**Футбольные фанаты как часть общества**

Работу подготовил

Москва, 2005 г.

**Введение.**

В течение более чем трех лет я довольно тесно связан с таким социальным явлением как футбольный фанатизм и оказался свидетелем его бурного развития. За эти годы этот объект развивался довольно бурно, поэтому с ним происходило множество различных изменений. Тем не менее, по непонятным причинам этот объект не вызвал серьезного научного интереса со стороны российских социологов. Поэтому цель моего исследования будет сравнить развитие футбольных фанатов в России и в Британии. К задачам будет относится анализ причин возникновения такого явления, как футбольные фанаты. В методы исследования будет входить теоретический анализ, синтез, сопоставление.

В данном вступлении мне хотелось бы определить круг понятий, используемых в работе, для того чтобы в дальнейшем читателю было ясно, что имеется в виду в том или ином случае.

Прежде всего, необходимо прояснить вопрос о том, кого считать футбольным фанатом, а кого просто болельщиком. Этот вопрос весьма спорен и окончательно не прояснен даже у самих фанатов. Тем не менее, существует несколько критериев отнесения болельщика к числу фанатов. Во-первых, активное посещение домашних матчей команды. Во-вторых, ежегодное совершение нескольких выездов в другие города. В-третьих, знание и принятие субкультуры футбольных фанатов. В- четвертых участие в околофутбольных событиях. На основании этих критериев и совершается разделение между фанатами и простыми болельщиками.

Социальное явление, которое можно назвать футбольным фанатизмом, вполне возможно и даже необходимо изучать с разных позиций. На мой взгляд, целесообразно рассмотреть футбольных фанатов как минимум с трех позиций: как общественное движение, как социальную группу и как носителей специфической субкультуры – что я и попытаюсь сделать в этой работе.

Термин "фан-движение" будет употребляться мною в 2 смыслах. Во-первых, при обозначении общественного движения, поддерживающего какой-либо конкретный футбольный клуб. А, во-вторых, при обозначении общероссийского фан-движения, объединяющего в себе всех фанатов, вне зависимости от того, какой клуб они поддерживают и в каких отношениях с фанатами остальных клубов находятся.

Каждое фан-движение состоит из определенного числа сформировавшихся групп (в дальнейшем я буду их называть фан-группами, либо «фирмами», бандами) и значительного числа неорганизованных фанатов. Фан-группы, как правило, состоят из 15-30 человек, выполняющих определенный набор ролей и подчиняющихся определенным нормам. Подавляющее большинство групп имеет так называемый "устав", в котором определены обязанности члена фан-группы, при несоблюдении которых он из этой группы исключается. Впрочем, пока эти требования не слишком жесткие, и даже если фанат нарушает эти правила, но находится в хороших отношениях с остальными членами этой фан-группы, то санкции по отношению к нему вряд ли будут применены.

Неорганизованные фанаты ни в каких группировках внутри движения не состоят, но тем не менее, оказываются охваченными социальными сетями, участвуют в значительной части репертуара коллективных действий и, таким образом, не выпадают из движения.

И, наконец, существует общая для всех российских фан-движений субкультура. Ее центральным компонентом, на мой взгляд, служат специфические практики, но об этом речь пойдет чуть позже. Безусловно, существует определенная специфика у каждого конкретного фан-движения, поддерживающего тот или иной российский клуб, но все они укладываются в рамки общей субкультуры футбольного фанатизма.

Кстати, именно субкультура и стала основной причиной появления фан-движения в России, которое возникло именно для того, чтобы воспроизводить данную культурную традицию. Поэтому можно сказать, что субкультура – ключевой момент, основание такого явления как футбольный фанатизм.

Итак, завершив это необходимое вступление, можно приступить к непосредственному рассмотрению футбольного фанатизма в современной России и Европе.

**1.1 Фанатское движение в России.**

Прежде всего, следует определить, что именно понимается под футбольным фан-движением и футбольными фанатами. Было бы ошибкой считать футбольными фанатами, только так называемые группы футбольных хулиганов, это означало бы значительно сузить изучаемое явление и сразу пометить его отрицательным ярлыком.

Футбольными фанатами в данном исследовании предлагаю называть ту часть футбольных болельщиков, которая придерживается определенной специфической субкультуры (нормы и ценности, специфические практики и символика и т.д.) и действует в соответствии с ней. Следовательно, в таком случае фан-движение – это среда, в рамках которой воспроизводится специфическая субкультура.

Реально о существования фан-движения в России, которое являлось бы носителем определенной субкультуры, можно говорить с 70-х годов 20 века. В то время появились первые фан-группы, постоянно совершающие определенный набор практик: выезды на матчи, специфическое поведение на стадионе и прочее. Они использовали специальную символику, появился сленг и другие атрибуты субкультуры. Правда, фан-движение не стало массовым, из-за сильного сопротивления со стороны традиционной культуры общества, которая, в силу своей моностилистичности, не принимала отклонений от традиционных практик, ценностей и т.д.

Активное противодействие этому явлению со стороны социальных институтов советского общества, из-за его несоответствия традиционным культурным стереотипам, локализовало новое социальное образование и численно, и территориально. Территориально фан-движение ограничилось рядом крупных городов: Москва, Ленинград, Киев и др., а численно не превышало нескольких сотен человек. Однако надо отметить, что все лидеры современного фан-движения начинали именно в это время, что и создало им авторитет в фан-движении.

Новое молодежное увлечение коммунистические власти сочли “чуждым советскому обществу”. Реакция их была соответствующей – “Запретить!”. Фанатов целыми секторами удаляли со стадионов не только за речевки, но даже за хлопки (!) в поддержку своей команды, а зрителям разрешалось вскакивать со своих мест только после забитых голов. На вокзалах милиционеры отнимали у едущих на футбол в другой город молодых людей билеты на поезда. Фанатов исключали из комсомола и из институтов, таким образом ставя крест на их дальнейшей карьере. Наконец, после “Хаарлема” (название этого голландского клуба стало для нас символом трагедии, произошедшей 20 октября 1982 года, когда на матче Кубка УЕФА с участием “Спартака” погибло по официальным данным 60, а по неофициальным около 300 болельщиков. Но это отдельная скорбная тема). милицейские репрессии достигли своего пика. Значок на куртке мог стать причиной недопущения на стадион, не говоря уже о “совершенно криминальном” шарфе. И такие абсурдно-драконовские меры дали свои плоды – на трибунах советских стадионов воцарилась тишина. Но и в условиях тотального пресса советские фанаты продолжали существовать, хотя и в значительно поредевшем составе.

После распада советского общества фан-движение стало расширяться. Связано это с целым рядом факторов.

Во-первых, переход от моностилистического типа культуры к полистилистическому. Общество стало более терпимо к отклонениям от традиционных ценностей и практик, что создало российскому фан-движению новые возможности.

Во-вторых, информационная открытость российского общества. На Западе фан-движение развивалось чрезвычайно бурно, но в советский период истории нашего общества, граждане практически ничего об этом не знали, фанаты западных клубов остерегались поездок в Советский Союз, поэтому фан-движение развивалось в информационном вакууме. По мере демократизации общества российское фан-движение получало все больше информации о фан-движении в других странах, и значительно возросло количество контактов с фанатами других стран. Все это способствовало повышению интереса к новому социальному явлению, и, следовательно, сделало его более популярным и массовым.

И, в-третьих, развитию фан-движения способствовало развитие других общественных движений и субкультур, представители которых впоследствии включались в фан-движение.

