Фан-посольства

Посібник

FOOTBALL SUPPORTERS EUROPE
FANS' EMBASSIES

Вступ

Ми як представники організації „Вболівальники футболу Європи“ (Football Supporters Europe – FSE) віримо, що футбольні вболівальники є основою світу футболу, і їхні інтереси мають бути враховані та дотримані. Ми зробили такі висновки, бо маємо досвід постійної роботи над тим, щоб футбольні фани відчували до себе поважне ставлення. Водночас ми заохочуємо фанів мислити відповідально, щоб запобігти виникненню напруженості та гніву, що може призвести до насильства. Ця робота та досвід є зрештою успішними та дозволяють грі бути тим, чим вона має бути -- футбольним святом.

Ми на собі відчули різницю між добре організованим футбольним заходом і таким, де з самого початку є відчуття, що щось «піде не так». І хоча всім відомо, як багато зусиль і коштів потрібно, щоб все «пройшло як належить», ми з свого досвіду знаємо, що є кілька досить простих заходів і кроків, достатніх для того, щоб справи не «пішли не так». Врешті-решт, ми самі є футбольними фанами.

Як представники своїх країн у підрозділі фан-посольств FSE ми займаємося організацією фан-посольств протягом майже двох десятиліть. Ми створювали фан-посольства на багатьох міжнародних футбольних змаганнях і кубках і зробили все можливе для реалізації по всій Європі, спільно з футбольною владою та установами, концепції під девізом «фани для фанів». Сьогодні, за допомогою цього посібника, ми хочемо поділитися нашим досвідом з вами, підкреслити важливу роль фан-посольств у поліпшенні атмосфери навколо футбольної події. Ми вважаємо, що ці послуги повинні стати моделлю «кращої практики» не лише на матчах національних збірних, а, сподіваємося, й на клубному рівні та там, де в цьому буде потреба. Крім того, ми хотіли б, щоб ви знали про нашу готовність надавати вам будь-які поради і підтримку в підготовці та наданні таких послуг.

Ми стали свідками покращення атмосфери на останніх міжнародних матчах і турнірах і переконані, що послуги фан-посольств відіграли в цьому вирішальну роль, адже ми запропонували нашу допомогу та послуги тисячам вболівальників, які залишилися задоволені тим, що ми робимо для них.

Беріть участь і приймайте виклик разом з нами!

Міхаель Габрієль, Директор підрозділу фан-посольства організації „Вболівальники футболу Європи“

Зміст

- Відправна точка: фани як позитивний фактор 07-08
- Історія та передумови соціально-профілактичної роботи з вболівальниками: англійська і німецька моделі 09-11
- Що таке фан-посольство? 12
- Як працює фан-посольство? 13-14
- Де розміщуються фан-посольства? 15-16
- Хто керує фан-посольством? 17
- Що потрібно? 18-19
- Інформування вболівальників 20-21
- Канали зв'язку фан-посольств 22-23
- Інші послуги та діяльність фан-посольств 24-25
- Хто має бути партнером фан-посольств? 26-27
- Коли? Ідеальний графік роботи 28-29
- Чи знали ви, що... ? 30-31
- Висновки 31
- Документація 32-39

Відправна точка: фани як позитивний фактор

Головні футбольні турніри – між гостинністю та безпекою

Проведення великого футбольного турніру є безперечно великим викликом, але й великим шансом. У середньому більше 2 млн іноземних гостей і місцевих шанувальників футболу очікують на гостинність багатонаціональних країн та міст-господарів, що надають умови для успішного футбольного фестивалю. Світові першості та чемпіонати Європи з футболу є важливими масовими заходами, що привертають до себе більше прихильників, ніж будь-які інші події в світі. Футбольні фани яскраві, гучні, люблять подорожувати і розважатися. На відміну від інших гостей і туристів вони вважають себе частиною цієї чудової гри і хочуть брати активну участь у незабутньому святі футболу. Максимально святкова атмосфера повинна поєднуватися з максимальною безпекою для глядачів, гравців та всіх інших гостей. Таким чином, основою концепції гостинності є баланс між безпекою та доброзичливістю.

Організаційний комітет, національні футбольні асоціації, а також державні та місцеві органи влади, відповідальні за підготовку матчів, мають бути свідомі того, що вищий принцип гостинності – це теплий прийом фанів, повага до них та опікування їхніми потребами. Оскільки більшість організаторських заходів стосуються футбольних вболівальників, участь професійних фахівців з роботи з фанами повинна розглядатися як одне з головних завдань у підготовці до великого футбольного турніру.

Фани як позитивний фактор – участь і профілактика

Вирішальною з точки зору гостинності та запобігання насильству має стати теза: фани, яких зустрічають та обслуговують як гостей, повинні поводитися як гості. Якщо вболівальників вважати «проблемою», потенційною загрозою для безпеки, є великий ризик, що це тільки спричинить неприємності. Атмосфера стає напруженою, якщо вболівальники відчувають неприв'ітне ставлення до них, якщо існує невизначеність щодо квитків, проживання та транспорту, якщо вони не можуть отримати потрібну інформацію, якщо їм нема чим зайнятися і вони змушені лише вештатися

містом, то навіть дружньо налаштовані люди можуть перетворитися на роздратований натовп. Агресивні групи першими скористаються такою ситуацією, починаючи бійки з поліцією або іншими групами вболівальників, втягуючи в сутички дедалі більше роздратованих людей з натовпу. Проте, якщо приймаюча країна/країни якомога повніше забезпечать базові потреби приїжджих фанів, будуть привітними та люб'язними господарями, у агресивних груп буде менше шансів порушити спокій.

Переважна більшість любителів футболу не бачать себе в якості простих свідків події. Вони хочуть висловлювати свою пристрасть і емоції в активній і творчій формі, а відтак потребують певної свободи для цього в містах і на стадіонах. Кращим способом по-справжньому використати креативний потенціал таких фанів є їх активна інтеграція та участь, а не ізоляція та репресії. Цей загальний підхід активно підтримується фан-посольствами FSE і включає в себе лобіювання та зв'язки з громадськістю з метою охолодити непропорційні дебати з питань безпеки, домагаючись збалансованої точки зору та сприйняття вболівальників як позитивного фактора, а не як загрозу безпеці.

Цей посібник з організації фан-посольств має стати інструментом, що сприятиме здійсненню належної практики. Поетапний виклад принципів роботи фан-посольств адресований тим, хто прямо чи опосередковано має справу з футбольними уболівальниками під час чемпіонату світу, чемпіонату Європи або європейських клубних змагань, а саме представникам оргкомітетів, органів державної влади, футбольних асоціацій, приймаючих міст, політичним діячам, а також новим потенційним ініціативам фан-посольств. Посібник містить не лише всю необхідну інформацію про те, як організувати фан-посольства та забезпечити їх успішну роботу, а й наводить кращі практичні приклади з попередніх турнірів та інших заходів, де послуги фан-посольств виявилися принагідними. Ми переконані, що цей методичний посібник буде корисним для реалізації і передачі позитивного потенціалу соціально-профілактичної роботи з футбольними уболівальниками як елемент загальної організації заходів безпеки на міжнародних турнірах і футбольних матчах.

Фан-посольства на клубному рівні

Концепція та послуги фан-посольств для прихильників національних команд на міжнародних турнірах можуть бути адаптовані для футбольних клубів і їх уболівальників. Фан-посольства на клубному рівні мають бути трьох видів:

- фан-посольства для вболівальників, що подорожують на виїзні матчі (чемпіонату/кубку країни чи міжнародні) свого клубу
- фан-посольства, організовані для вболівальників під час домашніх ігор
- фан-посольства, спеціально організовані під час найважливіших європейських матчів, таких як фінал Ліги чемпіонів

Для забезпечення успішної реалізації проектів фан-посольств на клубному рівні FSE може надавати консультації та активну допомогу в їх плануванні та організації, спираючись на багатий досвід такої діяльності. ■

Історія та передумови соціально-профілактичної роботи з футбольними вболівальниками: англійська і німецька моделі

Передумови

Концепція фан-посольства (Fans' Embassies) була започаткована на чемпіонаті світу 1990 року в Італії, коли послуги з інформаційної підтримки були надані фанам збірних Англії та Німеччини, вдосконалюючись протягом наступних турнірів.

Здійснення профілактичних та соціальних заходів, а також структурна підтримка для виїзних фанів на міжнародних турнірах є основними ідеями фан-посольств, що стало цінним і суттєвим доповненням до звичайних заходів безпеки під час всіх основних футбольних подій в останні 20 років. Утім, у більшості європейських країн протягом тривалого періоду поліцейські репресії розглядалися як єдиний спосіб дій щодо вболівальників на великих турнірах. Ця точка зору почала змінюватися, зокрема, після масових заворушень фанів у 80-х роках. Зміни в ставленні до поведінки фанів з різних точок зору набувають все більшого поширення. Вони знайшли відображення у вигляді рекомендацій щодо запобігання насильству в спорті, опублікованих Радою Європи (Рекомендація № 1/2003):

«...Подібне насильство є частиною більш широкого соціального явища, воно негативно позначається на законослухняних вболівальниках і місцевих жителях, тому необхідний комплексний підхід у боротьбі з ним».

