



**Футбольные болельщики Европы**  
**ФАН-ПОСОЛЬСТВА**  
**ПОСОБИЕ**



---

**FOOTBALL SUPPORTERS EUROPE**  
**FANS' EMBASSIES**

---

## **Введение**

Мы как представители организации „Футбольные болельщики Европы“ (Football Supporters Europe - FSE) верим, что футбольные болельщики являются основой футбольного мира, и их интересы должны быть учтены и соблюдены. Мы сделали такие выводы, поскольку имеем опыт постоянной работы над тем, чтобы футбольные фаны чувствовали к себе уважение. Вместе с тем мы поощряем фанов мыслить ответственно, чтобы предотвратить возникновение чувства напряженности и гнева, которые могут привести к насилию. В конечном итоге эта работа и опыт являются успешными и позволяют игре быть тем, чем она должна быть – футбольным праздником.

Мы на себе ощутили разницу между хорошо организованным футбольным мероприятием и таким, где с самого начала есть ощущение, что что-то «пойдет не так». И хотя всем известно, как много усилий и средств нужно, чтобы все «прошло, как надо», мы из своего опыта знаем, что есть несколько довольно простых мер и шагов, достаточных для того, чтобы дела не «пошли не так». В конце концов, мы сами являемся футбольными фанами.

Как представители своих стран в подразделении фан-посольств FSE мы занимаемся организацией фан-посольств в течение почти двух десятилетий. Мы создавали фан-посольства на многих международных футбольных соревнованиях и кубках и сделали все возможное для реализации по всей Европе совместно с футбольными властями и учреждениями концепции под девизом «фаны для фанов». Сегодня с помощью этого руководства мы хотим поделиться нашим опытом с вами, подчеркнуть важную роль фан-посольств в улучшении атмосферы вокруг футбольного события. Мы считаем, что эти услуги должны стать моделью «лучшей практики» не только на матчах национальных сборных, но, надеемся, и на клубном уровне, и там, где в этом будет необходимость. Кроме того, мы хотели бы, чтобы вы знали о нашей готовности предоставлять вам любые советы и поддержку в подготовке и предоставлении таких услуг.

Мы стали свидетелями улучшения атмосферы на последних международных матчах и турнирах и убеждены, что услуги фан-посольств сыграли в этом решающую роль, ведь мы предложили нашу помощь и услуги тысячам болельщиков, которые остались довольны тем, что мы делаем для них.

Участвуйте и принимайте вызов вместе с нами!

Михаэль Габриель,  
Директор подразделения фан-посольства организации „Футбольные болельщики Европы“

---



## СОДЕРЖАНИЕ

- Отправная точка: фаны как положительный фактор 07-08
- История и предпосылки социально-профилактической работы с болельщиками: английская и немецкая модели 09-11
- Что такое фан-посольство 12
- Как работает фан-посольство? 13-14
- Где находятся фан-посольства? 15-16
- Кто руководит фан-посольствами? 17
- Что необходимо? 18-19
- Информирование болельщиков 20-21
- Каналы связи фан-посольств 22-23
- Другие услуги и деятельность фан-посольства 24-25
- Кто должен быть партнером фан-посольств? 26-27
- Когда? Идеальный график работы 28-29
- Знаете ли вы что? 30-31
- Выводы 31
- Документация 32-39





## **Отправная точка: фаны как положительный фактор**

### **Главные футбольные турниры – между гостеприимством и безопасностью**

Проведения большого футбольного турнира является, бесспорно, большим вызовом, но и большим шансом. В среднем более 2 млн иностранных гостей и местных любителей футбола ожидают гостеприимства многонациональных стран и принимающих городов, предоставляющих условия для успешного проведения футбольного фестиваля. Мировые первенства и чемпионаты Европы по футболу являются важными массовыми мероприятиями, привлекающими к себе больше внимания, чем любые другие события в мире. Футбольные фаны, яркие и шумные, любят путешествовать и развлекаться. В отличие от других гостей и туристов они считают себя частью этой замечательной игры и хотят активно участвовать в незабываемом празднике футбола. Максимально праздничная атмосфера должна сочетаться с максимальной безопасностью для зрителей, игроков и всех других гостей. Таким образом, основой концепции гостеприимства является баланс между безопасностью и доброжелательностью.

Организационный комитет, национальные футбольные ассоциации, а также государственные и местные органы власти, ответственные за подготовку матчей, должны осознать, что теплый прием фанатов, уважение к ним и помощь в решении возникающих проблем являются главными принципами успешного проведения турнира. Поскольку большинство мероприятий, проводимых на протяжении чемпионата, касаются футбольных болельщиков, участие профессиональных специалистов по работе с болельщиками должно рассматриваться как одна из главных задач в подготовке к большому футбольному турниру.

### **Фаны как положительный фактор – участие и профилактика**

Решающим с точки зрения гостеприимства и предотвращения насилия должен стать тезис: фаны, которых встречают и обслуживают как гостей, будут вести себя как гости. Если болельщиков считать проблемой, потенциальной угрозой для безопасности, существует большой риск, что это только будет способствовать возникновению неприятностей. Атмосфера в среде фанов становится напряженной, если они

чувствуют негативное к ним отношение, если существует неопределенность относительно билетов, проживания и транспорта, если они не могут получить необходимую информацию, если им нечем заняться и они вынуждены лишь слоняться по городу. В таком случае даже дружелюбно настроенные люди могут превратиться в раздраженную толпу. Агрессивные группы первыми воспользуются такой ситуацией, начиная драки с полицией или другими группами болельщиков, втягивая в столкновения все больше раздраженных людей. Однако, если принимающая страна / страны как можно более полно обеспечат приезжих фанов всем необходимым, будут приветливыми и любезными хозяевами, у агрессивных групп будет меньше шансов, чтобы нарушить спокойствие в городе.

Подавляющее большинство футбольных фанатов не видят себя в качестве простых свидетелей турнира. Они хотят подойти творчески к выражению своих эмоций, а значит, нуждаются в определенной доле свободы для воплощения задуманного, как в городе, так и на стадионах. Наилучшим способом для реализации творческого потенциала таких фанов будет объединение их усилий для участия в мероприятиях, проводимых в принимающем городе, а не полная или частичная их изоляция на это время. Такой подход к решению данной проблемы активно продвигается Фан-посольствами FSE. Для реализации этой цели FSE поддерживает инициативы, направленные на создание позитивного имиджа футбольного болельщика, продуктивно сотрудничает со средствами массовой информации с целью развеять убеждения о том, что болельщик несет в себе угрозу безопасности турнира.

Настоящее пособие «Фан-посольства FSE» должно стать тем инструментом, который в полной мере поможет поэтапной реализации данного проекта. Принципы работы фан-посольств, изложенные в пособии, в первую очередь будут полезны тем, кто прямо или косвенно имеет дело с футбольными болельщиками во время чемпионата мира, чемпионата Европы

или европейских клубных соревнований, а именно представителям оргкомитетов, органам государственной власти, футбольным ассоциациям, принимающим городам, а также болельщикам, которым интересно создание фан-посольств. Пособие содержит не только всю необходимую информацию о том, как организовывать фан-посольства и обеспечивать их успешную работу, но и приводит примеры из практики реализации проекта во время предыдущих турниров и других мероприятий, где услуги фан-посольств оказались необходимыми. Мы убеждены, что это методическое пособие будет полезным для реализации поставленной задачи, а также сможет показать необходимость социально-профилактической работы с футбольными болельщиками. Что, в свою очередь, отразится на организации мер безопасности во время проведения международных турниров и футбольных матчей.

## Фан-посольства на клубном уровне

Концепция и услуги фан-посольств для болельщиков национальных команд на международных турнирах могут быть адаптированы для футбольных клубов и их болельщиков. Фан-посольства на клубном уровне могут быть трех видов:

- Фан-посольства для болельщиков, которые отправляются на выездные (чемпионата, кубка или международные) матчи своих клубов;
- Фан-посольства, организованные для болельщиков во время домашних матчей;
- Фан-посольства, специально организованные на время проведения важных футбольных матчей, таких как финал Лиги Чемпионов.

Для обеспечения успешной реализации проекта фан-посольства на клубном уровне FSE может предоставлять консультативную помощь в его планировании и организации, опираясь на богатый опыт подобной деятельности. ■



## **История и предпосылки социально-профилактической работы с болельщиками: английская и немецкая модели**

### **Предпосылки**

На Чемпионате мира 1990 года в Италии начинается реализация проекта фан-посольств (Fans' Embassies). Тогда услуги по информационной поддержке, получившие свое продолжение на последующих турнирах, были предоставлены фанам сборных Англии и Германии.

