

Reproducerea identității naționale și naționalism în grupurile ultras – un studiu de caz

Abstract: *Can sport contribute to the reproduction of national identity? Starting from Hobsbawm and going on through some scholars, we can find out about the role sport plays in the reproduction of national identity. Sporting nationalism is a topic that has risen a lot of interest. Yet, there are some areas that are still largely unexplored, particularly in Romania. One of these is: „can football lead to the grassroots reproduction of national identity?” This is a question I intend to answer in the following article. Furthermore, I will try to explore the way the ultras identity is related to the national identity in one case, the case of the supporters of Dinamo Bucharest. So, by answering the following questions, I will try to argue that the ultras movement can be seen as a form of grassroots nationalist phenomenon: how is identity and national identity reproduced? What does it mean to have a ultras identity? How does a „bottom-up” model of national identity reproduction work?*

Keywords: *national identity, ultras identity, grassroots nationalism*

1. Introducere

În cadrul studiului de față îmi propun să explorez modul în care identitatea națională este reprodusă „bottom-up” în cadrul unei galerii a unei echipe de fotbal din România. Sportivii sunt îndeobște considerați a fi o expresie a comunităților imaginate, aceștia fiind de multe ori văzuți drept reprezentanții națiunii, competițiile sportive, în special cele internaționale devenind, nu doar o luptă între echipe sau între sportivi, ci o confruntare a națiunilor prin cei mai de seamă reprezentanți ai acestora. (Hobsbawm și Ranger 2010, 143) John Fox relatează

modul în care studenții la drept au urmărit meciurile echipei naționale a României la Campionatul European din 2000 – în fața televizoarelor, în grupuri bine organizate, purtând fie tricouri de joc ale echipei, fie având steaguri tricolore în mână, strigând împreună „hai

România!”. (Fox 2006) Ieșirea acestora în piața „Avram Iancu” după meciul egal cu Germania, echipați cu steaguri și tricouri ale echipei naționale, cântând „Hai România” sau stingând pur și simplu „România! România!” reprezintă unul din încărcate de simboluri naționale care ajută la întărirea coeziunii naționale. (Durkheim și Fields 1995, 231-231) Așadar, după cum spune și Hobsbawm, „ceea ce a făcut sportul efectiv un mediu pentru a inculca sentimente naționale este ușurința cu care fiecare individ se poate identifica cu națiunea [...] Comunitatea imaginată de milioane pare mai reală într-o echipă de 10 oa-

Rareș RĂDOIU

????????????????

meni.”(Hobsbawm și Ranger 2010, 143) Sportul contribuie așadar la reproducerea identității naționale, acesta căpătând forme ritualice, activând sentimente naționale, sportul devenind un simbol central al societăților moderne, în viziunea lui **Ørnulf Seippel**, întrucât acesta generează mituri și povești care au rolul de a întări sentimentul de apartenență la națiune. Mândria față de atleți și de succesele lor generează acele sentimente de asemănare între indivizi, ca parte a naționalismului banal (teorie a lui Billing pe care o voi detalia în cele ce urmează).(Seippel 2017, 45)

Totuși, autorii care au cercetat relația dintre sport și reproducerea identității naționale s-au concentrat mai degrabă pe perspectiva „top-down” de reproducere a identității naționale, o perspectivă conform căreia individul este strict consumator de identitate. Plecând de la asumptia că identitatea națională este fluidă, voi încerca să observ modul în care individul poate îndeplini un rol dublu în cadrul unui grup bine definit, acesta fiind totodată producător și consumator de identitate națională.

Fotbalul este poate cea mai răspândită formă de manifestare cultural-sportivă, echipele europene adunând la meciuri zeci de mii de suporterți, iar în fața televizoarelor sute de mii, însă modul de organizare și de manifestare a acestora sunt încă destul de puțin cunoscute. Chiar dacă, începând cu anii '80 au început să apară reviste de specialitate, acestea și-au îndreptat atenția mai degrabă spre modul de manifestare a galeriilor anglo-saxone. Galerile de fotbal au 3 moduri specifice de manifestare, casuals, hooligans și ultras iar atenția mea se va îndrepta spre cel din urmă.(Guțu 2015b, 28-29) Acest mod de manifestare este specific sudului Europei, însă la începutul anilor '90 a ajuns și în România. Ultrașii, văzuți în acest caz drept fani „foarte activi care sunt își impulsionează echipa și care au făcut din asta o preocupare permanentă, pentru a se organiza o atmosferă tradițională pe stadion cu scopul de a încuraja în mod creativ echipa.”(Pilz and Wölki-Schumacher 2010, 5) Ultrașii au fost actori importanți atât în revoluția din Egipt, cât și în Croația, Serbia și Bosnia în timpul războiului civil iugoslav. În Egipt, ultrașii fanii ai lui Zamalek și Al Ahli au ieșit în stradă împreună cu protestatarii încă de pe 25 ianuarie și au ocupat Piața Tahrir, centrul demonstrațiilor, aceștia fiind un grup unit și având în mod tradițional dispute cu forțele de ordine, au luptat cu forțele de ordine pe străzi pentru a elibera piața. (Zikry Fareeda 2015, 19–20) În Iugoslavia, disputele violente dintre ultrașii lui Steaua Roșie Belgrad și Dinamo Zagreb au pornit, în 1990, de la mesajele naționaliste ale ambelor galerii. Arkan a reușit să folosească naționalismul fanilor Stelei Roșii, transformându-i într-o forță organizată folosită în operațiuni de „epurare etnică”.(Sack and Suster 2000, 311-13)

2. Teorii ale identității

„Identitatea este setul de semnificații care definește cine suntem când ocupăm un rol anume în societate, când suntem membrii ai unui grup sau când pretindem că avem anumite caracteristici prin care ne identificăm ca persoane unice.”(Burke and Stets 2009, 3) Burke spune că oamenii posedă mai multe identități, întrucât îndeplinesc mai multe roluri în societate, fac parte din multiple grupuri și au multiple caracteristici personale. Identitățile există exclusiv în cadrul unei structuri sociale, acestea caracterizând individul în funcție de pozițiile pe care acesta le ocupă în societate. (Burke and Stets 2009, 3-4) Individul poate avea atât identități sociale, cât și personale (de rol), ultimele fiind bazate pe diferitele poziții pe care le ocupă în structura socială și au în centru viziunea că individul este o „entitate unică, distinctă față de ceilalți indivizi”, fiind formate mai degrabă din calitățile individuale și caracteristicile pe care individul le

interiorizează. Spre deosebire de acestea, identitățile sociale sunt bazate pe apartenența individului la anumite grupuri. Burke spune că ambele funcționează în mod similar, identitățile reprezentând „ghidul” după care ne adaptăm comportamentul, orice individ având tendința de a-și controla acțiunile, astfel încât să modelăm percepțiile celor din jur. (Burke and Stets 2009, 112-13)