Історія

У рамках розвитку ідеї активної соціально-профілактичної роботи з футбольними вболівальниками така діяльність була розпочата на місцях у низці європейських країн, особливо в Англії та Німеччині.

- **Англійська модель – фани для фанів**

В Англії робота розпочалася з ініціативи лобіювання та самоствердження, яку взяла на себе незалежна Англійська асоціація вболівальників (Football Supporters Association, тепер Football Supporters Federation – FSF), членами якої є звичайні прихильники футболу. Англійська служба фан-посольств має високу репутацію

серед англійських уболівальників завдяки своїй надійності та послідовності, адже фактично це сервіс фанів для фанів, де обидві сторони «на одному боці». FSF створює фан-посольства до кожного матчу збірної Англії, таким чином демонструючи постійну готовність до підтримки вболівальників та завойовуючи їхню довіру. Крім того, FSF публікує фан-журнал «Вільні леви» до кожної гри.

- **Німецька модель – професійні працівники**

Як і в Англії, в Німеччині в процесі підготовки фан-посольств задіяні особи, які відомі в колах вболівальників та мають їхню довіру. Проте в Німеччині цим займаються обучені соціальні працівники, зайняті у різних фан-проектах клубів, в першу чергу в роботі з локальними фан-групами. Починаючи з чемпіонату світу 1990 року професійні працівники подорожують разом з уболівальниками німецької національної команди й клубів. Німецькими фан-посольствами опікується KOS – Координаційний центр фан-проектів, який об'єднує більше ніж 40 клубних фан-проектів у Німеччині.

- **Результат? Спільний підхід**

Важливо і цікаво відзначити, що, незважаючи на дуже різні початкові умови в двох країнах, виявилося, що, діючи паралельно, обидві сторони використовували надзвичайно схожі методи досягнення мети з забезпечення сервісів фан-посольств. Спільність досвіду і висновків про методологію двох найдавніших і найбільш успішних гравців у цій області дозволяє нам з певним авторитетом говорити про підтверджені досвідом моделі передової практики.

Від FSI до FSE

Для прискорення подальшого розвитку фан-посольств та зміцнення роботи з уболівальниками в Європі в 2001 році було засновано мережу Football Supporters International (FSI). Започаткували FSI вже згадані FSF з Англії та німецький KOS, а також організації з Італії та Нідерландів. Пізніше FSI отримав офіційне фінансування для створення фан-посольств на Євро 2004 в Португалії.

На чемпіонаті світу 2006 ще більше груп фан-посольств FSI прибуло до Німеччини, щоб забезпечити інформаційну підтримку вболівальників своїх країн за допомогою новостворених стаціонарних фан-посольств. Євро 2008 в Австрії та Швейцарії надав мережі можливість подальшого вдосконалення своєї роботи, було збільшено кількість мобільних груп, з самого початку підготовки було офіційно затверджено програму, отримано фінансування від УЄФА. Члени мережі FSI допомагали постійно вдосконалювати підходи та концепції фан-посольств по всій Європі.

У 2008 році тодішні члени основної групи FSI вирішили, що прийшов час трансформувати мережу в щось нове, стати виразником думок любителів футболу по всій Європі. Зміна назви з FSI на FSE (Football Supporters Europe) відображає глибокі зміни у суті: сьогодні FSE є демократичною структурованою європейською мережею, що представляє фан-групи та організації з усього континенту та займається вирішенням різних актуальних питань і тем.

Напрямок фан-посольств, що залишається одним з найважливіших в роботі мережі, виділений в окремий тематичний підрозділ FSE, тісно пов'язаний з усією організацією, але автономий щодо фінансування і повсякденної роботи з учасниками з 16 країн, а саме: Австрії, Англії, Іспанії, Італії, Німеччини, Польщі, Росії, Туреччини, Уельс, України, Франції, Хорватії, Чеської республіки, Шотландії, Швеції та Швейцарії. ■

Що таке фан-посольство?

Концепція

Фан-посольства – це консультаційні та інформаційні послуги для підтримки футбольних уболівальників під час поїздок на виїзні матчі або міжнародні турніри в інші країни. Надання таких послуг для уболівальників відіграє дуже конструктивну і позитивну роль в програмі гостинності турніру.

Цілі

Основним завданням фан-посольств є надання точної, надійної, актуальної та об'єктивної інформації з будь-яких питань, що становлять інтерес для любителів футболу. Фан-посольства також надають інформацію, яка стосується таких особливих тем, як міжнародна фан-культура і альтернативні заходи в приймаючих містах. Фан-посольства забезпечують допомогу та підтримку у разі надзвичайної ситуації (фізичне насильство, крадіжка і т.д.) та можуть виступати посередниками у конфліктних ситуаціях.

Переваги

Хоч фан-посольства зовсім не розглядаються як інструмент поліцейської влади на турнірі, досвід показує, що наявність такої служби, яка надає точну інформацію та сприяє атмосфері доброзичливості між групами вболівальників, може допомогти значно зменшити відчуття небезпеки і ізольованості серед фанів, тим самим сприяючи зниженню напруженості, яка може породити насильство. ■

Як працює фан-посольство?

Фан-посольство має бути незалежним центром для фанатів, а це означає, що робота посольства НЕ може переслідувати комерційні цілі, Не може бути пов'язаною ні з компаніями або (футбольними) організаціями, ні з будь-якою політичною ідеологією чи організаціями.

Фан-посольства, як правило, поділяються на три різних типи:

Стаціонарні фан-посольства

Стаціонарне фан-посольство – це місце зустрічі, обміну та сервісу, розташоване в приміщенні або окремій будівлі, де надається інформація і/або допомога футбольним уболівальникам та відвідувачам футбольного турніру. За стаціонарне фан-посольство відповідає місцевий персонал, який має доступ до всієї необхідної інформації і знайомий з фан-культурою і специфікою потреб вболівальників. Стаціонарні служби фан-посольств мають бути доступні протягом усього часу змагання.

Мобільні фан-посольства

Якщо стаціонарні фан-посольства працюють як інформаційні бюро, то мобільні, «міжнародні» посольства зосереджені на вуличній роботі. На відміну від стаціонарних фан-посольств, що розміщуються в певних місцях в кожному місті, мобільні групи супроводжують фанів до їх місцезнаходження у місті або за містом (наприклад, кемпінги). Тобто співробітники мобільних фан-посольств весь час знаходяться поруч з фанами зі своїх країн. Завдяки такому безпосередньому контакту легше запобігти потенційним проблемам. Швидкий і прямий обмін інформацією дозволяє створити індивідуальні умови, якнайкраще пристосовані до потреб різних груп фанів.

До днів матчів мобільні групи фан-посольств пропонують послуги та консультації в основних місцях зустрічей своїх цільових груп у містах, що приймають турнір. Для цього вони встановлюють свої стенди, часто з використанням автобусів, мікроавтобусів і пікапів. Команда мобільного фан-посольства перебуває в тісному контакті зі стаціонарним фан-посольством. Комунікаційні можливості стаціонарних фан-посольств можуть бути використані для поліпшення зв'язку між мобільними посольствами та іншими установами. Мобільні фан-посольства повинні також тісно

співпрацювати з офіційними представниками своїх країн в країні, що приймає турнір та/або матч. FSE має активних учасників мережі фан-посольств в 16 різних країнах.

Фан-консульства

У дні матчів сервіси фан-посольств можуть бути доповнені за рахунок мобільних фан-консульств, що орієнтовані на менші цільові групи та розташовуються у ключових точках. Фан-консульство зазвичай складається з невеликої переносної інформаційної стійки та двох-трьох чоловік персоналу. Наскільки це можливо, консульство пропонує ті ж послуги, що і фан-посольства. За необхідності консульства можуть звертатись як до стаціонарних, так і до мобільних фан-посольств.

Оскільки одним з основних завдань фан-посольств є надання інформації та консультацій за принципом «фани для фанів», інформація, як правило, надходить через такі фан-довідники:

Фан-довідник – друкований та онлайн

Забезпечення загальною і специфічною інформацією має важливе значення для футбольних уболівальників, що подорожують за кордон. Друковані та онлайн фан-довідники, з досвіду попередніх турнірів, виявилися найбільш зручним способом поширення інформації.