Проведение социально-профилактических мероприятий, а также всесторонняя поддержка фанов, отправляющихся на выездные матчи своих команд во время международных турниров, являются основными принципами работы фан-посольств. В последние 20 лет это стало ценным дополнением к обычным мероприятиям по обеспечению безопасности во время проведения футбольных турниров. Впрочем, в большинстве европейских стран репрессии силовых структур в течение длительного периода времени рассматривались, как единственный способ воздействия на болельщиков. Эта точка зрения начала меняться, в частности, после массовых

беспорядков фанов в 80-х годах. Изменения в отношении к поведению фанов получают все большее распространение. Они нашли отражение в виде рекомендаций по предотвращению насилия в спорте, опубликованных Советом Европы (Рекомендация № 1/2003):

«...Подобное насилие является частью более широкого социального явления, оно отрицательно сказывается на законопослушных болельщиках и местных жителях, поэтому необходим комплексный подход в борьбе с ним».

### **История**

В рамках развития идеи активной социально-профилактической работы с футбольными болельщиками такая деятельность была начата на местах в ряде европейских стран, особенно в Англии и Германии.

- **Английская модель – фаны для фанов**

В Англии работа началась с инициативы лоббирования и самоутверждения, которую взяла

на себя независимая Английский ассоциация болельщиков (Football Supporters Association, теперь Football Supporters Federation – FSF), членами которой являются обычные футбольные болельщики. Английская служба фан-посольств имеет хорошую репутацию среди английских болельщиков благодаря своей надежности и последовательности, ведь фактически эта услуга предоставляется фанатами для фанов, где обе стороны доверяют друг другу. FSF создает фан-посольства к каждому матчу сборной Англии, демонстрируя, таким образом, постоянную готовность поддерживать своих болельщиков. Кроме того, большую популярность завоевал фан-журнал «Свободные львы», который FSF публикует к каждой игре.



- **Немецкая модель – профессиональные фан-работники**

Как и в Англии, в Германии в процессе подготовки фан-посольств были задействованы люди, завоевавшие доверие в болельщических кругах. Однако в Германии этим занимаются обученные социальные работники, занятые в различных фан-проектах местных футбольных клубов. Начиная с Чемпионата мира 1990 года, эти работники помогают болельщикам немецких клубов и национальной команды. Немецкими фан-посольствами занимается KOS - Координационный центр фан-проектов, который объединяет более 40 клубных фан-проектов в Германии.

- **Результат? Общий подход**

Интересно отметить, что, несмотря на очень разные начальные условия в двух странах, оказалось, что, действуя параллельно, обе стороны использовали очень похожие методы достижения цели по обеспечению услуг фан-посольств. Общность опыта и выводов, сделанных из того, каким образом они смогли достичь этого, позволяет нам с определенной долей уверенности говорить о том, что данные модели наиболее приемлемы.





## От FSI к FSE

Для ускорения дальнейшего развития фан-посольств и укрепления работы с болельщиками в Европе в 2001 году была основана сеть Football Supporters International (FSI). Инициаторами создания FSI стали уже упомянутые FSF (Англия) и KOS (Германия), а также организации из Италии и Нидерландов. Позже FSI получило официальное финансирование для создания фан-посольств на Евро 2004 в Португалии.



На Чемпионат мира 2006 еще больше команд фан-посольств FSI прибыло в Германию, чтобы обеспечить информационную поддержку болельщиков своих стран при помощи, созданных в принимающих городах стационарных фан-посольств. Евро 2008 в Австрии и Швейцарии показало, что необходимо дальнейшее совершенствование работы. Для этого было увеличено количество мобильных команд фан-посольств, с самого начала подготовки к Евро 2008 был утвержден график работ, получено финансирование от УЕФА. Члены FSI постоянно помогали совершенствовать подходы для реализации проекта фан-посольств по всей Европе.

В 2008 году тогдашние члены координационной группы FSI решили, что пришло время трансформировать объединение в нечто новое, стать выразителем мнений футбольных

болельщиков по всей Европе. Было изменено название с FSI на FSE (Football Supporters Europe), что полностью отражает глубокие изменения в сущности подхода: сегодня FSE является демократической структурированной европейской сетью, представляющей интересы фан-групп и организаций со всего континента и занимающейся решением разнообразных вопросов и проблем.



Направление фан-посольств остается одним из важнейших в работе сети. Оно функционирует, как отдельное подразделение FSE, поэтому тесно связано со всей организацией, но автономно в плане финансирования и решения задач и вопросов с членами из 16 стран: Австрии, Англии, Испании, Италии, Германии, Польши, России, Турции, Уэльса, Украины, Франции, Хорватии, Чехии, Шотландии, Швеции и Швейцарии. ■



## Что такое фан-посольство?

### Концепция

Фан-посольство – это специальная информационная служба, предоставляющая консультационные и информационные услуги для поддержки болельщиков во время выездных матчей или международных турниров в другой стране. Предоставление таких услуг для болельщиков играет конструктивную роль и является позитивным элементом программы гостеприимства во время проведения турнира.

### Цели

Основной задачей фан-посольств является предоставление точной, актуальной, надежной и объективной информации по любым вопросам, представляющим интерес для болельщиков. Фан-посольство также предоставляет информацию, касающуюся таких важных тем, как международная фан-культура и альтернативные мероприятия в принимающем городе. Фан-посольство обеспечивает помощь и поддержку в случае экстренных ситуаций (физическое насилие, кража) и может быть посредником в конфликтных ситуациях.

### Преимущества

Несмотря на то, что фан-посольства совершенно не рассматриваются как инструмент воздействия силовых структур во время проведения турнира, опыт показывает, что наличие такой службы, которая предоставляет точную информацию и способствует созданию дружественной атмосферы среди болельщиков, может помочь в значительной степени уменьшить чувство опасности и изолированности среди фанов. Тем самым оно способствует снижению напряженности, которая, в свою очередь, может породить насилие. ■





## **Как работает фан-посольство?**

Фан-посольство должно быть независимым центром для фанатов. Это означает, что работа посольства НЕ может преследовать коммерческие цели, НЕ может быть связана ни с компаниями или (футбольными) организациями, ни с любой политической идеологией или организацией. Фан-посольства, как правило, делятся на 3 вида:

### **Стационарные фан-посольства**

Стационарное фан-посольство - это специальная служба, расположенная в помещении или отдельном здании, где предоставляется информация и / или помощь футбольным болельщикам и посетителям футбольного турнира. Также оно может выступать местом встречи, где болельщики имеют возможность обмениваться мнениями и необходимой информацией. Функционирование стационарного фан-посольства осуществляется за счет местного персонала, который имеет доступ ко всей необходимой информации и знаком с фан-культурой и специфическими потребностями болельщиков. Стационарные фан-посольства должны осуществлять свою работу в течение всего времени проведения турнира.

### **Мобильные фан-посольства**

Если стационарные фан-посольства работают как информационные бюро, то мобильные, «международные» фан-посольства сосредоточены на работе на улице. В отличие от стационарных фан-посольств, которые находятся в определенных местах в каждом городе, мобильные группы сопровождают фанов к их местоположению в городе или за городом (например, кемпинги). То есть работники мобильных фан-посольств все время находятся рядом с фанами своих стран. Благодаря этому легче предотвратить потенциальные проблемы. Быстрый и точный обмен информацией позволяет создать специальные условия для различных групп фанатов, исходя из их потребностей.

До начала матча мобильные команды фан-посольств предлагают свои услуги и консультации в местах с наибольшей концентрацией болельщиков своей страны в городах, принимающих турнир. Для этого они устанавливают специальные стенды, часто с использованием автобусов, микроавтобусов или пикапов. Команда мобильного фан-посольства постоянно поддерживает связь со стационарным фан-посольством принимающего города.



Существующие каналы связи стационарных фан-посольств могут быть использованы командами мобильных фан-посольств по мере необходимости. Мобильные фан-посольства также должны тесно сотрудничать с официальными представителями своих стран в стране, принимающей турнир и / или матч. FSE активно сотрудничает с представителями международных мобильных фан-посольств в 16 различных странах.

## Фан-консульства

В дни матчей службы фан-посольств могут быть дополнены за счет мобильных фан-консульств, которые ориентированы на меньшие группы болельщиков. Фан-консульства располагаются в ключевых точках в принимающем городе. Они обычно состоят из небольшой переносной информационной стойки и двух-трех человек персонала. Насколько это возможно, консульство предлагает те же услуги, что и фан-посольства. При необходимости консульства могут обращаться за помощью, как к стационарным, так и к мобильным фан-посольствам.

Поскольку одной из основных задач фан-посольств является предоставление информации и консультаций по принципу «фаны для фанов», как правило, разрабатываются следующие информационные справочники:

## Фан-гид – печатный и онлайн

Предоставление футбольным болельщикам, путешествующим за границей, общей и специфической информации имеет важное значение. Как показывает опыт предыдущих турниров печатные и онлайн фан-гиды оказались наиболее удобным способом распространения такой информации.

