

ДРУКОВАНІ НОСІЇ ІНФОРМАЦІЇ В СУБКУЛЬТУРІ УЛЬТРАС

У статті розглянуто друковані носії інформації, які використовуються в субкультурі ультрас. Проаналізовано їхні види, типи, історію створення та роль у розвитку культури вболівання.

Ключові слова: ультрас, субкультура, навколофутбол, листівка, фанзин, стікер.

В статье рассмотрены печатные носители информации, используемые в субкультуре ультрас. Проанализированы их виды, типы, история создания и роль в развитии культуры болельщиков.

Ключевые слова: ультрас, субкультура, околофутбол, листовка, фанзин, стикер.

The article considers printed media used in ultras subculture. Analyzed their kinds, types, history and role in the culture of fanaticism.

Key words: ultras, subculture, near football, flyer, fanzine, sticker.

Серед усіх відомих сучасних субкультур спортивний фанатизм, а саме рух футбольних ультрас, набуває все більшого значення та переживає часи свого становлення. Суспільство відмовляється сприймати представників адекватними членами через нестачу достовірної інформації, некомпетентність та упередженість ЗМІ у цьому питанні. Для комунікації в навколофутбольному середовищі та з суспільством представники руху ультрас широко використовують різноманітну паперову поліграфічну продукцію, яку виготовляють та розповсюджують самостійно, отже, актуальним є аналіз таких матеріалів. *Мета статті* – проаналізувати друковану паперову продукцію, яку використовують в українській ультрас спільноті, її значення в розвитку навколофутболу, вплив на свідомість громадськості, історію створення, еволюцію, сучасний стан.

Проблематиці навколофутболу присвячено багато статей у періодичних виданнях, телевізійних програмах, фільмах, але вони не відображають сутність субкультури. Найбільш інформативними та правдивими є фанзини, однак, зважаючи на те, що перші видання – прототипи сучасних фанзинів – були неофіційними, створювалися та розповсюджувалися власноруч, серед «своїх», як правило, на секторах, дослідити історію їхнього створення та вплив на формування спільноти – досить важке завдання. Час від часу про них трапляються згадки на спеціалізованих форумах та в книжках спогадів, написаних уболівальниками [2, 23]. На сайті інтернет-магазину «Магшоп» з'являються копії певних видань, на аналізі яких здійснено дане дослідження.

Найпростішим видом друкованого носія інформації, який вже майже не використовують, є листівка – друкований аркуш агітаційного та інформаційного характеру [3]. Листівки були розповсюджені на початку становлення руху за часів

незалежності. Зазвичай це були ксерокопійовані аркуші, в яких містилася інформація про найближчі матчі, у тому числі й про виїзні, заклики до організованої підтримки, плани на найближче майбутнє, інформація для негайного ознайомлення, тексти зарядів, пісень. Частина з поданого в листівці можна було дізнатися з програмок, випущених клубом спеціально до матчу, але через специфіку викладення матеріалу – не фактажем, а описово – листівки зайняли певне місце серед уболівальників, які хотіли створити підтримку, альтернативну до тієї, що була прийнята на стадіонах ще за радянських часів. У сезоні 1998–1999 рр. серед фанів ФК «Динамо» (Київ) розповсюджувалася листівка «Легіон. Інформаційний бюлетень прихильників ФК Динамо Київ». У ній містилася стисла інформація про матчі, котрі вже відбулися, дії та значення фанів під час гри, а також запрошення на наступні матчі, інформація стосовно виїздів, у тому числі й закордонних.

Нині через загальну доступність мобільного зв'язку й інтернету поширити важливу та цікаву інформацію стало простіше та швидше. Те, про що необхідно оголосити саме під час матчу, можна здійснити через заряджаючого (людину, котра керує сценарієм перформансу під час матчу), потужність руху ультрас більше не потребує тієї реклами, яка була раніше. Листівки поступово втратили актуальність.

За визначенням журналіста Л. Р. Шовене, фанзин – це аматорське видання, яке випускають для задоволення потреб окремої групи людей, тому газети та журнали, котрі створюють угруповання фанів, є саме таким типом преси. Особливість спортивного фанзину полягає в тому, що його наповнення має містити інформацію навколоспортивну, а не аналітичну, таку, яка зацікавить активного уболівальника, авторами статей є люди з руху, текст емоційно забарвлений, не обов'язково має бути точна періодичність, час виходу в друк залежить від наявності матеріалу. Важливим фактором у створенні фанатського видання є те, що його видають за власні кошти руху, без залучення спонсорів.