- **Друкований фан-довідник**

Друкований фан-довідник може бути національним або локальним, для кожного міста-господаря. Національний фан-довідник може включати розділи з локальних фан-довідників. Поряд зі спеціальною інформацією для фанів, наприклад про європейські фан-культури, та внутрішніми («інсайдерськими») порадами щодо місцевої субкультури у фан-довіднику має бути подана у зручній формі інформація про проїзд і проживання, їжу, напої; рекомендації про те, як і де провести вільний час для різних цільових груп уболівальників, наприклад осіб з нетрадиційною сексуальною орієнтацією. Важливими темами, які слід мати на увазі, є фан-зони і альтернативні місця для перегляду матчів, а також правила поведінки в містах і на стадіонах та дотримання заходів безпеки. Необхідно врахувати потреби вболівальників з обмеженими можливостями, тож фан-довідник має містити інформацію про доступні для них інфраструктури. Для того, щоб забезпечити найсвіжішу інформацію, фан-довідник варто опублікувати незадовго до чемпіонату світу або чемпіонату Європи.

- **Онлайн фан-довідник**

Інтернет є надзвичайно важливим - якщо не найважливішим – засобом спілкування для футбольних фанів по всьому світу. Він не має аналогів за розповсюдженням нової інформації та, завдяки своїй інтерактивності, за швидкістю реакції на запити. Інтерактивний онлайн фан-довідник слід створювати до кожного великого футбольного турніру у співпраці з фан-клубами та ініціативними групами фан-посольств для висвітлення всіх актуальних для фанів тем. Як додаткові інструменти можна використатині соціальні мережі, такі як Facebook і Twitter.

Онлайн та друковані фан-довідники мають бути доступні кількома мовами, передусім англійською та всіма офіційними мовами країн – учасниць турніру, а їх дизайн привабливим для користувачів. ■

Де розміщуються фан-посольства?

Стаціонарні фан-посольства

Стаціонарне фан-посольство має бути розташованим в центральному районі міста, де відбуватиметься матч у рамках чемпіонату Європи з футболу чи Кубка світу, в місці, яке легко знайти та зручно дістатися до нього. Навколо місця розташування стаціонарного фан-посольства встановлюються інформаційні покажчики, а його адреса вказується в офіційних виданнях і брошурах міста-господаря, країни-господаря та УЄФА. Крім того, має сенс встановити на деяких площах і вулицях міста дороговкази до місцезнаходження фан-посольства. Стаціонарне фан-посольство має знаходитися в капітальному будинку чи тимчасовій споруді в легкодоступному центральному місці і бути відкритим для всіх вболівальників незалежно від їх походження, раси, релігії, статі або сексуальної орієнтації. Обов'язково слід забезпечити до нього доступ людей з особливими потребами або обмеженими можливостями (інвалідів).

Мобільні фан-посольства

Мобільні фан-посольства протягом днів матчів розміщуються в центральній та легкодоступній для

вболівальників частині міста. Місця розташування можуть бути різними в різних містах та неабияк залежати від можливостей інфраструктури конкретного міста. Мобільне фан-посольство має бути там, де його легко помітити; де очікується поява великої кількості вболівальників, що прибувають на матч. Мобільні фан-посольства обох команд можуть бути просторово розділені чи знаходитися поруч одне з одним або в безпосередній близькості від стаціонарного фан-посольства або фан-консульства.

Фан-консульства

Фан-консульства, які є меншими інформаційними пунктами, в дні матчів мають бути розташовані в стратегічно важливих точках, особливо в місцях великих транспортних розв'язок, там, де фани з'являються лише на короткий час (вокзали, аеропорти і прилеглі території стадіонів). ■

Хто керує фан-посольством?

Стаціонарні фан-посольства

У роботі стаціонарного фан-посольства задіяні координатор фан-посольства, його помічники, місцеві вболівальники та волонтери. Співробітники посольства мають бути досвідченими (досвід відіграє вирішальну роль), належним чином підготовленими, мати добрі знання іноземної мови/мов. Персонал проходить загальну підготовку, отримує необхідні знання про фан-культуру своїх цільових груп, місцеві умови, точки контакту та канали зв'язку з усіма відповідними установами та органами. Керування командою фан-посольства здійснює координатор, що відповідає за робочі зміни та план обміну інформацією.

Основні риси співробітника фан-посольства:

- Має довіру серед вболівальників
- Глибоко розуміє фан-культуру
- Може знаходити спільну мову та працювати з різними групами вболівальників
- Є надійним партнером для інших задіяних сторін та установ
- Має високий рівень володіння іноземною мовою/мовами

Навчальні курси для співробітників посольства мають бути стандартними та проводитися на етапі підготовки. В ході семінарів співробітники/волонтери фан-посольств повинні отримати знання з усіх відповідних аспектів (країна, місто, стадіони, культура, закони, турнір...). Члени мережі FSE володіють належними знаннями і досвідом та можуть брати участь у таких семінарах чи допомагати в їх підготовці.

Мобільні фан-посольства

Мобільні фан-посольства підпорядковуються міжнародним експертним групам вболівальників мережі FSE. Більшість учасників цих груп мають багаторічний досвід роботи на футбольних заходах, тому готові до будь-якої надзвичайної або кризової ситуації, реагуючи на потреби швидко та гнучко. Вкрай важливо, щоб співробітники мобільних груп, супроводжуючи вболівальників зі своїх країн, мали доступ у всі зони (стадіони, фан-зони тощо), всюди, де можуть бути присутні фани. ■

Що потрібно?

Брендинг

Ззовні стаціонарне фан-посольство слід чітко позначити як фан-посольство, краще за все різними мовами. На турнірі логотип має бути однаковим за розміром і кольором в усіх фан-посольствах. Мобільні фан-посольства, що зазвичай координуються під егідою FSE, позначаються окремими логотипами служби фан-посольств відповідної країни. Ці логотипи, що, як правило, є логотипом FSE, доповненим національними кольорами, мають також розміщуватися на всіх виданнях, які випускають і розповсюджують фан-посольства різних країн. Візуальна схожість позначення мобільних і стаціонарних фан-посольств допоможе вболівальникам легко розпізнавати їх у різних містах, що приймають один турнір.

Обладнання

Необхідне обладнання стаціонарних фан-посольств:

- Зона для відвідувачів, достатньо простора, щоб розмістити щонайменше чотирьох вболівальників та чотирьох співробітників
- Бюро зі столом і достатньою кількістю стільців для співробітників
- Міський телефон
- Принаймні два ПК або ноутбуки з доступом до Інтернету для співробітників
- Принаймні один комп'ютер з доступом до Інтернету, яким відвідувачі можуть скористатися безкоштовно
- Принтер, картриджі та папір для принтера
- Факс
- Сканер або копіювальний апарат

- Один великий плоский телевізор (93 см) з підключенням до каналів, які транслюють матчі в прямому ефірі
- Холодильник з освіжаючими напоями для співробітників посольства і водою для відвідувачів
- Автомат з кавою/кавоварка
- Туалет і умивальник
- Аптечка для першої допомоги та (бажано) пункт швидкої допомоги поблизу
- Мобільні виносні інформаційні стійки, які можна розміщувати зовні фан-посольства
- Окреме приміщення для тих, кому потрібно поговорити наодинці з персоналом фан-посольства
- Вуличні столи та лавки/стільці і принаймні один тент; простір для розміщення цих місць безпосередньо в стаціонарному фан-посольстві
- Привабливі ґаджети, наприклад настільний футбол

Мобільне фан-посольство повинно мати в своєму розпорядженні:

- Мікроавтобус, автомобіль або пікап, які можна легко перемістити та швидко встановити
- Вуличні столи та лавки/стільці
- Парасолька від сонця/дощу
- Принаймні один ноутбук

Доступність

Стаціонарні та мобільні фан-посольства повинні гарантувати повну доступність для вболівальників з обмеженими можливостями, тому мають бути розташовані в місцях з вільним доступом для таких людей; не мати жодних перешкод (сходи та ін.). ■

Приклад з практики

Двоповерховий автобус

Протягом кількох турнірів німецькі мобільні фан-посольства використовували більш ніж помітний оригінальний червоний лондонський двоповерховий автобус. Він не тільки привертав увагу уболівальників та ЗМІ, а й був досить просторим, щоб задовільнити всі вимоги ідеального мобільного посольства.

Інформування вболівальників

Хоча в центрі уваги має бути концепція гостинності, для вболівальників-гостей турніру вкрай важливо знати, що їх може очікувати та що вони можуть робити, а що ні. Через те, що спектр можливих питань є досить широким і ситуація може змінюватися протягом турніру, фан-посольства повинні мати засоби прямого і доступного зв'язку, для швидкого оновлення, зміни або уточнення інформації. Гарним девізом фан-посольств може бути: «Ми не можемо знати все, але ми, звичайно, знаємо, як швидко про все дізнатися!»