- **Печатный фан-гид**

Печатный фан-гид может быть как национальным, так местным, для каждого принимающего

города. Национальный фан-гид может включать разделы из местных фан-гидов. Наряду со специальной информацией для фанов, например о европейских фан-культуре, и информацией о местной фан-сцене в фан-гиде должна быть представлена в удобной форме информация о проезде, проживании и питании; рекомендации о том, как и где провести свободное время разным группам болельщиков, например, лицам с нетрадиционной сексуальной ориентацией. Необходимо уделить должное внимание таким темам, как месторасположение фан-зоны и альтернативных мест для просмотра матчей; правилам поведения в городах и на стадионах и соблюдение мер безопасности. Стоит учесть потребности болельщиков с ограниченными физическими возможностями, поэтому фан-гид должен содержать информацию о доступных для них местах. Для того, чтобы обеспечить самую свежую информацию, фан-гид необходимо опубликовать незадолго до начала чемпионата мира или чемпионата Европы.

- **Онлайн фан-гид**

Интернет является чрезвычайно важным – если не самым важным – средством общения футбольных фанатов по всему миру. Он не имеет аналогов по скорости распространения новой информации и, благодаря своей интерактивности, по своевременному реагированию на запросы. Интерактивный онлайн фан-гид следует создавать до начала каждого крупного футбольного турнира в сотрудничестве с фан-клубами и командами фан-посольств для освещения всех актуальных для них тем. Как дополнительные инструменты можно использовать социальные сети, такие как Facebook и Twitter.

Онлайн и печатные фан-гиды должны быть доступны на нескольких языках, прежде всего на английском, а также на всех официальных языках команд-участниц турнира. Их дизайн должен быть привлекательным для футбольных болельщиков.





## **Где находятся фан-посольства?**

### **Стационарные фан-посольства**



Стационарное фан-посольство должно быть расположено в центральной части города, в котором будут проходить матчи в рамках чемпионата Европы по футболу или Кубка мира. Поиск его местоположения не должен вызывать трудностей у болельщиков. Вокруг места расположения стационарного фан-посольства устанавливаются информационные указатели, а его адрес указывается в официальных изданиях и брошюрах принимающего города, страны-хозяйки и УЕФА. Кроме того, имеет смысл установить на некоторых площадях и улицах города указатели

местонахождения фан-посольства. Стационарное фан-посольство должно находиться в капитальном строении или временном сооружении. Оно должно быть открытым для всех болельщиков независимо от их происхождения, расы, религии, пола или сексуальной ориентации. Стационарное Фан-посольство и территория вокруг него должны быть доступны для болельщиков с ограниченными физическими возможностями или особыми потребностями.

### **Мобильные фан-посольства**



Мобильные фан-посольства в течение дней проведения матчей должны размещаться

в центральной части города. Места их расположения могут различаться в разных городах и существенно зависеть от возможностей инфраструктуры конкретного города. Мобильное фан-посольство должно быть там, где его легко найти; где ожидается появление большого количества болельщиков, прибывающих на матч. Мобильные фан-посольства обеих команд могут находиться как в разных местах, так и рядом друг с другом или в непосредственной близости от стационарного фан-посольства или фан-консульства.

## Фан-консульства



Фан-консульства, которые являются наименьшими информационными пунктами, в дни матчей должны быть расположены в стратегически важных точках, особенно в местах крупных транспортных развязок, там, где фаны появляются лишь на короткое время (вокзалы, аэропорты и прилегающие территории стадионов). ■



## **Кто руководит фан-посольством?**

### **Стационарные фан-посольства**

В работе стационарного фан-посольства задействованы координатор, его помощники, местные болельщики и волонтеры. Сотрудники фан-посольства должны быть опытными (опыт играет решающую роль), должным образом подготовленными, иметь хорошие знания иностранного языка /языков. Персонал проходит общую подготовку, получает необходимые знания о фан-культуре в целом, информацию о местной фан-сцене, контакты и каналы связи со всеми соответствующими учреждениями и органами в своем городе. Управление командой фан-посольства осуществляет координатор, отвечающий за полноценное его функционирование и налаживание необходимых связей.

#### **Требования к работникам фан-посольства**

- Доверие со стороны футбольных болельщиков
- Глубокое понимание фан-культуры
- Способность находить общий язык и работать с разными группами болельщиков
- Ответственность перед другими сторонами задействованными в работе фан-посольства

- Высокий уровень владения иностранным языком/языками

Необходимые учебные курсы для сотрудников посольства должны проводиться на этапе подготовки. В ходе семинаров сотрудники / волонтеры фан-посольств должны получить знания по всем соответствующим аспектам (страна, город, стадионы, культура, законы, турнир и т.д.). Члены FSE обладают этими необходимыми знаниями и опытом, поэтому могут участвовать в данных семинарах или помогать в их подготовке.

### **Мобильные фан-посольства**

Работой мобильных фан-посольств руководят международные группы экспертов сети FSE. Большинство участников имеют многолетний опыт работы на футбольных мероприятиях, поэтому готовы оказать полную и своевременную помощь в чрезвычайных ситуациях. Крайне важно, чтобы сотрудники мобильных команд, сопровождая болельщиков со своих стран, имели доступ ко всем объектам (стадионы, фан-зоны и т.п.), где могут находиться фаны. ■



## Что необходимо?

### Брендинг



Внешне стационарное фан-посольство должно быть четко обозначено как фан-посольство, лучше всего на нескольких языках. Разработанный логотип для фан-посольств должен быть одинаковым для всех принимающих городов, в которых они будут функционировать. Мобильные фан-посольства, обычно организуются под эгидой FSE, поэтому обозначаются отдельными логотипами фан-посольств соответствующей страны. Эти логотипы, как правило, являются видоизмененным логотипом FSE, дополненным национальными цветами. Они должны

размещаться во всех изданиях, которые выпускаются и распространяются фан-посольствами разных стран. Визуальное сходство логотипа мобильных и стационарных фан-посольств поможет болельщикам легко находить их в разных городах, принимающих один турнир.

### Оборудование

**Необходимое оборудование для стационарных фан-посольств:**

- Помещение, достаточное по площади, чтобы вмещать не менее 4-х болельщиков и 4-х работников фан-посольства
- Помещение, в котором может разместиться достаточное количество рабочих столов для персонала фан-посольства
- Городской номер телефона
- По крайней мере, 2 ПК или ноутбука с доступом в Интернет для персонала
- По крайней мере, 1 компьютер с доступом в Интернет, которым посетители смогут воспользоваться бесплатно
- Принтер, запасные чернила и бумага для принтера
- Факс
- Сканнер или копировальный аппарат



- Один большой ТВ экран (диагональ не менее 93 см) с подключением к каналам, транслирующим футбольные матчи в прямом эфире
- Холодильник с освежающими напитками для персонала посольства и водой для посетителей
- Кофейный аппарат
- Туалет и умывальник
- Аптечка для первой помощи и (желательно) пункт скорой помощи поблизости
- Мобильные выносные информационные стойки (штендеры), которые можно размещать снаружи фан-посольства
- Отдельная комната для людей, у которых возникнет необходимость личного общения с работником фан-посольства
- Уличные столы и скамейки/стулья и хотя бы один тент; пространство необходимое для размещения этих конструкций непосредственно на территории стационарного фан-посольства
- Разнообразное игровое оборудование, например настольный футбол.

## Доступность

Стационарные и мобильные фан-посольства должны быть полностью доступны для болельщиков с ограниченными физическими возможностями. Для этого фан-посольства располагаются в местах со свободным доступом, не имеющем никаких препятствий (лестницы и др.). ■



**Мобильное фан-посольство должно иметь в своем распоряжении:**

- Микроавтобус, автомобиль или пикап, который можно легко переместить и быстро установить
- Уличные столы и скамейки/стулья
- Зонт от солнца/дождя
- По крайней мере, один ноутбук

## Пример из практики

### Двухэтажный автобус

В течение нескольких турниров немецкие мобильные фан-посольства использовали бросающийся в глаза красный лондонский двухэтажный автобус. Он не только привлек внимание болельщиков и СМИ, но и был достаточно просторным, чтобы удовлетворить все требования для идеального мобильного посольства.



## **Информирование болельщиков**

Исходя из концепции гостеприимства, посетителям турнира крайне важно знать, что их может ожидать в принимающих городах, что они могут делать, а что нет. Поскольку перечень, возникающих вопросов достаточно большой и ситуация может меняться по ходу турнира, фан-посольства должны иметь необходимые каналы связи для быстрого обновления, изменения или уточнения информации. Правильным девизом фан-посольств может быть: «Мы не можем знать все, но мы знаем, как быстро все узнать!»

Стационарные фан-посольства должны быть основными точками контакта для мобильных фан-посольств. Кроме того, строго рекомендуется сохранять тесные связи с органами государственной власти, силовыми структурами и средствами массовой информации в течение всего турнира. Эффективной является модель, при которой стационарные фан-посольства возьмут на себя часть обязанностей по обеспечению логистики и полноценного функционирования мобильных фан-посольств. Функции стационарных фан-посольств заключаются также в сборе и обмене полезной информацией с задействованными сторонами / учреждениями, за исключением личных данных и данных, которые могут иметь значение для расследования.

Фан-посольства должны предоставлять специальную информацию в соответствии с

конкретными интересами и потребностями футбольных болельщиков. Поэтому персонал фан-посольства должен быть готовым предоставить точную и свежую информацию о:

### **География принимающего города и его окрестностей**

Необходимо иметь большой перечень рекреационных зон с нанесением их на карту города. Информацию об этих зонах также целесообразно включить в фан-гиды и журналы для фанов.