Identitatea socială este bazată pe identificarea persoanei cu un grup social (Hogg and Abrams 1988). Burke descrie grupul social ca pe „un set de indivizi care împărtășesc concepția că sunt membri ai aceleiași categorii sociale”. Astfel, spune el, pentru a avea o anumită identitate socială trebuie să împărtășești valori comune cu membrii grupului, să vezi lumea din aceeași perspectivă. Statutul de membru al acestor grupuri implică și o dihotomie clară între „noi și ei”. (Burke and Stets 2009, 118) Jenkins spune că identitatea colectivă presupune, pe de-o parte că membrii trebuie să aibă ceva în comun și pe de alta, că „incluziunea presupune și excluziune” astfel trebuie definite și criteriile de diferențiere față de ceilalți. Definindu-ne pe noi implică și cunoașterea celorlalți. (Jenkins 2008, 102) Identitatea de grup este așadar produsul unei „definiții colectiv-interne”, însemnând că relațiile cu indivizii relevanți generează similarități și diferențe iar acest proces dă naștere identității de grup. Pe de altă parte, categorisirea este „un proces generic de interacțiune, în acest caz de definire colectiv-externă”. Un grup este format atunci când membrii acestuia se recunosc ca făcând parte din acesta, însă dacă doar aceștia recunosc grupul, acesta este unul secret, fără impact social. Categorisirea grupului este iminentă, întrucât efectele categorisirii se răsfâng asupra membrilor acestuia, acest efect ajungând în mod invariabil asupra fiecărui grup. Categoria poate fi recunoscută sau nu de către membrii grupului și chiar dacă este recunoscută, este posibil ca aceștia să nu cunoască implicațiile acesteia în viața lor. Membrii unei categorii se recunosc, chiar dacă nu se cunosc personal, nu e necesară relaționarea între aceștia, dar e nevoie de recunoaștere reciprocă, a fel ca în identificarea specifică grupurilor. (Jenkins 2008, 104–9) Pentru Jenkins, identitățile colective trebuie înțelese ca fiind generate simultan de identitatea de grup și de categorisire. Distincția dintre cele două poate fi făcută printr-o analogie legată de procesul de identificare sau categorisire. Trebuie să plecăm de la ideea că identitățile colective sunt produse în mod procesual. Identificarea de grup presupune și categorisire, inversa însă nu e valabilă mereu, însă aceasta „creează identificarea de grup ca pe o posibilitate imediată”. (Jenkins 2008, 111) Hogg identifică două motive pentru care indivizii își asumă identitatea de grup. Primul se referă la stima de sine, membri grupului tind să compare grupul cu altele, judecând propriul grup în mod pozitiv, astfel fiecare membru căpătând încredere în sine. Al doilea motiv este reducerea incertitudinii, indivizii doresc ca mediul lor să fie previzibil iar acțiunile membrilor grupului, încadrându-se în normele specifice grupului oferă predictibilitate. (Hogg 2006 apud. Burke and Stets 2009)

Cohen propune o altă abordare, aducând în discuție construcția simbolică a comunității. Cohen vede în comunitate modul în care oamenii construiesc un sentiment de sine și un sens al celorlalți (...) sau setul de relații și interacțiuni față de ceilalți. (Amit 2002, 168–69) Comunitatea încorporează similarități și diferențe între „ei” și „noi”, diferența „se află în centrul conștiinței oamenilor asupra culturii lor [...] oamenii devenind conștienți de cultura lor când stau la limitele ei” (Cohen 1982, 2–3) Recunoașterea identității de grup, a ideii de „noi” derivă din conștientizarea că lucrurile sunt diferite aici și din sentimentul de amenințare a modului în care „facem lucrurile”. Cohen aduce trei argumente prin care explică modelul construcției simbolice. În primul rând, simbolurile generează un simț al apartenenței comune, astfel încât sportul îi poate uni pe membrii unei comunități și poate produce senzația apariției unei comu-

nități și pentru outsiders. În al doilea rând, comunitatea însăși este un construct simbolic. Indivizii se bazează pe aceasta în mod retoric și strategic iar comunitatea înseamnă pe de-o parte incluziune, pe de alta exclusiune. Ultimul argument susține că statutul de membru reprezintă împărțirea unor valori comune cu ceilalți membrii ai comunității, iar ceea ce este important de reținut aici este că membrii, chiar dacă nu au aceleași convingeri, împărtășesc și recunosc aceleași simboluri, sau cel puțin cred că o fac. (Jenkins 2008, 135–36) „Membrii unei comunități pot consimți cu toții că sunt diferiți de alte comunități într-o varietate de aspecte stereotipice. Dar asta nu înseamnă că se văd unul pe altul, sau pe ei, ca manifestând aceste diferențe în mod similar.” (Cohen 1986, 11)

Indivizii au tendința de a se distinge de ceilalți, atât la nivel colectiv, cât și la nivel individual, asumându-și identitatea națională. Națiunea oferă indivizilor un sentiment de apartenență dar le oferă indivizilor și argumentele pe baza cărora se diferențiază. Pentru a înțelege identitatea națională, Richard Jenkins susține că trebuie să înțelegem mai întâi faptul că aceasta este un proces continuu, și nu o esență imuabilă, reproducându-se printr-o dialectică „intern-externă” care implică atât sinteza auto-definirii, cât și asumptiile despre alții. (Jenkins 1996, 20) Un argument care ar putea să ajute la înțelegerea conceptului de identitate națională este cel formulat de Tim Edensor, conform căruia dihotomia dintre identitatea socială și cea individuală ar trebui să fie înțeleasă cu totul altfel, nu ca o dihotomie, ci ca o extindere, căci identitatea individuală depinde în mare măsură de „instrumentele sociale” și acționează în moduri sociale, fie în mod reflexiv sau ne-reflexiv. (Edensor 2002, 24) Acesta merge mai departe și susține, pe modelul lui Billig, că dinamicitatea procesului de formare a identității își are rădăcinile în viața cotidiană. Identitatea națională se referă la „folosirea resurselor istorice, ale limbii și ale culturii în procesul de a deveni, mai degrabă decât a fi: ceea ce suntem noi sau de unde venim și în egală măsură ce putem deveni.” (Hall and Du Gay 1996, 28) În viziunea lui Ian Craib, identitatea națională poate avea rolul de a proteja individul față de anxietate incertitudinii. (Craib 1998, 170).

3. Identitatea Națională – Cadrul Teoretic

Națiunile nu sunt comunități care să fie construite în jurul unor criterii obiective, ci sunt, conform lui Benedict Anderson, „comunități politice imaginate – și imaginate atât ca fiind limitate inerent și suverane”. Națiunea este imaginată ca o comunitate, întrucât aceasta este percepută ca fiind o „camaraderie orizontală”, care a făcut de-a lungul timpului ca oamenii să fie dispuși să moară în numele acesteia. Comunitățile sunt imaginate, întrucât membrii acestora nu ajung să se cunoască, oricât de mici ar fi acestea, dar fără să știe prea multe unii despre alții, aceștia își imaginează națiunea, ca fiind una omogenă. Anderson oferă un alt sens și termenului de naționalism, astfel naționalismul nu inventează națiuni unde acestea nu există, ci imaginează sau creează comunități care sunt „juxtapuse” națiunilor. Așadar, comunitățile se disting prin modul în care sunt inventate. (Anderson 1991, 6-7)

Hobsbawm și Ranger tratează problema tradițiilor, unul din elementele centrale ale identității naționale, conform lui Anthony Smith. Conform acestora, tradițiile care sunt prezentate ca fiind vechi, sunt de fapt, adesea, inventate sau au origini recente. Conceptul folosit de aceștia, cel de „tradiții inventate”, include atât tradițiile inventate sau construite și „instituționalizate formal” și acelea care au apărut mai recent. Conceptul se referă la „un set de practici, guvernate în mod normal de reguli acceptate deschis și tactic și de o natură simbolică sau rituală,

care caută să întipărească anumite valori, norme sau obiceiuri prin repetiție, care implică, în mod automat, continuitate față de trecut”. (Hobsbawm și Ranger 2010, 1) Tradițiile inventate tind să fie mai degrabă vagi, nespecifice, incluzând patriotism, loialitate și datorie, ajutând la formarea unei apartenențe de grup, în timp ce tradițiile vechi sunt specifice, stabilind puternice legături sociale. Simbolurile și practicile „semi-ritualice” sunt cele care determină conștiința civică. Tradițiile inventate se folosesc de istorie pentru a se legitima și pentru formarea coeziunii de grup, punând accentul pe relația dintre popor și trecut. (Hobsbawm și Ranger 2010, 8-12)

Națiunile sunt reproduse permanent, într-o lume a națiunilor, iar pentru asta un întreg complex de credințe, asumții, obiceiuri și practici trebuie reproduse într-un mod banal, monden, susține Michel Billig (Billig 1995, 6) Conform acestuia, națiunea este „fluturată” (flaged) zilnic în viețile cetățenilor, acestora li se amintește constant apartenența la națiune, fără ca ei să realizeze asta în mod conștient. Identitățile naționale sunt forme ale vieții sociale, mai degrabă decât stări psihologice interne, cum ar fi creațiile ideologice cuprinse în procesul istoric al națiunii. Billing preia de la Tajfel ideea conform căreia o națiune sau un grup pot să existe doar dacă membrii se identifică cu grupul sau națiunea; indivizii trebuie să se categorizeze conform grupului. (Billig 1995, 66). Astfel, este nevoie ca individul să identifice atât caracteristicile propriului grup, cât și caracteristicile celorlalți, a „lor”. Billing merge mai departe, spunând că individul va căuta să devină membru și al altor grupuri, atâta timp cât acestea produc efecte pozitive asupra identității sale sociale. Pentru a crea o identitate pozitivă, grupurile trebuie să se compare cu alte grupuri căutând dimensiuni noi de comparație, din care să reiasă dimensiunile pozitive ale acestuia. În cazul națiunilor, acestea vor produce stereotipuri, atât pentru a se „flata”, cât și pentru a se diferenția de altele, atribuindu-le acestora stereotipuri negative.

