

Глобальное, национальное и местное в восприятии гражданами чемпионата мира по футболу 2018

Александр Долганов

Генеральный директор фонда «Социум» (Екатеринбург)
Адрес: ул. Пушкинская, д. 5, г. Екатеринбург, Российская Федерация 620075
E-mail: dolganov@fsocium.ru

Елена Трубина

Доктор философских наук, директор Центра глобального урбанизма,
профессор Уральского гуманитарного института, Уральский федеральный университет
Адрес: ул. Мира, д. 19, г. Екатеринбург, Российская Федерация 620002
E-mail: elena.trubina@gmail.com

В статье представлены материалы полевого исследования, проведенного в Екатеринбурге весной-летом 2018 года до, во время и после чемпионата мира по футболу. Полученные данные анализируются на основе полимасштабного подхода к мегасобытиям (Flint, 2003; Peck, Theodore, Brenner, 2009; Barret, 2013; Trubina, 2019), который предполагает рассмотрение того, как супралокальные и супранациональные процессы кристаллизуются в сложных городских системах и их связях с другими системами. Обращение к динамике глобального, национального и городского масштабов в осуществлении и восприятии мегасобытия позволяет дополнить существующие исследования ЧМ в России, которые, как правило, фокусируются на отдельных темах и единичных уровнях (масштабах) (прежде всего национальном) и редко строятся на эмпирических исследованиях. Статья демонстрирует «игру масштабов» в восприятии гражданами ЧМ-2018. С одной стороны, они видят в мегасобытии часть национальной стратегии развития, в частности привлечения инвестиций, с другой — им очевидно, что главные выигрыши от события получены транснациональными игроками (ФИФА) и национальными центральным и региональным правительствами. Авторы приходят к выводу, что суждения информантов свидетельствуют о сильном влиянии националистической и геополитической пропаганды, но одновременно связаны с их представлениями о глобальных влияниях, значимости экономической логики в оценке происходящего, в том числе важности брендинга наций и городов. Показано, что граждане видят в мегасобытиях и политическую стратегию, призванную «заставить уважать», с одной стороны, а с другой — открыть экономические возможности для страны и города. То, что люди на местах заплатят за спортивный праздник своими налогами, от внимания людей также не укрылось. Авторы подчеркивают двусмысленность мегасобытий как потенциально открытых для всех и способных всем принести радость, и в то же время неизбежно усиливающих социальное и географическое неравенство.

Ключевые слова: мегасобытия, чемпионат мира 2018, Екатеринбург, болельщики, граждане, футбол

© Долганов А. Е., 2020

© Трубина Е. Г., 2020

© Центр фундаментальной социологии, 2020

DOI: 10.17323/1728-192X-2020-4-227-255

Спортивные мегасобытия (Олимпиады и чемпионаты мира) часто рассматриваются в качестве главных рычагов городского развития в странах-хозяевах (Gold, Gold, 2008; Kaplanidou, Karadakis, 2010). Такие события также считаются политическими и социальными механизмами, сплачивающими нацию (Zhou, Ap, 2009; Horne, Whannel, 2012). Мегасобытия осмысляются и как важные инструменты *soft power* и глобального продвижения проводящих их стран и городов (Schatz, 2008; Finlay, Xin, 2010; Grix, Houlihan, 2013). Решение ФИФА сделать Россию хозяйкой ЧМ-2018 проявило все эти варианты понимания данного мегасобытия в России, о чем можно судить по его освещению в спортивных и иных массмедиа и в социальных сетях. Чемпионат мира по футболу — одно из самых крупных и вызывающих массовый интерес спортивных событий, трансляции матчей которого смотрят сотни тысяч и миллионов людей. Сочетание национального (и националистического) значения футбольных матчей и возможность смотреть их в компании всего человечества приводит к уникальной популярности чемпионата. Он проводится Международной федерацией футбола (ФИФА) — обладающей огромной политической и экономической властью международной организацией, исполнительный комитет которой никому не отчитывается за принимаемые им решения и эффективно навязывает национальным правительствам свои условия проведения чемпионатов (Tomlinson, 2014). Среди этих условий — строительство новых стадионов, модификация законодательства, охрана связанных с ЧМ брендов, согласие со специфическим распределением прибыли от ЧМ и трансляции его матчей.

Управление футболом в ряде стран ведется закрытыми группами спортивных чиновников, исповедующих закрытый же стиль принимаемых решений и в ряде случаев не являющихся профессионалами. Так, в социальных сетях и на кухнях миллионы болельщиков рассуждают о том, как плохо сочетаются преобладающий в России способ управления проектами — вертикальный, авторитарный, персоналистский — и условия, необходимые для того, чтобы добиваться международных побед. Среди этих условий значимы доверие специалистам, создание системы подготовки спортсменов на местах, приглашение харизматичных тренеров вместо послушных, но не способных повести команду к победам.

В имеющейся о ЧМ-2018 академической литературе поднят ряд важных его аспектов. Поскольку в последние двадцать лет страны — члены БРИКС стали хозяевами целого ряда мегасобытий, резонно провести сравнение между тем, как данные страны справились с этими амбициозными задачами. Так, по мнению М. Мюллера и К. Гафни, разработавших типологию сравнения мегасобытий и предложивших в качестве одного из критериев модификацию правовой системы страны в ходе подготовки к нему, «события в России и Бразилии были отмечены особенно сильной модификацией. Эти страны не только выполнили обширные требования... ФИФА, предполагающие особое законодательство в таких областях, как защита брендов, прав на маркетинг, безопасность, трудовые отношения, возмещение убытков и налоги и т. д., но и пошли дальше этих требований» (Müller,

Gaffney, 2018; см. также: Müller, 2017). Взаимодействие российского президента и федерального правительства с международными организациями разобрано А. Макарычевым и А. Яцык, подчеркивающими, что, если в целом отношения России с международными организациями и транснациональными акторами претерпевают кризис, с ФИФА, МОК и другими международными спортивными организациями взаимодействие и коммуникация продолжаются, составляя «включающее исключение», сочетающее дистанцирование страны от Запада и включенность страны в глобальную индустрию мегасобытий (Makarychev, Yatsyk, 2018: 10).

К сожалению, в этих и иных академических текстах реакции граждан на ЧМ-2018 почти не рассмотрены. Между тем поддержка местных жителей важна для того, чтобы события оправдали свою репутацию масштабных спортивных праздников. Местные жители становятся волонтерами, пытаются на чемпионате заработать и вместе с туристами и спортсменами создают нужную атмосферу праздничного «тусования». Фокус на болельщиках характерен для работ, выполненных в традициях городской этнографии. Антрополог Ричард Гулианотти исследовал негативное воздействие на фанатскую субкультуру попыток урегулировать футбольные спектакли. Хотя болельщики и не были в восторге от старых стадионов с плохо работающими туалетами и крошащимся под ногами бетоном, порядки, введенные владельцами новых стадионов, убили, считают они, былую живую атмосферу спортивного праздника (Giulianotti, 2005: 351). О неоднозначном отношении футбольных фанатов к их «менеджменту» со стороны владельцев, угрозе терроризма и повышенным мерам безопасности на основе опроса полутора тысяч болельщиков написали социологи Дж. Клеланд и Э. Кэшмор (Cleland, Cashmore, 2018). Есть и попытки осмыслить связь между национализмом, идентичностью и отношением к чемпионату мира. Так, используя смешанные методы, группа из учающих коммуникацию американских ученых пришла к выводу, что влияние националистической риторики непрямо увеличивает патриотизм разной степени критичности (Seate, Ma, Iles, McCloskey, Parry-Giles, 2017). Среди методов, используемых для объяснения поведения фанатов, преобладают масштабные опросы. Так, английские социологи провели онлайн-опрос 2500 болельщиков о связи расизма и футбола, обнаружив, что болельщики считают уровень расизма сегодня существенно снизившимся по сравнению с 1970–1980-ми годами. Ученые также пишут о том, что вряд ли справедливо считать расизм присущим лишь культуре болельщиков — представителей рабочего класса: классовые привилегии не являются гарантией прогрессивных взглядов (Cleland, Cashmore, 2013). Отдавая должное осуществленным коллегами трудоемким проектам, мы считаем, что и методология качественных исследований должна более активно применяться для исследования суждений и установок граждан.

В литературе также недостаточно рассмотрена и парадоксальная взаимосвязь разных масштабов, в которых проходят политические и экономические процессы, кристаллизующиеся на городских стадионах и в фан-зонах. Как бы ни был значим анализ деятельности федерального правительства России, теоретический и поли-

тический приоритет не должен отдаваться какому-то отдельному уровню. Важнее допустить, что существует сложный континуум процессов и практик, вариантов политики и финансирования, которые — в случае проведения крупного международного события — перетекают друг в друга: от глобального к индивидуальному, от городского к национальному.

Наше исследование включает в себя глубинные и структурированные интервью и фокус-группы с екатеринбуржцами ($n = 72$), с экспертами в области футбола и проведения спортивных мероприятий ($n = 19$). Большинство интервью и фокус-группы проводились в офисе фонда «Социум» (фокус-группы отдельно с болельщиками и гражданами). Для первых отбирались лица в возрасте старше 18 лет, указавшие, что они купили билеты на матчи ЧМ, либо планировавшие смотреть игры в фан-зонах. Среди респондентов примерно равное количество мужчин и женщин различных возрастных групп. Для отбора респондентов использовалась тактика «снежного кома».

