

*А.Р. Загидуллин, Москва*

## СИМВОЛИКА ФУТБОЛЬНЫХ ФАНАТОВ

Подавляющее большинство, наверняка, хоть раз видело футбол по телевизору или сидя на стадионе. Но мало кто обращал внимания (а если обращал, то так, из-за мимолетного любопытства) на увешенные различными полотнищами сектора и на молодых людей, дерущих глотки на протяжении всего матча.

Зародившись еще в 1974 году, они по сей день будоражат своими криками стадионы, заставляют прятаться и разбегаться пассажиров поездов и нервно вздрагивать служителей порядка. Это футбольные фанаты.

В то же время, на социокультурном уровне футбольные фаны остаются практически не изучены. А ведь это целые пласты молодежной моды и культуры, и не стоит забывать, что не одно поколение наших соотечественников прошло через горнило стадионов.

Так же мало кто знает, что у каждой команды есть свои постоянные фанаты, имеющие свою организацию, эмблемы, символику цвета, кое-кто даже орган печати. Таким образом, знакомство и изучение такого явления как фанатизм и его эмблематики, представляется весьма интересным.

Источники по эмблематике группировок фанатов не только достоверные, но и наглядные (взять, к примеру, тот же поход на стадион или выезд в другой город (речь идет о вещественных источниках)). Надо заметить, что данная область не изобилует пока письменными источниками, коими являются самиздатные журналы крупных фан-группировок: «ULTRAS NEWS» издание фанатов «Спартак» (Москва); «Русский Фан Вестник» (далее - Р.Ф.В.) - фанатов ЦСКА; «Бульдог» - фанатов «Торпедо» (Москва). Это журналы фанатов, так как они являются авторами всех статей, о фанатах и для фанатов. Страницы этих малотиражных (200-500 экземпляров) журналов освещают концепцию той или иной фан-группировки, публикуют новые варианты эмблем, знакомят с западной культурой фанатизма, не забывают и историю отечественного движения. Но основная масса материала посвящена, в основном, изложению «выездной деятельности»: здесь и количество присутствовавших на матче в гостях фанатов, и приключения в дороге и т.д.

Для изучения фан-движения важным является использование фото- и киноматериалов. В последние годы за рубежом было снято несколько художественных фильмов, среди которых "Удостоверение" (Великобритания, 1995 г.), "Ультра" (Италия, 1991 г.), "Почему?" (Чехословакия, 1988 г.), "Стая" (Великобритания, 1988 г.), которые освещают жизнь фанатов разных стран. Конечно художественный фильм не может полностью раскрыть суть фанатизма - это не является основой сюжета этих лент - просто основные действия разворачиваются в среде фанатов. Больше реальности в документальных лентах, названия которых говорят сами за себя: "Насилие на трибунах" (Англия, 1994 г.); "Столкновения с полицией"

(Англия, 1994 г.); "Стадионы в огне" (Бельгия, 1990 г.).

Футбольные фанаты на территории нашей страны появились, ничуть не уступая западным аналогам, в 1974 г. Первооткрывателями этого непростого дела были болельщики "Спартака", которые к 1977 г. объединились во внушительную компанию молодежи, приходившую на матчи со своими флагами. Позже они стали выезжать для поддержки своих любимцев и в другие города. К началу 80-х в СССР начали появляться группы фанатов и у других команд: у ЦСКА, московского и киевского "Динамо", питерского "Зенита". Новоиспеченные группировки, воспользовавшись кратковременным послаблением тоталитарного советского режима, стали наименее завуалированной частью неформальной жизни страны. Но послабление было кратким. Уже в 1981 г. настал час расплаты. Масла в огонь добавило и то обстоятельство, что фаны распались на враждующие лагеря, на соперников и друзей. Стычки «армейцев» и «спартачей» принимали порой угрожающие формы. Фанов как «антисоветский и антиобщественный элемент» принялись безжалостно искоренять. За любую символику команды, будь то значок или же шарф, можно было не попасть на футбол. А если кто-либо, сидя на трибуне излишне бурно выражал свои эмоции, становился добычей наряда милиции, который выводил всех в радиусе 10 метров от "нарушителя". Подобные меры создали тюремную обстановку на стадионах столицы. Однако репрессии почти не дошли до провинции, где еще не понимали, что такое "фанат". Московские болельщики находили утешение в поездках в другие города. Порой на выезде собиралось народу в два раза больше, чем на домашних матчах клуба в Москве.

Поездки "столичной общечности", добравшейся даже до Еревана и Баку, оказали сильное влияние на местную молодежь. Ближе к 1984 г. фан-движение охватывает всю страну, появились энтузиасты в Донецке, Харькове, Ростове-на-Дону, Минске. Тем не менее, лидерами фан-движения оставались московские "спартачи", для которых собрать в поездку 250 - 300 человек не было особой проблемой.