Hogg și Abrams (Hogg and Abrams 1988) identifică trei stagii ale procesului de identificare cu grupul:

1. Indivizii se percep ca fiind parte a unui grup, asumându-și identitatea socială și diferențindu-se de restul grupurilor relevante;
2. Învață normele și stereotipurile grupului din care fac parte;
3. Își atribuie singuri aceste norme, astfel încât comportamentul lor se va încadra în acele norme.

Termenul de „națiune”, conform lui Billig, are două înțelesuri: primul, națiunea ca stat națiune și al doilea, ca popor care trăiește în interiorul statului, legătura dintre cele două reflectând ideologia generală a naționalismului. Naționalismul implică mai mult decât construcția unei identități, acesta include principiul general conform căruia națiunile trebuie să aibă propriul stat (Billig 1995, 24) Pe parcursul răspândirii ideologiei naționaliste, simțul comun a fost remodelat, astfel încât națiunile au devenit construcții ideologice ale naționalismului, devenind „invenții permanentizate”. (Billig 1995, 29) Naționalismul este ideologia care a făcut ca statul-național să devină natural, întrucât nu poate fi imaginată o lume fără națiuni. (Billig 1995, 37)

Caracteristicile vieții sociale devin obiceiuri, simboluri, gânduri și reacții, constituindu-se astfel ca o rutină ce implică faptul că trecutul devine parte a prezentului. (Billig 1995, 42) Obiceiurile, istoria națiunii și simbolurile sunt deci reproduse zilnic, devenind astfel parte din rutina cotidiană.

Dacă naționalismul este o ideologie a „noastră”, care ne spune cine suntem, este în aceeași măsură și o ideologie a „lor”, a celorlalți, pentru că, după cum spune și Billig, descriindu-ne pe noi, indicăm și ce nu suntem, adică pe ceilalți. Comunitatea poate fi imaginată doar imagi-

nând în același timp și alte comunități, comunitățile străine. (Billig 1995, 79) Diferențierea între noi și ei se face prin stereotipuri, care conform lui Billig sunt descrieri culturale ale unui grup social iar acestea au scopul de a contribui la unicitatea identității „noastre”. Străinii nu sunt doar opusul nostru, ei sunt de asemenea ca „noi”, făcând parte din același cod universal imaginat al naționalității. (Billig 1995, 80–81) Naționalismul banal, teza lui Billig, operează cu limbajul cuvinte prozaice, de rutină, cuvinte mici, mai degrabă decât fraza memorabilă, acestea fac trimitere constant la „patrie”, făcând astfel identitatea națională imposibil de uitat. (Billig 1995, 93) Pentru producerea și reproducerea zilnică a identității naționale, principalul rol îl au politicienii, care, prin discursurile lor, reamintesc constant de caracteristicile națiunii, făcând constant trimitere la „noi”, la popor, în special într-o eră în care există multe canale de comunicare. Amintirea constantă are rolul de a asigura, că individul asaltat de informații, într-o lume tehnologizată, nu uită de „patrie”. (Billig 1995, 98)

Autorii care studiază naționalismul disting de obicei între naționalism etnic și civic. Naționalismul etnic are la bază diferențierile pe bază de rasă, sânge etnie și religie, pe când cel civic este bazat pe un stat guvernat prin lege, compus din multe grupuri politice, rasiale sau religioase. Valentin Nicolescu sintetizează mai precis diferențele dintre cele două tipologii, plecând de la ideea lui Kohn, asociază naționalismul civic cu Occidentul iar pe cel etnic cu spațiul estic. Naționalismul etnic fiind construit în jurul mitologiilor istorice, pe când cel occidental este construit în jurul raționalismului. (Nicolescu 2015b, 59) Naționalismul, pornind din occident, ajunge în partea de est a Europei, în primă parte în mod discursiv, după conform lui Nicolescu, astfel efectuându-se trecerea la un moment în care etnia joacă un rol central, petrecându-se o tranziție „de la formule identitare variate și suprapuse, către modelul național(ist) egalitar și unic”. Conform aceluiași Nicolescu, etnicitatea este singura caracteristică socială care poate constitui „baza cetățeniei ca model de apartenență la comunitatea politică națională”. (Nicolescu 2015a, 15)

4. Identitate națională în România

Valentin Nicolescu menționează că discursul naționalist a apărut și s-a dezvoltat în două medii culturale și politice diferite îmbinate prin caracterul reacționar. Atât în Transilvania, cât și în cele două Principate, discursul naționalist a apărut ca o reacție la exclusiunea politică cu care se confruntau românii. (Nicolescu 2014) Keith Hitchins spune că primii care se referă la români ca la o națiune sunt transilvănenii, spre sfârșitul secolului al 18-lea, după unirea Bisericii Ortodoxe cu Biserica Catolică de la Roma. (Hitchins 1997, 13–14) Din construcția comunității „imaginate” a derivat apariția unui val de elite intelectuale, care ulterior au jucat un rol important în dezvoltarea „gândirii naționale” atât în Transilvania, cât și în Principate. Discursul național din Transilvania s-a bazat pe argumente lingvistice și istorice, care au avut rolul de a argumenta că națiunea română este distinctă și are ortodoxismul ca principală caracteristică. (Nicolescu 2014) În Țara Românească și Moldova contextul e diferit, aici discursul nu a apărut din lipsa drepturilor cetățenești, ci ca reacție la dependența de Imperiul Otoman, puterea suzerană. În cele două Principate, mișcarea a fost orientată spre autonomie și independență dar a avut și un caracter modernizator. (Nicolescu 2014) Școala Ardeleană, cu influențele Aufklärungului german, a continuat construcția identității naționale, acțiunile fiind orientate spre educarea populației, căci identitatea națională cu poate lua naștere fără ca populația să fie literată. Un alt pas a fost făcut, după 1948 moment în care, conform lui

Valentin Nicolescu, construcția identității a continuat pe modelul lui Herder, prin exploatarea „culturii organice în vederea descoperirii adevăratului spirit al națiunii”. Astfel noul discurs a înglobat mituri unificatoare și spiritualitate, integrând „cultura țărănească” în identitatea românească. (Nicolescu 2014, 129-30) O contribuție importantă în acest sens a avut-o și Mihail Kogălniceanu, prin Dacia Litarară, revistă prin care promova ideea că literatura națională trebuie să se inspire din istoria națională și tradiții. (Kogălniceanu 1997, 146) Un alt element important, influența intelectualilor francezi ale căror idei au fost orientate spre formarea statului-național, reprezentând totodată un „catalizator” pentru ideile modernizatoare vest-europene, idei provenite în special de la intelectualii români școliți la Paris. Direcția dată de ideile germane și franceze au influențat procesul de formare a identității naționale și a statului modern în special prin pozițiile ideologice adoptate de Partidul Conservator și Partidul Național-Liberal. (Nicolescu 2014, 131)

O întrebare centrală în definirea „specificului național”, identificată de Katherine Verdery: „este caracterul românesc unul occidental sau oriental”? Verdery identifică 3 poziții principale, prima pro-occidentală are în centru ideea unei descendențe romane, apărută în urma unei interpretări istorice, identificând originile române în legiunile latine care au învins populația dacă în 105-106 și au rămas pe teritoriul Daciei până la Retragerea Aureliană între 271 și 275. Al doilea argument, cel pro-oriental se bazează pe legăturile bizantine, pe ortodoxism și pe argumentul istoric conform căruia românii sunt urmașii tracilor. Al treilea argument a survenit mai târziu în dezbateri, fiind o urmare a Revoluției Bolșevice, după cum spune Verdery, este unul autohtonist, legând valorile locale de cele dacice. (Banic and Verdery 1995, 111) Un alt element important în dezbateri pe tema esenței naționale a fost definirea națiunii în relație cu țărani, România fiind o țară preponderent agrară iar acest lucru a devenit cu atât mai important cu cât aceștia au primit și drept de vot în 1907. Astfel elitele politice, în încercarea de a atrage țărani, au ajuns chiar să susțină faptul că România este un „stat țărănesc”, conexiunea dintre țărănime și „esența națională” ducând până la respingerea stilului de viață occidental, a vieții urban-industriale. O altă încercare asemănătoare, prin care imaginea țaranului trebuia să sublinieze diviziunea de clasă a fost „exaltarea rațiunii și a științei”, prin care intelectualii, în încercarea de a reforma satul românesc prin eliminarea fundamentelor ignoranței și a superstițiilor. (Banic and Verdery 1995, 115-18)