Глобализация и положение России в международном сообществе

Чемпионаты и олимпиады — события глобальные, свидетельствующие о желании правительств и граждан различных стран стать более заметными на карте мира. Они проводятся в странах с разными политическими режимами, использующими ту или другую идеологию для своей легитимации. Политика российского правительства сочетает элементы открытости, заинтересованности в сотрудничестве со спортивными международными организациями и значительную самоизоляцию, сопровождающуюся тем, что целый ряд других международных организаций и фондов из страны вытеснен, а работа некоторых из них осложняется ограничениями статуса «иностранцев агентов» и «нежелательных организаций» (Карев, 2019). Проведение в стране мегасобытия — хорошая возможность посмотреть, как две логики — глобальная и изоляционистская — сочетаются в реакциях людей на происходящее. Как футбольный матч способен принести приятные и неприятные сюрпризы, так и включение страны в глобальную индустрию мегасобытий чревато обретениями и рисками. Глобализация, будь то экономическая или культурная — противоречивый процесс со своими лидерами и аутсайдерами. Многие из последних — развивающиеся страны — видят в мегасобытиях способ заявить о своей претензии на более значимое место в мировой иерархии. Они вступают в круг стран — хозяев мегасобытий слабо подготовленными: нет ни эффективных транспортных систем, ни развитой «индустрии гостеприимства», ни новых стадионов. В то же время стоимость проведения чемпионатов постоянно растет, что побуждает их международных и национальных популяризаторов систематически воспроизводить аргументы о преимуществах и выгодах проведения мегасобытий. Вопрос о том, кто именно получит преимущества от проведения таких дорогостоящих событий, встает перед многими людьми, и наш замысел заключался в том, чтобы, беседуя с гражданами, снять «срез» их экономической и политической реф-

лекции. Это казалось нам тем более значимым, что, в отличие от Бразилии, где нерациональное расходование средств на мегасобытия при нерешенности ключевых социальных проблем возмутило миллионы граждан, вышедших на улицы протестовать, в России ни Олимпиада в Сочи, ни ЧМ-2018 активных и открытых протестов не вызвали. Означало ли это, что люди не видят вызванных мегасобытиями проблем? Мы начинали свои фокус-группы и интервью с предложения поразмышлять о том, как респонденты понимают и оценивают глобализацию. Наша посылка здесь заключалась в следующем: рецепты роста городов (а организация мегасобытий — один из самых популярных) циркулируют глобально, и власти свои решения в пользу мегасобытий тем или иным образом гражданам, как правило, объясняют. Были ли предложены такого рода объяснения российским гражданам? И если да, то что в этих объяснениях люди считают резонным, а с чем не согласны? Если вопрос поставить более общим и критическим образом, то нас интересовало, чувствуют ли люди, что к ним обращаются, пытаюсь убедить в правомерности проводимой политики? Нас также интересовало, как люди переживают включенность свою, сограждан и правительств в большой мир.

Большинством участников глобализация воспринимается как положительный процесс: «Глобализация — это что-то типа синергии, когда совместные усилия приносят больший результат. ...конкуренция дает толчки отдельным частностям. Бизнесу там, например...»; «Это в принципе положительно. В экономике той же: если одна экономика зависит от другой, есть возможность избежать конфликтов между странами. В спорте, футбол — это вообще всегда как праздник. Сейчас собираются болельщики из разных стран у нас. Это положительный эффект». В то же время многие информанты относятся к глобализации с настороженностью, с опаской рассуждая о том, что еще неизвестно, какими будут ее результаты: «...наверное, все-таки мы сейчас находимся... в процессе этой глобализации, и ее последствия... я не знаю... увидит ли наше поколение последствия этой глобализации, еще вопрос. Потому что она еще не закончилась. И когда она закончится, чем она закончится, тоже вопрос большой. Я не готов ответить»; «Для каких-то стран, может быть, благоприятно влияет. Для каких-то — может быть, отрицательно».

Разговор о глобализации проявил оправданно противоречивые представления участников. Ее осмысление как процесса прогрессивного и желательного и признание ее значимости и неизбежности сочетается с ее демистификацией (Petras, 1999; Kiely, 2005), т. е. осознанием, что усиливаемая ею взаимозависимость между разными масштабами человеческой деятельности сопровождается продолжающейся маргинализацией бедных и среднеразвитых стран и их граждан в ходе реализации интересов международных альянсов элит. Космополитическое измерение глобализации тем самым сочетается с ее жесткой неолиберальной логикой. Если к тому же учесть, до какой степени «быстрой и травматичной» (Laruelle, Radvanyi, 2018: 1) была российская глобализация после того, как пал железный занавес, то понятно, как легко вернуть людей к стереотипам холодной войны. В высказываниях информантов проявились и признание важности открытости миру, и допуще-

ние того, что от него надо защищаться. До какой степени политическая трезвость людей («глобализация благотворна далеко не для всех») сочетается с влиянием государственной пропаганды, строящейся на образе «враждебного Запада», нам сказать сложно. Однако проведенные интервью и дискуссии проявили влияние как либерально-прогрессивного отношения к глобализации (с присущим ему фокусом на развитии технологии, туризма и поощрения доброжелательного интереса людей друг к другу, на правах человека), так и отношения, подразумевающего подозрительность ко всему, что исходит от «враждебного Запада» и находится вне рамок разделяемых некоторыми респондентами ценностей (консервативно-правового толка). Отдельные участники обращали внимание на такие отрицательные аспекты глобализации, как ее быстрота, ускорение технического прогресса, за которым невозможно успевать людям пожилым или имеющим низкий уровень образования.

Результаты фокус-групп показали противоречия в понимании связи глобального и национального участниками. Информанты в ходе дискуссий говорят о своем недоверии к иностранным СМИ. Так, в начале ФГ ее участники отмечали включенность России в процессы мировой глобализации, роль интернета и интернационализации российского и мирового сообщества, а также то, что подобные мегасобытия способствуют общемировому процессу глобализации. А далее, противореча самим себе, утверждают, что для иностранцев Россия — либо агрессор, либо белое пятно. Причиной этому якобы является формирование образа РФ зарубежными медиа. Для респондентов зарубежные/иностранные СМИ являются распространителями ложных сведений о нашем государстве (понятно, что это мнение сформировано российскими СМИ, так как почти никто из респондентов самостоятельно к зарубежным СМИ никогда не обращался). Для того чтобы понять, «как живет Россия», иностранцам нужно приехать сюда и увидеть все своими глазами, поскольку респонденты уверены в однозначной презентации России за рубежом как «агрессора»: «Россия — это чуть ли не страна-агрессор, которая постоянно смотрит на западный мир с точки зрения военной силы. И все, больше-то никакой информации не доносят. То есть я имею в виду белое пятно, что информации-то больше никакой нет о России...»; «Даже интернет этого не доносит...»; «Фильтруется все, реально...»; «...Как по новостям иностранным, они показывают, как мы тут друг друга убиваем, пьем кровь младенцев. А сейчас они приезжают, а мы их всех встречаем с улыбками и мы рады...»; «Наши СМИ так говорят, что там про нас так плохо говорят. Вот там со Скрипалями, Британия была вообще против, чтобы сюда их команда приезжала, вот я такие новости слышала».

О роли России в глобализирующемся мире участникам было столь же сложно рассуждать, как и о процессах глобализации. Высказывания демонстрируют противоречивые представления о целях, смысле и результатах внешней политики РФ. Патриотическая логика вроде бы заставляет искать и находить какие-то смыслы и достижения родной страны («мы же лучшие» — остается обнаружить, в чем это проявляется). Достижения видят в том, что Россия в последние годы начала

играть роль «геополитической» державы — вести самостоятельную, решительную политику на преодоление «однополярности», она противостоит США, старается вернуть себе статус сверхдержавы, интенсивно вооружается и т. п. Большинство согласно с тем, что это необходимо, «чтобы нас не обижали и не ущемляли наши интересы». Но высказывания такого рода часто вызывают возражения других участников, да и авторы их не всегда уверены в сказанном.

Включенность России в процесс глобализации подразумевает расширение сотрудничества с другими, прежде всего передовыми странами. Однако примеров такого рода участники привести почти не могут. Российская Федерация, по высказываниям отдельных респондентов, это «сырьевой придаток», а то и «глобальная помойка». Страна, в которой они живут, — это разработчик передовых технологий и поставщик в развитые страны «хороших мозгов», которые сама почему-то не может использовать. Вот показательный обмен репликами на одной из фокус-групп:

- Программисты-то самые лучшие российские.
- С американскими паспортами... Если бы они производили все это в России, я только двумя руками «за». Но они почему-то работают все на Западе, в «Силиконовой долине».
- Ну, у нас они есть, но почему мы это все не можем реализовать у себя... Потому что у нас нет финансирования должного... Потому что мы не умеем продавать. Американцы продавать умеют.

Отношения с союзниками, как и их наличие, оцениваются большинством опрошенных неоднозначно: «То есть, с одной стороны, вроде бы мы какую-то роль пытаемся играть на мировой арене, какие-то создаем союзы, коалиции и т. д. А с другой стороны, мы почему-то их потом перестаем поддерживать. Какое-то двоякое... Сложное, да, двоякое какое-то понимание всего происходящего». Или еще: «Мы со всеми дружим... Венесуэле долг простили. Этим долг простили. Всем простили... Монголии долг простили... Так вот с нами и дружат за деньги, правильно».

По мнению респондентов, РФ играет важную роль в «борьбе с международным терроризмом», но это не очень ценят другие страны, наоборот, они вводят санкции, «всячески вредят», ведут информационную войну, покушаются на российские богатства: «Россия сейчас в центре находится на самом деле... В центре внимания, по крайней мере... Потому что очень лакомый кусочек для всех практически... Они просто жаждут, все со всех сторон, раздербанивают».

Озвученные угрозы кажутся опрошенным достаточно весомой причиной для того, чтобы поддерживать военную активность России. Включенность страны в процессы глобализации, которую многие участники признают, сочетается в их восприятии с оправданностью военно-политического противостояния кажущемуся враждебным окружающему миру. Высказывания многих свидетельствуют о невозможности выстроить целостную картину происходящего и представить

место страны в мире, однако некоторые участники продемонстрировали более непротиворечивые позиции. Чаще такая позиция целиком «патриотическая», отличающаяся эмоциональностью: «чувствуем, что за нами Россия», «РФ и ее президент несут в мир конструктив» и т. п. Пример характерной реплики: «Какая-то появилась у меня гордость... за свою страну. Потому что в свое время, вот в наши молодые годы... как-то чувствовали себя неуверенно. А сейчас, уезжая... за границу, уже как-то смотришь и русских видишь, и как-то народ себя ведет все-таки... чувствует защиту страны... Что за тобой все-таки Россия. И не хочется таких фраз, но все-таки благодаря нашему президенту мы немножко, так сказать, себя почувствовали россиянами».

