

УДК 316.723:796.332.073] (045)

Анастасія **Колмикова**

аспірантка Харківської Державної академії культури

Образ футбольного фаната та фанатизму — як семіотичний простір культури

© Колмикова А., 2016

<http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.51669>

Анотація. У статті аналізується феномен спортивного, а саме — футбольного фанатизму, який розглядається як особливий семіотичний простір. У цьому явищі виокремлюються власні характеристики, які мають символічні коди та лінії розмежування. Дається характеристика класифікаційних норм феномену як цілісної структури культурного простору XXI ст. Виокремлені автори, що вивчали проблематику фанатизму та його впливу на суспільство. Подана класифікація форм підтримки й визначене їхнє особливе поле реалізації. Наведені «італійські» та «британські» моделі як найбільш яскраві прояви фанатської підтримки. На аренах спортивних дій, стадіонах окреслені територіальні кордони, у яких проводяться перформативні практики за власними створеними правилами. На прикладі українських фанатських об'єднань продемонстрована специфічна культурна форма груп та їхні риси. Наведені приклади головних фанатських об'єднань, які функціонують на початку XXI століття.

Ключові слова: культура фанатів, «британська модель», «італійська модель», семіотичне коло, «футбольні фірми».

Фанатизм як феномен у сучасній культурі розглядається з різних позицій: релігійний фанатизм, маніакальне захоплення одіозною особою. Існує підтримка фанів, яка персоніфікована як особливий прояв поведінки завдяки спортивним практикам. Кожен з цих напрямків має свої власні характеристики та особливі риси, які висвітлюють їх з характерною символічністю. Звертаємо нашу увагу на ретрансляцію моделей спортивного фанатизму та на її семіотичну інтерпретацію як культурної практики.

Актуальність дослідження полягає в тому, що в сучасній культурній традиції фанатський рух є особливим феноменом, який є персоналізацією соціальних і культурних характеристик суспільства. Символічність проявів поведінки є відображенням явища як цілісного й унікального конгломерату.

Термін «фанат» має свої корені у давньогрецькій мові — «Φανατισμός», що дослівно перекладається як «сліпа віра».

Необхідно виокремити персоналії, які безпосередньо займалися темою вивчали феномен фанатизму. «Фанат володіє характеристикою потенційного фанатика, — стверджує американський соціолог Джолі Дженсен, — це означає те, що фанатизм розглядається як прояв девіантних норм поведінки» [6, с. 57]. Американський спеціаліст пропонує виокремити кілька типів фанатів: «одержимий індивід» та «істеричний натопк». Психологи, які досліджують проблематику фанатських зв'язків, стверджують, що так звані «культи одіозних особистостей» мають власні архитипічні образи, з якими себе ідентифікують відчужені від суспільства.

Звертаючись до американського філософа ХХ ст. Джорджа Сантаяні, відзначаємо: «Фанатизм складається з подвоєння зусиль, коли забута мета». Також характеристику явища надає Вінстон Черчіль, «фанатик — це той, хто не в змозі змінити своє рішення і ніколи не може змінити тему» [11].

Простеживши різницю між фанатиком і шанувальником, ми бачимо особливість: поведінка фанатика розглядається як порушення домінантних соціальних норм, маніакальне переслідування об'єкта або суб'єкта. Шанувальник не є порушником цих норм, хоча окремі прояви його поведінки можуть бути для суспільства неприйнятними. Загалом модель реалізації не містить девіантної характеристики.

Мета статті — розкрити соціокультурні особливості футбольного фанатизму як особливого семіотичного суб'єкта та визначити характерні риси в культурній традиції українського соціуму.

Як такої цілісної та чітко структурованої класифікації фанатизму нема. В продемонстрованих моделях використовуються принципи систематизації та кожний з них має свій напрямок використання залежно від мети самої проблематики.

Новизна нашого дослідження полягає в тому, що ультрас розглядається як унікальний культурний конгломерат з особливими рисами. Такі об'єднання формують власні характер-

ні елементи, які є віддзеркаленням стану всього суспільства й проблемних питань.

Також над цією проблематикою працює амстердамська група вчених під керівництвом Пітера Марша [6]. Фанатизм класифікується за наступними критеріями: залежно від змісту (релігійний фанатизм розглядається як найбільш екстремальна форма релігійного фундаменталізму; політичний, ідеологічний фанатизм; етнічний, національний, расовий фанатизм — прояв національної, расової винятковості у співвідношенні з неприкритою ненавистю до представників іншої нації або раси; фанатизм серед спортивних уболівальників); залежно від міри оволодіння ідеєю — жорсткий і м'який фанатизм; залежно від міри залучення — масовий та індивідуальний фанатизм; за характером мотивації; за особистісною позицією.