O altă dezbateri centrală în încercarea de a răspunde la întrebarea: „ce înseamnă să fii român?” a fost, conform lui Keith Hitchins formată, în perioada interbelică, în jurul etnicității și a ortodoxismului. Ortodoxismul a fost văzut ca principalul factor care a format societatea românească. Satul a devenit locul adevăratei spiritualități unde au fost păstrate tradițiile etnice. (Banic and Verdery 1995, 135) Ortodoxismul a fost văzut ca fiind o extensie a tradiționalismului românesc, fiind pus în centrul moral al noului stat. Hitchins identifică două faze ale evoluției ortodoxismului, prima începută în 1920, una spirituală și culturală, teoreticienii fiind preocupați de tradiții și caracterul național românesc. A doua fază coincide cu criza economică, după 1930 mulți ortodoksiști devenind șovini și rasiști, intrând în politică, în special în partidele de extremă dreaptă. (Banic and Verdery 1995, 140-41)

Lucian Boia susține că odată cu venirea comuniștilor la putere și abdicarea Regelui, a avut loc un proces de „uniformizare” etnică, „față de România de dinainte, comunismul le-a întors pe toate pe dos. S-au răsturnat într-o primă fază și raporturile dintre națiunea română și minorități”. (Boia 2015, 102) A apărut în așa numit „antinaționalism”, conform lui Boia, sovieticii erau „hotărâți să extirpe reflexele naționaliste autohtone”. Totuși o schimbare radicală a

avut loc, trecând de la așa numitul antinaționalism înapoi la naționalism, în special după 1959, după ce trupele rusești au părăsit România. (Boia 2015, 105) Ceaușescu a folosit discursul naționalist pentru a-și dezvolta cultul conducătorului, folosind adesea naționalismul ca pe o modalitate de a se legitima, conform lui Martyn Rady, naționalismul era singura metodă prin care se putea crea o identitate colectivă. Nicolae Ceaușescu a utilizat argumentul lingvistic ca marker al identității etnice, explicând „identitatea specială”, excepționalismul poporului român, calitățile speciale ale acestuia și rădăcinile dacice ale poporului. (Latawski 1995, 133-38) Construcția identității naționale și a națiunii nu s-a terminat nicidecum în 1918, astfel un rol decisiv în construcția identității a avut-o perioada național-comunistă între 1965 și 1989. Nicolae Ceaușescu, în intenția de a aplica planul de industrializare și educare a avut un rol important în procesul de construcție a națiunii. Industrializarea a dus la apariția unor centre urbane spre care au migrat o mare parte a oamenilor din mediul rural iar prin contactul cu „cultura orașului”, aceștia s-au integrat în „comunitatea imaginată” a națiunii române, conform lui Dragoș Petrescu. Procesul de educare a populației s-a desfășurat concomitent cu procesul de industrializare iar curricula, în special modul în care istoria era predată a avut un rol important în crearea „națiunii socialiste”, una din cele mai importante idei promovate, fiind aceea că statul națiune a fost amenințat de inamicii externi apărarea sa fiind astfel o datorie patriotică a cetățeanului. La consolidarea etno-naționalismului, au contribuit și manifestările cultural-sportive de masă, precum Cîntarea României, cenaclul Flacăra sau Daciada. (Trencsényi 2001, 279-83)

Verdery sintetizează ideile de mai sus, spunând că mișcările din secolele 18 și 19 au promovat și consolidat sensul etnic al națiunii iar după 1920–1930 ideea de națiune a fost instituționalizată, în timp ce socialismul a dat naștere unei identități etno-naționale. Astfel națiunea devine parte constitutivă a identității sociale și politice a indivizilor. (Verdery 1993, 181-84)

Katherine Verdery identifică mai mulți factori care au contribuit la dezvoltarea identității naționale după Revoluție și în principal al definirii diferențelor etnice între „ei” și „noi”, primul fiind privatizarea, proces în jurul căruia au apărut conflicte etnice, în special pe tema redistribuției pământurilor. Elaborarea unei noi constituții a dus de asemenea la conflicte etno-naționaliste în jurul drepturilor și libertăților grupurilor etnice. Un astfel de conflict a apărut între minoritatea maghiară și români, cauzat de dorința maghiarilor de a avea un ținut autonom garantat de Constituție. Apariția unor partide care au folosit retorică naționalistă, exclusivă, precum PUNR sau PRM au întreținut aceste conflicte etnice, în special între români și maghiari sau romi. Această dihotomie între „noi” români și „ei” s-a dezvoltat ulterior și în altă direcție, „ei” devenind „agenturile străine” care ne vor răul, idee specifică țărilor din regiune, ale căror istoriografii naționale au reprezentat națiunile ca fiind victimele altor națiuni, în special a celor occidentale. Conform lui Verdery, aceste partide au preluat retorica începută în secolul al 19-lea, devenind astfel o opoziție la valorile europene. Majoritatea elitelor politice care se opuneau „europenizării” făceau parte fie din vechea nomenclatură, fie din Securitate, mulți dintre aceștia nu puteau să identifice locul pe care ar fi putut să îl ocupe într-o societate democratică și într-o economie de piață, găsind o audiență fidelă în muncitorii care ar fi avut de suferit de pe urma privatizărilor și a tranziției spre capitalism. (Verdery 1993) La începutul anilor 90, elitele politice s-au folosit de componenta etno-naționalistă, astfel încât minoritatea maghiară a fost transformată în „inamic”, întrucât aceștia ar fi reprezentat „o amenințare la integritatea teritorială a României”. (Trencsényi 2001, 283) Chiar dacă o de-etnicizare a discursului a avut loc, în special după aderarea la NATO și ulterior la Uniunea Europeană, trecerea de la naționalismul etnic la cel civic nu a avut loc, Dragoș Petrescu fiind de părere că

problemele economice și indignarea aduse de acestea au încetinit acest proces. (Trencsényi 2001, 285)

Pe lângă etno-naționalism, Gavril Flora argumentează că o altă componentă importantă a „românității” a fost identitatea etno-confesională. Chiar dacă la începutul tranziției, Biserica Ortodoxă a fost acuzată că a cooperat cu Securitatea, aceasta a redevenit rapid „apărătoarea valorilor fundamentale ale românilor și a statului-național”. Ulterior, Biserica a susținut ideea „reunificării națiunii”, în 1993 extinzându-și influența în Republica Moldova și nordul Bucovinei. Flora susține că poporul avea nevoie de asigurarea că, în perioada de tranziție, va avea anumite repere imuabile, astfel valorile religioase reprezentând o garanție care să diminueze insecuritățile psihologice ale oamenilor. (Flora, Szilagy, and Roudometof 2005, 41-43) Biserica Ortodoxă a început să publice unele lucrări ale ideologilor Mișcării Legionare, precum Corneliu Zelea Codreanu sau Nichifor Crainic și s-a încercat chiar reabilitarea acestora și a încercat să legitimizeze rolul instituției din timpul celui de-al Doilea Război Mondial, susținând că acțiunile lui Ion Antonescu au avut ca scop protejarea evreilor iar Biserica i-a oferit sprijinul necesar. Biserica Ortodoxă a glorificat trecutul extremei drepte, îmbinând ideile tradiționaliste și etnocentrice cu sentimentele anti-europene, refuzând spre exemplu recunoașterea unor drepturi ale homosexualilor, pe motiv că Biserica ar fi „protectoarea valorilor românești esențiale” și legând românitatea de ortodoxism. Așadar din îmbinarea religiei și a identității etnice a rezultat un spațiu cultural care are religia ca factor important al identității naționale. Religia a fost folosită ca un „marker” identitar și de către minorități, dată fiind protecția pe care o primesc membrii bisericilor minoritare. (Flora, Szilagy, and Roudometof 2005, 45-54)

