

## REVOLUȚIA „ULTRAȘILOR”

**Dinu GUȚU** (1988, Chișinău) este licențiat al Facultății de Științe Politice a Școlii Naționale de Științe Politice și Administrative din București (2010) și face Masteratul în Teoria și Analiza Politică. Membru de grup "Ultras".

Dinu GUȚU

# Revoluția „ultrașilor”

(antietatism, violență simbolică și potențial  
insurecțional în cadrul fenomenului „Ultras”)

CARTIER  
i s t o r i c

## CARTIER

Editura Cartier, SRL, str. București, nr. 68, Chișinău, MD2012.

Tel./fax: 24 05 87, tel.: 24 01 95. E-mail: cartier@cartier.md

Editura Codex 2000, SRL, Strada Toamnei, nr. 24, sectorul 2, București.

Tel./fax: 210 80 51. E-mail: romania@cartier.md

Cartier & Roman LLC, Fort Lauderdale, SUA. E-mail: usa@cartier.md

Support juridic: Casa de Avocatură EuroLegal

www.cartier.md

*Cărțile CARTIER pot fi procurate în toate librăriile bune din România și Republica Moldova.*

*Cartier eBooks pot fi procurate pe iBookstore.*

### LIBRĂRIILE CARTIER

*Librăria din Centru*, bd. Ștefan cel Mare, nr. 126, Chișinău. Tel./fax: 21 42 03. E-mail: librariadincentru@cartier.md

*Librăria din Hol*, str. București, nr. 68, Chișinău. Tel./fax: 24 10 00. E-mail: librariadinhol@cartier.md

*Librăria 9*, str. Pușkin, nr. 9, Chișinău. Tel.: 22 37 83. E-mail: libraria9@cartier.md

### Comenzi CARTEA PRIN POȘTĂ

CODEX 2000, Str. Toamnei, nr. 24, sectorul 2, 020712 București, România

Tel/fax: (021) 210.80.51

E-mail: romania@cartier.md

www.cartier.md

Taxele poștale sunt suportate de editură. Plata se face ramburs, la primirea coletului.

Colecția *Cartier istoric* este coordonată de Virgil Pâslariuc

Editor: Gheorghe Erizanu

Lector: Valentin Guțu

Coperta seriei: Vitalie Coroban

Coperta: Vitalie Coroban

Credit fotografic: Adrian Scutariu, Denisa Pătrașcu, Ioana Moldovan, www.romanianultras.net, www.ultras-tifo.net

Design/tehnoredactare: Ana Cioclo, Georgeta Fusa

Prepress: Editura Cartier

Tipărită la Combinatul Poligrafic (nr. 20448)

Dinu GUȚU

REVOLUȚIA „ULTRAȘILOR” (ANTIETATISM, VIOLENȚĂ SIMBOLICĂ  
ȘI POTENȚIAL INSURECȚIONAL ÎN CADRUL FENOMENULUI „ULTRAS”)

Ediția I, mai 2012

© 2012, Editura Cartier pentru prezenta ediție. Toate drepturile rezervate.

Cărțile Cartier sunt disponibile în limita stocului și a bunului de difuzare.

Descrierea CIP a Camerei Naționale a Cărții

Guțu, Dinu

Revoluția „ultrașilor” (antietatism, violență simbolică și potențial insurecțional în cadrul fenomenului „Ultras”) / Dinu Guțu; cop.: Vitalie Coroban. – Ch.: Cartier, 2012 (Combinatul Poligrafic). – 132 p. – (Colecția „Cartier istoric”). – 500 ex.