### **Наличие жилья**

Во многих городах есть централизованные службы бронирования гостиниц, поэтому фан-посольствам необходимо поддерживать с ними тесный контакт. Кроме того, иметь исчерпывающий список отелей с обновляемой информацией о количестве свободных номеров. Также фан-посольства должны владеть информацией о бюджетной категории жилья (фан-лагеря, кемпинги, общежития) и местах временного размещения.

### **Городской и междугородний транспорт**

Болельщиков необходимо обеспечить не только транспортной картой города и информацией о том, как проехать к гостинице, но и расписанием движения поездов и автобусов, чтобы они могли добраться до другого принимающего футбольный

турнир города. Очень важной является информация о том, как добраться до/со стадиона в дни матчей. Фан-посольства должны постоянно контактировать со службами, занимающимися транспортным обеспечением города, чтобы предоставлять актуальную информацию об их услугах и реагировать на потребности болельщиков.

### Питание и развлечения

Помимо общего списка местных баров, ресторанов, клубов и т.д. необходимо быть в курсе конкретных потребностей разных групп фанов – например, многие английские болельщики отдают предпочтение английским пабам! Советы избегать «проблемных» районов города из-за высокого уровня преступности также могут быть полезны.

### Экстренные службы

Фан-посольства должны быть готовы направить болельщиков в ближайшее медицинское учреждение, вызвать пожарную охрану или милицию. В их распоряжении должны быть списки аптек, врачей и адвокатов, особенно владеющих иностранным языком.

### Консульские услуги

Фан-посольства должны тесно контактировать с консульскими учреждениями стран, чьи команды играют в городе, для решения таких вопросов, как потеря паспорта и т.д.

### Местные законы и нормативно-правовые акты

Они могут отличаться от действующего законодательства в странах, из которых прибыли болельщики. Типичный пример, интересующий фанов, это законы относительно употребления алкоголя за рулем и на улицах, а также касающиеся черного рынка продажи билетов.

### Исчерпывающая информация о турнире

Фан-посольства должны предоставлять информацию о расписании матчей, времени начала матчей, расположении стадиона, транспортных

развязках, в частности о дополнительных специальных автобусах для болельщиков и т.д.

### Правила поведения на стадионе

Болельщики должны быть проинформированы о: расположении пунктов контроля входных билетов; о предметах, запрещенных к проносу на стадион; местах, где можно закрепить флаги и баннеры; о запрете продажи алкоголя на стадионах и т.д.

### Билеты

Фан-посольства не продают билеты, но должны иметь актуальную и своевременную информацию от организаторов турнира о наличии билетов, ценах, местах и условиях продажи. Фан-посольство может также вести неофициальный мониторинг ситуации на черном рынке, чтобы иметь возможность сообщить фанам о количестве доступных билетов и ценах на них. Необходимо предоставлять полную информацию о местных нормативно-правовых актах, регулирующих вопрос покупки билетов с рук, сохраняя при этом объективность и беспристрастность подачи информации.

Для того чтобы выполнить все эти задачи, фан-посольства должны иметь в своем распоряжении необходимый список контактов. Этот список должен гарантировать прямую связь со всеми соответствующими учреждениями или организациями. Надо постоянно поддерживать связь со всеми компетентными лицами любой соответствующей организации. ■





## **Каналы связи фан-посольства**

Необходимо распространять среди иностранных и местных болельщиков печатные издания (многоязычные национальные и местные фан-гиды, журналы для фанов, открытки, карты, плакаты, наклейки) с целью обеспечить их важнейшей информацией.

### **Печатный фан-гид**

Национальный фан-гид выпускается к каждому турниру. В нем приведена полная информация обо всех городах, принимающих турнир, и обо всех национальных сборных, которые принимают в нем участие. В случае если турнир проводится в двух странах, рекомендуется издавать один общий фан-гид. Фан-гиды содержат туристическую информацию от А до Я, дополненную интересными фактами и рассказами о командах-участницах и их болельщиках. Кроме того, каждый принимающий город может печатать местный фан-гид, дающий информацию о местной субкультуре и фан-сцене. Другим важным элементом является предоставление информации, касающейся правил поведения на стадионах, списка разрешенных и запрещенных предметов. Содержащаяся информация в фан-гиде должна быть интересной и не содержать

большого количества рекламы. В идеале фан-гид следует издавать на английском и на всех языках стран-хозяев и команд-участниц. Фан-гид – полезный и незаменимый элемент программы гостеприимства. Это не только очень полезная для иностранных и местных болельщиков инициатива, но и отличная возможность привлечь местные фан-группы на ранней стадии подготовки к началу турнира.

На последних Чемпионатах Европы и мира различные учреждения и компании в принимающих городах издавали разные фан-гиды. Большинству болельщиков трудно было найти полную и исчерпывающую информацию в каком-либо одном из них. Было бы лучше предоставить всю информацию FSE, подразделениям фан-посольств и национальным командам фан-посольств для того, чтобы подготовить официальный фан-гид, который будет содержать всю необходимую информацию для различных групп фанатов.

При подготовке фан-гида следует принять во внимание экологический фактор: единый фан-гид, выпущенный правильно рассчитанным тиражом и непосредственно распространенный среди

болельщиков, причинит гораздо меньше вреда, чем 10 000 копий различных фан-гидов. В идеале фан-гид должен печататься на бумаге из вторично переработанного сырья.

## Пример из практики ✓

### Фан-гид к Чемпионату мира 2006

Во время проведения Чемпионата мира 2006 года в Германии впечатляющее количество (500 000 копий) фан-гидов было распространено среди болельщиков в фан-посольствах, билетных кассах, волонтерами в принимающих городах и непосредственно возле стадионов. Бесплатные информационные справочники преимущественно раздавали иностранным фанатам, хотя многие немецкие болельщики были тоже заинтересованы в такой информации. Фан-гид 2006 был подготовлен при участии активных болельщиков со всей страны. Для подготовки фан-гида объемом 132 страницы понадобилось более 6 месяцев.

## Онлайн фан-гид

Многоязычный интерактивный онлайн фан-гид идеально запустить во время жеребьевки финальной части турнира, т.е. за шесть месяцев до начала будущего турнира. Онлайн фан-гид должен содержать все основные сведения, которые можно найти в печатных фан-гидах. Он должен регулярно обновляться, предоставляя последнюю информацию на нескольких языках. Благодаря интерактивности глобальной сети, сотрудники фан-посольств могут быстро реагировать на возникающие вопросы. Блоги и профили в социальных сетях, таких как Facebook и Twitter, способствуют интерактивному общению с фанатами.

Онлайн фан-гиды будут доступны по следующим адресам:

[www.fanembassy.org/fanguide](http://www.fanembassy.org/fanguide)

[www.2012fanguide.org](http://www.2012fanguide.org)

[www.2014fanguide.org](http://www.2014fanguide.org) и т. д.

## Фан-журналы

Каждая команда фан-посольства должна выпускать специальную информацию для фанов

в печатном виде. Опыт показывает, что фан-журналы, которые сделаны фанатами для фанов, пользуются большой популярностью. Фан-журналы должны выпускаться, как минимум, к каждому матчу в течение турнира на языке соответствующей страны. В фан-журналах или других информационных материалах, таких как буклеты и листовки, обязательно приводится информация о матче, сопернике, болельщиках и месте расположения стадиона. Фан-журналы часто делают в юмористическом стиле, что подразумевает включение в них футбольных викторин и загадок.

## Пример из практики ✓

### Free Lions (Свободные львы)

Английская организация FSF организует фан-посольства для каждого матча национальной сборной Англии по футболу и бесплатно распространяет фан-журналы «Свободные львы» в формате А5 тиражом до 30 000 экземпляров для каждой игры. Фан-журнал издается и распространяется членами FSF на добровольной основе и пользуется большой популярностью среди болельщиков сборной Англии.

## Другие публикации

Кроме того, можно выпускать карманные карты со списками контактов фан-посольств в принимающих городах. ■





## **Другие услуги и деятельность фан-посольств**

### **Посредничество**

Члены команды мобильного фан-посольства должны быть либо опытными фанами, либо специалистами по работе с фанами. Особенно рекомендуется обращаться за консультацией в фан-посольства в случае возникновения конфликтных ситуаций или после вмешательства милиции. Это является правильным решением, исходя из практики предыдущих турниров.

### **Помощь в экстренных ситуациях**

В экстренных случаях, таких как кражи, обращение в фан-посольство может гарантировать профессиональную и быструю помощь на соответствующем языке.

### **Мероприятия и культурный обмен**

Футбольные турниры международного уровня предполагают невероятно высокие шансы для общения между фанами разных возрастов из разных стран с разными культурными традициями. Таким образом, фан-посольства являются местами встреч и должны быть оборудованы столами, стульями, информационными досками и другими полезными устройствами. Дополнительные мероприятия:

- Культурная программа и программа социальной ответственности: в непосредственной близости от фан-посольства могут проводиться фан-акции. На предыдущих турнирах такое сочетание оказалось весьма привлекательным для фанатов.