Пик наибольшего подъема в фанатском движении пришелся на 1987 г. Не было ни одного города, за исключением, может, Закавказья и Средней Азии, где бы ни обосновалась «банда» фанов. Особенно славились численностью, боевым духом и разъездами по стране фаны «Ротора» (Волгоград), "Шинника" (Ярославль), "Торпедо" (Владимир - кстати, первая в стране группировка с неонационалистическими наклонностями) и других команд.

Волна критики в средствах массовой информации и постоянный нажим со стороны стражей порядка создали вокруг фанатов ореол таинственности. Популярность футбола поднималась, а с ним и популярность фанов. Трибуны в короткий период времени, с 1987 по 1991 г., заполнялись битком. Народ шел посмотреть не только на игру, но и на фанатов.

Советский фан того времени явно копировал английский стиль фанатизма семидесятых годов. Это длинноволосые головы, неброский стиль одежды.

Для любого фана клубная атрибутика значит очень много, ибо именно она отличает его как от конкурирующих групп, так и от простых обывателей. Между тем фан-атрибутика довольно-таки «серьезная забава» имеющая, например, на Западе сильные традиции, трепетно оберегаемые

и почитаемые. У нас в стране с символами фанатизма долгое время было неважно: самопальные вязанные шарфы длиной по 3-4 метра. Обязательными атрибутами были гремящие на каждом шагу значки, прилепленные где только можно, иногда - панамки, а также, налобные повязки под цвета клуба. Многие фаны, в период общего энтузиазма, приходили с самодельными флагами разной длины, ширины и расцветки.

Только в 1985 г. было открыто легендарное Михнево, местечко под Москвой по Павелецкой железной дороге, где на прядильной фабрике вязали шарфы и полосатые свитера, дорогостоящие по тем временам (30 руб.). Их называли "пульсера". Это был звездный час фан-атрибутики - одетые во все одинаковое, полосатые ряды фанов со стороны смотрелись более чем впечатляюще.

Однако уровень и разнообразие символики в СССР значительно отставал от аналогичного явления в Западной Европе. На Западе большинство фанов носило вязанные вышитые шарфы с названиями клубов, у нас только появились "полосатики-пульсера". В общем в этом нет ничего удивительного, учитывая уровень отставания во всех сферах жизни нашего общества. Уровень поддержки также уступал в сравнении с европейским. Во-первых, начисто отсутствовала культура массового пения. На матчах "заряжались" ( исполнялись ) в основном призывные кличи, что-то типа частушек, поносящие или восхваляющие игроков и команды, а также скандирование и слабые попытки пения. Во-вторых, большинство песен, к тому же, были слишком длинными, тягучими и не способствовали поднятию духа команды. Например, фаны "Зенита" до сих пор исполняют свой фангимн, длящийся минут десять.

Что же касается приоритетов, то в стране по-прежнему лидировали представители российских клубов. Наиболее массовыми и авторитетными являлись фаны "Спартака" (Москва), ЦСКА, "Динамо" (Москва), "Зенита" (Ленинград). Следом шли киевское "Динамо", "Динамо" (Минск), "Металлист" (Харьков) и литовский "Жальгирис". Значительную роль играли болельщики московского "Торпедо" и донецкого "Шахтера".

После распада единого государства Россия стала не только политическим, но и футбольным правопреемником Советского Союза. И по сей день ни в одной стране СНГ или Прибалтики нет такого сильного и достаточно ровного фан-движения, как в России. К счастью, уровень футбола как игры в России тоже выше.

Российские фаны после распада Союза, в начале 90-х, пережили сильнейший кризис. Начались реформы и преобразования, в результате чего страна начала содрогаться от сильных катаклизмов. Лучшие игроки, кумиры фанов, исчезли из вида, похоронив свои таланты во второразрядных провинциальных европейских и израильских клубах. Изменились жизненные приоритеты.

На протяжении первых двух лет независимости (1992-1993 гг.) число фанатских «банд» сократилось втрое. Распались сильные группировки в Воронеже, Ярославле, Перми, Владимире, Иванове, Ростове-на-Дону. Почти под угрозой исчезновения вдруг оказалась питерская группировка. "Зенит" «рухнул» в первую лигу и на протяжении нескольких лет безвыходно прозябал в окружении таких команд, чьи города трудно было отыскать на карте<sup>1</sup>.