Стаціонарні фан-посольства мають бути основними точками контакту для мобільних фан-посольств. Крім того, строго рекомендується зберігати тісні зв'язки з органами державної влади, поліції та засобами масової інформації протягом усього турніру. Доведена ефективність, коли стаціонарні фан-посольства перебирають на себе частину завдань з стратегічного та логістичного планування мобільних фан-посольств. У функції стаціонарних фан-посольств входить збір та обмін корисною інформацією із задіяними сторонами/установами, за винятком особистих даних і даних, що можуть мати значення для розслідування.

Фан-посольства призначені надавати спеціальну інформацію відповідно до конкретних інтересів і потреб вболівальників. Тому фан-посольство має бути готовим надати точну та свіжу інформацію про:

Географію приймаючого міста та його околиць
Дуже добре при цьому мати великий запас екологічних карт міста, які доцільно включати в фан-довідники або фан-журнали.

Наявність житла
У багатьох містах є центральні служби бронювання готелів – фан-посольствам потрібно бути в тісному контакті з цими організаціями. Крім того, мати свіжі списки готелів, що в ідеалі оновлюються в міру заповнення номерів. Фан-посольства повинні володіти інформацією про бюджетне житло (фан-табори, кемпінги, гуртожитки) та місця тимчасового розміщення.

Міський та міжміський транспорт
Вболівальників необхідно забезпечити інформацією не лише про те, як проїхати до готелю та подорожувати містом, але й розкладу руху поїздів та автобусів, щоб дістатися

наступного міста їхньої подорожі. Дуже важливою є інформація про те, як добратися до/зі стадіону в дні матчів. Фан-посольствам потрібно мати постійний контакт з транспортними агентствами, щоб надавати актуальну інформацію про їх послуги та реагувати на потреби вболівальників, що подорожують.

Їжа, напої, розваги
Крім загального списку місцевих барів, ресторанів, клубів тощо добре бути в курсі конкретних потреб різних груп фанів – наприклад, багато англійських уболівальників віддають перевагу англійським пабам! Поради уникати «проблемних» районів міст через високий рівень злочинності також можуть бути корисні.

Екстрені служби
Фан-посольства повинні бути готові направити вболівальників до найближчої медичної допомоги, викликати пожежну охорону або поліцію. У їхньому розпорядженні мають бути списки фармацевтів, лікарів, адвокатів, особливо зі знанням іноземної мови.

Консульські послуги
Фан-посольства повинні тісно контактувати з консульськими установами країн, чиї команди грають у місті, для вирішення таких питань, як втрата паспорта і т.д.

Місцеві закони та нормативні акти
Вони можуть відрізнятися від чинного законодавства в країнах-учасницях турніру.Типові приклади, що представляють інтерес для фанів, це закони щодо алкоголю за кермом, місцеві правила, що стосуються вживання алкоголю на вулицях, і чорний ринок продажу квитків.

Докладна інформація про турнір
Фан-посольства повинні надавати інформацію про розклад матчів, час початку та місце зустрічей, транспортні схеми, зокрема автобусні маршрути, тощо.

Правила поведінки на стадіонах
Уболівальники мають бути поінформовані: про розташування пунктів контролю квитків; предмети, заборонені до пронесення на стадіон; місця, де можна закріпити прапори та банери; про заборону продажу алкоголю на стадіонах і т.д.

Квитки
Фан-посольства не продають квитки, але повинні мати актуальну й точну інформацію від організаторів турніру про наявність квитків, ціни, місця та умови продажу. Фан-посольство може також вести неофіційний моніторинг ситуації на чорному ринку, щоб мати змогу повідомити фанів про кількість доступних квитків та ціни на них. Необхідно надавати чітку інформацію про місцеве законодавство щодо купівлі квитків з рук, зберігаючи при цьому об'єктивність та неупередженість подачі інформації.

Для того, щоб виконати всі ці цілі і завдання, фан-посольства повинні мати в розпорядженні просту та добре функціонуючу мережу зв'язку. Ця мережа має гарантувати прямий зв'язок з усіма відповідними групами або організаціями. Треба мати прямі контакти, з тим щоб легко підтримувати зв'язок з усіма компетентними особами будь-якої відповідної організації. ■

Канали зв'язку фан-посольства

Необхідно розповсюджувати серед іноземних і місцевих шанувальників друковані видання (багатомовні національні та місцеві фан-довідники, фан-журнали, листівки, карти, плакати, наклейки) з метою забезпечити їх найважливішою інформацією.

Друковані фан-довідники

Національний фан-довідник випускається до кожного турніру. У ньому наведена повна інформація про всі міста, що приймають турнір, та про всі національні збірні, які беруть у ньому участь. У разі, якщо турнір проводиться в двох країнах, рекомендується видавати один спільний фан-довідник. Фан-довідники містять туристичну інформацію від А до Я, доповнену цікавими фактами і розповідями про команди-учасниці та їх уболівальників. Крім того, кожне окреме місто-господар може друкувати місцеві фан-довідники з ілюстраціями міста, інформацією про суб-культуру, місцеву фан-культуру та приклади її проявів. Іншим важливим елементом є надання інформації, що стосується правил поведінки на стадіонах, а також список дозволених і заборонених предметів. Фан-довідник має бути цікавим за змістом і не містити багато реклами. В ідеалі фан-довідник слід видавати англійською та всіма мовами країн-господарів і команд-учасниць.

Фан-довідник – корисний та незамінний елемент гостинності. Це не лише дуже корисна для іноземних і місцевих вболівальників ініціатива, а й чудова можливість залучити місцеві фан-групи на ранній стадії підготовки, до початку турніру.

На останніх Євро та чемпіонатах світу різні установи, компанії, міста-господарі тощо видавали різноманітні фан-довідники. Для вболівальників важко було знайти повну інформацію в одному місці. Було б краще надати всю інформацію до FSE, підрозділу фан-посольств та національних фан-ініціатив для того, щоб підготувати офіційний фан-довідник, який містить всю необхідну інформацію для різних груп фанів.

При підготовці фан-довідника варто прийняти до уваги екологічні аспекти: єдиний фан-довідник, виданий добре розрахованим накладом і безпосередньо розповсюджений серед вболівальників, заподіє набагато менше шкоди,

ніж 10 000 копій різних фан-довідників. У ідеалі фан-довідники мають друкуватися на папері з вторинної сировини.

Приклад з практики

Фан-довідник до чемпіонату світу 2006 року

Під час чемпіонату світу 2006 року у Німеччині вражаючу кількість (500 000 накладів) фан-довідників було розповсюджено серед вболівальників у фан-посольствах, квиткових касах, волонтерами в містах-господарях та біля стадіонів. Безкоштовні інформаційні брошури переважно роздавали фанам з-за кордону, хоча багато німецьких уболівальників були теж зацікавлені в такій інформації. Фан-довідник 2006 був підготовлений за участі активних вболівальників зі всієї країни. Для підготовки фан-довідника обсягом 132 сторінки знадобилося більше 6 місяців.

Онлайн фан-довідник

Багатомовний інтерактивний онлайн веб-сайт фан-довідник ідеально запустити приблизно в час жеребкування, за шість місяців до початку майбутнього турніру.

Інтернет фан-довідник має містити всі основні відомості, які можна знайти в друкованих фан-довідниках. Він має регулярно оновлюватися за допомогою останніх новин на кількох мовах. Завдяки інтерактивності глобальної мережі, співробітники фан-посольств можуть швидко реагувати на будь-який запит або питання. Блоги та профілі в соціальних мережах, таких як Facebook і Twitter, сприяють прямому та інтерактивному спілкуванню з фанами.

Онлайн фан-довідники будуть доступні за наступними адресами:

www.fanembassy.org/fanguide
www.2012fanguide.org
www.2014fanguide.org і т. д.

Фан-журнали

Кожна команда фан-посольства повинна видавати спеціальну інформацію для фанів у друкованому вигляді. Досвід показує, що фан-журнали, які спеціально зроблені фанами для фанів, користуються серед них великою популярністю. Фан-журнали мають випускатися щонайменше до кожного матчу протягом турніру мовою відповідної країни. У фан-журналах або інших інформаційних матеріалах, таких як брошури та листівки, обов'язково наводиться інформація про матч, суперника, вболівальників і місце проведення. Фан-журнали часто роблять в гумористичному стилі та включають до них окрім футболу вікторини або загадки.

Приклад з практики

Free Lions (Вільні леви)

Англійська FSF організовує фан-посольства до кожного окремого матчу команди «Три леви» й безкоштовно розповсюджує глянцеві фан-журнали «Вільні леви» у форматі A5 накладом до 30 000 примірників до кожної гри. Фан-журнал видається і розповсюджуються членами FSF на добровільній основі і користується великою популярністю серед вболівальників Англії.