### **Пример из практики** ✓

#### **Акция FARE Streetkick возле фан-посольств**

Во время Евро 2004 и 2008 сотрудники стационарных и мобильных фан-посольств поддержали программу борьбы с расизмом FARE. Совместные акции фан-посольств и FARE под названием «FARE Streetkick» оказались очень успешными, объединив болельщиков и местных представителей национальных меньшинств и создали позитивную и дружескую атмосферу вокруг фан-посольств, как это было в Женеве или Лиссабоне. Кроме того, фан-посольства поддержали усилия FARE и УЕФА в борьбе против расизма за многонациональность культур, раздавая материалы, такие как фан-журнал FARE к Евро-2008 и брошюры в течение всего турнира.



- Межкультурный обмен: в сотрудничестве с местными фан-клубами, молодежными и культурными учреждениями в принимающих городах могут быть организованы совместные мероприятия с участием молодежи города и зарубежных гостей. ■

## Положительный пример испанского фан-посольства

В работе фан-посольства иногда возникают нестандартные ситуации, которые отличаются от основных задач – консультаций, урегулирования конфликтов, обеспечения билетами и информацией о гостиницах или стадионе. Во время проведения Евро 2008 в Австрии английские фаны обратились в испанское фан-посольство с необычной просьбой: они хотели сыграть товарищеский матч с испанскими фанами. Английские фаны договорились о футбольном поле в городке возле Инсбрука и даже купили футболки для испанцев. С помощью сотрудников фан-посольства была быстро сформирована команда испанских болельщиков и состоялся интересный матч на зеленом газоне в австрийских Альпах. Такие встречи показывают, как футбол может объединить людей из разных стран.

## Пример из практики

### LISA Евро 2008

Команда фан-посольства в Инсбруке совместно с ассоциацией LISA (Лига по делам интеграции, спорта и борьбы с расизмом) организовали альтернативный Евро 2008 с особым акцентом на проблемы футбола и фанов. Целью этой серии мероприятий было повышение уровня информированности и более глубокий взгляд на различные проблемные ситуации. При участии специалистов в соответствующих областях были обсуждены разные темы, такие как расизм, гомофобия и женский футбол.



## **Кто должен быть партнером фан-посольства?**

Согласованная и всесторонняя программа гостеприимства имеет большое значение для болельщиков. Таким образом, сотрудничество FSE с перечисленными ниже партнерами является необходимым для квалифицированной подготовки фан-посольств. Ниже приведено распределение задач и ответственности при разработке комплексной программы фан-посольств на международном турнире.

### **УЕФА**

Как главная европейская футбольная организация и руководитель проекта Евро, УЕФА, естественно, является главным партнером фан-посольств. Начиная с Евро 2004, она предоставляет финансовую поддержку их деятельности. УЕФА также отвечает за предоставление аккредитации для доступа сотрудников стационарных и мобильных фан-посольств ко всем необходимым объектам на турнире.

### **Местный организационный комитет/ принимающие города**

Местный организационный комитет и принимающие города должны нести ответственность за создание стационарных фан-посольств в ключевых районах города. В идеале это должно происходить в тесном сотрудничестве

с подразделением фан-посольств FSE. Кроме того, принимающие города должны покрывать расходы на персонал, волонтеров и оборудование стационарных фан-посольств. Для эффективной работы команд мобильных фан-посольств принимающие города должны обеспечить FSE удобные места для их расположения в городе во время проведения турнира.

### **Страны-участницы**

Опыт работы английских и немецких фан-посольств показал, что учреждения и футбольные организации стран-участниц должны взять на себя полное или частичное финансирование фан-посольств своих стран, чтобы обеспечить предоставление необходимых услуг фанам во время турнира.

### **Национальные футбольные ассоциации**

Футбольные ассоциации должны предоставить всю необходимую информацию о продаже билетов и содействовать работе фан-посольств. Это позволяет иметь самую свежую информацию для фан-гидов. Во время турнира работа фан-посольств во многом зависит от своевременного предоставления актуальной информации со стороны Национальной ассоциации. Прямое и прозрачное общение также способствует





работе фан-посольств в принимающих городах и помогает ответить на следующие вопросы: куда пойти, где находятся кассы, цены на билеты, время начала матча, контакты.

Для хорошей подготовки фан-посольств к Чемпионату мира или Европы национальные футбольные ассоциации должны помогать им в плане предоставления хорошего месторасположения рядом со стадионом, обеспечения персонала свободным доступом на стадион во время матчей и содействия их работе. Команды фан-посольств после каждого матча отчитываются об инцидентах, проблемах в поведении фанов до, во время и после матчей. Фан-посольства и футбольные ассоциации должны быть независимыми партнерами в работе с соответствующими группами футбольных болельщиков.

### Правоохранительные органы

Сотрудничество между силовыми структурами и персоналом фан-посольств играет важную роль в контексте комплексной профилактики. Хотя методы правоохранительных органов и фан-посольства отличаются, их цель одинакова - предупреждать возникновение проблем. Поэтому обе стороны должны не только понимать принципы деятельности друг друга, но и сотрудничать по различным направлениям. Важно отметить, что обмен информацией о перемещении групп болельщиков, потенциально проблемных местах или информация о задержанных фангах не может рассматриваться как инструмент следственной работы правоохранительных органов. ■

## Общая таблица возможных партнеров

| Партнер  | Направление сотрудничества   |
|--|--|
| УЕФА   | <ul style="list-style-type: none"><li>• Финансирование</li><li>• Информация о билетах, аккредитация</li></ul>  |
| Национальные футбольные ассоциации                     | <ul style="list-style-type: none"><li>• Информация о билетах, аккредитации на матчи перед турниром</li></ul>   |
| Страна-хозяйка   | <ul style="list-style-type: none"><li>• Долевое финансирование стационарных фан-посольств</li><li>• Общая информация о турнире</li></ul>   |
| Местный организационный комитет/<br>Принимающие города | <ul style="list-style-type: none"><li>• Определение месторасположения стационарных и мобильных фан-посольств</li><li>• Долевое финансирование стационарных фан-посольств</li><li>• Информация о принимающих городах</li><li>• Волонтеры</li></ul>    |
| Органы государственной власти                          | <ul style="list-style-type: none"><li>• Общая организационная поддержка</li></ul>  |
| Правоохранительные структуры                           | <ul style="list-style-type: none"><li>• Должны учитывать пользу от работы фан-посольств</li><li>• Взаимное признание и понимание методов работы друг друга, обмен информацией</li><li>• Сотрудничество по общим вопросам управления толпой</li></ul> |
| Туристические агентства                                | <ul style="list-style-type: none"><li>• Общая туристическая информация</li></ul>   |
| Местный футбольные клубы                               | <ul style="list-style-type: none"><li>• Предоставление помещений</li><li>• Товарные матчи между болельщиками</li><li>• Специальная информация для фанов</li></ul>  |
| Местные фаны   | <ul style="list-style-type: none"><li>• Предоставление информации для фан-гида</li><li>• Волонтеры</li></ul>   |

### Пример из практики

#### Совещание по вопросам безопасности за день до начала матча

Во время Евро 2008 в Австрии и Швейцарии фан-посольства были приглашены на совещания по вопросам безопасности, которые происходили за день до начала каждого матча. В этих совещаниях принимали участие представители фан-посольств, задействованных на матчах (вместе с координатором стационарного фан-посольства), национальные футбольные федерации, местные органы правопорядка, силовые структуры стран-участниц, руководитель службы безопасности стадиона, а также другие заинтересованные стороны. Проведение таких совещаний дало всем сторонам возможность обсудить вопросы безопасности на матчах, обменяться информацией о проблемах, которые возникали раньше, и принять необходимые меры. Кроме того, такое сотрудничество помогло найти общий язык всем сторонам, а также помогло официально признать положительное влияние деятельности фан-посольств со стороны местных властей.



## **Когда?** **Идеальный график работы**

### **Подготовительный этап**

После чемпионата мира к чемпионату Европы и наоборот. Подготовку к следующему футбольному турниру целесообразнее начинать как можно раньше, буквально на следующий день после финала предыдущих соревнований.

Двухлетний подготовительный этап должен включать следующие вопросы и мероприятия:

### **Лоббирование и продвижение концепции фан-посольств – за 2 года до начала турнира**

- Мероприятия по информированию об услугах фан-посольств и связанные с ним понятие гостеприимства на международных соревнованиях должны начинаться уже за два года до турнира. Цель состоит в том, чтобы создать механизм сотрудничества между FSE и национальными футбольными ассоциациями, органами государственной власти, силовыми структурами, принимающими городами и партнерскими организациями, такими как FARE, иностранными посольствами, общественными организациями, местными группами болельщиков, фан-клубами и т.д.

- FSE должна предоставлять информацию о том, что такое фан-посольство, благодаря проведению семинаров в соответствующих странах.
- Необходимо начать процесс привлечения местных болельщиков. Их поддержка, участие в фан-проектах может быть очень важным для стационарных фан-посольств.