Тем не менее все плохое рано или поздно кончается. Понадобилось несколько лет, чтобы ушедшие из фанатизма люди осознали ошибочность своего поступка и вернулись обратно к старым друзьям, футболу и приключениям. В последние 3 года в российском фан-движении наметилась отчетливая тенденция к подъему. Возрождаются из пепла фан-бригады. На сегодняшний день в стране существует около 30 фанатских банд. Самые крупные и влиятельные находятся в высшей лиге.

Сегодня средний возраст фанатов 20-25 лет. Но их не следует путать с т.н. «фанатиками», «фантомасами» или «пионерами» - 10-15-летними болельщиками, составляющими самую массовую категорию.

По своему социальному составу и роду занятий фаны довольно пестры. В основном же это конечно студенты и ребята, работающие в различных местах и уже отслужившие в вооруженных силах.

Очень специфичен жаргон футбольных фанатов. Правда, некоторые фразы и выражения, употребляемые ими в разговоре, присущи нынешней молодежи вообще. Но есть характерные только и исключительно для них. Приведем некоторые примеры наиболее интересных жаргонных словосочетаний.

Чаще других встречается "забить стрелку", так как это означает назначить время и место встречи (оно назначается либо для сбора бригады, то есть всех или большинства членов группировки по различным вопросам, либо, что чаще всего, для "махача"). "Махач" - это попросту говоря обыкновенная драка, которая случается между фанатами различных команд, объединенных в фан-группировки. "Махач" может быть как до так и после матча. Обычно группировка фанатов армейского клуба "ЦСКА" («Red-Blue Warriors» - красно-синие воины (бойцы)) и болельщиков столичного "Динамо" («Blue-White Dynamite» - сине-белый динамит) объединяются между собой против фанатов московского "Спартака" («Flint's Crew» - "Команда Флинта"), к которым иногда примыкают болельщики московского "Торпедо" («Working Boys Front» - "Фронт рабочей молодежи").

Наиболее серьезные столкновения между фанатами происходят при встрече двух московских команд. Такой матч называют "московское дерби", так как именно в Москве играют пять команд из Высшей лиги ("Спартак", "Торпедо", "Локомотив", "Динамо", ЦСКА), которые имеют сильные бригады, за исключением фанатов "Локомотива", которую днем с огнем не сыщешь. Встречаются команды, встречаются и фанаты. Но бывает и дружественное "дерби", когда встречаются футбольные команды, бригады которых являются союзниками, например, "Спартак" и "Торпедо", "Динамо" и ЦСКА.

Трофеем "махача" может стать так называемая "роза" или "цвета". Это шарф с эмблемой и символикой цвета данного клуба. Считается позорным утратить свои "цвета" где бы то ни было. У каждого клуба есть свои традиционные цвета: красно-белый цвет - цвет московского "Спартака"; черно-белый - "Торпедо"; бело-голубой - "Динамо"; красно-синий - ЦСКА; красно-зеленый - "Локомотива" и т.д.

Чемпионат России построен таким образом, что две команды должны сыграть между собой две игры по системе: одна на своем поле («дома»), другая на поле соперника ("в гостях"). Как известно в чемпионате участвует 18 (со следующего сезона, по новому решению Футбольного Комитета,

16) команд из разных городов, следовательно, гостевая игра может проходить в другом городе, куда фанаты "пробивают выезд". "Пробить выезд" очень почетно. Не имеющий выездов фанат есть "левый" фанат, а не получившие боевого крещения в "махаче" именуется "пионерами". Но надо заметить, что выезда "пробиваются" не для того, чтобы именоваться "правым". Это все делается для поддержания любимого клуба в гостевом матче, где болельщиков хозяев поля больше. Поддержка заключается в четко отработанной и организованной "шизе" - многочисленные гимны, песни, "кричалки", сопровождаемые взрывами петард, зажиганием дымовых шашек и осветительных ракет, называемых на английский манер "фаерами" (от английского "fire" - огонь). Фанаты столичных клубов, особенно "Спартака", "Динамо" и ЦСКА, отличаются не единичными выездами в различные города России и зарубежных стран. Хорошо организованная "шиза" создает впечатление родных стен для команды. Этого не понимает местная молодежь, которая и так недолюбливает москвичей, да и болеет за свою команду. Их называют «гоблинами», которых хлебом не корми, дай лишь столкнуться с москвичами. Поэтому повод к «махачу» может быть любым: и то, что ты москвич, и то, что ты не так одет как они, и, что у тебя не та прическа. Но "пробить" выезд не каждый может в виду отсутствия финансов. Тогда практикуется метод "вписывания". "Вписаться в поезд" - значит без наличия билета все же сесть на него.