ISBN 978-9975-79-764-1

323.22/.26

G 98

# Cuprins

Introducere .....	9
<b>Capitolul I. Grupul „ultras” (brigada) .....</b>	<b>21</b>
1.1. Comportamentul în cadrul grupului .....	24
1.2. Cultură, instinct și agresivitate .....	25
<b>Capitolul II. Violența simbolică .....</b>	<b>28</b>
1.1. Religie și sport (la Durkheim) .....	29
1.2. Violența rituală în cadrul fenomenului „Ultras” .....	32
a. ritul integrator .....	33
b. ritul compensator .....	34
1.1. Violență și teritorialitate .....	35
1.2. Violența simbolică (de la stadion la Bourdieu) .....	37
<b>Capitolul III. Antietatismul .....</b>	<b>41</b>
1.1. Schemă metodologică de construcție a inamicului .....	43
1.2. Teoria etichetării .....	46
1.3. Antietatism și devianță pozitivă .....	48
1.4. Antietatism și violență politică .....	48
<b>Capitolul IV. Potențialul revoluționar al fenomenului „Ultras” .....</b>	<b>52</b>
1.1. Minorități active în revoluții .....	54
1.2. Modele alternative care simulează condițiile de declanșare a unei insurecții. Minerii .....	54
1.3. Teoria deprivării relative .....	56
1.4. Deprivare relativă la nivel valoric și normativ. Cazul Legii 4/09.01.2008 .....	57
1.5. Model teoretic aplicat cu privire la potențialul de violență al galeriilor de fotbal .....	59
1.5.1. Schema modelului teoretic aplicat .....	66
1.5.2. Situații ipotetice ale modelului teoretic .....	67

<b>Capitolul V. Metodologia cercetării. Analiza cercetării</b> .....	69
5.1. Chestionarul. Potențialul de insurecție al „ultrașilor”	
Studiu de caz – România .....	69
5.1.1. Chestionarul on-line .....	70
5.1.2. Eșantionarea .....	71
5.1.3. Modul de susținere .....	74
5.1.4. Violența simbolică .....	76
5.1.5. Antietatismul .....	77
5.1.6. Date demografice .....	82
5.2. Studiu de caz – Ungaria, 2006 .....	83
5.2.1. Desfășurarea evenimentelor .....	86
5.2.2. Model teoretic aplicat – Ungaria, 2006 .....	87
5.3. Metoda observației. Fotografia .....	93
Concluzii .....	95
În loc de epilog .....	99
Bibliografie .....	109
Articole și publicații. Site-uri .....	111
Anexă .....	114

*Țin să mulțumesc lui Andrei Vlăducu și lui Mihai Petrea pentru susținerea morală și epistemică în redactarea acestui text, lui George Simion și Andei Șerban, pentru contribuția la cercetarea cantitativă a lucrării, Nadejdei Ghilca, pentru aportul „artistic” la realizarea hărții, dlui profesor Ștefan Stănciugelu, care a dat sens și culoare acestui material, și tuturor băieților de brigadă, a căror iubire pătimașă pentru culori și libertate a făcut subiectul acestei cărți.*





## Introducere

Probabil, cel mai frecvent și mai constant mod de manifestare a violenței colective în Europa – huliganismul sau violența în sport – are o imagine socială distorsionată, plecând de la cele două surse importante care furnizează informație cu privire la acest fenomen: presa și poliția.

Originalitatea subiectului, de asemenea impactul social și mediatic masiv pe care l-a căpătat acesta în ultimul deceniu în România și lipsa unei analize academice imparțiale m-au determinat să realizez această lucrare.

Proiectul de cercetare nu-și propune să trateze huliganismul sau devianța în sport, pentru că am fi naivi să credem că un fenomen atât de complex ca „abilitatea umană de a construi dușmani reali sau simbolici”<sup>1</sup> poate fi „tratată”. Fie că vine din tendința de „ritualizare a dramelor”, fie că din energiile necontrolabile degajate în cazul meciurilor de fotbal, violența în sport înseamnă mult mai mult decât manifestarea agresivă a unor grupuri de suporteri. Ceea ce încearcă să releve studiul de față este „partea nevăzută a aisbergului”, formată dintr-o „mixtură” ce implică antietatism, un puternic patriotism local, coduri ale onoarei și

---

<sup>1</sup> Garry Armstrong, *Football Hooligans*, Knowing the score, 1996, Oxford.

alte elemente de violență simbolică și rituală pe care majoritatea studiilor de specialitate le omit din arealul cercetării.