В постсоветском этапе развития фан-движения следует выделить 2 этапа. Первый охватил временной этап с конца 80-х годов по 1994-1995 годы.

В это время рекрутирование ресурсов происходит непосредственно в рамках фан-движения. Все они пытаются издавать собственную фан-литературу, но поскольку в этот период они практически не имеют финансовых ресурсов, то эти издания быстро закрываются. В это же время происходит адаптация западной субкультуры фанатизма к российским условиям, интериоризация культурных норм и стереотипов.

Несмотря на то, что фан-движение по-прежнему остается территориально локализованным по сути лишь в 2 городах (Москва и Санкт-Петербург), оно прибавляет численно. Численность фанатов стала измеряться несколькими тысячами человек (пожалуй, около 5-7 тысяч), наиболее крупные фан-группы были у московских команд: "Спартак", "ЦСКА", "Динамо".

Второй этап начался после 1995 года и продолжается до сих пор. Фан-движение столкнулось с тем, что возникают проблемы с мобилизацией ресурсов, прежде всего людских. Происходит реструктуризация фан-движения. Помимо рекрутирования в рамках фан-движения начинается процесс создания фан-групп и рекрутирования в рамках фан-групп.

Преимущество создания малочисленных группировок в том, что в таких группах значительно теснее коммуникации, потому подобные образования более жизнеспособны. Кроме того, члены фан-групп, чувствуют себя более защищенными от нападок со стороны представителей враждебных фан-движений, милиции или "дедовщины" собственных "соратников". У фан-движения появляются определенные финансовые ресурсы, так как многие фан-движения находят поддержку у руководства клубов, а также формируется система членских взносов в рамках фан-групп.

Однако подавляющее большинство фанатов не входят в фан-группы. Поскольку субкультура к этому времени уже достаточно развита, то это не составляет для них особой проблемы – они могут быть в курсе всех событий, происходящих в фан-движении, благодаря развитой системе коммуникаций (периодические СМИ фан-движений, Интернет и т.д.), участвовать практически во всех коллективных практиках и не чувствовать себя ущемленными.

Если говорить о лидерстве и авторитете в среде футбольных фанатов, то авторитет фаната зависит, прежде всего, от числа совершенных "выездов". Существует специальная иерархия выездов – чем дальше, тем почетнее – кроме того, существуют еще "двойники", "тройники" (выезд в 2 или 3 города подряд без заезда домой). Если на выезд едет мало фанатов, то это также повышает их авторитет. Например, общефанатскую известность получили фанаты Крис и Зигзаг, которые вдвоем добрались до Владикавказа и, вдобавок, умудрились попасть в сюжет НТВ. Лидер фанатов «Динамо» Команча совершил 107 выездов, а у болельщика с огромным стажем Жени Нечая около 170. Таких кто накатал более 100 выездов единицы. Также на авторитет фаната влияют и некоторые другие факторы, о которых речь пойдет позже.

Фан-движение в настоящий момент расширилось и численно, и территориально. Практически во всех городах, имеющих свои клубы в высшем футбольном дивизионе и у ряда клубов первого дивизиона, появляются фан-движения, исключением стоит «Алания» из Владикавказа, это обусловлено менталитетом жителей Кавказа. Наиболее крупные региональные фан-группы находятся в Волгограде, Ярославле, Самаре и т.д. Правда, крупными их можно назвать только относительно прочих региональных фан-групп, так как их численность не превышает нескольких сотен человек.

Если попытаться оценить численность общероссийского фан-движения, то она составляет примерно 45-50 тысяч человек. По конкретным командам это распределено так: "Спартак" (Москва) – около 15 тысяч, "ЦСКА" (Москва) – около 10 тысяч, "Динамо" (Москва), "Зенит" (Санкт-Петербург) – 6-8 тысяч, "Торпедо", "Локомотив" (Москва) – 2-3 тысячи.

Кроме того, у фан-движения существует огромный резерв в лице тех, кто в данный момент не является фанатом, но является активным болельщиком. В качестве иллюстрации - ведущие российские футбольные команды ежегодно продают десятки тысяч клубных шарфов и множество другой клубной атрибутики. Таким образом, фан-движение этих команд ежегодно будет увеличиваться на несколько сотен человек, так как определенный процент из тех людей, кто покупает фанатскую атрибутику, рано или поздно станет футбольным фанатом.

Кроме того, фан-движение может резко увеличить свою численность в случае какого-то чисто футбольного успеха: выход в высшую лигу, победа в чемпионате, успешная игра в еврокубках и т.д. Наиболее характерные примеры такого рода московский "Локомотив" и Санкт-Петербургский "Зенит".

Московский "Локомотив" традиционно был наименее популярной московской командой, но удачные выступления в российском первенстве и европейских кубках существенно увеличили число его болельщиков и фанатов. То же самое и с "Зенитом". В то время когда "Зенит" выступал в первой лиге численность его фан-движения составляла всего несколько сотен человек, но как только он вышел в высшую лигу число фанатов сразу увеличилось в несколько раз и с тех пор постоянно растет.

Таким образом, к настоящему времени фан-движение стало по-настоящему массовым явлением, которое не ограничилось несколькими крупными городами, а постепенно распространяется по всей стране.

На более детальном примере разберем фанатское движение московского Динамо.

История бело-голубого фанатизма покрыта мраком. Практически нет очевидцев, способных ее пересказать. Надеемся, что выражение "Кто не помнит своего прошлого, у того нет будущего" не относятся к динамовскому фан-движению.

Доподлинно известно немного. Вот некоторые страницы истории динамовского фанатизма.

Его начало было положено в далеком 1976 году. Именно тогда впервые были замечены молодые люди в бело-голубых шарфах на Западной трибуне "Динамо". Тогда же были пробиты первые выезды. Считается, что именно бело-голубые стали первыми, кто сопровождал свою команду в другие города. Как и у любых московских фанатов, у них были благополучные для посещения города и города проблемные. К последним относились Вильнюс, Днепропетровск и традиционно враждебный к москвичам Киев. В Москве враждовали со спартаковцами. Их взаимная ненависть дожила и до наших дней. В то время динамовская "торсида" была немногочисленной. На Западной трибуне собиралось до ста человек. На выезды выбиралось около десятка. Тогда не существовало понятий "банда". Были просто группы, объединенные любовью к футболу и к своему клубу. Молодежь традиционно болела за "Спартак" или ЦСКА, не жалуя "Динамо". Болельщиков "Динамо" в те годы неофициально называли "КЛН", что означало "клуб любителей напиться". Была у них и эмблема: пивная кружка на фоне динамовского значка. Пили действительно много. Но никто по этому поводу не расстраивался. Западная трибуна представляла собой сплоченный, стабильный коллектив, десять лет не знавший ни спадов, ни подъемов. Первый подъем произошел в 1986 году, когда динамовская футбольная команда завоевала серебряные медали первенства СССР. Но продлился он недолго. Уже в 1988 году начался серьезный спад, затянувшийся до 1994 года. Его причины, видимо, кроются в том, что у динамовских фанатов отсутствовала связь поколений. Кто-то вырос, кто-то устал, многих забрали в армию. Не осталось смены. Конечно, трибуны не пустовали. Но по сравнению со спартаковскими фанатами они проигрывали на порядок прежде всего тем, что у бело-голубых не было сплоченной старой гвардии. Не оказалось и ярко выраженного лидера, который смог бы возродить движение. Так, в "Торпедо" в тот момент появился В. Петраков, поднявший буквально с самого дна черно-белый фанатизм.