Есть множество различных способов как сделать это. Как говориться, кто во что горазд. Самый распространенный и самый простой - дать денег проводнику вагона, что составит цену вдвое дешевле цены билета. Есть еще один способ, более сложный, но вовсе безденежный. Сложность и опасность его в том, что есть вероятность выявления "зайца", а это грозит высадкой в какой-либо глуши и не попаданием на матч, ради чего, собственно, и выезд. Суть этого способа в следующем: на один билет (на одно место) едут двое. Вот его процедура. Покупается билет, желательно на нижнее место, под которым находятся багажное отделение, называемое на жаргоне "гробом". При входе в вагон искусственно создается впечатление, что безбилетный - это провожающий. После этого один занимает "гроб", где достаточно места, чтоб поместиться двадцатилетнему юноше (касательно плацкартного вагона, так как в вагонах класса «купе» багажное нижнее отделение чуть меньше). Пребывание в нем будет длиться пока не будут проверены билеты. После этого можно смело вылезать и на вопрос проводника: "Что-то Вас здесь много. Откуда Вы?" - ответить, мол, из другого вагона, приехав к друзьям. В этом вопросе вся опасность. Меньше риск если места купейные. После проверки билетов можно просто закрыться.

Третий способ "пробить" выезд не относится к разряду "вписки", хотя также требует малых затрат. К "вписыванию" он не принадлежит, потому что это путешествие на "собаках", а не на поезде. Оно занимает гораздо больше времени и, поэтому, возможно лишь на небольшие расстояния. Так, к примеру, чтобы добраться от Москвы до Санкт-Петербурга придется сменить три электропоезда, именно их называют "собаками", и затратить при этом от 12 до 19 часов: Москва - Тверь, Тверь - Окуловка - Бологое, Бологое - Малые Вишеры - Санкт-Петербург.

Если по приезде в другой город до матча есть лишних два-три часа, то

излюбленным местом фанов на все это время становится ближайший к стадиону "пивняк" - бар, в котором сразу выполняется месячный план по продаже пива. Есть и те, которые отправляются на просмотр местных достопримечательностей. Символичным, например, считается окунуться в волны Волги-матушки в Волгограде. Некоторая часть занимается раскраской всего того, что попадется на глаза: стен домов, заборов, набережных, троллейбусов и автобусов.

Есть предположение, и оно естественно, что родоначальниками символики фан-движения, как и самого футбола, были англичане. На фотографиях еще 30-х годов видны болельщики в вязанных шарфах. Идея о "бар скаф" (полосатый шарф) была разработана на севере Англии, и наиболее укомплектованными были фаны «Манчестера», "Ливерпуля", чуть позже - лондонского "Челси". Еще позднее на «михневский уровень» (энтузиасты сами находили фабрики и вязали эти шарфы) перешла вся Великобритания.

На вопрос, почему именно в Англии появилось это течение, можно найти легкий ответ. Исторически сложившееся предубеждение о чопорности англичан дает сильный крен, когда убеждаешься, что нацию, которая любит всякую мишуру, надо еще поискать. Это и вышиваемые годами лордовские гербы, и штандарты, имеющие традиции с рыцарских времен. После войны англичане стали путешествовать по Европе и занесли моду на "бар скаф", флаги на длинных древках и т.д.

Однако футбольная индустрия рано или поздно должна была прозреть и понять, что одним "бар скаф" не отделаешься. Начались поиски новой атрибутики и, следовательно, развитие символики. И в конце концов 70-х годов появились новые шарфы с названиями команд. Первенцем был "Ливерпуль". В 1977 г. хозяева клуба выпустили вязаную «розу» красно-белого цвета (цвета "Ливерпуля") с обозначением названия команды и перечислением на ней же годов чемпионства клуба. Новая тема пошла "на ура". Многие же вязаные шарфы являются творениями искусства, на них вышивались не только эмблемы и названия клубов, но и обозначения принадлежности к той или иной фан-банде: были "розы" с изображениями любимых игроков. В Англии популярны и до сих пор "розы" дружественных команд: половина - красно-белая, ливерпульская, а другая, скажем, сине-белая - "Рейнджерс". Но такие шарфы выпускали обычно к матчам «дерби» дружественных команд, и популярность их была невысока.

Наверное, самые интересные шарфы делают в Германии. Очень часто на одном небольшом участке ткани умещаются и клубные цвета, и названия фан-банд, да еще и проклятия в адрес основных врагов. Художественный уровень у немцев выше, так как в Германии к этой теме подходят творчески, в отличие от штампованной в эскизам продукции Англии.

Очень неплохие "розы" выпускают в Бельгии, Швейцарии, Испании (если это не штамповки). Например, у "Барселоны" (Испания) только в одном году выпускалось 15 видов вязанных "роз", пять из которых - чисто хулиганские.

В Голландии нечасто встретишь примечательный чем-либо шарф - в основном это пробританские образцы: герб-название-герб и еще какая-либо надпись.