Lucrarea își propune să surprindă și prezența în cadrul galeriilor a două componente care ar întări ipoteza: antietatismul și violența simbolică. Având o existență relativ restrânsă (circa 15 ani pentru România), fenomenul susținerii organizate a echipelor de fotbal este într-o continuă evoluție, tocmai din acest motiv, mizez pe caracterul inovativ pe care-l poate aduce această lucrare atât în domeniul psihosociologiei, cât și în cel al violenței colective sau chiar al teoriei revoluțiilor.

Marea dilemă epistemică rămâne să explice dacă galeriile echipelor de fotbal reprezintă doar supape de „evacuare” a violenței sociale sau pot deveni „armate” de contestare cu un puternic potențial revoluționar.

Ipotezele de lucru sunt următoarele:

1. Prezența violenței simbolice și a antietatismului în cadrul mișcării „Ultras” alimentează potențialul insurrecțional al suporterilor.
2. Violența de stradă a suporterilor echipelor de fotbal se poate transforma în violență revoluționară.

Această lucrare se încadrează în curentul culturalist, găsindu-l cel mai potrivit pentru a descrie și a înțelege grupul studiat: „orientându-se spre cunoașterea cât mai exactă a culturilor vii, concepute ca sisteme de norme și valori care ființează în sine, independent de determinismele sociale care pot influența mecanismele culturale la un moment dat al funcționării lor”<sup>2</sup>. Culturalismul studiază modul în care „cultura influențează grupul și individul, și nu invers”<sup>3</sup>. Fiind în continuă dezvoltare

---

<sup>2</sup> Nicolae Frigioiu, *Antropologie politică*, Ed. Tritonic, București, 2009, p. 48.

<sup>3</sup> Idem, p. 49.

re, abordarea culturalistă se potrivește cu specificul arealelor de cercetare abordate, dar și cu o parte din autorii pe care-mi fundamentez cadrul teoretic al lucrării: Pierre Bourdieu, Jean Baudrillard ș.a.

Care sunt elementele comune și ce diferențiază modul de susținere a echipelor de fotbal în Europa? Cum explicăm natura diferită a suporterilor? Există un specific regional în acest sens? De cele mai multe ori, atât în analiza violenței din fotbal, cât și în ce privește modul de manifestare a suporterilor, sociologii aplică stereotipuri, făcând abstracție de specificul cultural diferit al fenomenului. Modul de manifestare al suporterilor trebuie raportat la ritual și la simbolismul colectiv al culturii din care fac parte aceștia<sup>4</sup>. Înțelegerea fenomenului fanatismului sportiv ține de un specific regional bine definit, tocmai din acest motiv, țin să fac din start o delimitare între tipurile de susținere a echipelor de fotbal, pentru a nu cădea în relativismul caracteristic publiciștilor sau chiar unor sociologi. Cea mai gravă eroare în studiul violenței colective ține de atribuirea etichetei de „huligani” tuturor membrilor unui grup organizat care susțin o anumită echipă, termenul fiind preluat din spațiul anglo-saxon, unde aceștia se identifică cu violența sportivă a unei subculturi specifice: „Hooligans”.

Modul de manifestare a galeriilor de fotbal cunoaște o largă diversitate, care are un caracter regional bine definit:

- Ultras;
- Hooligans;
- Fanatics.

Ținând cont de importanța sau de predilecția cu care se manifestă fenomenul susținerii echipelor de fotbal în Europa,

---

<sup>4</sup> Ramón Spaaij, *Understanding Football Hooliganism: A Comparison of Six Western European Football Clubs*, Amsterdam University Press, 2007, p. 313.

mă voi opri la un studiu comparativ al acestei regiuni. Pornind de la demonstrarea ipotezelor acestei lucrări și de la specificul analizei cantitative (realizată pe România), am restrâns studiul doar pentru fenomenul „Ultras”.