Реже — позиция целиком скептическая, отрицающая роль России в глобальных процессах: «Вот в энергетике тоже... Да и науку тоже, если в целом взять... И наука, и энергетика ведь в общем-то рассыпается. Не хочется громких слов...» Эти участники подчеркивают колоссальное отставание России в технологических и других аспектах («Россия в XVIII веке живет»), ее «ответвление» от магистрального пути общественного прогресса, следование своим непонятным и необъяснимым путем. Драматичные отношения России и мира либо оправдываются тем, что мы и так «самые лучшие», «нам и так хорошо», за нами идут другие страны, а если не идут, проживем и без других, своим умом. Либо же эти отношения осознаются как отставание, как выпадение на обочину технологического прогресса, как колоссальная проблема страны:

— У нас в институте нам конкретно прямым текстом говорили: Россия воспринимается остальными странами как сырьевой придаток. То есть что мы сейчас продаем, это мы продаем наши народные богатства... У нас богатства: лес, нефть, железо...

— И мозги.

— И разворовывается еще.

— Что сюда нам везут, это отходы. И мы еще глобальная помойка, потому что мы эти отходы везем... За деньги принимаем.

— Мозгами мы независимы, но технологически...

— У нас не развивается производство реально... Оно сократилось.

— Я думаю, вклад как раз измеряется вот... 1,5% мирового ВВП — экономика России... И из них еще, наверно, не меньше половины — это... сырьевой экспорт. О чем тут говорить, мне кажется, о каком вкладе...

Отсюда — мнение о том, что пора заняться внутренними проблемами страны, так как в своем сегодняшнем состоянии она не развивается: «Да, мы пытаемся создать противовес там Соединенным Штатам... Мы пытаемся стать геополитической державой снова, как был в свое время Советский Союз. Это нормально. Но надо как-то и про свой народ не забывать, как-то внутреннюю политику еще подтягивать».

Спорт и нация

Связь между спортом и национализмом хорошо исследована в социологической и спортивной литературе. Позитивное переживание национальной принадлежности редко доступно в повседневной жизни без систематически получаемых со стороны массмедиа стимулов. Спортивные праздники, и прежде всего самые крупные из них, дают редкую возможность совместно пережить и воплотить коллективные связи в общей радости или в общем огорчении. Спортивный национализм (Bairner, 2015; Gorokhov, 2015; Jeffreys, 2012), с одной стороны, усиливает чувство национальной принадлежности, с другой — невозможен без осознания связей своей и других стран. Неочевидность национальной принадлежности граждан в повседневной жизни делает особенно значимыми события, которые подчеркивают национальные связи. Ученые отмечают исключительную роль спортивных событий в укреплении национальных чувств: «никакие другие события не объединяют массы в нацию столь выразительно» (Tosa, 2015: 1). В то же время они говорят о снижении национализма среди фанатов (Tamir, 2014). Наше понимание связи между ролью спорта в усилении чувства национальной принадлежности и собственно национализмом заключается в следующем: мы полагаем, что чувство связи с нацией и у отдельного индивида, и у социальной группы может быть крайне многосоставным и противоречивым. Если у некоторых членов общества оно может базироваться на идеологии национального единства и превосходства, то у других очевидная гордость от победы «наших» в конкретном матче может совмещаться с тем, что они не считают себя лучше других и не думают, что живут в стране, которая лучше, чем другие. Национализм как чувство — это форма национальной гордости и национальной принадлежности, проистекающая из политических и этнокультурных обстоятельств и объединенная с верой в превосходство своей нации. Способность спорта укреплять как национальную идентичность, так и националистические установки достаточно подробно описана в литературе (Poulton, 2004; Topic, Coakley, 2010). Метонимическое значение футбольных матчей — в том, что «боление» позволяет заявить о своей национальной идентичности (Polley, 2004), а спортсмены воспринимаются как прежде всего национальные герои (Hobsbawm, 1990). Политики используют спорт в целом и футбол в частности для укрепления национальной мобилизации и роста собственного символического капитала. Народная память, семейный и собственный опыт, ностальгия, идеалы «фитнеса» — многое переплетено в процессах «боления» за национальные команды и любимых игроков.

Участники фокус-групп явно смешивают спортивные события, такие как ЧМ или Олимпиада в Сочи, политическое положение и поведение страны, международные отношения. Они говорят о том, что Россия является «страной-тылом», которая готова защитить другие страны и свой суверенитет в моменты обострения конфликтов, даже когда такие конфликты «видимы» лишь из самой России. В центре рассуждения о любых политических событиях, в том числе ЧМ, всегда

стоит Россия, и лидер страны как развивающий ее субъект. Автор цитаты говорит о сотрудничестве с другими странами, но только при условии, если это не ущемит интересы нашей страны: «Но у нас Путин очень четко дает понять, что он за мир и за сотрудничество. Но при этом не готов уступать. Чтобы нас не обижали и не ущемляли наши интересы в том числе... И мне очень нравится, например, политика нашей страны в этом отношении. Как мы помогаем странам, которые к нам обращаются...»

Проведение игр чемпионата в почти дюжине городов страны — итог многолетней работы множества организаций, компаний, фирм, правительств. Этот сложный организационный процесс соединяется в восприятии людей с историей футбола в стране, историей международных выступлений российских команд, включающей как запоминающиеся победы, так и обескураживающие поражения, историей чемпионатов, того, как их смотрели в России, а также историей того, как связаны футбол профессиональный и любительский: «У меня отец — фанат, болельщик. Еще когда я маленький был... он смотрел дома футбол. Я был маленький, где-то 5 лет. Там был финал чемпионата 94-го, Бразилия — Италия, помню, что пенальти были в конце. Я как-то подошел, посмотрел, видимо, что-то понравилось. Потом я уже стал во дворе играть, что-то пытаться. Потом продолжил, команду себе выбрал, уже не помню, понравилась, приглянулась. С того момента начал больше интересоваться».

До начала игр ЧМ мы спрашивали информантов о том, как изменится в связи с ЧМ по футболу в России международный статус страны, какие нас здесь ждут выгоды и потери. Все участники, болельщики и неболельщики, ожидали, что событие принесет России как стране дополнительные «очки», надеялись, что праздник спорта пройдет без происшествий. Основанием для этого могло служить представление о том, что Россия имеет опыт проведения больших соревнований, в частности Олимпиады в Сочи, которые действительно в основном обходились без серьезных ЧП и создавали в целом положительное впечатление у иностранных гостей. Некоторые опасения высказывались отдельными участниками, к примеру, о том, что могут проявиться «пророссийские», а на самом деле ультрапатриотические, настроения с «хулиганским уклоном» со стороны некоторых граждан. Не исключали информанты и возможность расистских выступлений (упоминались скинхеды): «[Иностранные болельщики] куда-нибудь забредут и... А тут скины...»

Опрошенные после ЧМ участники групп были согласны с тем, что событие положительно повлияло на статус России как принимающей страны: «Это же навсегда в истории останется»; «Для престижа сыграет»; «Главная-то цель... не столько... матчи, игры, а показать страну изнутри. Показать простым людям, болельщикам, да. То есть, грубо говоря, имея опыт проведения Олимпиады в Сочи, захотели еще провести чемпионат мира по футболу. То есть больше, так скажем, показать страну изнутри простым обывателям иностранным, да... Показать... простым людям со всего мира, что вот мы русские такие же люди, как вы все. И то, что вам там

ляют на Западе про нас, что мы там звери, изверги, мы на вас всех готовы напасть и убить и т. д. и т. п. Так вот вы посмотрите на нас, какие мы есть, да. Так вот мы не такие. Мы такие же люди, как вы». Последнее высказывание весьма характерно для респондентов. Многие из них высказывались так, как если бы они призывали их воображаемых современников в других странах признать россиян полноправными членами современного мира, перестать их демонизировать.

Положительная оценка чемпионата и уверенность, что он поднял статус России, увязывались с безупречным проведением игр, хорошей их организацией, теплым приемом спортсменов и болельщиков из других стран населением принимающих городов: «Все высказывались, что это был просто идеальный чемпионат мира. Никаких поблажек. Все было организовано на высшем уровне. Все, кто писал...»; «Безусловно, поднял [престиж страны]. Причем это слышно с обеих сторон. Как, например, со стороны тех, кто отстаивает точку зрения России. Практически сейчас на каждом углу упоминается, насколько сейчас положительный образ России в мире. И в то же время анти... те, кто против политики России. Например, в американской прессе как минимум в четырех журналах я видел, что Путин сейчас будет использовать положительный образ России из-за чемпионата мира, действуя в интересах России».

По мнению респондентов, отсутствие каких-либо ЧП и обеспечение безопасности участников и гостей крайне положительно характеризуют ЧМ-2018. Сам по себе чемпионат, безусловно, мог бы стать важным событием для подъема политического престижа страны. Однако события ЧМ могли лишь отчасти повлиять на размывание стереотипов, лишь на короткое время чемпионата был, возможно, преодолен отрицательный пропагандистский тренд в описании РФ как государства в мире: «[Приезжавшие гости] никогда не назовут Россию агрессором. Это те люди, которые приезжали с позитивом, с праздником»; «Россия воспринимается... среди тех, кто посетил нашу страну, весьма притягательной страной... у подавляющего большинства... осталось положительное ощущение... по мнению... иностранцев... с которыми мне довелось учиться, работать, многие страны, которые воспринимают нас как агрессоров, как диктаторство, приезжают сюда и видят здесь относительную свободу. Доступность в плане потребления. Та же архитектура старая... И доброжелательность по отношению к иностранцам. Это всегда играет положительную роль в оценивании страны. Поэтому... Я знаю много людей, которые влюбились в Россию».

После завершения чемпионата респонденты более охотно рассуждали о реакциях рядовых болельщиков, чем о международно-политическом значении ЧМ. Россия как страна, по мнению участников, получает значительные политические, моральные и психологические бонусы от проведения ЧМ на своей территории. Как правило, местные жители проявили дружелюбие и доброжелательность по отношению к иностранным гостям. И даже государственные органы работали эффективно, т. е. сумели обеспечить удобства, логистику, безопасность, поддержание праздничного настроения приезжих гостей. Те из участников, кто убежден

в преобладании отрицательного общественного мнения по отношению к России в зарубежных странах, считают, что проведение ЧМ позволило отчасти изменить это мнение, разрушить отрицательные стереотипы, транслируемые западными массмедиа. Во всяком случае, утверждается, что практически все (а это около двух миллионов) болельщики, посетившие российские города, вынесли благоприятные впечатления от страны. Респонденты надеются, что это сможет реально повлиять на общественное мнение о России в других странах. Хотя некоторые из них выражают скепсис («здесь говорят, что понравилось, а дома говорят совершенно другое»). Но и те из участников, кто изначально охарактеризовал отношение к россиянам за рубежом как негативное, отмечают роль ЧМ в повышении «осведомленности о России» и в формировании благожелательного к ней отношения на уровне общественного мнения в зарубежных странах: «...у них, к сожалению, идет такая политика в Америке, что им нужен враг, чтобы продавать оружие в другие страны. А сейчас у нас были гости и с Латинской Америки, много приехало туристов из других стран. Из Америки самая большая делегация была... И они приезжали и говорили, что они не знали... Тут говорят, что иностранцы про нас плохо думают. Но даже все те, кто к нам приезжал, я очень со многими разговаривал, и они все за Россию. Они приезжали и говорили, что все так [хорошо]. Что они думали, что у нас тут медведи ходят».