Очень много видов выпускают французы, у каждого клуба имеются до

десятка разных бригад, которые носят "розы" только с названием своей группировки.

Но кроме розеток (будем так называть "скафы" поскольку слово привычнее) в фан-культуре есть еще много характерных для фанатов вещей.

Например, в северной части Европы фанаты облачаются в короткие безрукавные джинсовки с наспинными и другими нашивками. Это явление очень прижилось в Германии. Не брезгают джинсовками в северной Франции, отчасти в Испании, в Восточной Европе, но Германия все же и есть тот заповедник, где мода на джинсу не скоро вымрет.

Если у немцев в моде джинсовая, то большая часть Европы предпочитает короткие спортивные куртки без воротника. Простые болельщики их не надевают - это удел именно людей, которые являются носителями определенных идей далеко не пацифистского толка. Обычная форма таких "ультрас" (фаны): черная или синяя куртка с оранжевой подкладкой, джинсы престижных фирм и, в зависимости от страны и степени агрессии, либо высокие и тяжелые шнурованные ботинки, либо обыкновенные кроссовки. Иногда вместо джинс можно встретить спортивные штаны (не путать с так популярными у нас "адидасами" "гоблинов"), на левом бедре которых напечатано название группировки. Часто такие штаны шьют на заказ в особых "Бульдог-шопах", и стоят они 55-60 дойчмарок. Если джинсовки не везде имеют почет, то спортивные куртки носят практически во всех странах (даже у нас), кроме Германии. А насчет тяжелых ботинок, то их звездный час пробил почему-то в жаркой Италии. В Англии в них не ходят вообще, в цивилизованной Европе (Швейцария, Австрия, Венгрия) они не приняты, а в остальных странах такие ботинки надевают только ультраправые, самые агрессивные и немногочисленные банды.

Что касается флагов, то здесь родоначальники футбола, фанатизма и панка на удивление бескомпромиссно расстаются со своими идеалами. До 1985 г. на королевских стадионах не было видно зрителей за тысячами флагов, потом эти флаги стали вешать на перила, а сейчас на человека с флагом там посмотрят как на не от мира сего. Изредка, и то во время перерыва, и то в Шотландии, протащат по трибунам большое полотнище, но как только на поле выбегут игроки, его тут же уберут - и петь, петь, петь... Такая же ситуация в Бельгии и отчасти в Голландии. В Испании вообще полная непонятность. У "Реала" (Мадрид) и "Барселоны" в основном поют и растягивают "розы". Фанаты "Эспаньол", "Спортинга" (Лиссабон) и басконских клубов любят "шизить" со множеством полотнищ всех форм. Но все поголовно обвешивают свои сектора длинными полотнищами с названиями «банд». В Италии та же тема, и особым шиком считается взмахнуть флажком 10x30 на восьмиметровом пластиковом древке. Остается добавить, что итальянцы - патриоты своей страны, и на любой символике присутствуют и национальные цвета<sup>3</sup>.

Основные принципы нынешней фан-культуры Западной Европы, естественно регенерируя в свои формы, прижились в России.

Легко определимы фанаты той или иной группировки по одному лишь внешнему виду. Первой и наиболее выразительной чертой отличия служат "цвета". В остальном же есть некое сходство. Так в последнее время очень модной и весьма распространенной прической среди фанов остается короткая стрижка. Предпочтение в обуви отдается высоким ботинкам

армейского образца. Это незаменимая вещь при «махаче». Такая же как и армейский ремень, который редко вдевается в джинсы, для того, чтобы быстро можно было им воспользоваться. Джинсы в основном темных цветов, причем всегда высоко подвернуты. Короткая черная или темно-синего цвета куртка на молнии с ярко рыжей подкладкой, называемая "бомбер", завершает экипировку. На матче куртки выворачиваются наизнанку. Это делается либо с целью конспирации, поскольку за фан-сектором следят скрытые телекамеры внутренних органов, которые выявляют зачинщиков беспорядков, либо для выделения своих от чужих (практикуется только у фанов "Спартака"). В то время как флагами размахивают из столичных фанов лишь фаны ЦСКА и "Локомотива", фаны питерского "Зенита" и некоторые фаны провинциальных городов. Но как и в Испании почти все обвешивают свои сектора полотнищами с названиями группировок или просто под характерные цвета клуба.