Аналізуючи наукові надбання за цією тематикою праця Пітера Марша «Футбольне насилля й хуліганські дії в Європі» [6] є важливим науковим підґрунтям для подальшого аналізу феномена. Спортивні дії на стадіоні під час матчів зображені як семіотичний простір, сповнений власною особливою знаковістю. Існує також інша лінія, яка репрезентується паралельно з футбольним дійством — система фанатської реакції на елементи реалізації дійств.

У європейських країнах створюються власні моделі демонстрування фанатських проявів підтримки. Вони є підґрунтям, за рахунок яких ми аналізуємо власне українські символічні моделі поведінки фанатських груп.

Згідно з доповіддю німецького дослідницького центру в Європейському парламенті 1996 р., німецькі уболівальники, на відміну від британців, як правило, є вихідцями із середніх шаблів суспільства, їх прийнято розділяти на три основні «типи»: «орієнтовані на споживача» фанати, що, як правило, розташовуються на стадіоні або шукають більш спокійне місце на трибунах і бажають спостерігати гарну гру; «орієнтовані на футбол» фанати, одягнені в кольори своєї команди, є постійними прихильниками й підтримують клуб у будь-які моменти існування самої команди; «орієнтовані на пошуки пригод» фанати постійно змінюють місця на трибунах, хочуть бути залученими безпосередньо в активні дії. Немає значення, мають вони відношення до футболу чи ні [8].

Одна з класифікацій, яка наводиться у дослідженні амстердамської групи, відзначає таку особливість. «Орієнтовані на спо-

живача» фани обирають, які саме матчі вони хочуть відвідати. «Орієнтовані на футбол» присутні на кожному з матчів, а «орієнтовані на пошуки пригод» шукають активних дій і беруть у них безпосередню участь і на стадіоні, і за його межами незалежно від подій на полі.

Німецькі полісмени («Щорічний звіт про футбольні дії 1993/94 рр.») використовують спрощену класифікацію, звертаючи увагу лише на ті аспекти поведінки фанів, які мають безпосередній прагматичний інтерес. Вони кваліфікують уболівальників за такими критеріями: «ті що вболівають без проявів насилля» (мирні вболівальники); «схильні до насильства» (вболівальники, які можуть реалізувати насильницькі моделі поведінки); «найбільш жорстокі» (вболівальники, найбільш схильні до насилля).

Остання група уболівальників належить до так званої «Категорії С», яка становить найбільший інтерес з боку правоохоронців і на стадіоні має свою власну територію (своєрідні кордонні межі). Наприклад, Блок 38 на стадіоні в Кельні, Стретфорд Енд на британському стадіоні «Олд Траффорд», Північна трибуна на арені «Металіст». Німецький Fan-Treff такими словами характеризує уболівальницьку спільноту: «У німецькій лізі вони готові розколоти один одному голову. У чемпіонаті Європи вони консолідуються проти загального ворога» [8].

Соціолог Міланського університету Алехандро Дель Лаго [5] розглядає поведінкові моделі футбольних фанів як своєрідні ритуальні дії, що охоплюють численні символічні форми. Саме вони мають широкий спектр інтерпретацій та моделей для реалізації. Існують три основні фактори, які є головними в системі експресивних поведінкових моделей фанатських угруповань. Ці фактори були безпосередньо застосовані до італійських уболівальників, також ці моделі можуть персоніфікуватися з українськими фанами.

Перша характеристика говорить про те, що футбол дозволяє ідентифікувати та персоналізувати уболівальників з певним набором символічних і лінгвістичних особливостей. Вони є атрибутивними рисами лише вибіркової групи й можуть виступати характерними якостями кожного з представлених угруповань.

Друга особливість поведінкових моделей полягає в тому, що футбольний матч постає не лише як зустріч двох команд-суперників, метою яких є вирішення спортивних задач, але є своєрід-

ним ритуалом конфронтації між фанатськими угрупованнями однієї та іншої команди. Ритуальні дії на трибунах супроводжуються певними символічними характеристиками, візуальними й акустичними проявами, вони є властиві кожному окремому клубу. Цим дії демонструють певні риси, які відрізняють їх від інших угруповань.