Подъем же начался примерно в 1994 году. Возможно, повлияли победы хоккейного клуба в российском чемпионате, а возможно, и общий подъем фанатизма в стране. Постепенно народ стал возвращаться на сектора стадиона. Распад СССР привел к тому, что весь отечественный фанатизм оказался в глубоком кризисе. Армейские фанаты первыми вышли из него, явив тем самым пример другим. 9 сентября 1994 года они развесили на трибуне свой транспарант “RED-BLUE WARRIORS”(красно- синие воины). У динамовцев в тот момент ничего не было: ни группировки, ни, как сами понимаете, толкового названия. Поступок “армейцев” послужил своеобразным импульсом для динамовских болельщиков, он пробудил их ото сна и заставил действовать. После того матча группа активных молодых людей собралась, посовещалась и решила дать нашей зарождающейся бригаде подходящее название, то есть такое, которое во всех отношениях ассоциируется со славным именем “Динамо”. Так и подобрался небольшой ряд созвучных друг другу слов: “Динамо”-Динамит- Dynamite. BLUE-WHITE DYNAMITE(сине- белый динамит) - Данная организация объединяет в своих рядах горячих поклонников московского “Динамо”, которые страстно поддерживают свой клуб как в России, так и за рубежом. Руководитель Клуба болельщиков «Динамо» является Александр Шпрыгин по прозвищу Команча. Прозвище Команча получил по фильму "Вождь краснокожих" Первый выезд у него был в 1993-м году в Волгоград.

Затем путь "динамиков" лежал в Финляндию. В небольшом городе Пори динамовцы встречались с малоизвестной командой "Джаз". Там возник конфликт - приехавшие из России фанаты развернули свой транспарант "WHITE POWER" и предъявили публике свои кельтские кресты. В Финляндии все это считается проявлением нацизма, вследствие чего к динамовскому сектору подошли полицейские и представители местной антифашистской организации. В результате после продолжительных переговоров скандал был замят.

Фанатов московского "Динамо" мирными не назовешь никак. Они любят повторять: "Мальчиками для битья быть ни для кого не собираемся". Хотя сами кого-нибудь побить, в принципе, не против. Традиционными врагами бело-голубых всегда были спартаковские и торпедовские фаны и в 1999 году к ним добавились еще и питерцы, после того, как они у нас выиграли финал Кубка. Ну, с красно- белыми все понятно. Тут действует принцип: твой враг, мой враг. Ведь ни для кого не секрет, что динамики всегда тяготели к армейцам. Вместе участвовали в битвах, не раз поддерживая друг друга. Но в последние время отношения между болельщиками Динамо и ЦСКА холодеют, после того как в ЦСКА из Динамо перешло несколько ключевых игроков. Спартаковская “народность” нас просто раздражает. Каждый политик, каждая поп- «звезда» считают своим долгом заявить, что “Спартак” - венец творения. Эта реклама сделала свое дело, и теперь в глазах рябит от обилия красно-белого цвета. Но мы-то болеем не числом, а умением. Динамовские болельщики всегда были более интеллигентными, культурными и спокойными, чем поклонники так называемой “народной команды”. И уже в этом заключается элитность клуба.

**1.2 Фан-группы (фирмы, банды)**

Когда фан-движение становится по-настоящему массовым и достигает численности в несколько сотен или даже тысяч человек, то оно сталкивается с тем, что одинаковое общение между всеми фанатами становится невозможным просто физически. В это время происходит своеобразный распад фан-движения на фан-группы (банды, фирмы), куда входят наиболее активные фанаты.

Однако большая часть фанатов не входит в эти группы, предпочитает, например, совершать выезды вместе с теми людьми, с которыми находятся в приятельских или дружеских отношениях. Таким образом, фан-движение оказывается принципиально неоднородным по своему составу и состоит из разных групп.

Можно выделить 3 принципиально разные группы участников:

Во-первых, hooligan's. Так называемые hooligan's, или футбольные хулиганы - это наиболее активные и агрессивные члены фан-движения. Их численность невелика, по 20-30, реже 50, человек в фан-группе. В фан-движении может быть несколько таких банд. Они пытаются претендовать на роль своеобразной элиты фан-движения (основы). Это находит отражение даже в специальной символике. Вся их символика, как правило, именная, точнее номерная. Каждый фанат получает символику с определенным номером. В случае потери этой символики он подвергается санкциям, вплоть до исключения из своей фан-группы. У подобных фан-групп наиболее жесткие требования. Hooligan's обязаны ежегодно совершать большинство выездов, особенно в те города, фан-движения которых враждебны по отношению к ним и участвовать во всех драках.

В то же время, если кому-то из фанатов удается добыть атрибутику hooligan's враждебного фан-движения, то это резко повышает его престиж в собственном фан-движении. Такая символика (добытая в драках), принадлежащая вражеской фан-группе может носиться фанатом, добывшим ее. Сейчас в драках стараются отбить вражеский баннер(большое полотно с названием банды. Например- Gladiators, RBW, BWD, Capitals…).

Следом по иерархии располагаются члены фан-групп. Они также немногочисленны (20-40 человек) и обычно объединены по территориальному принципу: один населенный пункт или один район города (или микрорайон). Такие фан-группы обычно заказывают специальную символику и атрибутику, отражающие не только поддержку определенного клуба, но и принадлежность к данной фан-группе.

Чаще всего образование таких групп происходит по территориальному принципу, что естественно наиболее удобно в плане коммуникаций между фанатами. Например, фан-группу могут образовать жители пригородного поселка, поддерживающие команду "большого города", или жители городского микрорайона. Как правило, это те микрорайоны, которые достаточно автономны и ощущают свою "отдельность" от остального города.

А на нижней ступени располагаются так называемые "кузьмичи" или неорганизованные фанаты, не принадлежащие к фан-группам, но участвующие в деятельности фан-движения. Отношение к ним со стороны членов фан-групп отражает чувство превосходства. Но таких фанатов подавляющее большинство в любом фан-движении.

Эти фанаты пользуются обычной клубной символикой, находящейся в открытой продаже. Обычно они менее активны, чем фанаты, вступившие в группировки. У них нет никаких жестких обязательств относительно того, какие выезды и когда совершать, как поступать в тех или иных ситуациях. В тоже время они наиболее уязвимы в разного рода конфликтных ситуациях, например, во время выезда, когда они не могут рассчитывать на поддержку своей группы. В результате молодые фанаты почти всегда становятся жертвами "дедовщины" со стороны некоторых фанатов из группировок, как правило, hooligan's. Правда, обычно это ограничивается сбором определенной денежной "дани".

Рассмотрев вопрос иерархии членов разных фан-групп в фан-движении, следует затронуть вопрос о том, что собой представляют фан-группы, и как они функционируют.

Фан-группа обычно состоит из 20-30 человек, объединенных по принципу территориальной близости. Однако это отнюдь не исключает того, что в данной фан-группе может оказаться человек, живущий, например, на другом краю города. Для того чтобы попасть в фан-группу, необходимо получить рекомендацию от одного или двух (в разных группировках по-разному) членов группировки или фанатов, пользующихся авторитетом в фан-движении, но не являющихся членами данной группировки. Потом тебя и других новичков просматривают в «деле», а после этого могут взять в состав банды.