По итогам фокус-групп можно также отметить, что информанты время от времени чувствуют ангажированность отечественных СМИ, тенденциозность их позиций по некоторым вопросам. Однако при этом они выражают убежденность в том, что только данные от национальных медиа считаются ими надежными и «логичными». С этим также связан высокий антирейтинг и недоверие к некоторым российским и в особенности к зарубежным СМИ, а также отказ от знакомства с материалами СМИ, отличных от пронациональных. Так, респонденты, как правило, демонстрируют привязанность и высокий уровень доверия главным национальным телеканалам и той позиции, что транслируется ими, — «прогосударственной»: «Да те же СМИ. В Крыму были, там у них канал Интер и 1+1. И слушаешь их... Я иногда интересные фильмы переключал и слушал новости их. Это настолько несвязно! Потом переключаешь на Первый канал — ну логика есть. Я пытался с разных точек зрения. Ну мне навязали. Попробую с этой точки зрения посмотреть. И у них оно идет — и ты понимаешь, ну не дурачок, что вещи-то несвязные. Зачем российские обстреляли там кого-то просто так? И когда начинаешь эту тему поднимать, логику не прослеживаешь. Причинно-следственные связи. Оно конечно, и нас тут зомбируют. Это везде так. СМИ на это и нужны...»

Участники исследования в то же время признают, что положительные эффекты ЧМ являются временными. Для некоторых проведение ЧМ в России — это «пир во время чумы»: признавая положительный эффект от проведения ЧМ, они подчеркивают, что сначала надо создать высокий уровень благополучия для собственных граждан, как, например, сделали в Норвегии, а уже потом предлагать Россию как площадку для международных мероприятий: «Мы, Россия, мы помо-

гаем другим странам, прощаем долги. И это в то время, когда население живет вот так. А мы устраиваем пир во время чумы. Я, конечно, очень рад, что чемпионат мира прошел. Я — за. Но можно было деньги использовать как-то по-другому»; «С туристами придет поток денег, которые они все равно потратят в нашей стране. Плюс еще, я понимаю, что при строительстве объектов другие страны-участники тоже участвуют».

Кто в выигрыше? От ФИФА до волонтеров

Участники не сомневаются в том, что международные организаторы ЧМ в лице ФИФА — основные бенефициары проведения: подчеркивалось, что они обязательно на нем заработают, получают свою прибыль: «В любом случае, ФИФА — это организаторы, они всяко убытки не будут иметь. Не первый год проводят такие чемпионаты»; «Так это же не ФИФА платит за это, их-то это не волнует»; «А страна наша может быть в убытке, потому что она вложилась, и могут затраты не отбиться. Ну а ФИФА, она в любом случае не проиграет, она с прибылью уйдет». Весьма точное понимание баланса сил и интересов в ходе организации ЧМ сочеталось в высказываниях со стремлением «национальное» в этом процессе как-то тоже учесть и признать: «Понимаете, мы просто исполнители. Мы не придумали ничего. Эта схема уже давным-давно известна и она идет из страны в страну. Когда просто дали механизм, вот делайте его. Понятно, что мы со своим подходом, со своим менталитетом, со своей русской душой все исполняем». Понимание национальных особенностей проведения мегасобытия отразилось в готовности, с какой на вопрос о том, а кто еще выиграет от ЧМ, люди отвечали так: «Правительство страны, руководство. Материальные и политические бонусы».

Правительство и президент, по мнению большинства участников, также в числе бенефициаров ЧМ: «Успешное проведение Олимпиады — это бонус был... президенту, да, как практически личный бонус, и правительству всему... это уже материальная составляющая — кому чего перетекло. Это вопрос второй. Но... это был большой политический бонус. ...С чемпионатом мира будет то же самое... при успешном его проведении... будет большой политический бонус всей действующей власти, начиная от самых верхов и вплоть до руководителей на местах...»

Участники признают невозможность достоверно судить о материальной выгоде этих субъектов: «Сколько было освоено, мы никогда не узнаем. Можем рассуждать бесконечно долго». Однако политические бонусы от чемпионата руководство страны получает, по мнению участников, безусловно. Отдельные участники понимают так же, что помимо повышения престижа руководства от успешного проведения Игр преследуется и иная цель — затушевать, замаскировать футбольным праздником непопулярные решения во внутренней и экономической политике государства, такие как повышение налогов, повышение возраста выхода на пенсию и т. п. И эта цель в значительной мере была достигнута. Некоторые респонденты осознают, что за ЧМ население России будет расплачиваться, в том числе и за счет

указанных мер, но при этом твердо убеждены, что они сами и все сограждане никак не могут оспорить эти важные внутриполитические решения: «Понимаете, мы не можем повлиять на нашу внутреннюю политику, никоим образом. Даже с учетом того, что сейчас такое глобальное событие идет, как чемпионат мира. Мы же никак не можем повлиять, что нам повысили пенсионный возраст, на то, что за тот период повысили НДС с 18 до 20%...: да, и ряд вот еще таких негативных моментов. Поэтому вот этот позитивный момент от этого праздника, от чемпионата, он и рассчитан на все эти...»

Критически оценивая потенциал чемпионата как стимула экономического развития, информанты говорили о разрыве между риторикой и реальными последствиями чемпионата. На фокус-группах те же люди, кто десять минут назад с энтузиазмом рассуждал о хороших впечатлениях приезжих, трезво указывали на разрыв в доходах между властями и гражданами и о собственных перспективах: «Мы будем расплачиваться... Мы потом будем дальше расплачиваться».

Получателями выгод от чемпионата мира становятся не только игроки высоких уровней, такие как чиновники, правительства или интернациональная организация ФИФА. На локальном уровне это различные предприятия и бизнес, что позволяет проследить связь глобального и локального и в вопросе получения различных благ от проведения глобального спортивного события. Выгоды от проведения чемпионата, по мнению участников, получает строительный бизнес, туристический бизнес — гостиницы, рестораны, «общепит», продажа сувениров. Это те отрасли, которые, очевидно, и должны зарабатывать на крупных мероприятиях с большим количеством гостей. Люди привычно упоминали «бизнес» и «чиновников» вместе: «Есть компания «Спортинжиниринг», которая связана и с Минспорта, и курирует строительство. Поскольку они построили объекты, они уже выиграли. Чиновники точно выиграли».

В то же время некоторые из респондентов приводили примеры того, как в результате обмана со стороны чиновников страдали строительные фирмы — подрядчики, а иногда даже магазины и заведения общепита, чья работа попадала под различные запреты, связанные с проведением ЧМ: «Общепит не выигрывает... Нет. Потому что они... их уже проверками просто заколебали в течение двух лет... И столько заплатили. Поэтому я вам скажу, что он не выигрывает»; «Я еще могу сказать, есть случаи такие, что строителям деньги не выплачены до сих пор. За строительство Олимпиады. Наш стадион, вот который для чемпионата готовили, тоже я знаю людей, которым просто... в Екатеринбурге. Подрядчикам не заплатили»; «Знаю, слышал только новости о том, что вот те, кто строил, некоторые сейчас банкроты».

Информанты отдают себе отчет в том, что определенные выгоды от проведения игр ЧМ получило как руководство принимающего города и субъекта Федерации, так и отчасти отдельные домохозяйства. В целом для населения страны ЧМ принес, по мнению участников, больше положительного, чем наоборот. Так, материальные выгоды имели те, кто смог сдать имеющуюся свободную жилпло-

щадь для проживания приехавших болельщиков: «Тот же заработок... например, кто живет недалеко от стадиона, могут сдавать спокойно квартиры, за довольно большие суммы. Плюс... если тебе повезет, и попадут нормальные люди... можно законтачить, да, и потом какие-то знакомства иметь...». Шанс развить полученные контакты с иностранными болельщиками рассматривается как ценность. Последнее говорит о том, что на уровне местных жителей ЧМ, как мегасобытие, способствовал наращиванию сети социальных отношений с субъектами, с которыми в отсутствие спортивного праздника не удалось бы наладить связь.

Выгода отдельных жителей страны также выражалась в наращивании культурного и профессионального капитала. Ценные впечатления и профессиональный опыт получили те, кто поработал на матчах в качестве волонтеров, болельщики из числа тех, кто был на матчах, активно участвовал в болельщических «тусовках» на улицах города и в фан-зоне. Для них проведение игр ЧМ в Екатеринбурге — положительный и яркий эпизод в жизни. Они — в числе тех, кто считает, что проведение ЧМ в России однозначно оправдалось. Как правило, они неохотно рассуждают об оправданности или неоправданности понесенных материальных затрат. Для них полученные положительные эмоции представляют настолько большую значимость, что в их глазах это выводит за скобки все затраты, понесенные страной как организатором спортивного мероприятия: «Я... у нас в городе волонтером работал. На матчах, которые в Екатеринбурге были. Я, естественно, ничего не заработал и не планировал. Для меня просто было большой честью быть частью всего этого... Поработать с чемпионами мира — это было потрясюще. Как потом выяснилось».

Некоторые участники отметили такой аспект ЧМ, как повышение привлекательности футбола и спорта в целом в глазах детей и подростков. Вместо того чтобы сидеть дома за компьютерами (что, как правило, они делают в гораздо больших объемах, чем это полезно для них), они гоняют мяч на улице: «Я вот в выходные видела сцену, ребята лет 8 или 9 играли в мяч футбольный. Просто бегали по Вайнера, это такой праздник, просто радостно на них смотреть»; «Если бы не было чемпионата, их бы тут тоже не было...»