Lucian Boia identifică apariția a două mituri dihotomice, primul, mitul Regelui Mihai și cel de-al doilea, mitul mareșalului Antonescu. Primul a fost un simbol pentru anti-comuniști pentru are acesta devine un fel de potențial salvator („Monarhia salvează România” – slogan folosit des după Revoluția din 1989), fapt devenit evident în 1992, odată cu vizita acestuia în România. Ion Antonescu a fost considerat de către comuniști „trădător a intereselor naționale și criminal de război”, acesta fiind reabilitat complet până în 1995, când un sondaj de opinie arăta că 62% din români aveau o părere bună despre acesta. Susținătorii acestuia îl consideră pe Regele Mihai trădător, dat fiind faptul că a fost decorat de către Stalin. Un alt personaj istoric devenit simbol național, în acest caz al confruntărilor româno-maghiare este Avram Iancu, Lucian Boia spunând că în Cluj a început un „război al statuilor” între Matei Corvin și Avram Iancu. (Boia 2011, 367-69) Lucian Boia o „amplificare a factorilor autohtoni”, dând ca exemplu manualele școlare de istorie care nu aminteau de influențele franceze din cultura românească a secolului al XIX-lea, prezentând modernizarea ca pe un efect exclusiv al factorilor interni. De asemenea, influențele slavo-bizantine din evul mediu nu sunt menționate, fiind favorizată o viziune autohtonistă. (Boia 2011, 371)

Putem ajunge astfel la concluzia că în România predomină naționalismul etnic, poporul fiind definit de componenta etno-lingvistică și de miturile naționale. Excepționalismul și dihotomia între „noi”, poporul român și „ei” sunt specifice identității; prin noi putem înțelege atât minorități etnice, minorități religioase sau chiar minorități sexuale. (Latawski 1995, 138) Pe lângă acestea, putem adăuga și respingerea simbolurilor comuniste la componentele identității naționale, relevant în acest sens fiind noul drapel adoptat de România în urma revoluției. (Kaneva and Popescu 2011, 194) Multe din aceste caracteristici pot fi identificate astăzi în discursurile Coaliției Pentru Familie, care, folosind argumente tradiționaliste și susținând că ortodoxismul este principala caracteristică a românilor, luptă împotriva valorilor moderne, în în-

cercarea de a conserva familia tradițională, care stă la baza formării poporului român. Astfel, identitatea națională presupune atât etno-naționalism, cât și valori și tradiții ortodoxe.

5. Ultrasul – caracteristici și ritualuri

Termenul „ultras” își are originile în Italia și inițial se referea la susținătorii monarhilor francezi, ulterior, în special după 1948, termenul este asociat cu grupurile de extremă stângă, însă cert este că termenul își are originile din lumea politică, descriind extremismul politic, remarcă Adam Brown. Curentul acesta italian s-a răspândit în special în zona mediteraneană și în Europa de Est. Apariția fenomenului ultras este strâns legată de contextul social și politic din Italia postbelică, în special din anii 1960 și 1970. După cum arată Brown, în urma celui De-al Doilea Război Mondial, Italia a rămas scindată politic, la toate nivelurile societății. Atât viața publică, cât și evenimentele culturale și sportive au fost politizate. Conflictele ideologice din societate au fost rapid transpuse pe stadion, apărând o rivalitate între echipele muncitorești (AC Milan), de stânga și echipele asociate mai degrabă cu conservatorismul (Verona) sau chiar cu extrema dreaptă. Prima mișcare asociată cu fenomenul ultras, conform lui Brown a fost gruparea „The Boys”, o grupare de tineri care susțineau echipa Inter Milano. În timpul grevelor studențești din anii 1960, studenții se adunau adesea în grupuri din rândurile cărora au luat ulterior naștere primele grupări ultras: „La Fossa dei Leoni” în 1968 susținătorii AC Milan, „Inter Boys” și „Red and Blue Commandos” în Bologna. Toate acestea au avut ca model pe hooligans din Marea Britanie. (Brown 2002, 88-90) Conform lui Guschwan, ultrasul este „spectatorul activ care își afișează deschis și care înfruntă autoritatea sau alte grupuri de ultrași, în limitele unui cod moral. (Guschwan 2007)

Influențat de Durkheim, Maffesoli argumentează că identitatea grupului se formează din „comunitatea emoțională” generată de întâlnirile regulate ale acestora. La Durkheim ritualurile colective generează o „efervescentă colectivă” care unește temporar participanții. La Maffesoli, această „efervescentă colectivă” sau energie emoțională cum o numește el este de fapt o putere colectivă (puissance), aceasta fiind generată prin monden, prin întâlnirile zilnice între indivizi care au interese comune. Astfel „puissance” reprezintă puterea generată de grup. Acesta face diferența dintre „pouvoir” și „puissance”, prima reprezentând puterea impusă de o autoritate „de sus în jos”. (Maffesoli 1996) Plecând de la teoria lui Maffesoli, Doidge explică modul în care identitatea de ultras se formează și se reproduce. Conform acestuia, ritualurile totemice ajung să simbolizeze însuși grupul, devenind obiecte sacre, facilitând interacțiunea între membri, astfel planificarea coreografiilor, inventarea mesajelor, planificarea deplasărilor și întâlnirile din peluză stau la baza construcției identitare. „Ritualurile din fotbal asigură că diferite simboluri reprezintă grupuri diferite. Acestea pot fi culori, sigle sau jucători care simbolizează colectivul mai larg de fani sau orașul. Pot exista și simboluri separate care separă diferite grupuri de ultrași.” Din dihotomia „puissance-pouvoir” rezultă un alt factor care influențează reproducerea identității, Doidge susținând că agenți exteriori, precum federațiile de fotbal, cluburile, poliția sau guvernul au un efect important în construcția identității. (Doidge 2017)

O practică specifică ultrașilor, întâlnirile săptămânale, au rolul de a stabili modul în care aceștia urmează să acționeze, și „La Mentalită” (mentalitatea), setul de principii după care aceștia acționează. (Guschwan 2007) Pe lângă stabilirea principiilor, la întâlnirile săptămânale aceștia organizează și deplasările la următorul meci, coreografiile, strângerile de fonduri, și eventual stabilesc ce cântece vor folosi la meciul următor. Deplasările au un rol dublu, pe de-

o parte reprezintă momentul în care grupurile rivale „luptă”, atât simbolic, prin cântece, mesaje și coregrafii, cât și fizic. Ultrașii ocupă, conform lui Guschwan, zonele cele mai ieftine ale stadionului – peluzele, stând în picioare și cântând continuu iar în afara stadionului stabilesc, fie rivalități, cu grupurile opuse ideologic, fie alianțe, cu grupurile apropiate ideologic. (Guschwan 2007) Ultrașii nu au ca scop principal urmărirea meciului de fotbal, nu sunt în mod obligatoriu microbiști, principalul scop al acestora este în fapt susținerea echipei și lupta simbolică dusă împotriva rivalilor din peluza opusă. După cum menționează și Dinu Guțu, în peluză ultrașii folosesc steagul de gard pentru a „marca teritoriul” steagul având rolul de a delimita simbolic. Violența, după cum spuneam mai sus, capătă două forme, violența simbolică, manifestată prin cântec, coregrafii și spectacole pirotehnice, toate având și o încărcătură simbolică. (Guțu 2012, 16) Violența fizică, conform lui Vasile Dîncu, aparține mai degrabă „culturii tineretii”, nu culturii ultras. (“Nu trageți în suporteri!” n.d.) Totuși, violența în rândul ultrașilor a reprezentat o componentă importantă a „modului de conduită”, conform lui Adam Brown, violența în rândul ultrașilor a escaladat între anii 1977 și 1983, ani în care membrii grupurilor ultras aveau specializare de tip militar. Curentul skinnhead, apărut în rândul hooliganilor în această perioadă, a migrat încet și spre sud, spre Italia. Totul a culminat cu decesul unui supporter a echipei Lazio, în 1979, înaintea unui derby Lazio-Roma. Violente au avut loc în acea perioadă de timp, în mod frecvent și între suporterii lui Ascoli, Milan și Brescia. (Brown 2002, 92-93) Totuși, pentru grupurile de ultrași, violența fizică nu reprezintă o practică obligatorie, chiar dacă face parte din „bunele practici” împrumutate de la curentul hooligans, o caracteristică mult mai importantă este violența simbolică, aceasta fiind folosită cu scopul precis de a ridiculiza inamicul.