Voi începe de la clivajul care există între specificul galeriilor din nordul Europei, cunoscute ca „Hooligans”, și al celor din sud – „Ultras” (vezi harta, imaginea 3). Pentru restrângerea ariei de cercetare și eliminarea oricăror incertitudini academice, văd imperios necesară o delimitare empirică între cele două forme de manifestare. Voi prezenta deci mai întâi specificul subculturii „Hooligans”, pentru a putea distinge mai apoi diferențele conceptuale ale fenomenului „Ultras”.

## Huliganul

„Huliganul de astăzi e un rebel romantic, gata să sufere (fizic) în confruntările cu adversarii sau poliția. El nu e un simplu nihilist. Acesta luptă pentru culorile clubului, practicând o violență virtuoașă: nu atacă niciodată publicul inocent și nu folosește niciodată arme”<sup>5</sup>. Chiar dacă citatul respectiv nu se încadrează neapărat în limitele academice ale unei descrieri sociologice, la nivel empiric el cuprinde foarte reușit elementele definitorii ale unui exponent al acestei subculturi. *Encyclopedia of the Gangs* definește huliganismul ca pe „un comportament deviant al suporterilor unui club profesionist de fotbal, manifestat, de obicei, înainte sau după încheierea meciurilor de fotbal”<sup>6</sup>. Pentru un huligan, ideea de „violență” este mai importantă decât meciul în sine. Grupați în „firme”, aceștia reușesc să provoace ciocniri cu celelalte grupuri rivale ca „meciuri alternative” la lupta din teren. Performanțele sportive ale

---

<sup>5</sup> Franklin Foer, *How soccer explains the world*, New York, 2004, p. 102.

<sup>6</sup> Louis Kontos, David Brotherton, *Encyclopedia of the Gangs*, Londra, 2008.

clubului pe care-l susțin nu mai contează, din moment ce huliganii formează o echipă propriu-zisă. Mergând pe principiul lui Bourdieu: „O persoană va răspunde provocării unui egal”, o „firmă” va accepta doar o confruntare cu o grupare similară ca structură, nu se urmărește eliminarea totală a adversarilor. Astfel jocul s-ar sfârși.

Teoria neotribalismului ca ideologie postmodernă<sup>7</sup> explică formarea grupurilor de huligani mai ales pentru spațiul anglo-saxon. Asemenea unui neo-trib, „firma” britanică își „recruitează” membrii după principiul voluntariatului, angajamentul comun al acestora presupunând un grad înalt de iraționalitate. „Firma” nu are lider sau un bord de conducere, de unde și gradul sporit de libertate în comportamentul membrilor. Astfel indivizii pot „migra” rapid de la un „trib” la altul, schimbându-și doar tipul de consum (valori, bunuri etc.). Din acest motiv „firmele” englezești au cunoscut, începând cu sfârșitul anilor '60, o „contaminare” cu alte subculturi: mods, skinheads, suedeheads etc. În consecință, nu „firma” reglementează accesul în grup, ci tipul de consum dominant. Adăugând și dimensiunea de „dress-code”, care apare în rândul huliganilor englezi la începutul anilor '70, odată cu apariția curentului „Casual” (vezi imaginile 1 și 2) distingem elemente pronunțate de subcultură pe care le preia huliganismul britanic. „Casual” reprezintă un curent specific huliganismului britanic, care se manifestă prin introducerea unui nou stil vestimentar în rândul huliganilor, caracterizat prin utilizarea de mărci scumpe (Aquascutum, Ben Sherman, Stone Island, Fred Perry) și prin ignorarea culorilor clubului, pentru a evita opresiunile din partea poliției sau a fanilor adversi. Un motto celebru al unui astfel de brand portretizează excelent într-o notă ironică conceptul de „casu-