Большинство фан-групп имеют свой устав, частично регламентирующий действия фаната. Обычно уставом предписывается то, какое количество выездов в другие города должен совершить фанат, принадлежащий данной группировке. Иногда выезды подразделяются на "ближние" и "дальние", в таких случаях предписывается минимально обязательное количество "дальних" выездов.

Как правило, за каждым фанатом в группировке закрепляется своя социальная роль, так чтобы осуществлялись все необходимые для существования и развития группировки функции: организаторская, информационная, управление финансами группировки и т.д. Иногда это принимает комические формы, когда выдумываются совершенно нелепые функции только для того, чтобы каждому участнику было чем заняться.

Периодически устраиваются собрания членов группировки для обсуждения каких-либо актуальных вопросов, стоящих перед данной группой или всем фан-движением.

В некоторых группировках существует практика регулярных членских взносов, в других же постоянных выплат не существует, деньги собираются под целевые проекты: заказать для группировки специальную атрибутику, сделать транспарант и т.д.

Таким образом, фан-группа – это достаточно автономное образование внутри фан-движения и многие люди приходят не столько в фан-движение, сколько именно в фан-группу.

Существует даже такая фанатская байка, что однажды к старому фанату пришел человек и говорит, что он с приятелями хочет создать фан-группу. На вопрос фаната, сколько же их человек, он отвечает, что около 20, правда, 15 из них не знают футбольных правил и футболом, в общем-то, не интересуются. Это, конечно, всего лишь байка, но она имеет под собой определенные основания.

Действительно, одно время существовала заметная тенденция, что к фанатам пыталась прибиться обыкновенная городская шпана, которую прельщала возможность выйти на "качественно новый" уровень, формально став фанатом, реально не меняя своих привычек. Правда, такие люди либо отсеивались, либо действительно меняли свои привычки. Но чаще таких людей гнали подальше от своей Фан-группы, т.к. такие люди сегодня бьются за тебя, а завтра перейдут в стан врага.

**1.3 Общие замечания о субкультуре футбольных фанатов.**

В настоящий момент можно говорить о том, что не существует самостоятельных национальных субкультур футбольных фанатов. Да, существуют некоторая национальная специфика, те или иные практики, отличные от практик фанатов других стран, варианты сленга. Но все это, можно списать на различия разных народов в темпераменте, культурных традициях и т.д. Тем не менее, на мой взгляд, не стоит говорить о существенном, принципиальном отличии разных национальных фанатских субкультур.

Из-за широкого освещения футбола телевидением и прессой, а также в результате постоянных контактов фан-групп из разных стран, произошло создание общемировой фанатской субкультуры.

Россия практически не участвовала в процессе создания этой субкультуры. Фан-движение в России возникло в тот момент, когда эта субкультура уже существовала. Кроме того, можно говорить, что именно факт существования такой субкультуры и породил фан-движение в России. Оно возникло для того, чтобы воспроизводить эту субкультуру.

Таким образом, данное культурное явление стало на стадии своего возникновения почти 100-процентной культурной инсценировкой. В пользу этого тезиса можно привести целый ряд аргументов. Во-первых, в России до 70-х годов 20 века никогда не существовало какого-либо аналога данной субкультуры. Во-вторых, популяризация данной субкультуры связана, во многом, с деятельностью СМИ. До тех пор, пока субкультура футбольных фанатов не стала объектом интереса электронных СМИ, она развивалась слабо. По мере повышения интереса к ней, ее развитие становилось все более бурным. В-третьих, не случайно, что фан-движение в России зародилось в Москве и Санкт-Петербурге – в тех городах, которые наиболее восприимчивы к западным культурным явлениям и западному образу жизни. В-четвертых, провинция до сих пор слабовосприимчива к этой субкультуре. Фанатское движение в провинции до сих пор существует лишь в зародыше, даже в тех городах, чьи команды удачно выступают в национальном первенстве или в европейских кубковых турнирах. В-пятых, средний возраст участников 15-25 лет, то есть они наиболее восприимчивы к новой культуре и готовы к изменению культурных стереотипов. Число аргументов можно продолжить.

Хотя фан-движение в России возникло для того, чтобы воспроизвести уже существовавший культурный эталон, состав участников оказался принципиально другим, чем на Западе. Фан-движения на Западе объединяют людей, средний возраст которых около 26-40 лет, люди уже твердо стоят на ногах в этой жизни. Средний возраст российских фанатов 15-25 лет. Наверное, существует принципиально разная система мотивации участия, но это тема отдельного исследования. Правда, почти все лидеры намного старше по возрасту (начинали в 70-80-х годах).

Фанатская субкультура принципиально оппозиционна по отношению к общей культуре общества, так как нацелена на создание собственного стиля жизни, но не конфликтна. Редкие конфликты (столкновение фанатов с милицией), если и возникают, то, как правило, не по инициативе футбольных фанатов. Весь потенциал конфликта выплескивается внутри субкультуры, на другие фан-движения.

Если говорить о взаимоотношениях субкультуры футбольного фанатизма с другим субкультурам, например, музыкальными, то также заметна одна, вполне логичная закономерность. Субкультура футбольных фанатов оказалась вполне приемлемой для представителей целого ряда других субкультур: скинов, киноманов, алисоманов, панков и т.д. Как правило, это "агрессивные" субкультуры, предстаители которых предпочитают конфликтное существование с представителями других субкультур, с органами правопорядка, делают вызов обществу и т.д. Такое объединение вполне логично, так как субкультура футбольных фанатов также агрессивна, поэтому представители других субкультур чувствуют себя в ней также или почти также комфортно, как и в собственной субкультуре.

Особая тема – футбольные фанаты и национализм. В истории довольно много примеров тому, что фанаты многих команд близки к крайнему национализму или даже фашизму. Не исключение и российские фанаты, многие из которых поддерживают националистические идеи. В качестве свежего примера, реакция ряда фанатов на бомбовые удары НАТО по Югославии. Форма протеста была очень резкой (антиамериканские лозунги, сжигание флагов и т.д), а ради успеха этих акций объявили перемирие даже непримиримые враги – фанаты "ЦСКА" и "Спартака".

После этого вступления можно перейти к непосредственному рассмотрению субкультуры футбольных фанатов. В дальнейшей части работы речь пойдет об основных компонентах фанатской субкультуры: символика, сленг и коллективные практики.

**1.4 Символика и атрибутика фан-движения.**

Еще некоторое время назад фирменная клубная атрибутика была достаточно дефицитной вещью. В 70-80-х годах подавляющее большинство символики и атрибутики, используемой фанатами, была самодельной. Если сравнивать с 80 годами в Британии, то там считал модным нацепить на себя как можно больше клубных шарфов, шапку, футболку… В настоящее время в России производство футбольной атрибутики поставлено "на поток", поэтому можно встретить самую разнообразную символику и атрибутику. Поэтому имеет смысл выстроить некоторые типизации этой разнообразной атрибутики.

В основании первой типизации можно положить клубную принадлежность символики. В этом случае с точки зрения конкретного фаната символика и атрибутика разделится на четыре большие группы: 1) символика собственной команды, 2) символика дружественных фан-движений, 3) символика враждебных фан-движений, 4) символика фан-движений, с которыми фанаты данной команды никаких отношений не поддерживают. Таким образом, разные типы символики ассоциируются с разными эмоциями: от дружеской до враждебной. Поэтому с этой типизацией связан ряд правил, определяющий поведение фаната, например, его отношение к фанатам с символикой и атрибутикой других команд.