\* \* \*

Безусловным российским лидером по процессу «боления» является воскресшая «спартаковская» торсида. Толчком к подъему некогда сильной бригады стало возникновение в 1994 г. молодежной группировки «Flint's Crew». Они одними из первых осознали упадочность советского стиля фанатизма и во главу угла поставили западные аналоги. Они первыми изучили популярные европейские фанатские песни, жесты, стиль одежды и в течение всего времени существования внедряли это. Но заимствования не сводилось к чистому копированию. Западные традиции частично перерабатывались. В итоге, в 1996 г. вокруг "флинт"ов, число которых по-прежнему невелико, собиралась значительная аудитория, численностью достигавшая до трех тысяч фанов. "Flint's Crew" рьяно взялись за организацию выездных матчей - основу любого фан-движения. Им удалось собрать в прошлом сезоне (1996 г.) 226 человек ("рыл") в Н. Новгород, 126 - в Самаре, 73 - в Калининград (областной) и даже шесть человек было во Владикавказе. К игре с "Барселоной" (весна 1994 г.) был шит второй (первый был транспарант "Спартак FAN'S", изготовленный в 80-е годы) в нашей стране транспарант с названием группировки. На красном полотнище красовались два непонятных большинству окружающих слова: "FLINT'S CREW". Дословно это переводится с английского как "команда, или шайка Флинта".

Пираты жили по неписаным законам своего братства, дрались с врагом как звери, облазили полмира, пели и пили, не щадя своих глоток - ну чем не жизнь фаната?!

Группировка не требует от фана «единой формы одежды». Единственный атрибут, который должен быть у каждого фаната, это шарф с символикой любимого клуба.

Идеология группировки - активная поддержка команды на трибуне, выездная деятельность, отстаивание своих интересов с членами других группировок.

Ф.С. имеет "розы", отличные от шарфов других фанов «Спартака». Помимо символики цвета и названия команды, здесь еще имеется имя фан-группировки. Приобрести их в свободной продаже невозможно. Они изготавливаются исключительно на заказ в Англии.

Ф.С. имеет также и свою официальную эмблему. Ее изображение весь-



ма выразительно (см. рис. 1). В центре эмблемы - сжатый кулак правой руки. Сверху и снизу полукругом две надписи по-английски: FLINT'S CREW (название группировки) и MOSCOW (место дислокации).

Существуют так же и неофициальные эмблемы, их две. Они обе имеют в центре череп, на заднем фоне спартаковский ромбик и обоим присущи пиратские атрибуты: на одной эмблеме череп венчает пиратская треуголка, а на другой эмблеме череп через глазницу пронзает пиратский окровавленный клинок. Изображение черепов и кулака означает наличие агрессии (см. рис. 2 и 2а).



Рис. 1.

Официальная эмблема FLINT'S CREW

Есть еще одна интересная эмблема, но она не относится к «флинтам». И вообще об ее происхождении автору ничего не известно. Можно предположить, что это игра фантазии кого-то из авторов «Русского фанфестника». Именно в одном из номеров этого издания фанов ЦСКА была опубликована эта эмблема: в центре профильное черепное изображение в древнем римском шлеме (прослеживается связь с предводителем крупнейшего восстания в Древней Италии, которое произошло в 74-71 гг. до н.э., по имени Спартак), под ним спартаковская клубная эмблема - ромбик, с правой стороны в вертикальном положении надпись по-английски ULTRAS, что в переводе - фанаты (см. рис. 3).

Основным «идейным врагом» «спартачей» и «флинтов» является группировка фанов ЦСКА, которая с 1994 г. носит название "Red-Blue Warriors" ("красно-синие воины"). Ее костяк составляет порядка 60-70 "ультрас" и возрастных людей - "старых", пропагандирующих основную политику "warriors": патриотизм к команде и стране, стабильная выездная деятельность, бескомпромиссное, а зачастую и агрессивное отстаивание идеалов, неумеренное употребление пива и чего покрепче. Именно костяк "warriors", состоящий из людей 20-30-летнего возраста, всегда находятся в авангарде группы, в случае если ей угрожает опасность. Эти же люди замышляют и организуют процесс боления, придумывают новые песни и шьют опромные клубные транспаранты, то есть разрабатывают концепцию движения.

Вокруг "warriors" концентрируются порядка 300-400 человек в основном молодежи и умеренных болельщиков. На важных матчах на домашних секторах ЦСКА собирается до 1000-1500 фанов. Цвета армейцев - красно-синие. Чтобы конкретнее вникнуть в идеи "warriors" приведем отрывок из обращения оргкомитета R.B.W.:

"R.-B. warriors" принимает единую символику (черный "бомбер", джинсы, ботинки армейского образца, единые нашивки и шарфы)<sup>4</sup>.