Першим українським фанзином було видання «Ультрас» ФК «Верес» (Рівне), яке з'явилося на світ у серпні 1992 р. [18], «неофіційне видання фанів Рівного», як зазначено на обкладинці. Автор-укладач І. Беспаленко, відомий серед фанів як Бесплатний. Матеріал представлений описами місцевої та вітчизняних угруповань, звіти про виїзди, огляд діяльності іноземних фанів. Він не став регулярним та популярним, як його ровесник «Странник» (1992 р.), який створив уболівальник ФК «Металург» (Запоріжжя) Протас [15]. Позиціонування даного продукту було як «Ultra magazine», тобто журнал ультрас. Розмножений за допомогою різнографа, майже рукопис, формату А5, обсягом 16 сторінок, російською мовою, з власними фотографіями та вирізками з різних друкованих видань – у всьому примітивний за сучасними мірками журнал став емоційним вибухом та феноменом серед уболівальників. Через регулярність випусків та великий попит статус першого фанзину України належить саме йому, однак у замітці «Раз фанзин, два фанзин» (№4, 1993) зазначено, що першим фанзином був саме «Ультрас» із Рівного [16].

За своїм наповненням перші фанзини мали звичну нині інформацію: фото, огляди матчів ліги з погляду уболівальника, звіти, досвід закордонних «колег» і звичайно,

пояснення, хто такі ультрас. І хоча на той час ще не було чіткого розуміння та розмежування цього терміну з іншими фанатськими напрямками, але вже створено атрибут, який ідентифікує вболівальника за стилем підтримки команди та є елементом навколофутболу. Згодом подібні видання набувають популярності, їх випускають усе більше угруповань. Стає звичним мати свій фанзин будь-якого формату (глянцевий журнал, газета). Так, у 1993 р. у Рівному, окрім журналу «Ультрас», через непорозуміння головних редакторів І. Беспаленка та І. Романенка (Джеки) з'являється видання «Волки» [14]; «Сектор 23» у ФК «Водник» (Херсон) (1995 р.) [8], «Volontaire» – ФК «Ворскла» (Полтава) (1995р.) [19]; у 1999 р. листівка ФК «Динамо» (Київ) «Легіон» перетворюється на журнал під схожою назвою «FANлегіон» [17].

У 2007 р. виходить друком перший номер журналу «Святослав» ультрас ФК «Динамо» (Київ) [10]. Це яскраве кольорове видання, з якісною дорогою поліграфією за задумом авторів мало стати головним виданням київських фанів, мета якого – об'єднати представників усіх видів уболівальників, залучити на сектор нових, пояснити суспільству, хто такі ультрас [10, 2]. Незважаючи на великий тираж (1000 примірників) спроба вивести інформацію за межі навколофутболу була невдалою. Вибрана схема розповсюдження – за попереднім замовленням через лідерів руху – не дала можливості продати більшу кількість примірників та зацікавити вболівальників, які ще не стали ультрас. Цей випуск досі можна купити, оскільки на той час на секторі не було такої кількості людей, щоб усе продати, а ті, хто ходили, читали його шляхом передавання один одному. Як правило, журналом цікавилися ті, хто хотів отримати на згадку фото та історії про події, у яких брали участь. Номер другий побачив світ значно пізніше, ніж очкувалося – восени 2008 р., оскільки протягом року збирався та оброблявся матеріал. Третій випуск отримав форму дайджесту – вибірка найкращого за період від 2008 до 2011 р. Вихід четвертого номера «Святослава» планується на 2013 рік.

Українським аналогом російського журналу «Ultras Life», який об'єднував представників усіх видів спорту та напрямів, став фанзин «Ультрас UA» (2008 р.). На відміну від закордонного видання, цей часопис присвячений футболу, текст викладений на аматорському рівні, двомовний (статті написані українською та російською мовами), якісний за своїм зовнішнім оформленням (поліграфія), за кошти вболівальників, принципово без залучення спонсорів. Як саме він розповсюджувався – невідомо, але на спеціалізованих форумах було зібрано шквал критики від тих, хто його створював або був наближений до авторів [5]. Загалом вийшло друком два номери «Ультрас UA» та один випуск журналу на газетному папері «FAN # 1», повністю присвяченого огляду перформансу великої кількості українських ультрас угруповань, але переважно клубів-грандів [6].

Існування більшості фанзинів поступово сходить нанівець, оскільки їхнє наповнення зазвичай не є актуальним, та й самі видання втратили статус чогось цікавого, незвичного, перетворившись на звичайну пресу певного спрямування. Усі події, які

можна було б описати, зібрані в інтернеті на сайтах «Український ультрас портал» та ультрас угруповань. У тих фанзинах, які досі випускають, з гордістю зазначають цей факт, як, наприклад, у фанзині ФК «Ворскла» (Полтава) [21], котрий не лише не припинив існування, а й має стабільну періодичність.