După cum argumentează și Giulianotti, „cadrul general sau metafora dominantă a ultrașilor italieni este războiul”. Fiecare meci reprezintă un duel între „prieteni și inamici”, până și forma stadionului și locul ocupat de grupurile de ultrași evidențiază acest lucru, rivalii aflându-se față în față, dat fiind faptul că aceștia ocupă peluzele stadioanelor, delimitând teritorial sectorul ocupat prin steagurile de gard. Armstrong spune că „de la originile sale, arhitectura stadionului de fotbal reflectă ritualul de contestare din teren. Fanii locali au o peluză preferată, pe când fanii oaspeți, aflați în minoritate, stau la cea opusă, lângă fanii mai puțin energici.” (Armstrong 1998) Războiul este unul care generează alianțe temporare, în România, spre exemplu galeriile Universității Cluj și Dinamo sunt „înfrățite”, astfel dacă U Cluj are meci la București, suporterii Dinamoviști vor merge să-și ajute „aliații”. Ultrașii, indiferent de orientarea politică și de echipa pe care o susțin, împărtășesc aceeași cultură, spune Giulianotti, având aceleași cântece, sloganuri cu același scop, „declararea identității și susținerea echipei”. (Giulianotti, Bonney, and Hepworth 1994, 82)

O componentă importantă a culturii comune pe care o împărtășesc ultrașii este cultura războiului. Războiul, preponderent simbolic are două componente. Pe lângă cântece, în arsenalul folosit de galerii, coreografiile reprezintă „un act direct de violență simbolică, pentru o grupare Ultras, acesta fiind modul prioritar de manifestare” (Guțu 2012, 33) Coreografiile sunt afișate la începutul partidelor, în principiu la intrarea jucătorilor pe teren, iar organizarea acestora presupune în mod esențial un „rit integrator”, având rolul de a solidariza individul, atât direct, prin ajutorarea la organizarea acesteia, cât și indirect, prin alocarea de resurse. (Guțu 2012, 33-34) Aceste forme de manifestare au rolul de a stabili supremația simbolică pe stadion.

Steagul de gard, despre care am scris deja că are rolul de a delimita spațial grupările din galerie, este inspirat din practicile militare medievale, fiind inspirat din steagul de batalion.

Astfel acestea marchează atât identitatea grupurilor, cât și locul de adunare pentru membrii acestora. La fel ca în practicile medievale, capturarea steagului de gard reprezintă dizolvarea grupului, aceste pierzându-și practic identitatea. Steagul capturat este afișat invers iar mai apoi este ars de membrii grupului care au reușit „captura”. (Guțu 2012, 34) Furtul steagului reprezintă un mesaj simbolic, transmițând, pe de-o parte curajul grupului care a inițiat atacul, pe de cealaltă, dacă steagul este capturat, grupul „victimă” este umilit simbolic.

Înainte și după fiecare meci, fiecare grup trebuie să își apere teritoriul de posibilele invazii ale „inamicilor”. Adoptând tactici de gherilă urbană, după cum spune Giulianotti, grupurile apără stadionul aruncând pietre sau punând la cale ambuscade. Codul de onoare a ultrasilor nu permite implicarea cetățenilor sau „non-ultrasilor” în astfel de confruntări. Până și acest tip de violență este unul ritualic, noii membri având posibilitatea de a-și demonstra apartenența și identitatea și de a demonstra puterea grupului. (Giulianotti, Bonney, and Hepworth 1994, 83)

Cea mai importantă condiție pentru ca acest război simbolic să aibă lor este existența rivalilor. Rivalii sunt construiți prin povești despre victorii sau înfrângeri istorice ale echipei favorite, despre acțiunile eroice ale galeriei și lașitatea „celorlalți”. Astfel ultrasii inventează cântece și mesaje pentru umilirea adversarilor, iar în timpul meciurilor are loc un duel între cele două „coruri” care stau în peluze opuse. Prezența rivalilor pe stadion este importantă, în lipsa uneia dintre galerii, războiul simbolic nu este posibil, de multe ori fiind afișate mesaje prin care se semnalează absența ultrasilor din peluza cealaltă. (Giulianotti, Bonney, and Hepworth 1994, 84)

6. Studiu de caz – Peluza Cătălin-Hîldan

Primul pas spre integrarea în grupul de ultrasii este participarea la meciurile de fotbal ale echipei în peluza căreia grupul își desfășoară activitatea. În Italia, Spania, Anglia există diferite motive care stau la baza identificării cu o echipă, astfel identitatea de fan se îmbină cu o altă identitate, fie religioasă, fie bazată pe clasă, fie etnică. În cazul echipei Dinamo, identificarea pe astfel de considerente este puțin probabilă, căci clubul a apărut ca urmare a unui decizii ale Ministerului de Interne, apărând astfel pe model „top-down”. Motivele pentru care ultrasii din galeria lui Dinamo merg mai întâi pe stadion sunt diferite, însă trei sunt cele dominante, familia, performanțele echipei și proximitatea. Inițial și brigăzile au fost formate pe cartiere, Brigate în Pantelimon, Supras în Dristor, însă acest lucru a fost valabil doar la începutul fenomenului ultras. (Guțu 2015b) Bucureștiul este totuși împărțit destul de clar pe zone, centrul, zonele Ștefan cel Mare, Obor, Colentina, Tei, Floreasca, Pantelimon sunt zone „dynamoviste”, în schimb Drumul Taberei, Ghencea, Rahova, Apărătorii Patriei, sunt „steliste”.

Pentru a intra într-un grup de ultrasii, trebuie ca cineva să garanteze pentru tine, să existe un „gatekeeper” cum spune Dinu Guțu, un om care să garanteze pentru tine și „să-ți facă intrarea” însă acesta este doar primul pas, până la dobândirea statutului de membru, trebuie să te implici, să mergi în deplasări să participi la acțiunile grupului. (Guțu 2015b, 151). După ce accesul în grup este obținut prin ajutorul unui „gatekeeper”, este importantă implicarea în cadrul grupului, participarea la deplasări, la organizarea coregrafiiilor, chiar la apărarea stadionului dacă este nevoie. Dinu Guțu spune că există o perioadă de probă de 1-2 ani iar în cazul său, decisiv a fost faptul că a fost dispus să participe la o „intervenție”, adică la o posibilă confruntare cu rivalii. (Guțu 2015b, 151)

A doua temă atinge însăși dimensiunea identității de ultras, răspunzând la întrebarea: ce presupune să fii ultras. Grupurile de ultras sunt adesea formate din tineri, cu vârste cuprinse între 16 și 25 de ani, după cum spune și Woltering. (Robbert Woltering 2013, 291) De asemenea, după cum am arătat în capitolul anterior, ultrasii își exprimă adesea opiniile politice pe stadion, contestarea structurii fiind parte importantă a identității acestora. Galeria dinamovistă a contestat de-al lungul timpului conducerea Federației Române de Fotbal, a Ligii Profesioniște de fotbal, conducerea clubului Dinamo. Poate cel mai cunoscut protest la care au participat dinamoviștii este cel din 2012, când ultrasii lui Dinamo, Steaua și Rapid au ieșit împreună în Piața Universității. În acea perioadă se desfășura un protest anti-governamental, apărut ca urmare a revocării șefului SMURD de către președintele de atunci, Traian Băsescu. Cu o lună înainte de acest protest a fost votată o nouă lege privind securitatea pe stadioane, așa numita „legea lui Mitică”. Urmările acestei legi ar fi fost grave pentru ultrasii astfel încât aceștia au profitat de moment și s-au adunat în Piață unde au apărut și primele incidente între ultrasii și rivalul comun, Jandarmeria. Ultrasii recurg adesea la diverse forme de protest stradal, caracteristice acestora încă de la începuturile mișcării. Acestea pot genera sentimente de solidaritate între participanți și pot produce „energii emoționale” care ar putea fi transformate în vederea obținerii unei schimbări constructive. (Doidge 2017, 58)