Среди отмеченных потерь — отвлечение полицейских на игры ЧМ в Екатеринбург «оголило» другие города области, что создало реальные проблемы на значительный период с охраной правопорядка: «У нас собрались [полицейские] с нашей только области... У нас получается на тот же Североуральск остались две патрульных машины ППС и человек пять, наверное, полицейских. На Каменск-Уральский осталось тоже копейки... В Каменск заезжаешь — там вообще никого. Обычно там на каждом углу стоят... с Североуральска знакомый, он говорит, что полицейские физически не успевают, выезжают только на тяжкие преступления. А на какие-то грабежи, они говорят: «Мы не успеваем»; «Со всей области к нам... охрана идет, потому что все посты милиции с области забирают... Там, может быть, в области начнется повышенная, не знаю, там преступления, потому что все отряды, наряды сюда стекаются на повышенную охрану... Со всех регионов, да, сюда, все к нам

сюда стекается и, соответственно, им должна быть и повышенная зарплата, это, видимо, опять же идет на бюджет, ложится. Опять же бюджет это что — это наши налоги с вами».

Очевидной неудачей организаторов участники групп называли случай с тысячами пустующих мест на стадионе в Екатеринбурге во время первого матча ЧМ в городе. Респонденты связали это со спекуляцией билетами (что обнажило масштабы спекулятивных операций), а также с сознательными действиями организаторов, устроивших себе «халяву» с билетами на матчи: «Были группы населения, кому бесплатно выдавали билеты... на самые лучшие места. И при этом болельщики, которые ночи напролет пытались купить в онлайн-очередях билеты, не могли их сутками, неделями купить... При этом какие-то люди получали абсолютно бесплатно. Ну ладно, спонсоры. Но были... например, люди из оргкомитета, кто получали эти билеты. Причем на лучшие места. Люди из онлайн-очереди покупали билеты на места намного хуже. При этом они покупали за деньги и той же категории. Я сталкивался с этим...» Во всяком случае, многие болельщики, немало потратившиеся на матчи, а также те, кому не досталось билетов, почувствовали себя обиженными. Данный случай был замечен журналистами, получил огласку, в том числе в федеральных СМИ.

Наш замысел опросить и болельщиков и неболельщиков был связан с очевидными различиями в отношении этих двух групп к футболу, чемпионатам и чемпионату в России. Информанты спокойно констатировали, что «болельщики, конечно, выигрывают». В их реакциях чувствовалось сознание беспрецедентности момента: чемпионат «пришел в Россию», поэтому «...у людей... дома есть шанс поболеть. Я сам не болельщик, честно говоря, но вижу, как болеют люди. Готовы... на край света ехать и покупать билеты за бешеные деньги. А тут такой уникальный шанс сходить... дома на стадион».

Горожане и чемпионат

С целью точнее зафиксировать спектр переживаемых людьми эмоций, мы просили информантов отразить те чувства, которые у них вызывает тот факт, что ЧМ проходит в России (от гордости до страха, что что-то пойдет не так — всего было предложено 12 разных вариантов). Респонденты должны были отметить 4 позиции, ранжируя их по значимости для себя. Каждой отмеченной первой позиции присваивались 4 балла, второй — 3 балла, третьей — 2 балла, и четвертой — 1 балл. В таблице указана сумма баллов по каждой позиции, чем больше баллов по варианту — тем выше его позиция и значимость для ответивших. Приведем пример реакций респондентов (8 человек) из группы неболельщиков (до начала чемпионата):

	Баллы
1. Причастность к глобальному событию, единение с человечеством	20
2. Любопытство, интерес к уникальному событию	16
3. Гордость за свою страну, за то, что я россиянин	13
4. Радость, праздничные чувства	13
5. Отвращение (от показухи, фальши и т.п.)	8
6. Грусть от бессмысленности происходящего	6
7. Раздражение, гнев (например, от нарушения привычного порядка жизни, проверок и пр.)	6
8. Энтузиазм, желание внести свой вклад	6
9. Солидарность, единение с соотечественниками	5
10. Страх (например, от того, что что-то может случиться, «пойти не так»)	4
11. Безразличие, равнодушие	2
12. Стыд за свою страну	0

Показательно, что даже среди людей, которые не считают себя футбольными болельщиками, преобладают положительные чувства по отношению к ЧМ. Интересно, что на первых двух местах (20 и 16 баллов) среди чувств, испытываемых неболельщиками, не патриотические чувства, а чувства, связанные с интересом к глобальному событию, причастностью к его уникальности, ощущение единения с человечеством. Третье-четвертое место (13 баллов) — ощущение праздника, радость. Это говорит о том, что проведение ЧМ этими людьми в первую очередь воспринимается как проявление открытости миру, единства с человечеством, участие в объединяющем всех празднике. Также на 3–4 месте (13 баллов) — гордость за свою страну.

Среди неболельщиков есть и те, у кого ЧМ вызывает в основном негативные чувства — от отвращения (8 баллов) до грусти от бессмысленности происходящего (6 баллов), а также раздражения и гнева (6 баллов). Эти чувства испытываются меньшим числом высказавшихся, но свидетельствуют о том, что противники у ЧМ есть, и если он им не нравится, то это достаточно сильная эмоция.

Посредством данного тестирования в рамках фокус-группы мы обнаружили, что болельщики не очень сильно отличаются от неболельщиков по набору испытываемых положительных чувств. Правда, разница прежде всего в преобладании радости, праздничных чувств (30 баллов). Но на 2-м и 3-м месте у них, так же как и у неболельщиков, чувства причастности к глобальному событию, единение с человечеством (25 баллов) и любопытство, интерес к уникальному событию (17 баллов). Патриотические чувства болельщики испытывают так же часто, как и неболельщики, но интенсивность их проявления не столь выражена (9 баллов), при этом чувство солидарности с соотечественниками — 8 баллов. Понятно, что негативные чувства в связи с проведением ЧМ болельщики испытывают гораздо реже.

По окончании игр ЧМ набор чувств, испытываемых болельщиками, существенно изменился. Негативные эмоции почти полностью исчезли, лишь единичные участники отчасти испытывают раздражение, гнев, связанные с нарушением привычного ритма жизни, проверками, а также отвращение, безразличие, стыд и т. п. Но зато на первое место вышли радость, праздничные чувства (25 и 29 баллов). Иными словами, ожидания праздника, ярко выраженные до начала ЧМ, оправдались. Более того, именно фестивальная, праздничная, раскрепощающая составляющая ЧМ для горожан стала важнейшей, вызвала наиболее выраженные и массово ощущаемые чувства.

По завершении ЧМ заметно выросла «патриотическая» составляющая в гамме испытываемых чувств — гордость за свою страну, за свой статус россиянина (15 и 20 баллов). Возможно, что здесь сказалось как ощущение успеха самой организации (чемпионат прошел хорошо, организация и прием понравились всем), так и относительный успех российской сборной.

Любопытство, интерес к уникальному событию (26 и 12 баллов), а также чувство сопричастности глобальному событию, единение с человечеством (22 и 16 баллов) в той или иной степени присутствует практически у каждого участника фокус-групп, и даже более выражены, чем «патриотическая» составляющая. Можно констатировать, что «глобализационная» составляющая, непосредственная причастность к редкому событию, когда можно приобщиться к празднику, наглядно проявившемуся как международный, «всепланетный», возможность увидеть десятки тысяч иностранных граждан — все это полностью оправдало ожидания и достаточно сильно подействовало на причастных к событию горожан.

Если екатеринбургские болельщики демонстрировали на группах в основном положительное отношение к событию чемпионата мира в городе, участники, не относящие себя к болельщикам, признавая в целом его ценность для города, отмечали и то, что для многих горожан его проведение либо не вызывало особых эмоций, либо было связано с негативными впечатлениями: «Да посмотрите на лица простых людей, которые едут в общественном транспорте. Россиян. Обычных людей. Которые не могут себе позволить купить билет...» Далеко не все горожане оказались заинтересованы событиями ЧМ: «Я даже не слышал», «По настроениям людей незаметно пока, что это мегасобытие». Мало кто из участников групп был осведомлен и тем более посетил мероприятия, относящиеся к культурной программе чемпионата. Среди высказываний прозвучали и сетования на плохую рекламную кампанию, большинство и не подозревало, что в городе в связи с ЧМ были организованы культурные мероприятия, рассчитанные на значительно большую посещаемость, чем она была в реальности: «Была футбольная Ночь музеев... я даже хотела на нее пойти, но там с работой не получилось... она как-то не пользовалась популярностью ни у спортсменов, ни у жителей города, потому что не было достаточно рекламы, никто и не знал».

Не все, кто был связан с организацией и проведением ЧМ, были рады своему участию в этом. Так, сотрудники некоторых служб работали с большей перегруз-

кой, по тяжелому графику: «У меня есть приятель, который работает в Роспотребнадзоре, он ненавидит уже вот этот чемпионат мира. ...Потому что у них круглосуточная работа... они вот берут пробы, где вот только не попадая, начиная от стадиона и заканчивая Вайнера... где только бывают иностранцы. Боятся заразы, боятся, что кто-то занесет сейчас заразу... Это как бы красиво всем восхищаться и прочее, это действительно чревато очень большими последствиями... ехали кто ни попадая, мы же не знаем, кто здесь был и кто что вез с собой. Вот он: ...я уже ненавижу этот чемпионат мира по футболу, меня, говорит, уже тошнит, ночами не спать, днями работать... Я не знаю, как у них там оплачивается, но это действительно ненормальный ритм. И я думаю, что все структуры, которые завязаны... на этих серьезных мероприятиях, у них у всех такое отношение».

Иностранцы и местные: между национализмом и космополитизмом

В число поднятых нами тем неизбежно вошла тема близкого культурного контакта: что изменилось в самоощущении горожан в связи с массовым приездом иностранцев? Укрепились ли хозяева в своем национализме? Был ли чемпионат приглашением к проявлению космополитических установок — гостеприимства, открытости другому опыту, культурного любопытства?