Болельщики армейского клуба, объединенные в группировку R.B.W., также имеют шарфы с символикой цвета и эмблемой клуба, на которых

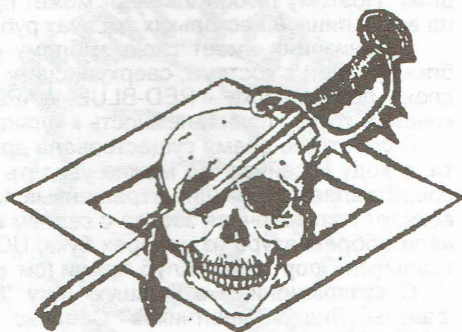
еще указано название этой самой группировки. Этот шарф доступен каждому. Поэтому любой "пионер" может приобрести подобную "розу". Разница всего лишь в нескольких тысячах рублей.

Организация имеет свою эмблему (см. рис. 4): в центре круглой эмблемы череп с костями, сверху и снизу которого полукругом написаны три слова по-английски - RED-BLUE WARRIORS. Череп размещен на фоне креста в круге - принадлежность к хулиганству, агрессивности.

В советское время существовала другая эмблема - клубная. Она, кстати, в ходу и сейчас. Ее можно увидеть на некоторых видах шарфов. Она представляет собой щит, украшенный по бокам лавровыми листьями, верх венчает пятиконечная звезда с серпом и молотом, на поле щита по диагонали аббревиатура из четырех букв: ЦСКА, что в сокращении значит Центральный Спортивный Клуб Армии (см. рис. 5).

С возвращением в Высшую лигу "Зенита", возродились и питерские фанаты. Лидер "зенитчиков" Сабонис как-то вспомнил о тех временах (1992-1994 гг.), когда на домашних матчах его команды собиралось по 50(!) зрителей, в числе которых - 7-8 фанатов, не бросивших клуб в беде. «Зенитчики» до нынешнего года оставались самой консервативной группировкой России. Все те же, с советских времен, полосатые шарфы, "пульсера", весьма потрепанный вид. Борясь за респектабельность бригады, лидер предписал носить своим подопечным только джинсы, куртки-бомберы (пилоты). По заказу единственного официального в России фан-клуба, в Англии были связаны "бар-скаф" и пошит огромный синеголубой транспарант "НЕВСКИЙ ФРОНТ" (название группировки). "Невский фронт" насчитывает порядка 300-500 активных фанов и устраивает красочное шоу на трибунах домашнего стадиона. Преуспели они и в выездной деятельности. На матчи в Москву в прошлом сезоне "пробило выезд" 150-180 человек. На выездные игры в глубинку - поменьше, однако стоит учесть отдаленность Санкт-Петербурга от остальных городов Высшей лиги. "Зенитчики" одни из немногих продолжают чтить свои традиции. Несмотря на надписи ULTRAS на их шарфах, питерцы с середины 80-х известны как миролюбивые и нейтральные болельщики. Они крайне редко и неохотно ввязывались в потасовки с другими фанатами. "Питерский дух не позволяет", - оправдывают свой пацифизм фанаты "Зенита". Это видно и по эмблеме "Невского фронта". В отличие от московских бригад, у которых на эмблемах красуются либо черепа, либо кости и кулаки, у питерской группировки в центре эмблемы, которая по форме представляет собой щит, изображение национального древнерусского героя Александра Невского; по верхней части щита полукругом надпись по-английски: NEVSKY FRONT. Внизу название футбольной команды - "Зенит" (см. рис. 6).

Болельщики московского "Динамо", объединенные названием "BLUE-WHITE DYNAMITE" ("Бело-Синий Динамит"), раньше славились неуправляемостью и потрясающей любовью к крепким спиртным напиткам. У них была эмблема, где была изображена пивная пенящаяся кружка с аббревиатурой КЛН - «Клуб любителей нажраться». Позже на смену им пришли молодые "динамисты", радикально перестроившие порядки в своем секторе. Один из современных лидеров движения Каманча накренил идеологию банды резко "вправо", и на плакатах и символике В.В.Д. появились символы "Национального Фронта". Поэтому каждая поездка В.В.Д. за рубеж, на матчи Еврокубков именно из-за этого оборачивается скандалом. После игры "Динамо" в Финляндии с местным "Джаззом" (Пори) все финские



Неофициальные эмблемы «FLINT'S CREW»

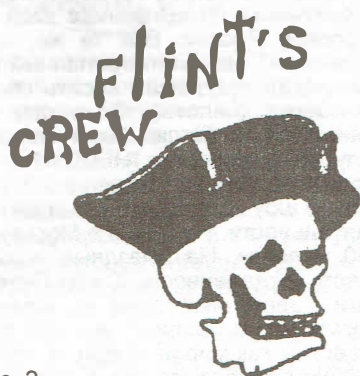


Рис. 2.