Ношение атрибутики какой-либо команды накладывает на ее владельца определенные обязательства и ответственность. Ношение символики может повлечь за собой как позитивное, так и на редкость негативное отношение к ее владельцу. Например если в Москве встретить человека в шарфе «Зенита», то это повлечет крайне негативную реакцию. Вплоть до физической расправой болельщика с берегов Невы. Обмен атрибутикой не очень приветствуется, поэтому допускается только между фанатами дружественных фан-движений.

Тема взаимоотношений фанатов различных команд очень любопытна. На данный момент отношения между фанатами разных команд еще не устоялись, поэтому агрессия направляется на разные команды. Например, фанаты "Зенита" сначала (лет семь назад) дружили с фанатами московского "Спартака". А напряженные отношения у них были с фанатами "ЦСКА" (фанаты "ЦСКА" и "Спартака" - непримиримые враги). На данный момент взаимоотношения фан-групп изменились на 180 градусов. Питерские фанаты "воюют" c фанатами "Спартака".

Также разный "вес" имеет разная атрибутика одной и той же команды. Здесь можно выделить три основные группы: 1) атрибутика "боевых организаций" – hooligan's, 2) атрибутика фан-групп, 3) общефанатская атрибутика. Первые две категории отличает то, что их нет в открытой продаже, и вся атрибутика изготавливается на заказ. Кроме того, как правило, это номерная символика, что формально должно усиливать ее индивидуальность. Общефанатская атрибутика находится в открытой продаже, но и у нее разный "рейтинг". Поскольку в продаже довольно много всевозможной атрибутики и она периодически меняется, то наиболее престижна та атрибутика, которая выпускалась раньше (желательно, чтобы ее выпуск в настоящий момент был прекращен).

В развитом фан-движении атрибутика достаточно разнообразна и придумать что-то новое очень сложно. Фигурируют клубные шарфы, футболки, кепки, шапки, десятки значков, флаги, колпаки немыслимых размеров и т.д. Однако, новые нестандартные ходы все же возможны. Кстати, именно благодаря появлению новой символики зенитовские фанаты получили обобщающую сленговую кличку. Зенитовский клуб первым в России начал выпускать полиэтиленовые пакеты с изображением коллективной фотографии игроков "Зенита", а зенитовские фанаты получили обобщающее прозвище "мешки".

Если же говорить о символике и символах, то это, прежде всего, напределенный набор и последовательностью цветов. И те клубы, у которых существуют серьезные традиции, стараются постоянно воспроизводить именно устоявшуюся клубную символику. Так, например, клубная форма и вся фанатская атрибутика московского "Торпедо" выдерживается в черно-бело-зеленых тонах, петербургского "Зенита" в сине-бело-голубых и т.д.

Для фанатов крайне важна такая стабильность, потому что любые изменения символики клуба вынуждает фанатов менять всю атрибутику, что дорого, трудоемко и может породить конфликты в фанатской среде. Кроме того стабильность клубных цветов – это не только стабильность в фанатской атрибутике, но и определенные традиции в субкультуре фан-движения, так как клубные цвета находят свое отражение, например, в фанатском фольклоре. Но об этом речь пойдет несколько позже.

Молодые провинциальные клубы обычно не имеют сложившихся клубных традиций, и поэтому они иногда позволяют себе радикально менять клубные цвета. Это, разумеется, создает дополнительные сложности фанатам этих команд. Кроме того, символами клуба могут стать имена знаменитых игроков и тренеров, защищавших цвета команды, особые места, неразрывно связанные с историей клуба (как правило, стадион) и т.д.

Кстати, любопытный пример на тему, что такое клубные традиции и к чему могут привести попытки их нарушить, продемонстрировало московское "Торпедо". После того как значительную часть акций этого старинного московского клуба с богатейшими традициями купило АО "Лужники", оно стало проводить домашние матчи на стадионе "Лужники", а не на старом торпедовском стадионе и изменило название клуба с "Торпедо" на "Торпедо-Лужники". Кроме того в клуб пришел тренер из "ЦСКА" и привел с собой целую группу игроков из этого клуба, отказавшись от услуг "коренных" торпедовцев.

Это решение спровоцировало сложные конфликты в самой команде и раскол в среде фанатов. Большая часть фанатов решило, что старый стадион подчеркивал то, что "Торпедо", это команда неразрывно связаная с "ЗИЛом", а все изменения - это попытка разорвать эти традиции. В результате произошел раскол фанатского движения и большая часть фанатов стала поддерживать недавно созданную команду "Торпедо-ЗИЛ", даже несмотря на то, что эта команда первое время выступала во втором дивизионе. Они решили, что именно эта команда является правопреемником знаменитой команды Стрельцова и других великих торпедовских игроков.

**Глава 2. Сравнение футбольных фанатов в России и в Британии.**

**2.1 Сленг.**

Сленг футбольных фанатов, с одной стороны, до сих пор окончательно не сформировался и находится в процессе создания. С другой стороны, он уже сформирован настолько, что непосвященный человек не сможет адекватно участвовать в разговоре 2 фанатов, потому что, во-первых, словарный запас достаточно велик, во-вторых, многие слова и словосочетания несут дополнительную смысловую нагрузку, а в-третьих, необходимо знать не только сленг, но и быть в курсе происходящих в фан-движении событий.

Некоторое влияние на формирование фанатского сленга в России оказал английский язык, начиная с hooligan's и заканчивая англоязычными названиями многих фан-групп. Однако, все слова, обозначающие коллективные практики и все, связанное с ними, - русские.

Основная цель появления фанатского сленга с одной стороны очевидна – выделить и обособить фан-движение от остального мира, установить критерий деления на "своих" и "чужих". С другой стороны появление слишком развитого фанатского сленга стратегически невыгодно, так как это затруднит мобилизацию новых членов.

Говоря "невыгодно", я не заявляю о том, что фан-движение настолько хорошо управляется. Едва ли кто-то всерьез планирует стратегию развития движения (тем более, что почти во всех фан-движениях процессы протекают примерно одинаково), скорее это происходит интуитивно. Подавляющее большинство фанатов – молодые, те, кто "фанатеют" 1-2 года и не могут похвастаться обилием "выездов". Поэтому они, конечно, хотят иметь определенное превосходство над совсем молодыми членами движения, что и демонстрируют, пользуясь сленгом. В тоже время они не могут реально развивать сленг дальше, так как не обладают достаточным авторитетом. У тех же, кто должным авторитетом обладает, да у всего движения есть более актуальные проблемы, чем развитие сленга.

Поэтому в разговоре активно используется то, что можно назвать "язык улиц". Серьезные изменения в фанатском сленге либо произойдут позже, либо не произойдут вовсе.

**2.2 Коллективные действия.**

Коллективные действия футбольных фанатов настолько разнообразны, что описать их все в этой статье достаточно затруднительно. Вполне уверенно можно говорить о том, что это ключевой компонент всей фанатской субкультуры. Сленг и атрибутика служат лишь вспомогательным средством для осуществления действия.

Выполнение определенного набора действий– главное и необходимое условие для того, чтобы человек мог считать себя принадлежащим к фан-движению. Прежде всего, это "выезды". Если фанат перестает ездить вместе в командой в другие города, он перестает быть фанатом и каким бы интенсивным не было бы его посещение домашних матчей – это не оправдание.