Головна різниця між англійською та італійською футбольною культурою полягає не в розподілі та диференціації прихильників за соціальним класом, а в характеристиці присутності або відсутності чітко структурованої форми асоціативного ряду символічних форм. Італійська футбольна культура, перш за все, не є залежною від соціальної стратифікації, але має чітко структуровану модель реалізації. Футбол в Італії є «національною лихоманкою», яка присутня в мільйонах громадян, незалежно від їхнього соціального становища й стилю життя.

У підтримку цієї тези наведена цитата одного з міланських ультрас, опублікована в журналі «Brigate Rossonere»: «Як ультрас, я ототожнюю себе з визначеним стилем життя. Ми відрізняємося від звичайних прихильників цього виду спорту через наш ентузіазм і схвильованість. Це означає те, що ми сприймаємо радість і страждання на рахунок команди більш емоційно» [6, с. 45].

Італійські ультрас стали прикладом високоорганізованої системи «театральної» підтримки спортсменів, яка стала розповсюдженою в усіх інших групах. Такий стиль став поширеним і серед французьких команд, а також доповненням до стилістики данських «Roligans», нідерландських уболівальників і шотландської «Tartan army». Стиль акцентує увагу на видовищних проявах емоційної підтримки. Він, перш за все, пов'язаний з координованим впровадженням костюмованих елементів, прапорів, банерів, кольорового диму, а також лазерне шоу (яке згодом було заборонене на всіх європейських стадіонах протягом основного часу гри). Під час хореографічних елементів і співів лідери ультрас використовують мегафони для більш чіткої організації звукових команд і застосовують особливі стратегії керування протягом усього дійства.

Такі ефектні та виразні аспекти «феномену ультрас» не відокремлюються від «хуліганських» дій. Італійський вчений ХХ ст. Дель Лаго зазначає: «Журналісти та представники клубів називають чітко структуровані групи уболівальників «прекрасними

глядачами», коли всі їхні дії є скоординованими та підконтрольними. Але, як тільки виникають проблеми, їхнє ім'я перетворюється на синонім хуліганських дій. І в одному, і в іншому випадку йде мова про тих самих персон» [5, с. 99].

Саме британці найчастіше асоціюються із зародженням футбольного хуліганства, місцеві італійські ультрас увібрали в себе традиційні особливості рольових моделей кожного власного регіону, що дало привід до меншого використання британських характеристик.

Щодо Франції, на її теренах футбол ніколи не залучав численну кількість так званих «живих» глядачів. Незважаючи на сучасну популярність цього виду спорту, навіть у великих містах основну підтримку отримує один з клубів. Глядачі у своїй численній більшості мають менший відсоток відвідування стадіонів порівняно з Італією, Іспанією, а тим більше Великобританією.

З точки зору загальної зацікавленості, інтерес до цього виду спорту зростає у 1980-1990-х роках, пояснюється такий успіх збільшенням значущості та активності на міжнародних турнірах, що призвело до зростання масштабних інвестиційних внесків у футбол.

Серед більшості прихильників спостерігається відхід від англійського стилю уболівальницької культури, відбувається все більше зближення з карнавальними італійськими формами підтримки.

Спочатку групи так званих «Корс», які виникли у клубах на північ від Луари, реалізовували лише «англійський» стиль підтримки, у той час як групи, які виникли на півдні, були прихильниками «італійського» стилю.

Французький дослідник ХХ ст. Міньон описував наступні особливі риси: «Суворий англійський стиль уболівання характеризується відсутністю «реквізитів» для візуальної демонстрації ідентичності. Організованим, необхідним і театралізовано єдиним виступає італійська модель, з її символікою, банерами, відеосупроводом, «фензинами» і постановниками театрального дійства. Вона створює чітку колективну самоідентифікацію з єдиною командою» [10, с. 105].

Якщо судити за їх власними «фензинами», французькі ультрас більше зацікавлені власними творчими проявами підтримки, ніж агресивними формами реалізації дій. Суперництво між клу-

бами, як правило, навколо постановок найефектніших «tifos», які найемоційніші у проявах своєї підтримки.

Як правило, кожне клубне угруповання має головного супротивника та кілька ворожих об'єднань з інших команд. Інші розглядаються як нейтральні суперники або ж перебувають у дружніх стосунках з ними. Такі характеристики дають особливий культурний простір для сприйняття в рамках створених кордонів і мають власний вихід за її межі.

