Европе по посещаемости // Спорт-экспресс. 21.07.2014.
6. Бримсон Д. Убийцы футбола. СПб., 2007.
7. Бримсон Д., Бримсон Э. Англия, моя Англия. СПб., 2007.
8. Фоер Ф. Как футбол объясняет мир. М., 2006.
9. Бримсон Д. Бешеная армия. Облик футбольного насилия. СПб., 2009.
10. Угрюмов М. «И тогда сэр Алекс пригласил меня в Манчестер» // Спорт-экспресс. 09.06.2014.
11. Бримсон Д. Фанаты. СПб., 2005.
12. Социальная сеть фанатов России. URL: <http://rusfan.ru/posts/47813>, свободный (дата обращения: 04.04.2014).
13. FIFA 100 лет. Век футбола. М., 2005.
14. Сайт болельщиков футбольного клуба «Милан». URL: http://fanacmilan.com/index/milanskoe_derbi/0-61, свободный (дата обращения: 25.05.2014).
15. Футбольные болельщики – субкультура и фотографии. URL: <http://alt-sector.net/2903-futbolnye-boleishhiki-subkultura-i-fotografii.html>, свободный (дата обращения: 04.04.2014).
16. Вишневский А. «Барса»: потеряно всё, кроме Кубка. «Реал»: потерял только Криштиану // Спорт-экспресс. 16.04.2014.
17. Богданова М.А. Институт спорта: социокультурная динамика. Ростов-на-Дону, 2013.
18. Футбольные хулиганы // Википедия – свободная энциклопедия. URL: http://ru.wikipedia.org/wiki/Футбольные_хулиганы, свободный (дата обращения: 25.05.2014).
19. Сайт болельщиков ФК «Челси». URL: <http://chelseablues.ru/index/menedzhment/0-13>, свободный (дата обращения: 04.04.2014).

Baev Oleg V. Kemerovo State University (Kemerovo, Russian Federation). E-mail: baev-ov@rambler.ru

FOOTBALL FANS IN EUROPEAN COUNTRIES.

Keywords: football; Europe; fans; social connection.

82% of adult Europeans are «somehow» interested in football, and 25% show «greater interest» in it. As a result, in contemporary Europe football fans represent a numerous enough company and an active social group which needs a detailed analysis. Most football fans are identified and identify themselves with a football club which has gained their confidence. In England a certain football tradition was formed – «to support your local team». However, the intensity of social mobility diluted the uncertainty of fans' identification with the teams which were within their area of residence. However, constant social mobility growth (including territory mobility) made football fans identification with the local teams less possible. For example, during World War II many Londoners were evacuated outside of the capital but they continued to support their local teams. Later fans passed their love and support for the team to their children. As a result, there were fans supporting the team from the region they did not live in; they supported the team from the location their parents and grandparents had lived in. Besides, some football fans (especially those from the regions without football teams or teams with low rating) identify themselves with the leading football clubs. This can also be explained by the spread of television that allowed fans to watch the game being far from the team location. Therefore, football fans from European countries now represent a numerous social group consisting of diverse subgroups with their own member criteria, identity markers and social practice. Support for the football team as a contemporary European society phenomenon crossed the national borders and functions as a phenomenon of the at least the whole of Europe. The market of trade articles and services concerning football forms a considerable economic segment making football clubs think of football fans as of a significant money enrolling resource. Violation level decrease allows people of different income to find target goods and service. Football fans have a certain political power which is used by certain political party leaders. Nowadays it has not yet been widely spread because of low control over the fans on the part of the officials. Social connections within the given group are thought of as stable enough and they largely define the status of a person in the society structure. One can speak of this as a very important element for social status identification and social mobility perspectives. Besides, football fans are characterized by a specific world view making them different from other modern European population categories. Football fans behavior stereotypes largely define their activity during matches and in the intervals between the matches.

REFERENCES

1. Tsifry [Numbers]. *Sport-ekspress*, 2014, 19th April.
2. Shainskiy E. Za Shvayni i Klose boledi dazhe v yaslyakh [Schweiny's and Klose's fans from the manger]. *Sport-ekspress*, 2014, 15th July.
3. Pil'ts G.A. Futbol – eto nasha zhizn': peremeny i protsessy differentsiatsii kul'tury futbol'nykh fanatov [Football – is our life: changes and processes of differentiation of football fans' culture]. *Logos – Logos*, 2009, no. 6.
4. Girin D. V kotle traditsiy [In the cauldron of traditions]. *Sport-ekspress*, 2013, 8th May.
5. «Borussiya» – № 1 v Evrope po poseshchaemosti [“Borussia” – № 1 in Europe for attendance]. *Sport-ekspress*, 2014, 21st July.
6. Brimson D. *Ubiytsty futbol* [Kicking Off: Why Hooliganism and Racism are Killing Football]. Translated from English by A. Dunaevskiy. St. Petersburg: Amfora Publ., 2007.
7. Brimson D., Brimson E. *Angliya, moya Angliya* [England, my England]. Translated from English by K. Atarova. St. Petersburg: Amfora Publ., 2007. 329 p.
8. Foer F. *Kak futbol ob'yasnyayet mir* [How soccer explains the world: An unlikely theory of globalization]. Translated from English by G. Sakhatskiy. Moscow: Olimp-business Publ., 2006. 272 p.
9. Brimson D. *Beshenaya armiya. Oblik futbol'nogo nasiliya* [Barmy Army. The Changing Face of Football Violence]. Translated from English by A. Stepanov. St. Petersburg: Amfora Publ., 2009. 304 p.
10. Ugryumov M. “I togda ser Aleks priglasil menya v Manchester” [“And then Sir Alex invited me to Manchester”]. *Sport-ekspress*, 2014, 9th June.
11. Brimson D. Fanaty [Eurotrash: The Rise and Rise of Europe's Football Hooligans]. Translated from English by S. Varlamov. St. Petersburg: Amfora Publ., 2005. 384 p.
12. *The social network of Russian fans*. Available at: <http://rusfan.ru/posts/47813>. (Accessed: 4th April 2014). (In Russian).
13. *FIFA 100 let. Vek futbola* [100 years of FIFA. The century of football]. Moscow: Makhaon Publ., 2005. 311 p.
14. *The website of “Milan” football fans*. Available at: http://fanacmilan.com/index/milanskoe_derbi/0-61. (Accessed: 25th April 2014).
15. *Futbol'nye boleishhiki – subkul'tura i fotografii* [Football fans – subculture and photos]. Available at: <http://alt-sector.net/2903-futbolnye-boleishhiki-subkultura-i-fotografii.html>. (Accessed: 4th April 2014).
16. Vishnevskiy A. “Barsa”: poteryano vse, krome Kubka. “Real”: poteryan tol'ko Krishtianu [“Barsa”: lost everything except the Cup. “Real”: only lost Cristiano]. *Sport-ekspress*, 2014, 16th April.
17. Bogdanova M.A. *Institut sporta: sotsiokul'turnaya dinamika* [The institute of sports: sociocultural dynamics]. Rostov-on-Don: Southern Federal University Publ., 2013. 341 p.
18. *Futbol'nye khuligany* [Football hooligans]. Available at: http://ru.wikipedia.org/wiki/Futbol'nye_khuligany. (Accessed: 25th May 2014).
19. *The website of FC “Chelsea” fans*. Available at: <http://chelseablues.ru/index/menedzhment/0-13>. (Available at: 4th April 2014).