### **Исследования – за 1,5 года до начала турнира**

- Сбор необходимой информации для печатных и онлайн фан-гидов и других публикаций фан-посольств следует начинать как можно раньше, лучше за полтора года до начала турнира. Для обеспечения высокого уровня содержания и качества информации рекомендуется сотрудничать с УЕФА, национальными футбольными ассоциациями, организационными комитетами, туристическими центрами, местными болельщиками, фан-группами и клубами.

### **Формирование команд фан-посольств и начало тренинговых программ**

- В тесном сотрудничестве с опытными командами фан-посольств FSE для новых или

неопытных команд фан-посольств должны быть организованы ряд мероприятий: учебные семинары, тестирования. Это можно сделать во время проведения как квалификационных, так и товарищеских матчей национальных сборных команд.

- Мероприятия для существующих и потенциальных команд фан-посольств проводятся преимущественно в городах, принимающих турнир. Исходя из этого, должны активизироваться контакты с национальными футбольными ассоциациями, органами государственной власти, силовыми структурами, принимающими городами и другими задействованными организациями.

### **Предоставление информации – за 6 месяцев до начала турнира**

- Запуск многоязычного сайта фан-гида должен состояться примерно в день проведения жеребьевки финального турнира.
- Печатный фан-гид целесообразнее всего издать до начала турнира, тогда как местные фан-гиды и все остальные печатные издания следует подготавливать и распространить незадолго до начала первых матчей, с тем, чтобы включить в них все последние новости и актуальную информацию.

## **Во время проведения турнира**

### **Стационарные фан-посольства**

Стационарные фан-посольства должны начать работу не позднее, чем за один день до начала турнира. Их услуги должны быть доступны как можно дольше в течение суток. 24-часовая телефонная горячая линия должна работать и тогда, когда фан-посольство закрыто. Ключевым фактором является способность быстро реагировать на потребности групп болельщиков. Но, конечно же, обобщая, стоит отметить, что услуги должны быть доступны в течение всего времени соревнований.

### **Мобильные фан-посольства**

Мобильные фан-посольства должны работать максимум четыре дня на протяжении матчей своих национальных команд. Хотя рекомендуется начинать работу за два дня до матча и предоставлять услуги еще один день после его окончания. Помощь мобильного фан-посольства также должна быть доступна как можно дольше. Следует открыть 24-часовые телефонные горячие линии и обязательно информировать об этом болельщиков.

### **Фан-консульства**

Часы работы фан-консульств зависят от таких факторов, как расписание матчей, вместимость стадиона и ожидаемое количество болельщиков.





## **Знаете ли вы?**

### **Фан-посольство – это НЕ**

- Касса
- Коммерческая организация
- Букмекерская контора
- Место продажи фаст-фуда
- Инструмент правоохранительных органов

### **Соглашение о конфиденциальности и правила**

- В помещениях фан-посольства и на прилегающих территориях, а также в печатных изданиях (фан-гид, листовки т.д.) не допускается оскорбление отдельных лиц, групп, религий, рас, национальностей, компаний или организаций.
- Каждый футбольный болельщик, который посещает фан-посольство, заслуживает уважительное, доброжелательное и вежливое отношение независимо от своей национальности, расы, вероисповедания, возраста, пола или сексуальной ориентации.
- Фан-посольства открыты для любого болельщика. Никому не должно быть отказано в доступе ко всей информации и в помощи фан-посольства! Информация, переданная персоналу фан-посольства, является строго конфиденциальной и не может быть передана никому без четкого разрешения лиц, давших информацию либо того, кого эта информация касается.

- Не допускается, чтобы любое лицо, которое не принадлежит к команде фан-посольства, собирало и/или использовало информацию, представленную посетителями в конфиденциальном порядке.
- Все европейские законы о защите личной жизни людей должны быть соблюдены. Никакие личные данные не могут быть предоставлены никому за пределами фан-посольства без четкого разрешения соответствующего лица. Никакие данные или информация не должны распространяться, если эти данные или информация касаются конкретного лица или группы лиц.
- Все европейские законы о правах человека, гражданском праве и правах подозреваемого в любом уголовном деле должны соблюдаться и выполняться.
- Фан-посольство должно быть «нейтральной территорией», то есть гостеприимным местом для всех футбольных болельщиков. Деятельность фан-посольства не должна быть связана ни с какими коммерческими организациями. Полезная информация для болельщиков от принимающего города, правоохранительных органов, УЕФА, ФИФА или должностных лиц организационного комитета Евро либо чемпионата мира должна распространяться через фан-посольства.

## Финансирование

В принципе, коммерческие организации могут быть спонсорами мобильных фан-посольств. Но опыт показывает, что большинство футбольных болельщиков негативно относятся к коммерческому спонсорству в целом и в рамках фан-посольства в частности. Поэтому для успешной работы командам фан-посольств лучше не иметь коммерческого спонсора. Кроме того, Правила УЕФА и ФИФА по проведению международных турниров является весьма требовательными. Что касается чемпионатов Европы, УЕФА обычно предоставляет финансовую поддержку мобильным фан-посольствам. Таким образом, мобильные фан-посольства не могут содержать рекламу коммерческих спонсоров на территории объектов УЕФА, около стадионов и в принимающих городах.

## Основные принципы FSE

Каждая команда фан-посольства, которая является частью сети FSE, официально признает Устав FSE и активно следует ее принципам:

- Не допускать дискриминацию любого лица или группы лиц по причине их этнического происхождения, способностей, религии, пола, сексуальной ориентации и возраста.
- Не признавать любой формы насилия, как в устном, так и в физическом плане.
- Выступать за расширение прав и возможностей футбольных болельщиков
- Способствовать созданию позитивного имиджа футбольного болельщика и футбольной культуры, и следовать таким ценностям, как честная игра и уважение к законам. ■



## Выводы

Основные требования для успешного фан-посольства – это полные энтузиазма и преданные сотрудники, знающие и любящие фан-культуру. Реальные и серьезные обязательства со стороны всех соответствующих органов власти позволяют фан-посольствам быть источником актуальной и достоверной информации для болельщиков, и служат достаточным ресурсом для обеспечения высоких стандартов предоставления услуг.

Если эти требования будут выполняться, деятельность фан-посольств окажется полезной

в плане формирования приятных впечатлений от турнира, создания положительных эмоций и хороших отношений между группами фанатов, что поможет им чувствовать себя ценной самостоятельной частью турнира или отдельного матча. Поэтому в предоставлении качественных услуг фан-посольств должны быть заинтересованы все стороны, задействованы в каждом крупном футбольном турнире. ■

# 32 Документация

## Пример ежедневного отчёта мобильного фан-посольства

Отчёт команды мобильного фан-посольства Испании в Вене,  
матч Италия – Испания, период с 20.06 по 23.06.2008

|  |   |
|--|---|
| <b>Действия персонала фан-посольства</b>                         | Прибыв на место, мы встретились с персоналом местного стационарного фан-посольства и командой мобильного фан-посольства Италии с целью координации и планирования действий на следующий день. Мы регулярно посещали стационарное фан-посольство для помощи в организации работы. Местом расположения нашего мобильного фан-посольства была выбрана площадь «Schwedenplatz» (итальянские и испанская информационные стойки, фан-гиды, листовки, и т.д.). Сотрудничество с итальянской командой было безукоризненным. Двое из нас регулярно были в центре города, фан-зоне, на улицах, где мы раздавали информационные материалы и консультировали испанских болельщиков. Важной была информация о билетах на матч (время от времени мы консультировались с Испанской федерацией футбола). В день матча мы находились, как в мобильном, так и в стационарном фан-посольстве. Перед началом матча двое из нас ходили с проверкой вокруг стадиона, осматривали входы и заходили на сам стадион. Ещё двое оставались с сотрудниками стационарного фан-посольства в фан-зоне во время матча и в центре города после него. В ночное время суток трое из нас находились возле стационарного фан-посольства, недалеко от которого испанские болельщики устроили праздник после победы своей команды. |
| <b>Стационарное фан-посольство</b>                               | Сотрудничество и помощь в решении вопросов были на надлежащем уровне. У нас было достаточно ресурсов и информации для работы с болельщиками. Иногда мы могли рассчитывать на помощь волонтеров стационарного фан-посольства.  |
| <b>Атмосфера в городе</b>  | Большое количество болельщиков приехало в город за день до матча, а именно 21.06.2008. В день матча большое количество испанских болельщиков были на центральных улицах города. Австрийцы не интересовались Евро 2008. В день матча Турция - Хорватия город заполнили болельщики. Атмосфера среди них была немного напряжённая, но без агрессии. Мы наблюдали типичные турецкие гуляния в центре города.  |
| <b>Поведение болельщиков</b>                                     | У испанских и итальянских болельщиков не было никаких проблем друг с другом. Некоторые из них даже знали друг друга, некоторые уже встречались в Вене (фаны «Лацио» и «Реала»). Большинство испанских болельщиков проводили время в барах и ресторанах, вели себя культурно и доброжелательно. После матча большое количество болельщиков продолжили совместное гуляние в центре города. Значительных инцидентов замечено не было. Только правоохранительные органы запретила футбол на улице после жалоб местных жителей.  |
| <b>Совещание с УЕФА по вопросу безопасности матча (22.06.08)</b> | У нас была встреча с УЕФА за день до игры. Специалисты УЕФА дали разъяснения о фан-зоне и ситуации вокруг стадиона. Они предупредили, что очень большие флаги будут конфискованы, а также были обеспокоены какими-то знаками, которые любят показывать испанцы.   |