Розглянувши моделі поведінки європейських уболівальників, необхідно звернути увагу на українські реалії, а також сучасні прояви української підтримки.

Фанатський рух, як цілісний та структурований феномен, у СРСР зародився в сімдесятих роках ХХ ст., коли уперше на трибунах з'явилися уболівальники московського «Спартака». Вони відразу займалися організацією виїзних груп на гостьові матчі, команди представляли неформальний рух.

Пізніше з'являються так звані «фірми», які стали організованими та мали у своїй поведінці девіантні риси. Перша резонансна подія відбулася 1987 р., коли уболівальники московського «Спартака» й київського «Динамо» влаштували велику бійку в центрі Києва. За даними журналістів, які описували подію: «Тоді на території головного вокзалу Києва у бійці зішлись близько 300 фанатів московської команди та 520 місцевих хуліганів» [1].

На початку дев'яностих років рух «ультрас» не набув широко розповсюдження, адже економічні соціальні та політичні проблеми займали більш значні позиції. Вже наприкінці 90-х зростає середній рівень успішності клубів і на українських теренах, і на європейських, що стає поштовхом до розвитку українського фанатського руху.

Еталоном для всіх українських угруповань стають англійські уболівальники, їхній стиль підтримки розповсюджується на стадіонах усюї країни. Акустична підтримка: (пісні, скандування) стає домінантними формами вияву емоційної складової вболівання. У 2000-х роках на зміну «англійському» приходять «італійський» стиль підтримки, у якому головний акцент ставиться на візуальну складову: прапори, банери, яскраве піротехнічне шоу та візуальні театралізовані постановки.

Як результат, — на початку 2015 р. демонструється конгломерат з двох охарактеризованих форм, що складає особливу атмос-

феру на стадіонах. Кожні угруповання мають свої власні правила, завдяки яким висловлюється підтримка команди.

На теренах усієї Європи проблемними залишається питання використання піротехнічних засобів під час підтримки команди. За статутом УЄФА їх застосування заборонене. Але ця заборона постійно порушується, якщо українське керівництво може в окремих випадках не реагувати на прояви такого виду підтримки, європейські представники суворо забороняють і карають це як прояв девіантного стилю.

До найвпливовіших об'єднань України належать фанати «Динамо» Києва (The Capitals, City Boys) та донецького «Шахтаря» (City Guard). До значних за численністю також належать «фірми» «Дніпра» (UZ44), «Карпат» (Banderstadt Ultras) та «Металіста» (Army of the First Capital, Kharkiv City Patriots).

Завжди гостро постає питання насилля на трибунах під час матчів. Існування ворожих протистоянь завжди створювало проблеми для міліції та керівництва клубів. Протистояння клубів: «Динамо Київ» — «Шахтар Донецьк», «Динамо Київ» — «Металіст Харків», «Дніпро Дніпропетровськ» — «Металіст Харків», «Металіст Харків» — «Карпати Львів» завжди створювало додаткові проблеми під час проведення спортивних змагань.

На початку 2014 р. у зв'язку зі складною політичною ситуацією фанатські групування уклали мирний договір, за пунктами якого протистояння під час ігор і за межами стадіону припиняється. «Лідери ультрас пояснили, що відносини між ними будуться за принципом того, що вони, у першу чергу, є українцями. Тобто, на першому місці повинні бути взаєморозуміння, довіра та взаємовиручка»

Під час Революції Гідності фанатські угруповання були активними учасниками захисних об'єднань. Саме в цей період, вони продемонстрували суспільству рівень консолідації та організованості. Бойові навички та згуртованість, здобуті на трибунах стадіонів, допомогли в необхідний період зібрати групи чітко структурованих представників ультрас. У потрібний час інтереси державності постали на загальний розсуд як панівні елементи, вони стали важливішими, ніж загальні конфронтації та протистояння. Участь у об'єднаних перформансах допомогла продемонструвати суспільству не лише девіантні риси, а й особливі цілісні структури, які стали символом згуртованості та протекції.

Отже, ми можемо зробити головні висновки: феномен спортивного, а саме — футбольного фанатизму, виступає особливим явищем культури з власною диференціацією та особливими рисами та класифікаційними нормами. У ХХІ столітті єдиної упорядкованої системи не існує, найрозповсюдженішими виступають поведінкові моделі самих уболівальників. На сучасному етапі український фанатський рух має характеристику своєрідного конгломерату, у ньому поєднані «англійський» та «італійський» стилі підтримки. Саме це створює особливу символічну форму прояву підтримки українських фанатів. Семіотика реалізації є невивченим феноменом сучасної культури, який необхідно розвивати в подальших дослідженнях і створювати детальний аналіз явища як складової частини масової культури ХХІ ст. Саме вивчення українських реалій дає змогу проаналізувати українську модель фанатської культури.