Consider că cea mai bună descriere a ultrasului, în concordanță cu cele spuse mai sus este dată de definiția structuralistă conform căreia a ultras înseamnă „un mod de expresie sau un stil de viață al unui grup aflat într-o poziție de subordonare structurală, ca răspuns la sistemul dominant, care reflectă încercarea acestuia de a rezolva contradicția structurale.” (Guțu 2015b, 56) Tot Dinu Guțu vorbește despre sentimentul de „frăție” la ultrasii, aceasta fiind o completare a „mentalității de ultras”. Mentalitatea stabilește regulile după care ultrasii se comportă în relația cu cei din exteriorul grupurilor, fie ei parte din grupuri rivale, fie „civili”. Există însă și reguli de conduită în cadrul grupului, acestea formându-se în jurul conceptului de „frăție”. Aceasta reiese atât din relațiile de rudenie dintre membri, dar mai ales din „rețelele de schimb” dintre aceștia. Rețeaua de schimb dintre ultrasii funcționează în oglindă cu modelul capitalist. În cadrul grupurilor, nu câștigurile materiale sunt importante, schimburile de obiecte și alimente având tocmai rolul de a forma această „frăție”, astfel în acest caz individul derivă utilitate, nu din câștiguri materiale, ci din apropierea celorlalți. (Guțu 2015b, 220-23)

Ultrasii sunt organizați în grupuri, asemenea unor comunități, caracterizați prin obligativitatea calității de membru și printr-o ierarhie internă strictă și au la bază o puternică identitate civică, aceasta reflectându-se în special prin protestele împotriva autorității. Aceste ierarhii sunt reflectate mai apoi în afișarea identității. Ultrasii caută să îmbunătățească experiența meciului de fotbal, combinând cântecele, elementele vizuale cu coreografiile, fluturând steaguri și susținând echipa sau afișând dezaprobarea față de deciziile luate de club. (Pitti 2018, 85)

Așadar în centrul identității de ultras stă clubul, ritualurile specifice grupurilor de ultras au ca obiectiv principal încurajarea clubului și, pe de altă parte, umilirea rivalilor. Deciziile în legătură cu mesajele sau coreografiile care o să fie afișate la ultimul meci sunt luate în principiu de către liderii fiecărui grup. Deplasarea este de asemenea un ritual important, în primul rând, oferă galeriei ocazia să se confrunte simbolic cu inamicul și, pe de altă parte, deplasările lungi au și rolul de a contribui la coeziunea grupului, după cum amintește și Dinu Guțu, „în deplasări lumea vine pentru a se simți bine. Se vorbește foarte rar despre echipa favorită sau despre fotbal în general. La fel e și cu cântecele de galerie, care, în autobuz sau tren, nu sunt atât despre echipă sau adversari, cât despre experiența intimă de participare și împărtășirea a

homosocialității dintre ultrasii”.(Guțu 2015b, 155) Constat astfel că ritualurile au rolul principal în reproducerea identității, cântecele, prin care adesea se face referire la „eroi” precum Cătălin Hildan sau Marian Cozma (în special când galeria participă la meciurile echipei de handbal), la experiența de ultras, la adversari sau la națiune, bannerele și coreografiile cu diferite mesaje, deplasările și pregătirea coreografiilor au rolul atât de a transmite atribuțiile specifice grupului, cât și de a distinge între grupul interior și grupurile exterioare. Poate cea mai recurentă temă este cea a trecutului glorios al echipei, după cum o să exemplific în continuare. În august 2013, la începutul unui meci cu FCSB, peluza dinamovistă afișează o coregrafie care face referire la „perioadele de glorie” ale echipei, perioadele în care la Dinamo evoluau Flora Dumitrache și Cătălin Hildan fiind perioade în care echipa a dominat campionatul, câștigând mai multe campionate. Poate mesajul cel mai important care este recurent și care se regăsește și în această coregrafie este, după cum spune și un cântec: „câine până la moarte și dincolo de ea”. Personajele din imagine nu au fost alese aleatoriu, Cătălin Hildan fiind un simbol al echipei, pe de-o parte pentru agresivitatea arătată în teren și pe de alta pentru că a decedat în timpul unui meci. Florea Dumitrache reprezintă performanța și „o viață alături de Dinamo”, după cum spun versurile altui cântec. Afirmarea ritualică a identității joacă un rol important atât în afirmarea apartenenței individuale, cât și în comunicarea identității față de ceilalți. Identitatea colectivă este reprodusă prin ritualuri, prin afișarea autenticității (Jenkins 2008, 177-78).

După cum spuneam, toate aceste moduri de a transmite mesajele au ca scop și umilirea adversarilor. Totuși identitatea grupurilor de ultrasii se formează în „contrast direct cu rivalii”, astfel putem ajunge la concluzia că orice galerie are nevoie de rivali pentru a-și contura identitatea. (Guschwan 2014, 890) Ultrașii Dinamoviști au afișat deseori mesaje de susținere pentru rivalii tradiționali. În condițiile în care Rapid, Politehnica Timișoara și Universitatea Craiova au dispărut, cel puțin pentru o perioadă din prima ligă, dinamoviștii au afișat mesaje prin care să sublinieze faptul că resimt lipsa rivalilor de pe stadioane. Alte mesaje a fost adresate rivalilor de la Steaua, echipă a cărei ultrasii nu mai merg pe stadion de câțiva ani, astfel dinamoviștii duc dorul „derby-urilor de altă dată”.

Dinu Guțu enumeră 3 clivaje importante care favorizează apariția rivalităților între galerii. Primul clivaj este cel religios, vizibil în special în cazul protestanților și catolicilor, exemplul cel mai relevant fiind rivalitatea dintre catolicii de la Celtic Glasgow și protestanții de la Rangers. Un alt clivaj important este cel de clasă, Guțu (Guțu 2015b, 35) oferă un exemplu din Spania, unde Real Madrid, reprezentanta burgheziei, echipa Casei Regale și echipa muncitorească din același oraș, Atletico. Ultimul clivaj este cel ideologic, clivajul stânga-dreapta, vizibil în mod deosebit în Hamburg, unde Hamburger SV este echipa de dreapta, asociată cu extrema dreaptă are o rivalitate istorică cu St. Pauli, echipa care își asumă o poziție la stânga ideologică, anul acesta fiind echipa care a imprimat pe gulerul tricoului de joc a echipei steagul LGBT iar fanii acesteia, „piraiții” sunt asociați cu extrema stângă. Un alt exemplu relevant vine din Italia unde Livorno, echipa ale cărei suporterii sunt comuniști declarați, are o rivalitate intensă cu Lazio Roma, o echipă ale cărei suporterii și-au demonstrat de-al lungul timpului în mod repetat convingerile de extremă dreaptă.

Clivajele aceste nu pot fi aplicate însă și în România, echipele Steaua și Dinamo fiind construcții artificiale, pe model „top-down”, apărute în 1947 și 1948 iar rivalitatea dintre acestea a fost alimentată mai degrabă de performanțele obținute de cele două echipe, acestea fiind și echipele care au câștigat cele mai multe trofee de campioane ale României.