---

<sup>7</sup> Z. Baumam, T. May, *Thinking Sociologically*, Oxford: Blackwell Publishers.

al”: „A gentleman who portrais himself in a presentable manner for his home and away excursions” (Un gentleman care se afișează într-o manieră prezentabilă în excursiile sale de acasă și din deplasare). Termenul „excursie” este folosit evident pe o notă peiorativă, codând mesajul la care au acces doar cei care sunt afiliați subculturii. Paradoxul acestui grup vine din specificul postmodern de răsturnare a valorilor, puternic vizibil în disonanța: „gentleman” (care respectă normele și un cod vestimentar) vs „excursii/deplasări” (violente). „Casualul” este rebelul decadenței postmoderne, produs al alienării și postindustrializării. Violența fizică, care este bine instituționalizată și reglementată (fiind mai degrabă un element ritualic), reprezintă nevoia de pericol și dramatizare, într-o lume în care dramele și ritualurile de trecere lipsesc. Astfel fenomenul nu se mai restrânge ca mod de manifestare la „zidurile” stadionului, ci devine o cultură urbană bine definită: puburi, dress-code, teritoriu. Echipa de fotbal nu mai reprezintă decât pilonul în jurul căruia se formează identitar grupul, ce are ca mod prioritar de manifestare violența fizică. Cu toate că presa distinge și etichetează întreaga galerie a echipei cu apelativul „huligan”, doar o mică parte dintre membrii acesteia participă la acte de violență colectivă în masă. În cazul fenomenului „Ultras”, care face și subiectul acestei lucrări, lucrurile sunt mult mai complexe, modul său predilect de manifestare fiind violența simbolică și rituală.

### „Ultras”. Scurt istoric

Sub aspect lexical, termenul *ultra* vine din latină, însemnând „dincolo de aceasta”, „peste măsură de”, „de peste”<sup>8</sup>. În ceea ce privește perspectiva sociologică a termenului, acesta definește

---

<sup>8</sup> Gheorghe Guțu, *Dicționar latin-român*, Ed. Științifică, București, 1993, p. 445.

modul de manifestare (practicile) și setul de valori ale „suporterilor militanți”<sup>9</sup> ai echipelor de fotbal, exprimând „nu doar un element de apartenență, ci și un mod de a fi” al acestora<sup>10</sup>.

Într-o conferință a Consiliul Europei, prof. Daniela Wurbs definește „ultrașii” ca fiind suporterii „de extremă” ai unui club. Conceptul „de extremă” nu trebuie încărcat negativ, ci mai degrabă asociat cu ideea de „foarte pasionat”. Dacă în societate avem modși și punkeri, în fotbal aceștia sunt „ultrașii”. Fenomenul „Ultras” nu aparține doar stadionului, fiind mai degrabă un fel de a fi, o subcultură, cu diverse forme de expresie. Autopercepția de „ultras” face parte, așadar, dintr-un set de practici specifice vieții de zi cu zi – identificarea și susținerea (uneori irațională) a unei echipe.

Fiind o subcultură, mișcarea „Ultras” din România este în mare parte de împrumut – Italia fiind modelul de imitație. Lansat după cel de-al Doilea Război Mondial, conceptul de „Ultras” apare în „Cizmă”, luând amploare odată cu o declarație a lui Helenio Herrera, antrenorul lui Inter Milano, care inconștient reușește să impulsioneze probabil cel mai important fenomen de susținere a echipelor de fotbal, plângându-se președintelui: „*Nu înțeleg de ce Interul n-are suporterii atunci când joacă în deplasare?*”. Acesta reprezintă, pesemne, momentul decisiv în ce privește nașterea fenomenului „Ultras”, astăzi fiecare echipă având suporterii în deplasare, formă de creare a patriotismului local și implicit a rivalităților dintre suporterii. Odată cu sfârșitul anilor '60, aceste grupuri de suporterii decid să se desprindă de susținătorii clasici și, din motive

---

<sup>9</sup> Christian Brombenger „*Per un'etnologia dello spettacolo sportivo*”, 1989, p. 160.