|  |   |
|--|---|
| <b>Фан-зона для публичного просмотра</b>   | Официальная фан-зона во время матча Турция - Хорватия была заполнена полностью. На игре Испания - Италия все места тоже были заняты. Фан-зона закрылась очень рано почти сразу после окончания матча. Обстановка была дружеской и непринужденной.   |
| <b>Матч (транспорт, безопасность, правоохранные органы, стюарды, атмосфера и т.д.)</b> | Болельщики добирались до стадиона в Вене на метро; им было легко таким же способом вернуться обратно в центр города. Были небольшие инциденты на стадионе в испанском секторе. Один испанский и один австрийский фанаты устроили небольшую потасовку. Два фаната зажгли в испанском секторе, к счастью, обошлось без вмешательства службы безопасности. Могло быть и хуже. Ситуация на входах и выходах стадиона была проблематичной: необходимо было показывать билет каждый раз, когда болельщики покидали сектор, что привело к некоторым недоразумениям во время перерыва, когда люди выходили, чтобы купить еду и напитки и попасть в туалет. Серьезные недоразумения возникли с ультрас группами, которым было отказано во входе. Мы выступили посредниками и успокоили ситуацию. Необходимо было размещать таблички, поясняющие процедуру прохождения на трибуну, на испанском языке на входе в сектор. Мы информировали болельщиков о правилах поведения на стадионе и о допустимых размерах флагов, раздавая листовки, информационные брошюры. Предоставляли эту информацию на веб-сайте и в личных беседах. Несмотря на это, мы увидели несколько больших флагов в испанском секторе, что сделало нашу работу напрасной. Вполне возможно, они подумали, что наша информация вредная. Наши итальянские коллеги говорили о плохом отношении к болельщикам в итальянском секторе, так как там правила безопасности были более строгими, чем в секторе испанцев. Мы расскажем об этой проблеме на следующей встрече с представителями УЕФА. |
| <b>Билеты/Свободные зоны стадиона</b>  | В день матча в Испанской федерации футбола (RFEF) были билеты по 110 и 180 евро. Их продавали только испанским гражданам до 21.06.2008. В тот же день до начала матча на черном рынке (на улицах, в центре города, вокруг стадиона) можно было купить билеты за 80 евро. Мы видели много пустых мест на стадионе, большинство из них в итальянских секторах. По нашим оценкам на матче присутствовало около 12,000 испанских и 9,000 итальянских фанатов.   |
| <b>Правоохранные органы / Службы безопасности</b>                                      | Как и в других городах, поведение и работа сотрудников правоохранительных органов были на надлежащем уровне.  |
| <b>Сотрудничество с FairPlay / FARE</b>  | Мы не планировали заранее наше сотрудничество, но местом проведения акции Streetkick была территория возле стационарного фан-посольства поэтому мы часто общались. Также мы распространяли материалы FARE среди испанских болельщиков.  |

# 34

## Пример ежедневного отчёта стационарного фан-посольства

Ежедневный отчёт стационарного фан-посольства в Базеле, 19.06.2008 г.

За день до четвертьфинального матча Нидерланды – Россия

| Целевая группа               | Цифры   | Массовое скопление людей   | Поведение/ атмосфера  | Жалобы/ благодарности  | Частые вопросы  | Примечания  |
|------------------------------|---|--|---|--|---|---|
| <b>Фаны в фан-посольстве</b> | Первая смена: 50 человек, 300 фан-гидов<br>Вторая смена: 50/150   |  | Всё началось спокойно. Около полудня начали прибывать голландские фаны  |  |   | Теперепутали «Münster» и «Marktplatz»   |
| <b>Фаны на улицах</b>        | Первая смена: 120 человек, 130 фан-гидов<br>Вторая смена: 200/165 | На главной ж/д станции Базеля в основном большие группы фанов, всего несколько отдельных болельщиков. В городе много голландцев, также есть немцы, которые остались после своей вчерашней игры. Небольшое количество хорватов. | Люди довольные и ведут себя дружелюбно. Хорошая погода, очень доброжелательная атмосфера. Голландцы обращают внимание на всех женщин. После игры Турция – Хорватия турецкие фаны собрались ненадолго на Marktplatz, после чего направились в сторону Barfüsserplatz. Очень дружественная атмосфера. Голландские болельщики устроили гуляние на площади Claraplatz. Они уже прибыли в город. | Молодой человек пришёл специально поблагодарить немецких работников фан-посольства за помощь, оказанную ими вчера. | Где я могу спокойно переночевать в автомобиле? (Вопрос голландского фана) | Полиция обратилась в фан-посольство по поводу ограбления турецкого болельщика (все документы, деньги, ноутбук и т.д.)<br>Он хочет выехать в Германию. Фан-посольство проинформировало об этом Турецкое консульство, после чего Консул связался с этим человеком.<br>Город одевается в оранжевые цвета. Голландские фаны хорошо ориентируются в городе |



| Целевая группа   | Цифры | Массовое скопление людей            | Поведение/ атмосфера   | Жалобы/ благодарности  | Частые вопросы | Примечания  |
|--|-------|-------------------------------------|--|--|----------------|---|
| Местные жители   |       | Везде                               |  |  |                |   |
| Правоохранительные органы, частные охранные организации                                    |       | Везде                               | Очень осторожные   |  |                |   |
| Другое (Футбольные ассоциации, команды FSE, медицинская помощь, транспорт, магазины и т.д) |       | Много торговцев билетами на вокзале | Российские и голландские сотрудники мобильных фан-посольств прибыли сегодня в город. Сотрудничество пока что хорошее | Одному сотруднику российского мобильного фан-посольства отказано во въезде в Швейцарию из-за проблем с визой, другой не приехал, потому что это оказалось слишком дорого |                | Евгений (сотрудник российского мобильного фан-посольства) поможет нам в нашем посольстве и в городе, голландское мобильное фан-посольство расположено на пересечении Kaufhausgasse и Freiestrasse |

## Пример графика работы фан-посольств в Швейцарии на Евро-2008

| Мероприятие   | Время                      | Опыт работы во время Евро-2008 в Швейцарии  |
|---|----------------------------|---|
| Договорённость с принимающими городами о выделении места в центре города для стационарных и мобильных фан-посольств.                | 2 года до начала турнира   | Швейцарские фан-посольства были расположены в центре города, но их объединили с коммерческими организациями. Это было плохим решением. Такого компромисса можно избежать на будущих турнирах, если начинать работу с принимающими городами на ранних этапах подготовки.   |
| Участие местных болельщиков   | 2 года до начала турнира   | Местные болельщики – это лучшие знатоки своих городов. Привлечение их к сотрудничеству может оказаться длительным процессом, так как они часто критикуют подобные турниры. Залог успешного участия болельщиков – это наличие местных объединений, таких как фан-проекты, а также непосредственное общение с самими фанами   |
| Информирование заинтересованных сторон (например, владельцев ресторанов, туристических агентств, правоохранительных органов и т.д.) | 1,5 года до начала турнира | Швейцарское Управление туризма организовало ряд семинаров для различных целевых групп. Семинары были разделены на 5 частей. Один из них был о фанах. Предоставленная информация заинтересованным в ней сторонам была очень важна. Потому как помогла развеять негативные убеждения о фанах и способствовала конструктивной беседе с ними. Это была хорошая возможность представить персонал фан-посольств и местные фан-группы. |
| Выбор местной фан-группы для организации фан-посольства   | 1,5 года до начала турнира | Национальный координатор может разработать общую концепцию и заботиться о делах, которые касаются болельщиков и фан-посольств. Тем не менее, важно, чтобы были определены местные команды, которые занимаются созданием и управлением фан-посольствами во время турнира.  |
| Подбор местного персонала для фан-посольства  | 1 год до начала турнира    | Необходимо чтоб весь персонал начинал работать одновременно и формировался в единую команду на ранней стадии. Кроме того существует немало вопросов, которые требуют достаточно длительного периода подготовки (сбор материала для местных фан-гидов, управление контентом веб-сайта и т.д.)  |
| Тестовые фан-посольства (например, во время товарищеских матчей)  | 1 год до начала турнира    | В большинстве стран существует ограниченное количество людей, которые имеют опыт в организации работы фан-посольств. Таким образом, мы должны дать возможность тестовым фан-посольствам получить первый опыт подобной работы. В Швейцарии мы сделали это благодаря организации фан-посольств в течение подготовки сборной Швейцарии по футболу к домашней игре против сборной Австрии и к выездной игре со сборной Англии.      |