Большинство участников считают, что они и раньше (до ЧМ) хорошо относились к иностранцам. Так, латиноамериканцы заочно вызывали симпатию, о чем активно говорили участники фокус-групп: «Они, конечно, поразили... Латиноамериканцы. Мы такого раньше не видели. Люди такие — постоянно веселятся, все время улыбаются. Хорошее отношение и было к ним, но усугубилось все это». Это отношение укрепилось благодаря личным впечатлениям, в том числе благодаря незабываемому зрелищу многочисленных улыбчивых, беззаботных, поющих и веселящихся перуанских и мексиканских болельщиков на улицах города: «...они себя чувствовали здесь в безопасности. Развлекались там, гуляли... Спокойно. В безопасности себя чувствовали, им было комфортно, вот это, наверное, главное... именно то, что не было какой-то зажатости...» Те же, кому удалось лично пообщаться с латиноамериканскими болельщиками, даже заразились специальным интересом к этим странам и их жителям, возникли личные отношения и связи: «(Гость из Перу): вот мы добавили друг друга в фейсбук, он сейчас в Санкт-Петербурге будет две недели, пишет мне свои впечатления, приятные воспоминания. Он говорит, что приезжайте в Перу со всеми друзьями, мы всех встретим, будем рады. Но вот это мое частное. В большинстве случаев вряд ли, что люди резко рванут...»

Большое впечатление на екатеринбуржцев, обычно не избалованных обилием разнообразных иностранных туристов на улицах города, произвело огромное количество колоритных латиноамериканских болельщиков, которых приехало на игры ЧМ в город значительно больше, чем, например, французов или японцев. Затруднение возникло, когда участников групп попросили объяснить, каким об-

разом десятки тысяч болельщиков, по распространенному представлению, из небогатых стран могут позволить себе поездку на другой край света. При этом подавляющему большинству российских болельщиков, которые считают, что живут в «богатой стране», такие поездки не по карману: «Особенно вот это направление Южной Америки... вызывает интерес, съездить, посмотреть, вот то, что перуанцы, мексиканцы побывали в Екатеринбурге, мы со своей стороны тоже хотели бы съездить туда, посмотреть. А с другой стороны, это слишком далеко. И это в первую очередь влияет на цену. Это надо делать несколько пересадок, даже притом что большинство этих стран для нас безвизовыми являются, даже этот момент не сказать что сильно побуждает, прям, взять и поехать».

Объяснения разницы в возможностях спортивного туризма между гражданами Латинской Америки и России были предложены разные. Неоднократно было высказано мнение, что тут мы сталкиваемся с настолько высоким уровнем футбольного фанатизма, что он заставляет людей продавать последнее: «В Латинской Америке футбол — это же религия. Если вы видели, например, матчи Аргентины, то весь стадион — ну как будто в Буэнос-Айресе где-то проходит. И тоже далеко не богатая страна»; «Я думаю, что они четыре года копят. Или как вот эти истории с перуанцами, вы слышали? Квартиры продавали, дома, машины». По мнению гостей из Перу, которых опрашивал один из авторов данной статьи, этому есть другое объяснение: Перу вернулась в число стран — участниц ЧМ после почти сорокалетнего перерыва. Инженеры и университетские преподаватели могут на свои зарплаты позволить себе такую поездку, как и путешествия в целом.

Большинство респондентов тоже путешествуют: отсылки к зарубежным впечатлениям на фокус-группах звучали часто. Можно предположить, что люди с опытом путешествий больше радовались наплыву зарубежных гостей и возможности пообщаться с ними: «Для меня это — мировое событие. Куча огромная знакомств, людей, предложений сейчас разные страны посетить. Сенегальцы, которые черные, как угли, я никогда их не видел, просто смотришь — тень черная. А это сенегалец, оказывается. Они еще по-французски как-то разговаривают... Японцы разные. Я увидел, как выглядят бабушки с дедушками японские.... И когда забивали японцы, японские бабушка с дедушкой — они просто обнимались, целовались, плакали, рыдали. Это огромные факторы, много всего. Я увидел столько событий, и плохих, и хороших...»

Проведение игр ЧМ в Екатеринбурге и личные наблюдения за происходящим позволили респондентам удивиться, задуматься и отчасти начать лучше понимать иностранцев: «Узнали, что мы без агрессии, они без агрессии. Личные впечатления оказались целиком положительными». Поведение самих екатеринбуржцев в отношениях с иностранцами позволило горожанам проявить свои лучшие качества: «Мне кажется, обычное большинство понимает, что никто к нам с топором не собирается. Поэтому они показывают, что в душе они добрые, и иностранцам стараются показать самое лучшее. Доброжелательно. Многие безвозмездно оказывали услуги, селили иностранцев, в том же Екатеринбурге селили у себя дома. Никто не

заставлял, никто указаний таких не давал, все сами...» Открытость, доброжелательность, дружелюбие — оказалось, что эти качества в отношениях с приезжими «пригождаются» гораздо больше, чем настороженность, предвзятость, враждебность.

Ссылаясь на материалы национальных медиа, респонденты сравнивают, как они демонстрируют реакции, поведение русских и зарубежных болельщиков. Рассказывая о личных впечатлениях, участники ФГ отмечают, что им интересно наблюдать за схожими эмоциональными реакциями зарубежных болельщиков, это способствует взаимопониманию и росту симпатий к иностранцам. Но эти впечатления вступают в противоречие с ощущениями от репортажей главных телевизионных каналов страны. Да, Россия показана ими как страна, жители которой адекватно реагируют на положительные результаты в таком мегасобытии, как ЧМ. Но при этом телеканалы демонстрируют то, как на Западе даже на положительное спортивное событие люди реагируют агрессивно или «неадекватно»: «Для меня было приятно, что наши люди адекватно, хорошо радуются. Наши выиграли: погуляли, флагами помахали, поехали, побибикали — все. Просто показывают французов — это жест. Вроде Европа. Вроде цивилизованные люди — машины переворачивают от радости, бьют витрины».

В то же время некоторые участники обратили внимание, что события игр — это «как сигнал, чтобы быть лучше», но пройдет ЧМ — и это пройдет: «...на чемпионат мира ездит, тусуется — это один человек. Потом он придет домой — и это другой. То есть тут он на отдыхе — у него все круто, все супер. Он чуть подвыпил, у него праздник. На него смотрят: «Так вот они какие, иностранцы. Супер». Ну и мы немножко были другие... я имею в виду, когда встречали их. Когда ждали. Доброжелательные чересчур были люди. Приедут они через год — уже немножко по-другому будет: серый Екатеринбург». Хорошее отношение к «другим», т.е. к зарубежным гостям, есть у многих, и ЧМ отчасти закрепил его, но это временный эффект. Взрослый человек, по мысли респондента, не меняется, но его поведение меняют обстоятельства — так, на празднике ЧМ, или в отпуске в другой стране он проявляет себя иначе (может быть, лучше, доброжелательней), чем он есть в других (не столь праздничных) обстоятельствах.

Следует отметить, что в восприятии отдельными участниками приезжающих на ЧМ иностранцев можно проследить и элементы отношения как к «чужакам», как к «другим», к тем, кто отличается не только культурно, но и физически; как к кому-то, кто может также обладать особыми заболеваниями, которые способны навредить жителям нашей страны, в частности самим респондентам и их близким. При отсутствии беспокойств по поводу ежедневных бытовых контактов с соотечественниками, некоторые информанты отмечают особую потребность в том, чтобы иностранцы обладали документами о проверке состояния здоровья и об отсутствии заболеваний. «Они вот берут пробы... где только бывают иностранцы. Боятся заразы, боятся, что кто-то занесет сейчас заразу... это действительно чревато очень большими последствиями. Ведь никого сюда, так сказать, не пускали

с паспортами здоровья, ехали кто ни попадя, мы же не знаем, кто здесь был и кто что вез с собой. Вот он явно — вот я уже ненавижу этот чемпионат мира; Южную Америку не рассматривала никогда, потому что там много заразных заболеваний, всякие денге и прочее...»

Среди респондентов на одной из групп оказался участник событий в Донбассе, работавший во время игр ЧМ в качестве сотрудника службы безопасности в фан-зоне. Его восприятие праздника сильно отличалось от того, что демонстрировали другие, и он отмечает, что таких, как он, немало: «Есть люди, которые после военных событий не совсем... Их видно сразу... вы просто не представляете, сколько людей через это все прошло». Для этих людей, как и для данного респондента, привыкшего на войне смотреть на «чужих» через прицел, проявление дружелюбия к иностранцам неестественно, общение с ними возможно только с позиции силы.

— Я в прошлом военный и участник некоторых военных действий. И я со многими лицом к лицу сталкивался.

— И? Они нас воспринимают как мирную страну?

— Посидят у нас в яме — и начинают воспринимать как хороших (с сарказмом).

Стремясь продемонстрировать дружелюбие и открытость иностранным гражданам на ЧМ, информанты тем не менее не скрывают постоянной готовности к конфликту, готовности отвечать на какие-либо «провокации» активными насильственными действиями («...кто к нам с топором придет, тот от топора и получит... Не надо к нам приезжать с топором...»). Во время интервью была смоделирована проективная ситуация для выяснения отношения к провокационным действиям (действиям негативного характера, демонстрирующим притязания иностранцев на личную безопасность или благосостояние принимающей стороны). Проективная ситуация (взятая из российских СМИ) заключалась в том, что иностранцы могут предлагать детям отравленную жвачку или сигареты с наркотиками. Данная ситуация была преподнесена как опасение, слух, якобы обсуждавшийся на родительских собраниях. Некоторые информанты сразу отметили саму возможность возникновения подобных событий, либо отсутствие личного опыта взаимодействия в подобных условиях. Другие участники выражали изначальную готовность решительно действовать в случае «подтверждения подобного слуха»: «А если такое получится... Я сам лично встану, если услышу, что такое было. И каждого буду втапывать в землю».

Несмотря на отсутствие опыта близких отношений с иностранными гражданами и отсутствие опыта каких-либо провокаций, респонденты склонны проецировать действия РФ во внешней политике (как они преподносятся федеральными СМИ) на собственные бытовые отношения с приезжими на ЧМ иностранцами. Личные отношения с иностранцами во время ЧМ респонденты уподобляют отношениям России и западных стран: «Я не знаю, как английские дальше поведут

себя... если вот не едут драться, то нормальные болельщики. Может быть, конечно, в Англии отловили их и не пустили. Или наши спецслужбы сыграли роль. Не знаю».