Інші публікації

Крім того, можна випускати кишенькові листівки з картами та списком контактних даних фан-посольств в містах-господарях. ■

Інші послуги та діяльність фан-посольств

Посередництво

Члени команди мобільного фан-посольства повинні бути або досвідченими фанами, або фахівцями по роботі з фанами. Особливо рекомендується звертатися за консультацією до фан-посольства у разі конфлікту або після втручання поліції, з практики попередніх турнірів цей захід є успішним.

Допомога в екстрених випадках

В екстрених випадках, таких як крадіжки, звернення до фан-посольства може гарантувати професійну та швидку допомогу відповідною мовою.

Зустрічі та культурний обмін

Футбольні турніри міжнародного рівня пропонують неймовірно високі шанси для спілкування між фанами різного віку з різних країн з різноманітними культурними традиціями. Таким чином, фан-посольства є місцями зустрічей і мають бути обладнані столами, стільцями, інформаційними дошками ті іншими корисними пристроями. Додаткові заходи:

- Культурна програма та програма соціальної відповідальності: у безпосередній близькості від фан-посольства можуть проводитись фан-акції. На попередніх турнірах таке поєднання виявилося вельми привабливим для фанів.

Приклад з практики

Акція FARE Streetkick біля фан-посольств

Під час Євро 2004 та 2008 років співробітники стаціонарних і мобільних фан-посольств підтримали програму боротьби з расизмом FARE. Спільні акції фан-посольств та FARE під назвою «FARE Streetkick» виявилися дуже успішними, об'єднавши вболівальників і місцевих представників національних меншин та створивши позитивну, дружню атмосферу навколо фан-посольств, як це було в Женеві чи Лісабоні. Крім того, фан-посольства підтримали зусилля FARE та УЄФА в боротьбі проти расизму та за цінності розмаїття і багатокультурності, роздаючи матеріали, такі як фан-журнал FARE до Євро-2008 та брошури, протягом всього турніру.

- Міжкультурний обмін: У співпраці з місцевими фан-клубами, молодіжними та культурними установами в містах, що приймають турнір, можуть бути організовані спільні заходи з участю молоді міста та зарубіжних гостей. ■

Приклад з практики

LISA ЄВРО-2008

Команда фан-посольства в Інсбруку спільно з асоціацією LISA організували альтернативний Євро 2008 з особливим акцентом на проблеми футболу та фанів. Метою цієї серії заходів було підвищення рівня інформованості та більш глибокий погляд на різні критичні проблеми. За участю фахівців у відповідних галузях були обговорені різні теми, такі як расизм, гомофобія та жіночий футбол. LISA – це Ліга у справах інтеграції, спорту і боротьби з расизмом.

Позитивний приклад іспанського фан-посольства

У роботі фан-посольства іноді виникають нестандартні ситуації, які відрізняються від основних завдань – порад, врегулювання конфліктів, забезпечення квитками та інформацією про готелі або стадіони. Під час проведення Євро-2008 в Австрії англійські фани звернулися до іспанського фан-посольства з незвичним проханням: вони хотіли зіграти товариський матч з іспанськими фанами. Вони домовилися про футбольне поле в містечку біля Інсбрука та навіть купили футболки для іспанців. За допомогою співробітників фан-посольства була швидко сформована команда іспанських уболівальників і відбувся цікавий матч на зеленому полі в австрійських Альпах. Такі зустрічі показують, як футбол може об'єднати людей з різних країн.

Хто має бути партнером фан-посольств?

Узгоджена та всебічна програма гостинності має важливе значення та приносить користь для вболівальників. Таким чином, співпраця FSE з наступними партнерами є необхідною для кваліфікованої підготовки фан-посольств. Нижче наведено розподіл завдань і відповідальності при розробці комплексної програми фан-посольств на міжнародному турнірі.

УЄФА

Як головний орган європейського футболу та організатор Євро, УЄФА закономірно є головним партнером фан-посольств. Починаючи з Євро 2004 надає фінансування для їх діяльності. УЄФА також відповідає за надання акредитації для доступу співробітників стаціонарних та мобільних фан-посольств до всіх необхідних зон на турнірі.

Місцевий організаційний комітет / міста, що приймають турнір

Місцевий організаційний комітет і міста-господарі повинні нести відповідальність за створення стаціонарних фан-посольств у ключових районах міста, в ідеалі в тісній співпраці з підрозділом фан-посольств FSE. Крім того, міста-господарі повинні покривати витрати на персонал / волонтерів й устаткування стаціонарних фан-посольств. Для ефективної роботи мобільних фан-посольств міста-господарі повинні забезпечити FSE зручні місця для їх створення.

Країни-учасниці

Досвід роботи англійських та німецьких фан-посольств показав, що установи і футбольні організації країн-учасниць повинні взяти на себе повне або часткове фінансування фан-посольств своїх країн, щоб забезпечити надання необхідних послуг фанам під час турніру.

Національні футбольні асоціації

Футбольні асоціації повинні надати всю необхідну інформацію про вболівальників, квитки і сприяти роботі фан-посольств. Це допомагає в роботі з футбольними вболівальниками та дозволяє мати найсвіжішу інформацію для фан-довідників, щодо квитків і т. д. Під час турніру робота фан-посольств багато в чому залежить від вчасного постачання актуальної інформації.

Пряме та прозоре спілкування також сприяє роботі футбольних асоціацій в містах-господарях і допомогає відповідати на такі питання: Куди піти?Де знаходяться каси? Ціни? Час? Контакти?..

Для хорошої підготовки фан-посольств до чемпіонату світу або Європи футбольні асоціації мусять їм допомагати: запропонувати гарні місця розташування поруч зі стадіонами, забезпечити персоналу вільний доступ на стадіони під час матчів і сприяти його роботі. Команди фан-посольств після кожного матчу звітують про інциденти, проблеми і поведінку фанів до, під час і після матчів. Фан-посольства та футбольні асоціації мають бути незалежними партнерами в роботі з відповідними групами футбольних вболівальників.

Правоохоронні органи

Співробітництво між поліцією і персоналом фан-посольств відіграє важливу роль у контексті комплексної профілактики. Хоча методи правоохоронців і фан-посольства відрізняються, їхня мета однакова – попереджати виникнення проблем. Тому обидві сторони повинні не тільки розуміти діяльність один одного, а й співпрацювати з різних тем. Важливо відзначити, що обмін інформацією про переміщення груп вболівальників і потенційні проблемні місця або інформація про затриманих фанів не може розглядатися як інструмент слідчої роботи поліції. ■

Сумарна таблиця потенційних партнерів

Партнер	Області співробітництва
УЄФА	• Фінансування • Інформація про квитки та акредитація
Національні футбольні асоціації	• Інформація про квитки та акредитація на матчах перед турніром
Країна-господар	• Співфінансування для стаціонарних фан-посольств • Загальна інформація
Місцеві організаційні комітети / міста-господарі	• Місця для стаціонарних та мобільних фан-посольств • Співфінансування для стаціонарних фан-посольств • Інформація про міста-господарі • Волонтери
Органи державної влади	• Місцева/загальна організаційна підтримка
Правоохоронні органи	• Мають враховувати користь від роботи фан-посольств • Взаємне визнання і розуміння методів роботи, обмін інформацією • Співпраця з загальних питань управління натовпом
Турбюро	• Загальна туристична інформація
Місцеві футбольні клуби	• Надання приміщень • Товариські матчі між фанами • Спеціальна інформація для фанів
Місцеві фани	• Надання інформації для фан-довідників • Волонтери

Приклад з практики

Наради з питань безпеки за день до початку гри

Під час Євро-2008 в Австрії та Швейцарії фан-посольства були запрошені на наради з питань безпеки, що відбувалися за день до кожного матчу. У цих нарадах взяли участь представники фан-посольств, задіяних на матчах (разом з координатором стаціонарного фан-посольства), національних футбольних федерацій, місцевої поліції, поліції країн-учасниць матчу, керівник служби безпеки стадіону, а також інші зацікавлені сторони. Запровадження таких нарад дало всім сторонам можливість обговорити питання безпеки на матчах, обмінятися інформацією про проблеми, які виникали раніше, і вжити необхідних заходів. Крім того, наради сприяли співробітництву між усіма сторонами, а також офіційному визнанню і повному розумінню діяльності фан-посольств з боку місцевих властей.

Коли?
Ідеальний графік роботи

Підготовчий етап

Після чемпіонату світу до чемпіонату Європи та навпаки. Підготовку до наступного футбольного турніру доцільно починати якомога раніше, буквально на наступний день після фіналу попередніх змагань. Дворічний підготовчий етап має включати наступні дії та заходи:

Лобіювання та інформування про концепцію фан-посольств – за два роки до початку турніру

- Заходи з інформування про послуги фан-посольств і пов'язані з ними поняття гостинності на міжнародних змаганнях мають розпочинатися вже за два роки до турніру. Мета полягає у започаткуванні співробітництва між FSE і національними футбольними асоціаціями, урядами, правоохоронними органами, містами-господарями та партнерськими організаціями, такими установами, як FARE, іноземні посольства, неурядові організації, місцеві групи вболівальників, фан-клуби і т.д.
- FSE має надавати інформацію, що являє собою фан-посольство, через семінари у відповідних країнах.
- Необхідно розпочати процес залучення місцевих уболівальників та підтримки їхніх ініціатив і проектів. Участь місцевих фанів може бути дуже важливою для стаціонарних фан-посольств.