<sup>10</sup> Amalia Signorelli, *Territoires: les tifosi, l'équipe et la cité*, p. 620, în *Ethnologie française*, 1994.

identitare, ocupă sectoarele stadioanelor din spatele porților (peluzele). Este momentul în care spectacolul se mută în tribune. „Ultrași” se identifică cu „bannerul” sau cu steagul de gard, element de delimitare teritorială și simbolică în tribună, dar și cu modul fervent de susținere a echipei, completat de un comportament exacerbat de intimidare a grupurilor adverse. Printre celelalte componente de identificare a stilului „Ultras” se regăsesc spectacolele pirotehnice, coreografiile de peluză, cântecele, mesajele – toate însoțite de o puternică simbolistică și încărcătură belicoasă, un prim element de recunoaștere a violenței simbolice în cadrul galeriilor. Pentru a putea înțelege amploarea fenomenului, astăzi, doar în Italia există peste 200 000 de membri de brigăzi „ultras” și un milion de suporterți uniți în fan-cluburi<sup>11</sup>.

Cultura „ultras” nu reprezintă o cultură a violenței fizice, cu care este asociată adesea, ci *o cultură a tinereții, o celebrare a vieții autentice*<sup>12</sup>. De aici și campania: „No al calcio moderno” (Nu fotbalului modern), provenită din comercializarea în exces a industriei fotbalistice. Mișcarea apare în anii '80, venind într-un fel din restricțiile tot mai dure impuse suporterilor fanatici la nivelul modului de manifestare, cât și din influența curentului „DIY – do it yourself”, specific culturii punk, ce presupune o blamare a consumului și a marketizării și renașterea autenticității și a ideii de unicitate. De aici cultul „ultrașilor” de a-și confecționa singuri materialele (steaguri de gard) și de a-și alege codul vestimentar (hanorace, tricouri personalizate), reprezentând identitatea grupului.

Cultura fotbalistică a „ultrașilor” se bazează pe două mari componente: dragostea față de club și antagonismele față de cluburile rivale.

---

<sup>11</sup> Vasile Dincu, *Fotbalul românesc și societatea*, 2009.

<sup>12</sup> Vasile Dincu, Nu trageți în suporterți, în revista *Ultra*, 2012.



Relația dialectică dintre cele două componente este foarte diversă. Astfel clivajele dintre susținătorii de echipe sunt diferențiate de mai mulți factori:

- **proximitatea teritorială** (existența unui raport direct între distanța dintre stadioane și rivalitatea dintre grupurile de suporteri, aceasta fiind o formă de „intoleranță spațială”, așa cum vom vedea mai jos, ex.: Fenerbahçe Istanbul/Galatasaray Istanbul);
- **clivajul regional** (existența unei rivalități la nivelul orașelor/regiunilor reprezentate de echipele respective, ex.: A.C. Milan/Juventus Torino, Panathinaikos Atena/Olympiakos Pireu etc.);
- **clivajul sociopolitic** (aparitia clivajului de clasă în susținerea a două echipe: muncitori/monarhiști: Atlético Madrid/Real Madrid);
- **clivajul ideologic** (existența a două curente ideologice tradițional specifice pentru suporterii de cluburi, ex.: stânga/dreapta: Livorno/Lazio Roma, Paris Saint-Germain/Olympique Marseille etc.);
- **clivajul religios** (prezent mai rar, acest tip de dialectică a atins apogeul în confruntarea dintre Celtic Glasgow și Glasgow Rangers, primii fiind catolici, republicani și pro-irlandezi, iar ultimii protestanți, monarhiști și pro-britanici);
- **clivajul etnic** se manifestă, cel mai adesea, în zonele în care există un teritoriu separatist sau diferit ca autopercepție identitară de majoritatea națională a statului respectiv; ex.: Athletic Bilbao – Real Madrid, prima echipă reprezentând Țara Bascilor, iar a doua ideea de statalitate a Regatului Spaniei (Real fiind prin tradiție echipa Regelui); FC Barcelona (simbolul Cataloniei) – Real Madrid.