| Мероприятие   | Время                       | Опыт работы во время Евро-2008 в Швейцарии  |
|---|-----------------------------|---|
| Оборудование и дизайн фан-посольств                 | 1 год до начала турнира     | <p>Фан-посольства требуют соблюдения определенного стандарта во внутренней организации: компьютеры, интернет, телефоны, офисные столы и т.д. Это должно быть подготовлено заранее, возможно при поддержке партнеров программы и местного организационного комитета, а также с помощью спонсоров турнира.</p> <p>Фан-посольства должны иметь согласованный дизайн. Кроме того большое значение имеет интеграция концепции фан-посольств в концепцию принимающего города относительно информационных указателей</p>   |
| Веб-сайт и фан-гид                                  | 9 месяцев до начала турнира | <p>Чем ближе начало турнира, тем больше болельщиков ищут информацию о принимающих городах и о турнире в целом. FSE запустили собственный сайт в сотрудничестве со странами-хозяйками и принимающими городами прошлых турниров. Стоит сказать, что он имел очень большую посещаемость. Люди уже знают этот сайт и будут искать его сразу после жеребьевки Евро-2012. Поэтому сайт должен быть доступен с момента жеребьевки. А это означает, что все должно быть подготовлено заранее, начиная с регистрации доменного имени. Фан-гид – это печатное издание, где собрана самая важная информация для болельщиков. Поскольку многие вещи могут измениться до начала турнира, фан-гид не стоит печатать слишком рано. Но важно подготовить концепцию и дизайн, который должен быть общим для сайта, фан-посольств и печатных материалов</p> |
| Выбор команды волонтеров для каждого фан-посольства | 6 месяцев до начала турнира | <p>Принимающие города должны обеспечить определенное количество волонтеров для фан-посольств. В первую очередь это должны быть волонтеры с глубоким знанием иностранного языка. Они должны иметь возможность распространять свои материалы в городе, включая официальные фан-зоны. В Швейцарии мы имели заранее выбранную команду, что оказалось близким к идеалу.</p>  |
| Подготовка команд волонтеров                        | 4 месяца до начала турнира  | <p>Небольшое количество людей имеют опыт работы в фан-посольствах поэтому волонтеров обязательно необходимо подготовить. Вовлечение в этот процесс местных фанов является успешным, так как они могут стать волонтерами фан-посольства. Таким образом, вам не придется долго готовить людей к встрече с болельщиками, потому что они уже и так хорошо знают мир футбольных болельщиков</p>  |

## Болельщики национальной сборной и клубов

Когда речь идёт о фанах, правоохранительные органы, органы государственной власти и средства массовой информации часто очень обобщают это понятие. Предыдущий опыт и изобретения фан-работников могут помочь созданию более определенного взгляда на этот вопрос. Приведённый ниже список указывает на отличие между фанами национальных сборных и клубов:

| Критерии  | Болельщики национальных сборных  | Болельщики клубов  |
|---|--|--|
| <b>Различная внутри-групповая динамика</b>          | Болельщики национальной команды отличается от болельщиков футбольных клубов. Фаны национальной сборной встречаются всего лишь несколько раз в год (во время турниров или отборочных матчей), среди них вряд ли образуется сплоченный коллектив, что иногда дает возможность не развиваться внутригрупповым процессам   | Болельщики футбольных клубов (или организованная часть из них) постоянно собираются (по крайней мере, каждые выходные), нередко даже в неигровые дни и во время межсезонья. Это создает прочные связи внутри группы. Такие фаны образуют коллектив с общими интересами и предпочтениями. В результате чего, если они чувствуют плохое отношение к себе или возможность возникновения угрозы, то чаще всего проявляют солидарность гораздо быстрее. Поэтому в таком случае наблюдается совершенно иная внутригрупповая динамика   |
| <b>Различные взаимоотношения между болельщиками</b> | Ранее матчи национальных сборных привлекали националистически настроенных хулиганов, особенно когда матчи проходили под грифом «повышенная опасность». Игры между Германией и Нидерландами (кульминация противостояния - Роттердам, 1996 году) часто рассматривались средствами массовой информации и общественностью в контексте Второй мировой войны. Таким образом, была спровоцирована повышенная опасность этих матчей. Во время Евро 2008 матч Германия-Польша в Клагенфурте был признан властями, СМИ и общественностью как достаточно небезопасный. И действительно, хулиганы с каждой стороны съехались в Клагенфурт. | Клубные фаны встречаются еженедельно во время матчей чемпионата своих стран. Существует большая преданность цветам клуба и своему городу. Вот почему есть противостояния между отдельными группами (например, Марсель против Парижа, Мадрид против Барселоны, Базель против Цюриха). Когда молодые люди становятся активными болельщиками в возрасте 12 или 13 лет, они знакомятся с подобными стереотипами. Если отдельные противостояния клубов объявляются матчами повышенной опасности, это способствует укреплению понятия врага и может привлекать склонных к насилию людей, которые надеются получить выгоду от таких матчей.   |
| <b>Различная возрастная структура</b>               | Посещение матчей национальных команд часто предполагает большие затраты времени и денег, поскольку половина матчей проходит за границей. В результате большинство болельщиков это те, кто может позволить себе поездки, а это значит, что средний возраст фана сборной выше. Взрослые люди обычно меньше способны к рискованным действиям, чем молодёжь. Даже если они чувствуют плохое отношение к себе, то, учитывая свой опыт, имеют тенденцию реагировать на конфликт более уравновешено. Кроме того они хорошо осведомлены о последствиях проблем в чужой стране.   | Среднестатистический болельщик футбольного клуба моложе болельщика национальной команды. Молодые люди готовы идти на больший риск (который может предусматривать насилие) и в меньшей степени осведомлены о правовых последствиях в случаях нарушений. В сочетании с другими факторами (стереотипы в отношениях с властью, внутригрупповая динамика) это может привести к насильственным действиям. Кроме того молодые люди всегда хотят знать, где та грань, которую нельзя переходить и ставят под сомнение правила принятые взрослыми. Это не означает угловатой направленности в их действиях, а скорее всего, согласно социологическим исследованиям, является важным элементом в формировании личностного самоопределения молодого человека. |

| Критерии  | Болельщики национальных сборных  | Болельщики клубов   |
|---|--|---|
| <p><b>Различное отношение к болельщикам</b></p> | <p>В ходе подготовки к Чемпионату мира 2006 и Евро 2008 все ссылались на положительные аспекты, существующие в принципах поддержки национальной сборной. Например, организаторы сделали многое для того, чтобы очень тепло встретить англичан (2006) и голландцев. Представители власти общались непосредственно с болельщиками с целью реагирования на их потребности. Однако поведение фанатов во время турниров не отличалось существенно от поведения большинства клубных фанов. Болельщики сборных очень шумные, они играют в футбол общественных местах и время от времени что-нибудь ломают. Им много чего было позволено, что в большинстве случаев можно объяснить положительным имиджем болельщиков национальных сборных. Плохое поведение было просто принято без особых замечаний. А проявление гостеприимства, надлежащее реагирование на возникающие потребности фанов (если это было возможно) стали важной основой для благодарности со стороны болельщиков и для повышения их самодисциплины.</p> | <p>В повседневной жизни клубные фаньт (по крайней мере, организованные и инициативные) считаются угрозой для безопасности. Вместо того чтоб строить конструктивный диалог с болельщиками, органы государственной власти преимущественно руководствуются лозунгом: «Прежде всего докажите нам, что вы можете вести себя нормально, тогда мы сможем относиться к вам, как к обычным гражданам!» Такое отношение загоняет ситуацию в замкнутый круг. Это приводит лишь к ухудшению ситуации и не позволяет сосредоточиться на решении конфликтов. Диалог является жизненно важным элементом. Насилие начинается тогда, когда диалог заканчивается.</p> |





## **Издатель:**

Координационное бюро «Футбольные болельщики Европы»  
Football Supporters Europe Coordinating Office  
Почтовый ящик Postfach (P.O.Box) 50 04 03  
22704 Гамбург Hamburg Германия Germany

## **Редакторы:**

Даниела Вурбс, Эшли Грин, Михаэль Габриель, Томас Герцог, Томас Гасслер

## **Фото:**

Koordinationsstelle bei der Deutschen Sportjugend, Colectivo CEPA - Andalucia,  
Football Supporters Europe

## **Корректор (английская версия):**

Тэм Фери / Association of Tartan Army Clubs, Гапет Каминс / Football Supporters Federation

## **Дизайн (оригинал – макет):**

Puschel Artwork

## **Перевод на русский язык и дизайн (русская версия):**

Пронкин Сергей (Pronkin Sergiy)  
Football Supporters Europe

## **Редактор и корректор (русская версия):**

Алла Скидан  
(куратор курса «Журналистика; Реклама и связи с общественностью», преподаватель кафедры гуманитарных дисциплин Донецкого института психологии и предпринимательства)

## **Печать:**

meindruckportal.de

Available from the publisher  
Hamburg 2010  
Copyright © 2010 Football Supporters Europe e.V.  
All rights reserved!

---