Дослідження – за півтора року до початку турніру

- Збирання необхідної інформації для друкованих та онлайн фан-довідників і всіх інших публікацій фан-посольств слід починати якомога раніше, краще за півтора року до початку змагань. Для забезпечення високого рівня змісту та поширення інформації рекомендується співпраця з УЄФА, національними футбольними асоціаціями, організаційними комітетами, центрами туризму, місцевими вболівальниками, фан-групами та клубами.

Формування команд фан-посольств та навчання – за один рік до початку турніру

- У тісній співпраці з досвідченими командами фан-посольств FSE для нових або недосвідчених місцевих ініціатив

фан-посольств мають бути організовані навчальні семінари та тестові фан-посольства. Це можна зробити протягом кваліфікаційних і товариських матчів.

- Заходи для існуючих і потенційних фан-посольств переважно проводяться у містах, що прийматимуть турнір. З цього приводу мають активізуватися контакти з національними футбольними асоціаціями, урядом, правоохоронними органами, містами-господарями та іншими задіяними організаціями.

Підготовка інформації – за шість місяців до початку турніру

- Запуск багатомовного сайту фан-довідника має відбутися приблизно в час проведення жеребкування фінального турніру.
- Друкований загальний фан-довідник доцільно опублікувати до початку турніру, тоді як місцеві фан-довідники та всі інші друковані видання слід підготовувати та розповсюдити незадовго до початку перших матчів, з тим щоб включити в них всі останні новини і актуальну інформацію.

Під час турніру

Стаціонарні фан-посольства

Стаціонарні фан-посольства повинні розпочати роботу не пізніше за один день до початку турніру. Їх послуги мають бути доступні якомога довше протягом доби. 24-годинна телефонна гаряча лінія допомоги повинна працювати і тоді, коли фан-посольство закрите. Ключовим чинником є гнучкість у відповідь на потреби груп уболівальників, хоча, узагальнюючи, можна сказати, що послуги мають бути доступні протягом усього часу змагань.

Мобільні фан-посольства

Мобільні фан-посольства мають працювати щонайбільше чотири дні впродовж матчів своїх національних команд. Хоча рекомендується розпочинати роботу за два дні до матчу та надавати послуги ще один день після його закінчення.

Послуги мобільного фан-посольства також мають бути доступні якомога довше. Слід відкрити 24-годинні телефонні гарячі лінії допомоги та обов'язково повідомити про це вболівальників.

Фан-консульства

Години роботи консульств залежать від таких чинників, як графік матчів, місткість стадіону та очікуваний транзитний потік. ■

Чи знали Ви, що... ?

Фан-посольство – це НЕ !

- Каса
- Комерційне підприємство
- Букмекерська контора
- Ятка з продажу пива і закусок
- Поліцейський інструмент

Угода про конфіденційність і правила

- У фан-посольствах та на прилеглих територіях, а також в друкованих засобах (фан-довідники, листівки і т.д.) не допускається ображання окремих осіб, груп, релігій, рас, національностей, компаній або організацій.
- Кожен футбольний вболівальник, що відвідує фан-посольство, заслуговує на шанобливе, доброзичливе і ввічливе ставлення незалежно від національності, раси, віросповідання, віку, статі або сексуальної орієнтації.
- Фан-посольства відкриті для кожного фана. Нікому не буде відмовлено в доступі до всієї інформації та послуг фан-посольства! Інформація, надана персоналу фан-посольства, є суворо конфіденційною і не може передаватися нікому без чіткого дозволу осіб, які дали інформацію і кого ця інформація стосується.
- Не допускається, щоб будь-яка особа, яка не належить до команди фан-посольства, збирала та/або використовувала інформацію, що надана відвідувачам в конфіденційному порядку.
- Усі європейські закони стосовно захисту особистого життя людей повинні поважатися і дотримуватися. Жодні особисті дані не можуть бути надані нікому за межами фан-посольства без чіткого дозволу відповідної особи. Ніякі дані або інформація не повинні розкриватися, якщо ці дані чи інформація стосуються конкретної особи або групи.
- Усі європейські закони щодо прав людини, громадянських прав та прав підозрюваного у будь-якому кримінальному злочині мають дотримуватися і виконуватися.
- Фан-посольство має бути «нейтральною територією», тобто гостинним місцем для усіх футбольних уболівальників. Фан-посольства не повинні бути пов'язані ні з якими комерційними організаціями. Корисна інформація для вболівальників від міста-господаря, правоохоронних органів, УЄФА, ФІФА або посадових осіб організаційного комітету Євро чи чемпіонату світу, звичайно, може розповсюджуватися через фан-посольства.

Спонсорство

Взагалі, комерційні підприємства можуть бути спонсорами мобільних фан-посольств. Але досвід показує, що більшість футбольних уболівальників є вельми чутливими до комерційного спонсорства в цілому і в рамках фан-посольства зокрема. Тому для сприйняття послуг, що надаються фан-посольством уболівальникам, краще не мати комерційного спонсорства. Крім того, Правила УЄФА і ФІФА з проведення міжнародних турнірів є дуже вимогливими. Що стосується чемпіонатів Європи, УЄФА зазвичай надає фінансову підтримку мобільним фан-посольствам. Таким чином, мобільні фан-посольства не можуть містити реклами спонсорів-комерційних підприємств в зонах УЄФА біля стадіонів та в містах-господарях.

Основні принципи FSE

Кожна ініціатива фан-посольств, що є частиною мережі FSE, офіційно визнає Статут FSE і активно підтримує його принципи:

- Не допускати дискримінації будь-яких осіб, будь-яких груп, за будь-якою ознакою, включаючи наступні: етнічне походження, здібності, релігія, стать, сексуальна орієнтація і вік
- Не визнавати насильства, словесного і фізичного
- Виступати за розширення прав і можливостей футбольних уболівальників
- Сприяти позитивній культурі вболівання, в тому числі таким цінностям, як чесна гра і повага до законів ■

Висновки

Основні вимоги для успішного фан-посольства – це захоплені та віддані співробітники, що знають і підтримують фан-культуру; реальні та серйозні зобов'язання з боку всіх відповідних органів влади, що дає змогу фан-посольствам бути джерелом актуальної та достовірної інформації для вболівальників; достатні ресурси для забезпечення високих стандартів надання послуг.

Якщо ці вимоги будуть виконуватися, діяльність фан-посольств виявиться корисною у плані формування вражень вболівальників від турніру, створення позитивних емоцій та добрих відносин між групами фанів, допоможе їм відчувати себе цілісною та цінною частиною турніру або окремого матчу. Тому в наданні якісних послуг фан-посольств мають бути зацікавлені всі сторони, задіяні у кожному великому футбольному турнірі. ■

32 Документація

Приклад щоденного звіту мобільного фан-посольства

Звіт команди мобільного фан-посольства Іспанії у Відні до матчу Італія – Іспанія, період з 20.06 по 23.06.2008 р.

Дії персоналу фан-посольства	Прибувши на місце, ми зустрілися з командами нашого стаціонарного фан-посольства і фан-посольства Італії з метою координації та планування діяльності на наступний день. Наша присутність та допомога стаціонарному фан-посольству були регулярними. Нашим місцем розташування була площа «Schwedenplatz» (італійська та іспанська інформаційні стійки, фан-довідники, листівки, допомога і т.д.). Співпраця з італійською командою була прекрасною. Двоє з нас часто бували в центрі міста, фан-зоні, на вулицях, ... де ми роздавали інформаційні та допоміжні матеріали іспанським фанам. Інформація про квитки була важливою (час від часу контактували з Іспанською футбольною федерацією). У день матчу ми знаходились як у стаціонарному, так і в мобільному посольствах. Перед початком матчу двоє з нас ходили з перевіркою навколо стадіону, також перевірили входи та заходили на сам стадіон. Ще двоє залишалися зі співробітниками стаціонарного фан-посольства у фан-зоні під час матчу і в центрі міста після нього. У нічний час троє з нас знаходились поруч зі стаціонарним посольством, неподалік від якого іспанські вболівальники влаштували святкування.
Стаціонарні фан-посольства	Співпраця, допомога і вирішення питань були на належному рівні. В нас було достатньо ресурсів та інформованості для роботи з уболівальниками. Іноді ми могли розраховувати на волонтерів стаціонарного фан-посольства.
Атмосфера в місті	Багато фанів приїхали в місто вже 21.06 2008. У день матчу більшість іспанських уболівальників були на центральних вулицях міста. Австрійці загалом не дуже цікавилися Євро 2008. У день матчу Туреччина - Хорватія місто заповнили уболівальники. Атмосфера серед них була трохи напруженою, але не агресивною. Ми бачили типові турецькі гуляння в центрі міста.
Поведінка фанів	В іспанських та італійських уболівальників не було жодних проблем один з одним. Дехто з них насправді знав один одного, деякі вже зустрічалися у Відні (фани «Лаціо» та «Реала»). Більшість іспанських уболівальників були в барах і ресторанах, поводилися культурно і доброзичливо. Після матчу багато шанувальників продовжили спільні гуляння в центрі міста. Значних інцидентів помічено не було. Поліція лише заборонила футбол на вулиці, після скарг деяких місцевих жителів.
Нарада з безпеки за день до гри (22.06.08)	У нас була зустріч з УЄФА за день до матчу. Команда УЄФА дала роз'яснення щодо шляху до стадіону, ситуацію на вході і в фан-зоні. Вони попередили, що дуже великі прапори будуть конфісковані, та висловили занепокоєння якимись знаками, що люблять показувати іспанці.