Новим та найпопулярнішим друкованим засобом стали стікери. Стікер (англ. *sticker* – наклейка) – це наклейка, котра містить значний інформаційний зміст при малому розмірі. Яскраві, привабливі, незвичайні та численні, вони неодмінно привертають до себе увагу як фанатів, так і звичайних людей. Окрім того, що це друкований продукт, стікер є візуальним атрибутом, елементом стріт-арту, стоячи на одному рівні з графіті та трафаретами.

Переваги стікера над іншими засобами самовираження полягають у таких показниках:

- велика кількість інформації за невеликого формату. Якщо це стікер, присвячений клубу, то на ньому обов'язково зображено те, що пов'язано з командою: емблема, назва, досягнення, зазначення друзів – тобто нагадування про команду, її прославляння. Стікером можна привітати своїх уболівальників («ФК Кривбас вітає з Новим Роком!»); образити (неприємне зображення або текст стосовно команди-суперника); розповісти про своє угруповання; повідомити про певну подію (запрошення на матч, річницю клубу); закликати на допомогу (акції на захист сім'ї Павличенків) тощо;

- дешевизна та простота виготовлення. Надрукувати зображення можна як на звичайному принтері вдома, так і замовити в друкарнях, котрі спеціалізуються на подібних речах. Розповсюдження відбувається зазвичай безоплатно, за схемою із рук у руки;

- зручність у використанні. Знову ж таки, через розмір його зручно носити з собою та наклеювати. Псування естетичного вигляду площі нанесення мінімальне. Місцем «відмітки» може стати як ліхтарний стовп рідного міста, так і стіна будинку десь за кордоном. Під час великих міжнародних змагань приймаючі міста просто вкривають стікерами, за якими можна дізнатися про географію відвідувачів і не лише за країною походження, а навіть за конкретним місцем («Печерськ вболіває за «Динамо»). На деяких стадіонах існують спеціально відведені стіни для наліпок (стадіон «Донбас Арена», м. Донецьк, прохід на гостювий сектор), що є певними особливостями цієї спортивної споруди. На відміну від трафаретів або графіті, для відмітки потрібно лише декілька секунд – зняти захисну плівку на звороті та притиснути рукою. Аби зірвати, потрібно вже більше зусиль, але за той час його встигнуть побачити й ознайомитися зі змістом.

Щодо художньої літератури, яка висвітлює питання навколофутболу, то ще донедавна вона була представлена переважно книжками англійців Д. Брімсона, Н. Хорнбі та Дж. Кінга. Можливо, через переклад та іноземну термінологію ультрас прирівнюють до хуліганів, що у свою чергу призводить до непорозуміння як серед звичайних громадян, так і серед фахівців. Певною мірою романтизація автором своїх пригод та образу

хуліганів різних країн призвела до того, що серед уболівальників молодшого покоління, котрі хотіли б стати ультрас, досить велика кількість хуліганів, які керуються прочитаним, не усвідомлюючи своєї поведінки.

У 2006 р. з'являється книжка «Don't stop. Вболівальники – фанати – хулігани. Історія руху прихильників ФК «Динамо» Київ» у спогадах очевидців» В. Алмашина – вболівальника ФК «Динамо» (Київ). Вона одразу стала неймовірно популярною серед усіх, хто цікавиться навколофутболом та футболом взагалі. Як зазначено в назві, у ній зібрані спогади безпосередніх учасників подій, які відбувалися протягом 1981–2005 рр. і в яких брали участь динамівські фани, історія від самого зародження руху до сьогодення. Презентація відбулася 7 червня 2006 р. у кнайп-клубі «Купідон» [20] і за півроку (з 07.06.2006 до 01.01.2007) стала лідером продажу [7]. На спортивних форумах її називають настільною книгою вболівальника. На початку 2012 р. виходить друга книжка В. Алмашина «Больше чем игра. Сказки, мифы и легенды реакционного мракобесия» [1], у якій серед розповідей про минулі часи з'являються історії біло-блакитного руху та, спираючись на навколофутбольні факти, пояснюється причина руху фанатів по всьому світу.

Натхнені успіхом київської «Don't stop», фани мариупольського Іллічівця, а саме А. Діхтяр написав книжку «Краткое повествование становления и развития мариупольского футбольного фан-движения 1987–2008» [4], яка побачила світ у 2009 р. Вона так само присвячена історії навколофутболу місцевої команди – ФК «Іллічівець». Маючи тираж лише 150 примірників, книжка стала справжнім раритетом серед усіх, хто цікавиться історією клубу та фанатизмом.

Також до творів вітчизняної художньої літератури, яка описує навколофутбольний простір, належить збірка «Письменники про футбол. Літературна збірнка України», видана в 2011 р. На відміну від книжок В. Алмашина та А. Діхтяра, вона не про фанів та для фанів, а «історії із власного життя».