Также фанат должен уметь совершать коллективное действия, популярные в фан-движении. Разумеется, не существует какой-либо "школы", тренеровок и чего-либо подобного, где фанаты тренеруют выполнение коллективных действий. И когда наши "профессионалы"-комментаторы заявляют, что фанаты собрались за 2 часа до начала матча на стадионе, чтобы "распеться" или потренировать свое взаимодействие, то это не соответствует действительности. То, что фанаты за час до начала матча начинают осуществлять какие-то действия, связано или с тем, что они поддерживают свою команду, которая вышла на разминку, или им просто стало скучно.

Вообще же, смысл приходить на стадион за час или два до начала матча, во-первых, в том, чтобы иметь возможность встретить команду, приезжающую на стадион. Во-вторых, чтобы в очередной раз продемонстрировать свое отличие от остальных болельщиков. А, в-третьих, в том, что если прийти на ажиотажный матч, например, "Зенит" - "Спартак" на фан-сектор стадиона даже за час, можно просто не попасть на стадион. Фанаты – мастера проходить на стадионы "на халяву", а вместимость фан-секторов стадиона значительно меньше числа желающих на нем побывать.

Коллективные действия отрабатываются непосредственно во время матчей. Обычно репертуар действий ограничен, поэтому фанаты, постоянно приходящие на стадион, его быстро разучивают. В то же время когда появляется какая-то новое действие, то это легко заметить, потому что первое время ее выполнение получается не слишком удачно.

Действия обычно состоят из определенного набора движений, осуществляемого под ритм, который задается фанатскими песнями или так называемыми "кричалками".

Их главное отличие друг от друга - длительность. Песня состоит из нескольких куплетов, положенных на мотив какой-нибудь известной песни. В репертуаре фан-групп, как правило, всего 4-5 настоящие песни. А "кричалка" – это просто один (реже 2-3) куплета, рифмованных ритмом или словами. Их можно разделить на хвалебные (в адрес своей команды, какому-либо ее игроку в отдельности или тренеру) и ругательные (в адрес судьи, команды-противника и т.д.).

В отличии от России на Западе просто не умеют что то кричать, они всем стадионом поют! У англичан нет кричалок из 2-3 куплетов, которые сначала орет(именно орет, как это происходит на наших стадионах) один сектор, а потом другой(чаше бывает, что один сектор «заводит» одно, а соседний другое). Там все настолько слажено, что наши приезжая в Европу сильно удивляются, как 20-30 тысяч человек поет(!) одну песню, ни кто не лезет в перед и ни кто не отстает. Конечно некоторые песни не очень понятны русскому уху. Например в Англии популярно петь счет в матче (назло приезжим болельщикам) или у фанатов лондонского Челси гимном фанатов является песня с названием «Blue Boys» (голубые парни, голубой- цвета команды)

Вообще, с футбольным фанатизмом связан определенный стиль жизни, привлекательность которого оказывается для многих одним из главных стимулов к вступлению в фан-движение. Наиболее ярко этот стиль жизни проявляется во время поездок в другие города.

Вот некоторые песни фанатов одной известной команды-

**Гимн**

Ничего на свете лучше нету

Чем бродить бомжам по белу свету.

Нам бы видеть двери гастронома

И ДИНАМО в ранге ЧЕМПИОНА !!!

Мы свое призванье не забудем,

За ДИНАМО фанатеть мы будем.

Нам ни водка, ни чужие жены

Не заменят сектор стадиона.

Наш ковер - футбольная поляна,

Наши стены - стадион Динамо,

Наша крыша едет год от года,

И в крезе всегда полно народа.

И мы верим свято и упрямо

В наш московский СУПЕРКЛУБ ДИНАМО,

В то, что знамя БЕЛО-ГОЛУБОЕ

Будет развиваться над Землею!!!

\*\*\*

Мы в такие шагали дали,

Что не очень то и дойдешь.

Мясников по Москве гоняли

Невзирая на снег и дождь.

Мы в руках у ментов не плачем,

В КПЗ почти не сидим -

Мы динамовские фанаты

Цвета белого с голубым.

Мы динамовские фанаты

Цвета белого с голубым.

Говорят, что в последнее время

Бело-синих пропал и след,

Что почти по всей Ярославке

Бело-синих в помине нет.

Говорят, на далекий остров

Подались они навсегда

Только я заявляю прямо -

Это полная ерунда.

Только я заявляю прямо -

Это полная ерунда.

Бело-синих не стало меньше,

Просто в гвалте последних мод

Слишком многие позабыли

О походах былых времен.

И они поснимали розы,

И укрылись в домах своих -

И вот теперь почти невозможно

С ними встретиться на пути.

И вот теперь почти невозможно

С ними встретиться на пути.

Но однажды все будет иначе -

Мы вернемся на горе врагов.

На трибунах заплещет море

Бело-синих родных цветов

Мы приедем в ваш жалкий город

За победой не раз и не два -

Мы охотники за удачей,

Мы фанаты Динамо Москва.

Мы охотники за удачей,

Мы фанаты Динамо Москва.

Мы-мы-мы-мы охотники за удачей,

\*\*\*

Я по свету не мало хаживал,

Слышал песни в чужих городах.

Пил вино на чужих я праздниках,

Видел радость в чужих глазах.

Но тобой лишь привык я гордиться,

Только ты мое счастье и боль -

Если б мог я еще раз родиться,

Все равно бы остался с тобой.

Если б мог я еще раз родиться,

Все равно бы остался с тобой.

Я люблю новогорские рощи,

И петровский наш парк дорогой,

Стадиона Динамо площадь

И на поле футбольном бой.

И врагу никогда не добиться,

Чтоб склонилась твоя голова -

Дорогое Динамо Столицы,

Золотое Динамо Москва!

**2.3 Выезды.**

Выезд в России и выезд на Западе – это, как говорят в Одессе, "две большие разницы". Для европейских фанатов выезд – это цивильная поездка на собственном автомобиле или в комфортабельном поезде, которая занимает несколько часов и не доставляет особых хлопот. Обычно выезды по Британии это поездка на автобусе или на скоростном поезде. Часто, когда автобус останавливается на заправке, происходят инциденты, связанные с тем, что на этой же заправки остановился автобус вражеской группировки, которая так же ехала на выезд (в Английском чемпионате 4 дивизиона, в каждом дивизионе по 20 команд, у каждой команды есть свои фанатские группировки).

Выезд в России, особенно дальний – это самая настоящая авантюра. Поездка из Петербурга, скажем, в Сочи без денег на билеты длится несколько дней, а это еще не самый дальний маршрут. Существуют рассказы-легенды о том, как кто-то 2 недели добирался до Тюмени на пригородных электричках, так же говорят как парень пошёл утром за хлебом, встретил друзе, которые ехали на выезд и он отправился с ними. Приехав через неделю, он сообщил полуживым от волнения родителям, что хлеба не было и т.п. Выезд – это определенный стиль жизни, и для многих это самое интересное, что есть в жизни фаната.

Человек не может считаться фанатом, если он не совершает определенное количество выездов, то есть поездок вместе с командой в другие города. Существует определенная иерархия выездов. На рейтинг выезда влияет, прежде всего, его географическая удаленность, а, кроме того, то, враждебны ли фанаты этого города отношения к данному фан-движению. Если фанаты этих городов находятся в состоянии войны, то рейтинг выезда возрастает.

В принципе не существует каких-то ограничений на виды транспорта, который используется, чтобы добраться до нужного города. Добирайся хоть самолетом, если это тебе по карману. Но большинство фанатов добираются "на собаках", автостопом или на специально арендованных автобусах.