Фан-зона для публічного перегляду	Зона публічного перегляду була заповнена під час матчу Туреччина - Хорватія. На грі Іспанія - Італія теж всі місця були зайняті. Фан-зона закрилася дуже рано, майже одразу після закінчення матчів. Обстановка була дружньою та невимушеною.
Матч (транспорт, безпека, поліція, стюарди, атмосфера і т.д.)	Вболівальники діставалися до стадіону у Відні на метро, і було також легко повернутися до центру міста. Були невеликі інциденти на стадіоні в іспанському секторі. Один іспанський і один австрійський фани влаштували невелику бійку. Два фаєри запалили в іспанському секторі, обійшлося, на щастя, без втручання поліції. Могло б бути і гірше. Ситуація на входах і виходах була проблематичною: необхідно було показувати квитки кожного разу при вході та виході, що призвело до деяких непорозумінь під час перерв, коли люди виходили, щоб купити їжу та напої, а також відвідати туалети. Сильніші сварки виникли серед ультрас, яким було відмовлено у вході. Ми виступили посередниками і заспокоїли ситуацію. Необхідно розміщувати знаки іспанською мовою на вході в сектори з поясненнями процедури проходу. Ми поінформували вболівальників про правила поведінки на стадіоні і допустимий розмір прапорів через листівки, роздаткові матеріали, веб-сайти і особисто. Незважаючи на це, ми побачили кілька великих прапорів в іспанському секторі, що зробило нашу роботу марною. Цілком можливо, вони подумали, що наша інформація «шкідлива». Наші італійські колеги говорили про дискримінацію в італійському секторі, бо безпека була більш суворою там. Ми розповімо про ці проблеми на наступній зустрічі з УЄФА.
Квитки / Вільні зони стадіону	У день матчу в Іспанській федерації футболу (RFEF) були квитки за 110 і 180 євро. Їх продавали тільки іспанським громадянам до 21 червня. Того ж дня на чорному ринку до початку матчу (на вулицях, у центрі міста, навколо стадіону) квитки можна було купити за 80 євро. Ми бачили багато порожніх місць на стадіоні, більшість з них в італійських секторах. За нашими оцінками, на матчі були присутні близько 12,000 іспанських та 9,000 італійських фанів.
Поліція / Безпека	Як це було і в інших містах, безпека і поведінка співробітників поліції була належною.
Співробітництво з FairPlay / FARE	Ми не планували співпрацю з ними, але Streetkick був розташований поруч зі стаціонарним фан-посольством, отже наше спілкування було частим. Зазвичай ми також поширювали матеріали FARE серед наших уболівальників.

Приклад щоденного звіту стаціонарного фан-посольства

Щоденний звіт стаціонарного фан-посольства у Базелі, 19.06.2008 р.
за день до матчу чвертьфіналу Голландія – Росія

Цільова група	Цифри	Натовп	Поведінка/ атмосфера	Скарги/ подяки	Часті питання	Примітки
Фани в посольстві	Перша зміна: 50 чоловік, 300 фан-довідників Друга зміна: 50 / 150		Все починалося спокійно. Близько полудня у місті з'являються перші голландські фани			Переплутали „Münster" і „Marktplatz"
Фани на вулицях	Перша зміна: 120 чоловік, 130 фан-довідників Друга зміна: 165 фан-довідників, 200 чоловік	На основній станції Базеля переважно великі групи фанів, лише кілька індивідуальних вболівальників. В місті багато голландців, також є німці, що залишилися після своєї вчорашньої гри. Трохи хорватів.	Люди задоволені та поводяться дружньо. Чудова погода, дуже добра та мирна атмосфера. Голландці звертають увагу на всіх жінок. Після гри турецькі фани збиралися ненадовго на Marktplatz, після чого вирушили в напрямку Barfüsserplatz. Атмосфера дуже мирна. Голландські вболівальники влаштували гуляння на площі Claraplatz. Вони вже прибули у місто.	Молодий чоловік прийшов спеціально, щоб подякувати німецьким працівникам фан-посольства за їх вчорашню допомогу	Де я можу спокійно переночувати в машині? (Питання від голландців)	Поліція звернулася до фан-посольства з приводу пограбування турецького вболівальника (всі документи, гроші, ноутбук і т.д.) Останній хоче виїхати до Німеччини. Фан-посольство поінформувало про це турецьке консульство, після чого консул зв'язався з цим чоловіком. Місто вбирається в помаранчеві кольори. Голландські фани добре знають, як пересуватися містом

Цільова група	Цифри	Натовп	Поведінка/ атмосфера	Скарги/ подяки	Часті питання	Примітки
Місцеві жителі		Всюди				
Поліція, приватні охоронні служби		Всюди	Дуже обережні			
Інше (Футбольні асоціації, команди FSE, медична допомога, транспорт, магазини і т.д.)		Багато торговців квитками на станції	Російські та голландські співробітники фан-посольств прибули сьогодні. Співпраця поки що хороша	Одному російському співробітнику фан-посольства відмовлено у в'їзді в Швейцарію через проблему з візою, інший не приїхав через те, що це виявилося занадто дорого		Євген (співробітник російського фан-посольства) допоможе нам у нашому посольстві та у місті, голландське мобільне фан-посольство розташоване на розі Kaufhaus-gasse та Freienst-rasse

36

Приклад графіка роботи фан-посольств у Швейцарії на Євро 2008

Захід	Час	Досвід роботи під час Євро-2008 в Швейцарії
Домовленість з містами-господарями щодо виділення місця у центрі для стаціонарних та мобільних фан-посольств	2 роки до початку турніру	Швейцарські фан-посольства були розташовані в центрі, але їх об'єднали з комерційними підприємствами. Це був поганий компроміс, якого можна уникнути на майбутніх турнірах, якщо починати співпрацю з містами, що приймають, на ранніх етапах підготовки
Участь місцевих фанів	2 роки до початку турніру	Місцеві фани – це найкращі знавці «своїх» міст. Залучення їх до співпраці може бути тривалим процесом, оскільки вони часто критично ставляться до проведення таких турнірів. Запорукою успішної участі уболівальників є наявність місцевих структур, таких як фан-проекти, та діалог з ними
Інформування зацікавлених сторін (наприклад, власників ресторанів, осіб, відповідальних за туризм, поліції, органів безпеки і т.д.) щодо вболівальників, фан-посольств	1,5 року до початку турніру	Швейцарське управління туризму організувало семінари для різних цільових груп. Ці семінари включали п'ять частин, одна з них була про фанів. Інформування зацікавлених сторін про фанів було важливим, бо сприяло зниженню невиправданих страхів і, безсумнівно, невимушеній обстановці. І це гарний привід представити персонал фан-посольств та місцеві фан-групи
Обрання місцевої фан-групи для створення фан-посольства	1,5 року до початку турніру	Національний координатор може виробити загальну концепцію і піклуватися про справи, що стосуються уболівальників та фан-посольств. Тим не менш, важливо, щоб були визначені місцеві команди фан-посольств, які й займаються створенням та керуванням фан-посольств під час турніру
Підбір місцевого персоналу для фан-посольств	1 рік до початку турніру	Необхідно, щоб весь персонал починав працювати одночасно та формувався у єдину команду на ранній стадії. Крім того, є чимало завдань, що вимагають багато часу (підготовка матеріалів для місцевих фан-довідників, управління контентом веб-сайту і т.д.)
Тестові фан-посольства (наприклад, на товариських матчах)	1 рік до початку турніру	У більшості країн зовсім обмежене коло людей дійсно мають досвід в організації роботи фан-посольств. Таким чином, ви повинні дати можливість тестовим фан-посольствам отримати принаймні перший досвід такої роботи. У Швейцарії ми зробили це шляхом організації фан-посольств на етапі підготовки швейцарської національної команди під час домашнього матчу проти Австрії та виїзної гри з Англією