Підсумовуючи проаналізований матеріал, можна зробити *висновки*. Друковані засоби, котрі використовуються та розповсюджуються спільнотою ультрас, бувають різних видів та мають різний інформаційний зміст. Це можуть бути листівки, фанзини, стікери та художня література. Їхнє виникнення та становлення залежить від потреб та розвитку суспільства. Не завжди великі за розміром та наповненням видання справляються з поставленою метою – розповсюдженням інформації про навколофутбольне середовище, оскільки поширюються всередині спільноти і не виходять за її межі, не стають загальнодоступними. Розповсюджуючи навколофутбольну інформацію найпростішим способом – ксерокопйованими листівками – засновники руху збільшили та залучили до спільноти велику кількість зацікавлених людей. Еволюціонувавши до солідних журналів, преса фанів поступово зникає, залишаючи в друкованому вигляді знову ж таки найпростіший носій інформації – стікер. Твори художньої літератури іноземних авторів повільно, але замінюють книжками вітчизняних авторів – уболівальників, котрі знають історію руху, можуть пояснити сутність та передати досвід

молодшому поколінню. Тож спеціальна література, ставши доступною для всіх, приведе до порозуміння та сприйняття представників субкультури ультрас.

Література

1. Алмашин В. Больше, чем игра. Сказки, мифы и легенды реакционного мракобесия / В. Алмашин. – Львів : Каменяр, 2012. – 136 с.
2. Алмашин В. Don't stop. Вболівальники-фанати-хулігани. Історія руху прихильників ФК «Динамо Київ» у спогадах очевидців. / В. Алмашин. – К. : Нора-друк, 2006. – 104 с.
3. Большая советская энциклопедия: в 30 т. – М. : Советская энциклопедия, 1969–1978 [Электронний ресурс] / Словари Яндекс. – Режим доступа : <http://slovari.yandex.ru/~%D0%BA%29/>.
4. Дихтярь А. Краткое повествование становления и развития мариупольского футбольного фан-движения 1987–2008 / А. Дихтярь. – Мариуполь, 2009. – 104 с.
5. Журнал «Ультрас UA». Форум [Електронний ресурс] / Форум на ultras.org.ua. – Режим доступа : <http://ukrultras.com/forum/viewtopic.php?t=251&highlight=>.
6. Журнал «FAN # 1» [Електронний ресурс] : Український ультрас-портал. Фанзини. – Режим доступа : http://ultras.org.ua/magazine/fan_1.php.
7. Кращі книги – 2006 в «Книгарні видавців» [Електронний ресурс] : UAbooks.info портал української книжкової індустрії. – Режим доступа : http://uabooks.info/ua/book_market/best_sellers/?pid=1941&print=1.
8. Перевидання фанзину «Сектор 23» [Електронний ресурс] : Mag Shop інтернет-магазин фанатської літератури. – Режим доступа : <http://magshop.appee.ru/product.php?prodid=158>.
9. Письменники про футбол. Літературна збірна України / Упор. С. Жадан. – Харків : Клуб сімейного дозвілля. – 2011. – 320 с.
10. Святослав : фанзин / засн. ультрас Динамо Київ. – 2007. – №1. – К. 32 с. – Раз на рік.
11. Святослав : фанзин / засн. ультрас Динамо Київ. – 2008. – №2. – К. 108 с. – Раз на рік.
12. Святослав : фанзин / засн. ультрас Динамо Київ. – 2011. – 3. – К. 181 с. – Раз на рік.
13. Святослав : фанзин [Електронний ресурс] : Святослав он-лайн – Режим доступа : <http://www.wbc.kiev.ua/magazine/login.php>.
14. Фанзин «Волки» [Електронний ресурс] : Український ультрас-портал. Фанзини. – Режим доступа : http://ultras.org.ua/magazine/volky_1.php.
15. Фанзин «Странник» [Електронний ресурс] : Mag Shop інтернет-магазин фанатської літератури. – Режим доступа : http://magshop.appee.ru/template_content_64.php.
16. Фанзин «Странник» [Електронний ресурс] / Реставрація журналу №4. – Режим доступа : <http://lady-lads.livejournal.com/112206.html>.
17. Фанзин «Фан легіон» [Електронний ресурс] : Український ультрас-портал. Фанзини. – Режим доступа : http://ultras.org.ua/magazine/fan_legion_1.php.
18. Фанзин «Ультрас» [Електронний ресурс] : Український ультрас-портал. Фанзини. – Режим доступа : http://ultras.org.ua/magazine/ultras_1.php.
19. Фанзин «Volontaire» [Електронний ресурс] : Wglife. Ворскла Полтава. – Режим доступа : <http://wglife.com.ua/fanzini.html>.

20. Don't Stop [Електронний ресурс]: Народний оглядач. – 2006. – Режим доступу : <http://ar25.org/article/dont-stop.html>.

21. White Green Life # 5 [Електронний ресурс] : Wglife. Ворскла Полтава. – Режим доступу : http://wglife.com.ua/fanzin_5.html.