Подавляющее большинство фанатов добираются до места назначения "на собаках", то есть на пригородных электричках или поездах. Чтобы совершить даже самый близкий выезд – в Ярославль– таким способом необходимо затратить около 6 часов. Чтобы добраться из Петербурга в Москву на пригородных электричках нужно совершить минимум 5 пересадок. Как правило, фанаты выезжают утром одного дня, а в Москву приезжают утром следущего дня. Но мой хороший приятель выроботал систему по которой он добирался до Петербурга за 10 часов. Приезжая на конечную станцию он сразу пересаживался на другую электричку. Интервал между электричками составлял 5-7 минут.

Поездка в Питер стала настолько обычным делом, что к ней уже все привыкли и не только фанаты. Контролеры уже не удивляются, когда в электричке едет несколько сотен безбилетников, местная милиция заранее готовится и пытается локализовать фанатов, мешая им разбредаться по населенным пунктам в местах пересадок.

Станции пересадок расписаны и питерскими, и московскими фанатами, так что не возникает сомнений, что именно здесь пролегает фанатская дорога из Санкт-Петербурга в Москву.

Старые фанаты обычно ездят на поездах, но несколько старых фанатов едут и на электричках, чтобы организовать и осуществлять руководство выездом. Периодически фанаты организуют в вагонах какую-нибудь коллективную акцию, чтобы оставить о себе память. Что интересно, далеко не все пассажиры относятся к фанатам отрицательно, многие выказывают живейшую заинтересованность, задают разные вопросы, могут попытаться попрогнозировать о будущем матче.

Если фанаты двух городов (имеются в виду только фанаты, принадлежащие к фан-группировкам) находятся в хороших отношениях, то принимающая сторона встречает и провожает приехавших фанатов. Они вместе отдыхают причем "хозяева" должны организовать все на подобающем уровне и нести основные расходы.

Если же фанаты находятся в напряженных отношениях или имеет место конфликт, то приехавшие фанаты держатся вместе, чтобы не быть в одиночестве в возможных драках. Наиболее агрессивные договариваются о месте и времени возможных драк - "забивают стрелки". Поэтому милиция, зная это и не вдаваясь в нюансы взаимоотношений между фанатами, часто пытается локализовать фанатов в каком-то определенном месте.

Например, в 1998 году во время выезда в Ярославль московские фанаты были встречены милицией на вокзале, согнаны на берег местной речки, где их в оцеплении и продержали до начала матча. После матча фанаты также были оцеплены, доставлены на вокзал, посажены в специально прицепленный вагон поезда и отправлены из города.

По приезде в город большинство фанатов разбредаются по его улицам, либо обозревая его достопримечательности, либо пытаясь запастись горячительными напитками. Город по мере возможности разрисовывается и расписывается фанатами.

Практика поведения на матче не претерпевает каких-либо серьезных изменений, разве что приезжим фанатам отводится специальный сектор, куда их пускают, как правило, бесплатно(в паспорте смотрят прописку), а по окончании матча держат на этом секторе до тех пор пока не разойдутся остальные болельщики.

**2.4 Фанатские войны.**

Если обратиться к опыту зарубежного футбольного фанатизма, то для европейских обществ это одна из наиболее серьезных проблем, связанных с футбольными фанатами. Массовые побоища, которые устраивают фанаты различных клубов и сборных (особенно в этом преуспели английские, немецкие и латиноамериканские футбольные фанаты), заканчиваются десятками раненых, разгромленными магазинами и даже убитыми. Британия, и в частности Англия всегда считались родиной футбольного насилия, и многие верят, что эта идея составляла лучший экспорт Британии. Драки на футбольных матчах были обыденным явлением со дня создания футбола, но стали более четким понятием в Британии 60-х. К тому времени путешествовать по стране стало намного легче, а у парней появилось больше денег в кошельках, что, в свою очередь, позволило им следовать своей команде. В 60-х часто можно было заметить группы фанов, вычислявших врагов, а, например на стадионе Shed в Челси парни проводили больше времени в драке, нежели в созерцании футбола. Да, 60-е и 70-е увидели много насилия на трибунах, а кроме того - это была эра скинхедов. Наиболее крутые инциденты тех лет лежат на совести знаменитой "Красной Армии", которая поддерживала МЮ(Манчестер Юнайтед). Англичане сейчас без сомнения самые лучшие в Европе, несмотря на то, что кое-где им пришлось туго и они проиграли битвы. Поэтому на любом важном турнире можно увидеть англичан, устраивающих беспорядки и драки. Правда, такие страны как Польша считают, что их хулиганы лучше, потому что им удалось погнать англичан, но они забывают, что им надо доказать свое превосходство на выезде. Насилие достигло своего пика в 1985 году, когда после побоища на стадионе Хейзель, английские клубы были отстранены от евротурниров до 1990 года. В то время проблема хулиганизма, от которой Англия страдала многие годы появилась и в других странах, а фаны английских клубов стали все чаще подвергаться атакам враждебных хулиганов во время выездов за границу.

Интересно, что обычно фанатские войны возникают в трех видах случаев.

Во-первых, между фанатами команд, расположенных в одном городе. Например, известны напряженные отношения между фанатами миланских "Интера" и "Милана", римских "Ромы" и "Лацио", мадридских "Реала" и "Атлетико", московских "Спартака" и "ЦСКА" и т.д. Этот факт довольно легко объяснить, во-первых, борьбой за различные ресурсы, а во-вторых, тем, что фанаты этих команд слишком часто сталкиваются между собой. Когда команды базируются в разных городах, их фанаты сталкиваются всего 2-3 раза в год, а если в одном – то каждый день. Поэтому мелкие стычки постепенно перерастают в стойкую взаимную неприязнь.

Во-вторых, между традиционными городами-соперниками. Почти в каждой стране существуют города или регионы, отношения которых либо исторически сложны, либо эти города являются конкурентами в какой-либо области общественных отношений. Из наиболее известных примеров можно привести отношения Мадрида и Барселоны, или Мадрида и Бильбао (неофициальная столица басков). В России это, разумеется, Москва и Петербург. Сложные отношения такого рода вольно или невольно проэцируются на отношения футбольных команд и их фанатов, превращая команды в принципиальных соперников, а фанатов – во врагов.

В-третьих, когда отношения футбольных команд принимают принципиальный характер. Часто случается, например, что одни и те же команды часто встречаются между собой в различных турнирах и если их встречи проходят в напряженной борьбе, то это может способствовать ухудшению отношений между фанатами. Бывают случаи, когда игрок одной из команд позволяет себе неприличный жест в адрес другой команды или ее болельщиков. Такие причины редко становятся поводом для серьезной войны, но могут привести к временному ухудшению отношений между фанатами.

Фанатские войны также оказывают определенное влияние на лидерство в фан-движении. Если кому-либо удается добыть в честных драках "вражескую" атрибутику, особенно атрибутику hooligan's, это заметно повышает его авторитет. Положительно на авторитете фаната могут сказаться даже травмы, полученные в ходе драки с фанатами-врагами.

В России наиболее жестокая война развернулась между московскими фан-движениями "ЦСКА" и "Спартака". Именно эти группировки были в начале 90-х самыми многочисленными в России, остальные в тот период времени только развивались.