Захід	Час	Досвід роботи під час Євро-2008 в Швейцарії
Обладнання та дизайн фан-посольств	1 рік до початку турніру	Фан-посольства потребують дотримання певного інфраструктурного стандарту: комп'ютери, інтернет, телефони, столи і т.д. Це повинно бути організоване завчасно, можливо, за підтримки партнерів програми і місцевого оргкомітету - через спонсорів турніру. Фан-посольства повинні мати погоджений дизайн. Крім того, важливе значення має інтеграція фан-посольства у концепцію міста щодо інформаційних позначок
Веб-сайт та фан-довідник	9 місяців до початку турніру	Чим ближче до турніру, тим більше вболівальників шукають інформацію про міста, турнір і т.д. FSE запустили власний сайт, співпрацюючи з країнами та містами-господарями минулих турнірів, який мав дуже добре відвідування. Люди вже знають цей сайт і будуть шукати його відразу після жеребкування EURO 2012. Він має бути доступним з моменту жеребкування (це означає, що все має бути підготовлено заздалегідь, починаючи з реєстрації доменного імені). Фан-довідник – це друковане видання з найбільш важливою інформацією для вболівальників. Оскільки багато речей можуть змінитися до початку турніру, друкувати фан-довідник не варто дуже заздалегідь. Але важливо підготувати концепцію й дизайн, який має бути спільним для сайту, фан-посольств та друкованих матеріалів
Обрання команд волонтерів для кожного фан-посольства	6 місяців до початку турніру	Міста-господарі повинні забезпечити певну кількість волонтерів для фан-посольств. У першу чергу це мають бути визначені команди волонтерів з глибоким знанням іноземної мови і дозволом ходити і поширювати свої матеріали в місті, включно з офіційними фан-зонами. У Швейцарії ми мали визначені фіксовані команди, що виявилося близьким до ідеалу
Підготовка команд волонтерів	4 місяці до початку турніру	Оскільки небагато людей мають досвід роботи у фан-посольствах, волонтерів обов'язково потрібно навчати. Інтеграція та участь місцевих фанів є успішними, коли вони стають волонтерами фан-посольства. Таким чином, вам не доведеться готувати їх довго до зустрічі з уболівальниками, бо вони вже дуже добре знають світ фанів

38

Уболівальники національної збірної та клубів

Коли йдеться про фанів, органи безпеки, влада та засоби масової інформації часто дуже узагальнюють це поняття. Досвід і ноу-хау фан-працівників можуть сприяти створенню більш визначеного погляду на нього. Наведений нижче список вказує на відмінності між фанами на турнірах чемпіонатах світу та Європи і «клубними» вболівальниками:

Критерії	Вболівальники національних збірних	Вболівальники клубів
Різна групова або командна динаміка	Підтримка національної команди відрізняється від вболівання за клуб. Фани національної збірної зустрічаються тільки кілька разів на рік (на турнірах і матчах), серед них навряд чи утворюється єдність, що іноді блокує динамічні групові процеси	Вболівальники клубів (або організована частина з них) постійно збираються (принаймні кожні вихідні), нерідко навіть в позаматчеві дні та під час міжсезоння. Це створює міцні зв'язки всередині групи. Такі фани утворюють єдність із загальними інтересами і уподобаннями. У результаті, якщо вони відчувають погане ставлення до себе або погрози з будь-якої причини, вони демонструють солідарність один з одним набагато швидше. Тому спостерігається цілком інша групова динаміка
Різні взаємини між фанами	Раніше матчі національних збірних приваблювали націоналістичних хуліганів, особливо коли матчі могли вважатися «вибуховими». Ігри між Німеччиною та Нідерландами (кульмінація негативу - Роттердам у 1996 році) часто розглядалися засобами масової інформації та громадськістю в контексті Другої світової війни. Таким чином була спровокована вибухонебезпечність цих матчів. На Євро 2008 матч Німеччина - Польща у Клагенфурті був визнаний владою, ЗМІ та громадськістю як ризиковий. І дійсно, хулігани з кожної сторони з'їхалися до Клагенфурта	Клубні фани зустрічаються щотижня під час матчів у чемпіонаті. Існує велика відданість кольорам клубу та своєму місту. Ось чому є упередження між фан-групами (наприклад, Марсель проти Парижа, Мадрид проти Барселони, Базель проти Цюріха). Коли молоді люди стають активними вболівальниками у віці 12 або 13 років, вони знайомляться з такими стереотипами. Якщо окремі протистояння клубів оголошуються матчами високого ризику, це сприяє зміцненню концепції ворога і може приваблювати схильних до насильства людей, які сподіваються отримати резонанс від таких матчів.
Різна вікова структура	Відвідування матчів національних команд часто означає високі витрати часу і грошей, бо половина матчів відбувається за кордоном. У результаті більшість вболівальників це ті, які можуть дозволити собі поїздки, а це означає, що середній вік фана збірної старше. Дорослі фани зазвичай менше здатні до ризикованих дій, ніж молодь. Навіть якщо вони відчувають несправедливе ставлення, то, з огляду на свій досвід, мають тенденцію реагувати більш врівноважено. Крім того, вони добре інформовані про наслідки проблем у чужій країні.	Середньостатистичний фан футбольного клубу молодший за вболівальника національної команди. Дійсно, молоді люди готові йти на більший ризик (який може передбачати насильство) і меншою мірою інформовані про правові наслідки в разі порушень. У поєднанні з іншими факторами (стереотипи, відношення з боку влади, групова динаміка) це може призвести до насильницьких дій. Крім того, молоді люди завжди прагнуть знати, де та межа, що не можна переходити і ставлять під сумнів прийняті дорослими правила. Це не означає кримінальної направленості з боку молодих, а скоріше, згідно з соціологічними критеріями, є важливим елементом у формуванні особистості або ідентичності молоді.

Критерії	Вболівальники національних збірних	Вболівальники клубів
Різне ставлення до фанів	У ході підготовки до Кубка світу 2006 і Євро 2008 всі посилалися на позитивні аспекти культури вболівання за національні збірні. Зокрема, організатори зробили багато для того, щоб дуже тепло зустріти англійців (2006) та голландців. Влада безпосередньо спілкувалася з ними з метою задоволення їхніх потреб. Однак поведінка фанів під час турнірів не відрізнялася суттєво від поведінки більшості клубних фанів. Вболівальники збірних дуже галасливі, вони грають у футбол у громадських місцях і час від часу щось ламають. Але багато чого їм було дозволено, що в більшості випадків можна пояснити позитивним іміджем фанів національних команд. Негативна поведінка була просто прийнята без особливих зауважень. Натомість прояви гостинності, належне реагування на потреби (якщо це можливо), заплющення очей на деякі речі стали важливою основою для вдячності з боку вболівальників, а також для підвищення їх самодисципліни.	У повсякденному житті клубні фани (принаймні організовані та активні) вважаються загрозою для безпеки. Органи влади переважно діють під гаслом: «Перш за все доведіть нам, що ви можете поводитися нормально, тоді ми могли б ставитися до вас так, як і до звичайних громадян!» замість шукати обережного діалогу з уболівальниками. Таке ставлення заганяє ситуацію в хибне коло, що призводить лише до погіршення ситуації і не дозволяє зосередитися на вирішенні конфліктів. Діалог є життєво важливим елементом. Насильство починається тоді, коли діалог закінчується

Видавець:

Координаційне бюро «Вболівальники футболу Європи»
Football Supporters Europe Coordinating Office
Поштова скринька Postfach (P.O.Box) 50 04 03
22704 Гамбург Hamburg Німеччина GERMANY

Редактори:

Данієла Вурбз, Ешлі Грін, Майкл Габріель, Томас Герцог, Томас Газлер

Фото:

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

Коректура (англ. версії):

Там Фері/Association of Tartan Army Clubs, Гарет Камінз/Football Supporters Federation

Дизайн (оригінал-макет):

Puschel Artwork

Переклад на українську мову та дизайн (української версії):

Ігор Гомонай (Igor Gomonai), Football Supporters Ukraine
www.footballsupporters.org.ua

Редакція та коректура (українською мовою):

Мрідула Г ош, Л юдмила Кудрявкіна, П роект «Чесна Г ра-2012», С хідно-Європейського Інституту Р озвитку, Київ, Україна (East European Development Institute, Kyiv, Ukraine)
www.eedi.org.ua

Друк:

meindruckportal.de

Available from the publisher
Hamburg 2010

Copyright © 2010 Football Supporters Europe e.V.
All rights reserved!