Majoritatea acestor clivaje existente în cadrul galeriilor de fotbal se manifestă, de obicei, la nivelul memoriei și percepției

colective a suporterilor. Acestea se pot intersecta, existând rivalități pe mai multe niveluri. Am ținut să prezint și să clasific aceste tipuri de relaționări între grupările de suporteri rivale pentru a determina complexitatea formării acestora și implicațiile lor sociopolitice profunde. Făcând parte din același cadru teoretic al lucrării, întrebarea legitimă în acest context este dacă asumarea acestor identități de către grupurile de suporteri în cadrul meciurilor de fotbal potențează sau, dimpotrivă, „evacuează” agresivitatea dintre actanți.

### Clivajul Ultras/Hooligans. Harta Europei

Realizarea unei astfel de hărți (imaginea 3) reprezintă o inovație absolută în domeniul teoretizării modului de manifestare al suporterilor. La nivelul simțului comun al suporterilor există delimitări regionale nete între modurile de manifestare determinate cultural. Inovația acestui instrument vine din aplicarea unor indicatori pentru determinarea modului de manifestare dominant pe stadioanele europene.

Am pornit realizarea hărții de la analiza ligilor superioare de fotbal din Europa. Astfel, din cadrul galeriei fiecărei echipe de fotbal am ales două criterii pentru a analiza apartenența la subcultura „Hooligans” sau la fenomenul „Ultras”:

- a. autopercepția grupurilor (denumire);
- b. mod de manifestare.

	Ultras	Hooligans
a. autopercepție	Tifosi, ultras, supras	Hools, firms, casuals, vikings
b. mod de manifestare	– Coregrafii, spectacole pirotehnice, steaguri de gard, mesaje, fulare în culorile clubului – violență simbolică	– Fair-fight-uri, Union Jack-ul, steagul Sf. Gheorghe, subcultura „Casual” – violență fizică

Formula pe care am aplicat-o în calcularea gradului de apartenență la subcultura „Ultras” este:

$$(a + b) : 2,$$

(unde valoarea maximă a lui „a” și „b” poate fi 10).

Pentru realizarea hărții am utilizat scalarea multidimensională, ce prevede: „reducerea datelor prin care pot fi identificate principalele dimensiuni latente ale reprezentării unei mulțimi de obiecte, obținută ca rezultat al evaluării obiectelor de către cercetător”<sup>13</sup>. În cazul acestei lucrări am obținut o „hartă perceptuală” pentru fiecare stat în parte, hartă care este reprezentarea „poziționării relative a obiectelor în funcție de cele două dimensiuni: Ultras sau Hooligans. În cazul Europei, existând doar două moduri de manifestare a suporterilor, am aplicat principiul dialectic, astfel, procentajul rămas neacoperit revenind celeilalte subculturi – Hooligans, în majoritatea cazurilor acestea coexistând, dar în raporturi diferite.

Așa cum este specific scalării multidimensionale, am realizat o scală cu 10 niveluri, unde:

- 1 – Hooligans ..... 10 – Ultras
1. Hooligans 100%
  2. Existența doar nominală a grupurilor Ultras
  3. Prezența episodică și nesemnificativă a grupurilor Ultras
  4. Prezența ambelor curente cu dominație Hools
  5. Prezența în mod egal a ambelor subculturi
  6. Scenă Ultras cu importante influențe Hools
  7. Existența unei ușoare influențe Hooligans
  8. Ultras dominant cu câteva grupuri de inspirație Hools
  9. Ultras cu 1-2 grupuri nesemnificative Hools
  10. Ultras 100%, fără influențe exterioare.

---

<sup>13</sup> Irina Culic, *Metode avansate în cercetarea socială*, Ed. Polirom, 2004.