Многие участники фокус-групп (и не только по тематике ЧМ и футбола) демонстрируют приверженность идеологии «особого пути России», разделяют идею «исконной враждебности» Запада и России, а также ключевого противопоставления западных ценностей российским. Источники этой идеи видятся нам не только в телевидении, но и в образовании, особенно в закрытых учебных заведениях, от кадетских школ до военных академий. Даже те респонденты, кто не особенно доволен окружающей действительностью, может более или менее внятно критически анализировать факты и текущие события, в той или иной степени обнаруживают элементы подобной «патриотической картины мира», и не всегда рефлексируют над ее согласованностью с собственными мировоззрением и окружающей действительностью. Так, на одной из фокус-групп состоялся следующий разговор модератора с участниками. На вопрос «Россия — это Запад или Восток?» участники без доли сомнения дружно ответили: «Восток». Когда модератор попытался уточнить, где респонденты (за рубежом бывали все) чувствуют себя более «своими», в Европе или же в Китае, Таиланде и т. д., то есть какая культура им ближе, понятнее — европейская или азиатская, — выяснилось, что понятнее и ближе Европа, в ней они чувствуют себя более комфортно. При этом участники не изменили своей позиции относительно принадлежности России к Востоку. Некоторые высказали компромиссную точку зрения: «Россия — особая страна, со своим путем, но уж точно не Европа». Поскольку эти рассуждения об особом пути прозвучали в контексте взаимодействия России и мира в связи с ЧМ, прозвучало и такое критическое мнение: «У нас давно уже в стране такая жертвенная позиция, желание понравиться иностранцам... Складывается ощущение, что мы хотели очень сильно понравиться всему миру. Но при этом забывали, насколько нам хорошо здесь самим... Практически все отлично. Но при этом все-таки позиция должна быть такая — не у страны, а у человека на первом месте, насколько тебе хорошо, а потом уже всем остальным. И мне кажется, что это весьма жертвенная позиция сделать все возможное, чтобы понравиться другим прежде всего».

Было бы преувеличением считать, что проведение ЧМ в России произвело некие существенные сдвиги в национальном самосознании россиян. Во-первых, значительная часть российского населения чемпионата просто «не заметила». Это относится не только к тем, кто живет вне городов проведения игр. По мнению участников групп, даже многие жители периферийных районов Екатеринбурга, расположенных вдали от стадиона, фан-зоны и центральных улиц, где «тусовались» болельщики, практически никак футбольного праздника не почувствовали. И даже те соотечественники, кто считает себя болельщиком, имевшие возможность предаваться этому занятию лишь с помощью телевизора, практически «духа» чемпионата вживую почувствовать не могли, их «боление» проходило в тех же формах, как если бы чемпионат проходил в любой другой стране.

Во-вторых, те, кто мог лично приобщиться к событиям чемпионата, испытали редкую остроту ощущений, вдохнули атмосферу праздника, получили новые впечатления от наблюдений за иностранными болельщиками и от общения с ними, но все это происходило на достаточно короткой временной дистанции. За праздником, как известно, всегда следуют будни, постепенно отодвигающие яркие события в глубину воспоминаний. Вряд ли подавляющее большинство российских болельщиков, даже пережившее некоторые подвижки в сложившихся стереотипах национального самосознания, было этими событиями затронуто настолько, чтобы эти стереотипы могли подвергнуться радикальной трансформации.

Заключение

Чемпионат мира 2018 был рассмотрен нами с применением полимасштабного подхода, т. е. с учетом взаимодействия главным образом трех масштабов: глобального, национального и местного (городского) в его проведении и в реакциях на него городских жителей. Анализ наших данных позволил зафиксировать следующий парадокс: Россия хочет быть сильным игроком на международной арене, но само ее участие в ЧМ на условиях, предписанных международной организацией с высокой репутацией, свидетельствует о том, что она подчиняет и свою правовую систему, и интересы граждан целям и задачам, заданным извне. Проведение мегасобытия — дорогостоящий способ послать правительствам и гражданам других стран позитивный сигнал о либерализации внешнеэкономических отношений, открытости и глобальных амбициях. В то же время происшедший в 2014 году в российской политике «поворот» сопровождается милитаризацией экономики и патриотической пропагандой, немалую часть которой составляет внушение идеи «враждебного окружения». Реакции граждан на ЧМ-2018 продемонстрировали противоречивую динамику соревнующихся идентичностей, включающих и космополитизм, и национализм, и примирение со сверхцентрализованным управлением страной. И все же проведение ЧМ в России отчасти способствовало размыванию стереотипных представлений российских граждан о России как об «особой» стране, принципиально отличающейся от других. Особенно активно проявлялся следующий ход мысли: раз такая значительная масса иностранцев нашла здесь, в общем, нормальные условия для «цивилизованного боленья» (комфортные стадионы, транспорт, нормальное жилье и питание), почувствовала в целом высокий и даже местами чересчур высокий градус доброжелательности и дружелюбия, ощутила себя в России, в общем, свободно, не хуже чем в любой цивилизованной стране, значит, от других стран Россия не отличается, по крайней мере, внешне и на бытовом уровне. Приезжие иностранцы, как оказалось (или показалось), мало и плохо знают Россию, но сами по себе они — обычные люди, которые проявляют неожиданно активный интерес, настроены не опасаться русских, а доверять и дружить с ними. Россия смогла устроить большой, яркий и успешный футбольный праздник. Все это, конечно, поднимает граждан принимающей страны в собственных

глазах, повышает самоуважение и самооценку. Им есть чем гордиться, и это тот случай, когда гордость обоснована, в этом чувстве отсутствуют отрицательные коннотации, связанные с ощущением превосходства.

Чемпионат на время приглушил общий негативный информационный тон в отношении «враждебного Запада», отчасти вернул людей в те времена, когда население воспитывалось в идеалах дружбы со всем «прогрессивным человечеством». Ситуация вокруг ЧМ дала нам множество примеров реального взаимодействия россиян с иностранцами, которое крайне маловероятно в обычных обстоятельствах (ввиду вышеупомянутой невозможности для многих путешествовать). При этом изначально разделяемые или как минимум неотрицаемые установки на конфликт с зарубежными странами не находят отражения в повседневных практиках взаимодействия с иностранными гостями. По всей видимости, такие установки даже не вступают в конфликт с поведением россиян, по-прежнему выражаясь в основном в вербальной форме («ненавижу понаехавших»), а также иногда в политическом поведении (симпатии к радикально-националистическим политическим лозунгам, поддержка ЛДПР) и в обостренной эмоциональной реакции на этнические конфликты с гражданами стран СНГ и «национальных субъектов» РФ. Здесь проявляется «парадокс Лапьера» — большинство людей вербально транслируют устоявшиеся и широко разделяемые ценностные стереотипы, не имеющие, однако, никакой силы в бытовой практике, где люди руководствуются правилами этикета — отвечать вежливостью на вежливость, быть доброжелательным и готовым помочь любому человеку, а иностранцу, испытывающему затруднения в незнакомой обстановке, в особенности.

Литература

- Карев А. (2018). Vostok — дело громкое. URL: <https://www.novayagazeta.ru/articles/2019/03/01/79741-vostok-delo-gromkoe> (дата доступа: 01.03.2019)
- Bairner A. E. S. (2015). Assessing the Sociology of Sport: On National Identity and Nationalism // *International Review for the Sociology of Sport*. Vol. 50. № 4/5. P. 375–379.
- Barnett M., Duvall R. (2005). Power in International Politics // *International Organization*. Vol. 59. № 1. P. 39–75.
- Barrett S. (2012). The Necessity of a Multiscalar Analysis of Climate Justice // *Progress in Human Geography*. Vol. 37. № 2. P. 215–233.
- Cleland J., Cashmore E. (2015). Football Fans' Views of Racism in British Football // *Journal of Sport and Social Issues*. Vol. 40. № 2. P. 124–142.
- Cleland J., Cashmore E. (2018). Nothing Will Be the Same Again After the Stade de France Attack: Reflections of Association Football Fans on Terrorism, Security and Surveillance // *Journal of Sport and Social Issues*. Vol. 42. № 6. P. 454–469.
- Finlay C., Xin X. (2010). Public Diplomacy Games: A Comparative Study of American and Japanese Responses to the Interplay of Nationalism, Ideology and Chinese Soft

- Power Strategies Around the 2008 Beijing Olympics // *Sport in Society*. Vol. 13. № 5. P. 876–900.
- Flint C.* (2003). Political Geography: Context and Agency in a Multiscalar Framework // *Progress in Human Geography*. Vol. 27. № 5. P. 627–636.
- Gold J., Gold M.* (2008). Olympic Cities: Regeneration, City Rebranding and Changing Urban Agendas // *Geography Compass*. Vol. 2. № 1. P. 300–318.
- Gorokhov V. A.* (2015). Forward Russia! Sports Mega-events as a Venue for Building National Identity // *Nationalities Papers*. Vol. 43. № 2. P. 267–282.
- Grix J., Houlihan B.* (2014). Sports Mega-Events as Part of a Nation's Soft Power Strategy: The Cases of Germany (2006) and the UK (2012) // *British Journal of Politics and International Relations*. Vol. 16. № 4. P. 572–596.
- Giulianotti R.* (2005). Towards a Critical Anthropology of Voice: The Politics and Poets of Popular Culture, Scotland and Football // *Critique of Anthropology*. Vol. 25. № 4. P. 339–360.
- Hobsawm E.* (1990). Nations and Nationalism since 1780: Programme, Myth, Reality. Cambridge: Cambridge University Press.
- Horne J., Whannel G.* (2012). Understanding the Olympics. L.: Routledge.
- Jeffreys K.* (2012). Sport and Politics in Modern Britain: The Road to 2012. L.: Palgrave Macmillan.
- Kaplanidou K., Karadakis K.* (2010). Understanding the Legacies of a Host Olympic City: The Case of the 2010 Vancouver Olympic Games // *Sport Marketing Quarterly*. Vol. 19. № 2. P. 110–117.
- Kaplanidou K., Karadakis K.* (2012). Legacy Perceptions among Host and Non-host Olympic Games Residents: A Longitudinal Study of the 2010 Vancouver Olympic Game // *European Sport Management Quarterly*. Vol. 12. № 3. P. 243–64
- Kiely R.* (2005). Globalization and Poverty, and the Poverty of Globalization Theory // *Current Sociology*. Vol. 53. № 6. P. 895–914.
- Laruelle M., Radvanyi J.* (2018). Understanding Russia: The Challenges of Transformation. L.: Rowman & Littlefield.
- Makarychev A., Yatsyk A.* (2018). Entertain and Govern: From Sochi 2014 to FIFA 2018 // *Problems of Post-Communism*. Vol. 65. № 2. P. 115–128.
- Müller M.* (2017). How Mega-Events Capture Their Hosts: Event Seizure and the World Cup 2018 in Russia // *Urban Geography*. Vol. 38. № 8. P. 1113–1132.
- Müller M., Gaffney C.* (2018). Comparing the Urban Impacts of the FIFA World Cup and Olympic Games From 2010 to 2016 // *Journal of Sport & Social Issues*. Vol. 42. № 4. P. 247–269.
- Peck J., Theodore N., Brenner N.* (2009). Neoliberal Urbanism: Models, Moments, Mutations // *SAIS Review*. Vol. 29. № 1. P. 49–66.
- Petrus J.* (1999). Globalization: A Critical Analysis // *Journal of Contemporary Asia*. Vol. 29. № 1. P. 3–37.