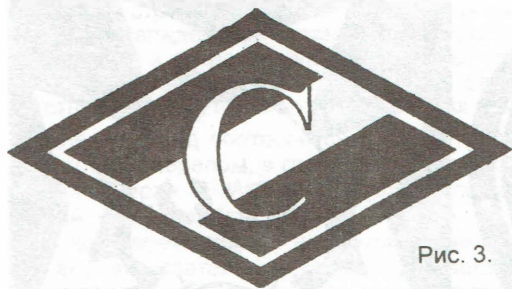
Наша эмблема по версии:

«Русского Фан Вестника»

«Бульдога»



Рис. 2а.  
Неофициальная эмблема  
«FLINT'S CREW»  
(на флаге)



Клубная эмблема  
футбольной команды  
«Спартак» (Москва)

Рис. 3.



Эмблема со страниц  
«Русского Фан Вестника»



Рис. 5.  
Клубная эмблема  
команды ЦСКА



Рис. 4.  
Эмблема группировки  
фанатов ЦСКА

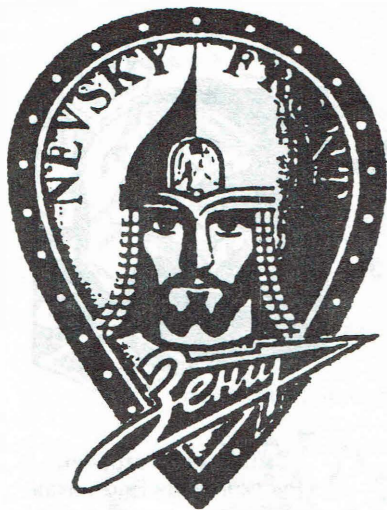


Рис. 6.  
Эмблема группировки  
фанатов «Зенита»



Рис. 7.  
Эмблема группировки  
фанатов «Динамо»  
(Москва)

Рис. 8.  
Эмблема группировки  
фанатов «Динамо»  
(Москва) со страниц  
«Русского Фан Вестника»



газеты вывешивая с заголовками: "Русские нацисты! Приехали! В нашу пацифистскую страну". Подобный же прием ожидал "динамиков" в Вене на матче с "Рапидом". Десяток бело-голубых, преодолевших не одну сотню километров и потративших кучу валюты, обвинили в пропаганде нацизма, исходя из их внешнего вида. На самом деле это лишь внешний вид. Соответствующие ему идеи бродят в головах немногих из этой группировки.

Внешний вид соотносится и с эмблемой группировки. На щите кельтский крест с черепом, в глазницах которого сверкают молнии. Под черепом аббревиатура - V.W.D. Вне щита расшифровка этой аббревиатуры на английском языке (см. рис. 7).

Существует также и неофициальная эмблема. Возможно это очередная версия издателей «Русского фан-вестника». На этой эмблеме ромбик динамовской команды в разрыве, очевидно, динамита, и внизу название группировки, опять же, по-английски (см. рис. 8).

Эмблемы и внешний вид определяют идеологию как фаната, так и группировки в целом. Другой вопрос, что у одних это отображение реального факта, а у других лишь жалкое подражание Западу и пускание дыма в глаза.

Эмблемы и изображения, приведенных здесь группировок, по своему характеру агрессивны, за исключением, быть может, эмблемы «Невского фронта», если не брать в расчет исторически известной фразы Александра Невского: «Кто к нам с мечом придет - от меча и погибнет». Бескомпромиссность и жесткое отстаивание своей «правоты» с правоохранительными органами, местными «гоблинами», фанатами других группировок присуще каждой хорошо организованной группировке, что она не скрывая и показывают своей выразительной эмблемой.

Нынешнее состояние символики фанатизма можно сравнить, разве что со вторым рождением двадцать лет спустя. Именно в 1993-1994 гг., когда отечественное фан-движение постепенно стало воссоздаваться, на качественно новый уровень развития вышла и фан-атрибутика. Срок прошел сравнительно малый и поэтому прозападное направление развития атрибутики сохраняет свои лидирующие позиции.

Что касается выездной практики, то Европа даже близко не стоит по тому километражу, который покрывают отечественные фаны во время внутреннего чемпионата. В этом, конечно, сказывается необъятность нашей Родины, но факт остается фактом.

#### ПРИМЕЧАНИЯ

1. Футбол для всех. Зима 1996/97. С. 74-78.
2. ULTRAS NEWS. 1996. № 3.
3. Русский Фан Вестник. 1995. № 12.
4. Там же.
5. Аналогичная эмблема существует у группировки фанатов «Эспаньол» (Испания), возникшей явно раньше 1994 года.

**ЗАГИДУЛЛИН Алишер Ришатович, студент 3-го курса факультета истории, политологии и права Московского педагогического университета, болельщик футбольного клуба «Спартак», г. Москва.**