1. Бримсон Д. Шалена армія. Зовнішність футбольного насилля / Д. Бримсон. — СПб. : 2005. С. 137-138, 142-145, 178.
2. Бримсон Д. Фанати / Д. Бримсон. — М. : Амфора. 2007. — 384 с.
3. Український фанатський рух [Електрон. ресурс]. — Режим доступу: http://fanat.ua/info/fans/articles/ob_ukrainskih_fanata_1534.html. Назва з екрана.
4. Cohen P. Abstract of «Subcultural Conflict and Working-class Community» [Електрон. ресурс]. — Режим доступу: <http://cltrlstudies.blogspot.com/2007/10/subcultural-conflict-and-working-class.html>. — Назва з екрана.
5. Dal Lago A. Italian football fans: Culture and organisation. Football, Violence and Social Identity / A. Dal Lago and R. De Biasi. — London : Routledge, 1994. — 230 p.
6. Football violence in Europe. A report to the Amsterdam Group. prepared by Giovanni Carnibella, Anne Fox, Kate Fox, Joe McCann, James Marsh, Peter Marsh. — Oxford, 1996. — 97 p.
7. Giulianotti R. Scotlands' tartan army in Italy: The case for the carnivals que / R. Giulianotti // Sociological review. — 1991. — №3. — P. 503-527.
8. Jones N. Hooligans. The forgotten side/ N. Jones // New Society. — 1986. — Aug. 29. — P. 20-25.
9. Lanfranchi P. Exporting football: Notes on the development of football in Europe / P. Lanfranchi. — Bologna : Arena, 1994. — 86 p.
10. Peter T. Snow Hooligans / T. Peter, A. S. Nicholas // Review d'Economie Politique. — 2012. — № 1. — P. 47-60.

11. **Redhead S.** Hooligan Writing and the Study of Football Fan Culture: Problems and Possibilities. [Електрон. ресурс]. — Режим доступу: <http://www.nobleworld.biz/images/Redhead2.pdf>. — Назва з екрана.

ANNOTATION

Anastasija Kolmykova. The image of football fan — like semiotic space of culture. This article serves as analytical work through which the phenomenon of sports, namely football fanaticism, is considered as a special semiotic space. This phenomenon distinguishes its own characteristics that have symbolic codes and dividing lines. It describes the classification of standards of this phenomenon as an integrated cultural space structure of the XXI century. Singling out a number of authors who were engaged in these issues of the fanaticism and their impact on society. This classification of the existing forms of support and highlighted their particular field of implementation. Presented "Italian" and "British" models, the most striking manifestations of fan support. In the arena of sports action, stadiums, there are defined territorial boundaries, where held demonstrations established by their own rules. For example, Ukrainian fan associations demonstrated specific cultural form of existing groups and their characteristics. The research has examples of the main fan associations operating at the beginning of the XXI century.

Keywords: culture of fan, «British model», «Italian model», semiotic circle, «football firms».

АННОТАЦИЯ

Анастасия Колмыкова. Образ футбольного фаната — как семиотическое пространство культуры. В статье анализируется феномен спортивного, а именно — футбольного фанатизма, который рассматривается как особенное семиотическое пространство. В этом явлении выделяются особенные характеристики, которые имеют символические коды и собственные линии разграничения. Дается характеристика классификационных норм данного феномена как целостной структуры культурного пространства XXI в. Выделены авторы, которые занимались проблематикой фанатизма и его влиянием на сам социум. Представлена классификация существующих форм поддержки и выделено особенное поле их реализации. Приведены «итальянские» и «британские» модели как наиболее яркие проявления фанатской по-

ддержки. На аренах спортивных действий, стадионах, очерчены территориальные границы, в которых осуществляются перформативные практики. На примере украинских фанатских объединений демонстрируется специфическая культурная форма существующих групп, а также их черты. Приведены примеры главных фанатских объединений, которые функционируют в начале XXI в.

Ключевые слова: культура фанатов, «британская» модель, «итальянская» модель, семиотический круг, «футбольные фирмы».