- Polley M.* (2004). Sport and National Identity in Contemporary England // *Smith A., Porter D.* (eds.). *Sport and National Identity in the Post-War World*. L.: Routledge. P. 10–20.
- Poulton E.* (2004). Mediated Patriot Games: The Construction and Representation of National Identities in the British Television Production of Euro'96 // *International Review for the Sociology of Sport*. Vol. 39. № 4. P. 437–455.
- Schatz E.* (2008). Transnational Image Making and Soft Authoritarian Kazakhstan // *Slavic Review*. Vol. 67. № 1. P. 50–62.
- Tamir I.* (2014). The Decline of Nationalism among Football Fans // *Television & New Media*. Vol. 15. № 8. P. 741–745.
- Tomlinson A.* (2014). *FIFA (Fédération Internationale de Football Association): The Men, the Myths and the Money*. L.: Routledge.
- Topic M., Coakley J.* (2010). Complicating the Relationship between Sport and National Identity: The Case of Post-socialist Slovenia // *Sociology of Sport Journal*. Vol. 27. № 4. P. 371–389.
- Tosa M.* (2015). Sport Nationalism in South Korea: An Ethnographic Study // *SAGE Open*. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/2158244015604691> (дата доступа: 01.10.2019).
- Trubina E.* (2019). The Sochi 2014 Olympics: Nationalism, Globalized Place-Making and Multiscalar Legitimacy // *Urban Geography*. Vol. 40. № 4. P. 387–408.
- Zhou Y., Ap J.* (2009). Residents' Perceptions towards the Impacts of the Beijing 2008 Olympic Games // *Journal of Travel Research*. Vol. 48. № 1. P. 78–91.

The Global, the National, and the Local in the Citizens' Perceptions of the 2018 World Cup

Alexander Dolganov

Director of the fund "Sotsium" (Ekaterinburg)

Address: Pushkinskaya str., 5, Ekaterinburg, Russian Federation 620075

E-mail: dolganov@fsocium.ru

Elena Trubina

Professor, Director of the Center for Global Urbanism, Ural Humanities Institute, Ural Federal University

Address: Mira str., 19, Ekaterinburg, Russian Federation 620002

E-mail: elena.trubina@gmail.com

This paper employs the multi-scalar approach towards mega-events (Flint, 2003; Peck, Theodore, and Brenner, 2009; Barret, 2013; and Trubina, 2019) to examine the results of fieldwork conducted in Ekaterinburg in the spring and summer of 2018, namely before, during, and after the 2018 World Cup. The multi-scalar approach allows the consideration of how the supra-local and supranational processes crystallize in complex urban systems, and their connections with other systems. The

article addresses the question of the dynamics of the global, the national, and the local scales in the implementation and perception of the mega-event. Since the existing studies of the World Cup in Russia tend, as a rule, to focus on isolated topics and the national scale of the event's preparation, the article expands the focus of existing research. It demonstrates "the game of scales" in the citizens' perceptions of the World Cup. They, on the one hand, consider this mega-event as a part of the national strategy of development, including seeking investment, while on the other, they are aware that it is the transnational players (FIFA) and the federal and regional governments that predominantly benefit from the event. The authors argue that the respondents' judgements, on the one hand, are strongly informed by nationalist and geopolitical propaganda, while on the other hand, stem from the respondents' understanding of the global influences and the significance of economic logic, including the importance of the branding of the nations and cities. The citizens see both the political strategy devised to "force to show respect" and the economic driver of the national and urban growth in the mega-events. They, at the same time, are aware that it is the citizens who will be paying for the sporting festival with their taxes. The mega-events are ambiguous undertakings: while potentially open and bringing joy to everyone, they facilitate a social and geographic inequality.

Keywords: mega-events, the 2018 World Cup, Ekaterinburg, football fans, citizens, football

References

- Bairner A. E. S. (2015) Assessing the Sociology of Sport: On National Identity and Nationalism. *International Review for the Sociology of Sport*, vol. 50, no 4/5, pp. 375–379.
- Barnett M., Duvall R. (2005) Power in International Politics. *International Organization*, vol. 59, no 1, pp. 39–75.
- Barrett S. (2012) The Necessity of a Multiscalar Analysis of Climate Justice. *Progress in Human Geography*, vol. 37, no 2, pp. 215–233.
- Cleland J., Cashmore E. (2015) Football Fans' Views of Racism in British Football. *Journal of Sport and Social Issues*, vol. 40, no 2, pp. 124–142.
- Cleland J., Cashmore, E. (2018) Nothing Will Be the Same Again After the Stade de France Attack: Reflections of Association Football Fans on Terrorism, Security and Surveillance. *Journal of Sport and Social Issues*, vol. 42, no 6, pp. 454–469.
- Finlay C., Xin X. (2010) Public Diplomacy Games: A Comparative Study of American and Japanese Responses to the Interplay of Nationalism, Ideology and Chinese Soft Power Strategies Around the 2008 Beijing Olympics. *Sport in Society*, vol. 13, no 5, pp. 876–900.
- Flint C. (2003). Political Geography: Context and Agency in a Multiscalar Framework. *Progress in Human Geography*, vol. 27, no 5, pp. 627–636.
- Giulianotti R. (2005) Towards a Critical Anthropology of Voice: The Politics and Poets of Popular Culture, Scotland and Football. *Critique of Anthropology*, vol. 25, no 4, pp. 339–360.
- Gold J., Gold M. (2008) Olympic Cities: Regeneration, City Rebranding and Changing Urban Agendas. *Geography Compass*, vol. 2, no 1, pp. 300–318.
- Gorokhov V. A. (2015) Forward Russia! Sports Mega-events as a Venue for Building National Identity. *Nationalities Papers*, vol. 43, no 2, pp. 267–282.
- Grix J., Houlihan B. (2014) Sports Mega-Events as Part of a Nation's Soft Power Strategy: The Cases of Germany (2006) and the UK (2012). *British Journal of Politics and International Relations*, vol. 16, no 4, pp. 572–596.
- Hobsbawm E. (1990) *Nations and Nationalism since 1780: Programme, Myth, Reality*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Horne J., Whannel G. (2012) *Understanding the Olympics*, London: Routledge.
- Jeffreys K. (2012) *Sport and Politics in Modern Britain: The Road to 2012*, London: Palgrave Macmillan.
- Kaplanidou K., Karadakis K. (2010) Understanding the Legacies of a Host Olympic City: The Case of the 2010 Vancouver Olympic Games. *Sport Marketing Quarterly*, vol. 19, no 2, pp. 110–117.
- Kaplanidou K., Karadakis K. (2012) Legacy Perceptions among Host and Non-host Olympic Games Residents: A Longitudinal Study of the 2010 Vancouver Olympic Game. *European Sport Management Quarterly*, vol. 12, no 3, pp. 243–264.

- Karev A. (2018) Vostok — delo gromkoe [East is a Big Deal]. Available at: <https://www.novayagazeta.ru/articles/2019/03/01/79741-vostok-delo-gromkoe> (accessed 01 March 2019).
- Kiely R. (2005) Globalization and Poverty, and the Poverty of Globalization Theory. *Current Sociology*, vol. 53, no 6, pp. 895–914.
- Laruelle M., Radvanyi J. (2018) *Understanding Russia: The Challenges of Transformation*, London: Rowman & Littlefield.
- Makarychev A., Yatsyk A. (2018) Entertain and Govern: From Sochi 2014 to FIFA 2018. *Problems of Post-Communism*, vol. 65, no 2, pp. 115–128.
- Müller M. (2017) How Mega-Events Capture Their Hosts: Event Seizure and the World Cup 2018 in Russia. *Urban Geography*, vol. 38, no 8, pp. 1113–1132.
- Müller M., Gaffney C. (2018) Comparing the Urban Impacts of the FIFA World Cup and Olympic Games From 2010 to 2016. *Journal of Sport & Social Issues*, vol. 42, no 4, pp. 247–269.
- Peck J., Theodore N., Brenner N. (2009) Neoliberal Urbanism: Models, Moments, Mutations. *SAIS Review*, vol. 29, no 1, pp. 49–66.
- Petrás J. (1999) Globalization: A Critical Analysis. *Journal of Contemporary Asia*, vol. 29, no 1, pp. 3–37.
- Polley M. (2004) Sport and National Identity in Contemporary England. *Sport and National Identity in the Post-war World* (eds. A. Smith, D. Porter), London: Routledge, pp. 10–20.
- Poulton E. (2004) Mediated Patriot Games: The Construction and Representation of National Identities in the British Television Production of Euro'96. *International Review for the Sociology of Sport*, vol. 39, no 4, pp. 437–455.
- Schatz E. (2008) Transnational Image Making and Soft Authoritarian Kazakhstan. *Slavic Review*, vol. 67, no 1, pp. 50–62.
- Tamir I. (2014) The Decline of Nationalism among Football Fans. *Television & New Media*, vol. 15, no 8, pp. 741–745.
- Tomlinson A. (2014) *FIFA (Fédération Internationale de Football Association): The Men, the Myths and the Money*, London: Routledge.
- Topic M., Coakley J. (2010) Complicating the Relationship between Sport and National Identity: The Case of Post-socialist Slovenia. *Sociology of Sport Journal*, vol. 27, no 4, pp. 371–389.
- Tosa M. (2015) Sport Nationalism in South Korea: An Ethnographic Study. Available at: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/2158244015604691> (accessed 01 October 2019).
- Trubina E. (2019) The Sochi 2014 Olympics: Nationalism, Globalized Place-Making and Multiscalar Legitimacy. *Urban Geography*, vol. 40, no 4, pp. 387–408.
- Zhou Y., Ap J. (2009) Residents' Perceptions towards the Impacts of the Beijing 2008 Olympic Games. *Journal of Travel Research*, vol. 48, no 1, pp. 78–91.