Война стала настолько крупной и принципиальной, что по мере становления фан-группировок других команд, они просто втягивались в эту войну в качестве союзников той или иной стороны. Так в последней массовой драке этих фанатов участвовало от 700 до 1000 человек, а в результате более десятка человек попало в больницу с травмами, а двое были в тяжелом состоянии.

Теоретически существует неписанный кодекс проведения фан-войн, заимствованный из западных аналогов. Во-первых, в драки не должны втягиваться простые болельщики, драться должны только hooligan's или члены фан-групп. Простые болельщики команд не должны подвергаться какой-либо дискриминации, в частности, фанаты не должны пытаться отнять их клубную атрибутику. Во-вторых, во время драк запрещается использование каких-либо колющих или режущих предметов. Фанаты должны выяснять свои отношения на кулаках, без использования каких-либо подручных средств: палок, кастетов и т.д. В-третьих, запрещается какое-либо сотрудничество с органами правопорядка, запрещается "стучать". Если ты выдаешь кого-нибудь из фанатов, то моментально исключаешься из фан-группировки, так как это навлекает позор на всю группировку, а не только непосредственно на "стукача".

Но на практике эти правила не соблюдаются. Не делается какого-либо различения между просто болельщиками и фанатами. Раз носишь атрибутику, будь готов ответить за это. То же и с драками. Драк только на кулаках практически не бывает. Как минимум фанаты вооружаются ремнями с металлическими бляхами или бутылками, а периодически в драках "всплывает" металлическая арматура, камни, дубины и т.д. Поэтому драки заканчиваются довольно тяжелыми повреждениями, редко смертью.

Более или менее четко действует только правило, запрещающее контакты с милицией. Данные о контактах фанатов с милицией крайне редки и являются исключением, связанным с тем, что в драках периодически участвуют не только члены фан-группировок, но и шпана или просто болельщики.

С усилением региональных фан-движений можно ожидать возникновение новых очагов конфликтности, и, следовательно, новых фанатских войн.

Вообще, можно говорить, что фанатские войны часто служат средством самоутверждения для фан-движения. Например, становление питерского фан-движения происходило на фоне войны со "Спартаком"(каждый фанат помнит 1997 год и «Щелковскую битву», где с каждой стороны участвовало по 500- 600 человек), и этот факт способствовал развития фан-движения в Санкт-Петербурге. Новые фан-движения, скорее всего, тоже захотят самоутвердиться подобным образом, поэтому их агрессия, скорее всего, будет направлена на сильные и влиятельные фан-движения, прежде всего московские, этот вывод особенно вероятен, учитывая нелюбовь провинции к столице и ее представителям.

**Заключение.**

Во-первых, фанатское движение в России стало культурной инсценировкой. Возникшая на Западе (Англии)субкультура была скопирована, подведена под российскую действительность и перенесена на российскую почву, где она, впрочем, с успехом приживается. Происходит успешная мобилизация ресурсов: людских, финансовых, организационных, информационных и т.д.

Во-вторых, в субкультуре фанатского движения центральную роль играют специфические коллективные практики, которые создают то, что можно назвать стилем жизни фаната. Именно это и привлекает большинство участников. Сленг, символика и атрибутика выполняют вспомогательную роль.

В-третьих, субкультура фанатов оппозиционна по отношению к общей культуре общества и имеет довольно значительный потенциал агрессии. Он может значительно увеличиться в будущем за счет развития региональных фан-движений и возникновения связанных с ними потенциальных очагов напряженности, которые повлекут новые "фанатские войны". Потенциальная конфликтность может возникнуть и во взаимоотношениях с силами правопорядка, именно таким образом развивались события в странах Западной Европы или Латинской Америки.

В-четвертых, субкультура фанатов довольно легко уживается с рядом других субкультур, в основном музыкальных, что облегчает вербовку ресурсов. Фанатская субкультура не пытается их ассимилировать, что не создает ей конфликтов с этими субкультурами. Субкультура футбольных фанатов более универсальна и позволяет одновременно сохранить старые ценности и войти в новый социум.

В-пятых, фан-движение уже представляет собой значимое социальное явление, с которым вынуждены считаться, и которое может оказать значительное влияние на социальную жизнь общества. Фанаты уже оказывают определенное внимание, например, на политические выборы. Многие политики уже сейчас обращают внимание на футбольных фанатов, включают в свои политические программы специфические лозунги. Можно вспомнить хотя бы пламенную речь Жириновского перед фанатами на церемонии чествовании московского "Спартака". А если обратиться к примеру Италии, то там влияние футбольных фанатов на органы власти очень велико. Вряд ли мы повторим путь Италии, но то, что футбольные фанаты будут оказывать большее влияние на жизнь общества, это очевидно.

Хотя околофутбольное безумие охватило уже большинство крупных городов России, центром остается Москва. С точки зрения социологов, привыкших объяснять антиобщественное поведение низким уровнем жизни и отсутствием образования, складывается абсурдная ситуация: молодежь лютует в самом экономически благополучном и культурно развитом регионе страны. Удивляет и состав участников бесчинств - как правило, это студенты престижных вузов, дети из благополучных и обеспеченных семей. Следование «хулиганской моде» в стиле одежды требует немалых финансовых средств, а посещение как домашних, так и выездных матчей команд - большого количества свободного времени, которое есть только у студентов.

Ответ на вопрос, что же движет хулиганами, прост. Когда молодежь не знает, куда направить энергию, она направляет ее на разрушение. Наша страна не знала такого явления, как бессмысленный молодежный бунт, только потому, что весь ХХ век направляла новые поколения то на великую войну, то на великую стройку. Сейчас выросло поколение, не охваченное заботой государства.

Несмотря на близость к скинхедам, однозначно причислять фанатов к крайне правым нельзя - они руководствуются не политическими убеждениями, а поиском острых ощущений.

При этом есть силы, готовые использовать этих людей в своих интересах. Попытка штурма американского посольства в апреле 99-го года (по случаю начала бомбардировок Югославии), кавказский погром в Царицыне, разгром Манежной площади - это происшествия разного рода, но во всех главную роль играли фанаты.

Начальник ГУВД Москвы Владимир Пронин на заседании столичного правительства сообщил, что на учете в московской милиции стоят примерно 400 спортивных болельщиков. «А с учетом тех «отморозков», которые приезжают в Москву на различные спортивные мероприятия из Подмосковья, можно представить, сколько сил милиции приходится на них тратить», - отметил он.

В 2004 году за правонарушения в ходе спортивных мероприятий в московские отделения милиции доставлялись около 800 несовершеннолетних болельщиков.

**Список литературы**

Фанатский журнал "Знамя Зенита - Landscrown" ("Зенит")

Фанатский журнал «Nordic Times» («СКА» Санкт- Петербург)

Фанатский журнал "ULTRAS NEWS" ("Спартак" Москва)

Фанатский журнал "BULLDOG" ("Торпедо" Москва)

Фанатский журнал «Wild West Stories» («Динамо» Москва)

Русский фан- вестник

История социальной педагогики (Галагузова М.А. 2000)

Основы социальной педагогики (Мустаева Ф.А. 2001)

Педагогика и практическая психология (Басова Н.В. 1999)

Педагогика (Беляев В.И. 2000)

Психология эмоций, чувств, воли (Дружини В.Е. 2000)

Социально- психологическая диагностика развития личности и малых групп. Учебное пособие. (Фетискин М.П., Козлов В.В., Мануйлов Г.М.)

Интернет сайты.

BWD. ru – Сайт фанатов Динамо

Fanats. ru – Сайт футбольных фанатов