Într-o discuție avută cu unul din membrii vechi ai Peluzei Cătălin Hildan, acesta a mărturisit că: „Meciurile Echipei Naționale se pregătește dinainte, noi chiar dacă am avut războaie cu Mitică cu Mircea (nr. Dumitru Dragomir, fostul președinte al Ligii Profesioniste de Fotbal și Mircea Sandu, fostul președinte al Federației Române de Fotbal), am făcut tertipuri să facem rost de bilete. Eu cred că, organizați, am fost cam cei mai mulți la meciurile Naționalei. Dacă te uiți la peluza nord, vezi mereu 2-3 steaguri tricolore pe gard. Mulți au tricoulul pe steag, Panzer are, Nuova Guardia are tricoulul. Noi suntem mai de dreapta și am căutat să fim liberi și să facem.. nu ne oprește nimic și am considerat în totdeauna că Regele Mihai este trădător și am crezut numai în Antonescu. Poate din cauza asta, că așa simțim noi treaba asta. El a murit cu sentimentul că așa a trebuit să fie, așa a considerat el, a luptat până în ultima clipă pentru Basarabia. Am fost mai uniți dacă am avut steagul pe gard. Cred că de la Antonescu vine naționalismul ăsta. Am avut rivalitate cu ungurii și cu băieții de sub podul Grant. O mie de ciori, o singură soluție: Antonescu.(mesaj afișat la un meci Dinamo-Rapid)”. În principal, în cazul ultrasilor se intersectează cel puțin două tipuri de identități de grup: prima este, în mod obligatoriu identitatea de ultras, a doua identitate variază în funcție de setul de valori ale individului, aceasta poate fi identitate de clasă, cum a fost cazul ultrasilor de la AC Milan, religioasă, cum e în cazul celor de la Rangers sau Celtic, etnică, cum e în cazul suporterilor lui Athletic Bilbao sau FC Barcelona. În cazul galeriei dinamoviste, identitatea de ultras se îmbină așadar cu identitatea națională și naționalismul, astfel încât acestea reprezintă o caracteristică importantă a grupului. Identitatea națională se reproduce prin aceleași mecanisme precum identitatea de ultras în cadrul grupului, prin intermediul ritualurilor, a interacțiunii cotidiene dintre membrii brigăzilor, prin afișarea steagurilor la fiecare meci, participarea în mod organizat la acțiunile Echipei Naționale, prin pregătirea meciurilor. Tocmai adoptarea tricoulului în steagul de gard dovedește că identitatea națională este parte a identității de ultras.

Rivalitatea dintre peluzele echipelor Dinamo și Rapid are la bază o diferențiere pe motive etnice. În cazul celor două tipuri de identități nu există o poziție de subordonare, relația fiind mai degrabă una de completare. Rasismul apare și el frecvent în rândul ultrasilor, fanii lui Lazio, spre exemplu, fiind recunoscuți pentru mesajele rasiste transmise în timpul meciurilor. ”Irriductibili”, o grupare a celor de la Lazio, asociată cu extrema dreaptă este probabil cel mai cunoscut grup care folosește constant acest tip de mesaje un astfel de exemplu fiind: „Honor to the tiger, Arkan” un mafiot sârb, condamnat pentru crime de război. (Guschwan 2014) Alberto Testa identifică atitudini diferite în ceea ce privește mesajele rasiste și xenofobe în rândul mișcărilor ultras. Prima se referă la ambiguitatea dată de opiniile variate din interiorul grupului în ceea ce privește imigranții și rasa, a doua se referă la poziția clară a leadershipului în ceea ce privește problemele rasiale iar conform celei de-a treia unii membrii acceptă pasiv scandările rasiste din peluză, chiar dacă nu împărtășesc aceleași opinii. Astfel comportamentele rasiste sunt manifestate adesea ambiguu și pot apărea forme de contradicție. (Testa and Armstrong 2008, 484) În cazul galeriei dinamoviste astfel de mesaje au fost afișate în special în meciurile cu rivalii de la Rapid București, făcându-se referire la minoritatea romă, galeria rapidistă fiind asociată cu aceasta, după cum am arătat anterior. De asemenea, pe aceleași considerente etnice a apărut și rivalitatea cu „ungurii”. Interesant este în acest caz că rivalitatea este manifestată atât față de echipa națională a Ungariei, cât și în fața echipelor minorității maghiare din România. În acest an, la meciurile dintre Dinamo și Sepsî Sfântu Gheorghe, echipa minorității maghiare din județul Covasna, dinamoviștii au ținut să sublinieze poziția lor naționalistă prin cântece de galerie precum: „Suntem români și ne vom apăra / pământul nea-

mul și istoria [...]” sau „afară cu ungurii din țară”. Și Avram Iancu a fost folosit de către Peluza „Cătălin Hildan” ca simbol al identității naționale, pentru a accentua distincția etnică între români și etnicii maghiari. Analizând așadar mesajele și coreografiile Peluzei Cătălin Hildan, observăm 3 teme recurente, prima ține strict de identitatea de ultras, aceștia amintind mereu de momentele în care au dovedit că sunt superiori rivalilor, încercând să îi umilească pe aceștia în diferite moduri, astfel, comparația dintre „ei” și „noi” reprezintă de fapt o comparație între grupările rivale, având totodată rolul de a întări legăturile din interiorul grupului social. A doua temă, cea a trecutului glorios îmbină de fapt două identități sociale diferite, identitatea de ultras și cea de român. Observăm așadar că Peluza face referire, pe de-o parte la trecutul glorios al echipei și pe de alta la trecutul glorios al României, făcând referire la personaje istorice precum Avram Iancu sau Ion Antonescu. Referirea la aceste personaje subliniază însăși caracterul etnic al naționalismului reprodus în cadrul grupului. Așadar, reluând aici ideea lui Hobsbawm, făcând referire la trecut, aceștia întăresc legăturile sociale dintre membri, subliniind totodată relația dintre popor și trecut. Ultima temă este strâns legată de identitatea națională, aceasta apărând mai degrabă în meciurile cu echipe asociate cu alte etnii sau la meciurile echipei naționale la care galeria participă în mod organizat, la aceste meciuri, intonându-se adesea părți ale imnului național și anumite cântece militar-patriotice, precum „Treceți, batalioane române, Carpații!”.

7. Concluzii

Așadar identitatea grupului de ultras include atât identitatea națională, cât și identitatea de ultras, fără ca una să o domine pe cealaltă. Ambele identități se produc și reproduc prin aceleași mecanisme în cadrul grupului studiat. Astfel, pentru a răspunde la întrebarea de cercetare de la care am plecat, „cum se produce și reproduce identitatea națională în cadrul galeriei echipei de fotbal Dinamo București?”, trebuie să mă întorc la teoria lui Billig și la caracteristicile identității naționale descrise în primul capitol. Națiunile sunt produse și reproduse permanent, credințele, practicile și obiceiurile devenind banalizate și făcându-și loc în cotidian, astfel indivizilor le este amintit constant de apartenența la națiune. (Billig 1995, 6) Individul participă astfel activ la reproducerea identității naționale. Oamenii încearcă să scape de incertitudinile generate de mediul social, apelând la identitate națională ca mecanism de dominare al contextului social, astfel Quiroga explică și mândria de a aparține unei națiuni exprimată pe stadionul de fotbal. Națiunea permite accesul la o serie de indicatori care generează siguranța de care indivizii au nevoie. Procesul de „naționalizare” este un proces care implică două dimensiuni. Indivizii consumă în primă fază identitatea națională, asumându-și valorile specifice acesteia, ulterior acesta transformându-se în producător de identitate. Astfel acest proces are la bază experiențele individului, adică la toate evenimentele prin care identitatea națională a individului este construită. Astfel Quiroga identifică trei sfere ale „naționalizării” Sfera publică oficială este locul în care acționează instituțiile statului, sfera non-oficială publică, unde acționează actorii privați, în spațiul public și sfera privată care acoperă familia și grupurile de prieteni. (Quiroga 2014)

Există două sfere în care identitatea națională este reprodusă, prima sferă este cea privată, aici principalele mecanisme prin care aceasta se reproduce fiind întâlnirile cotidiene dintre membrii grupurilor de ultras. După cum am explicat mai sus, aceștia se întâlnesc în mod regulat, pentru a pregăti meciurile, de multe ori stabilindu-se și relații strânse de prietenie între

aceștia. Discuțiile purtate nu sunt despre fotbal, ci în mare parte sunt despre peluză, despre ce idei să promoveze, ce mesaje să afișeze. Meciurile importante sunt pregătite mai intens, acestea având un rol mai important atât în reproducerea identității de ultras, cât și în reproducerea identității naționale. Derby-ul cu Steaua, de exemplu se pregătește cu o lună jumătate înainte, după cum explica unul dintre ultrasii intervievați. În această perioadă se stabilesc mesajele care sunt comunicate, în principiu acestea având rolul de a delimita clar grupul interior (Galeria) de „ceilalți”, această dihotomie fiind baza reproducerii identității naționale, căci prin aceasta se stabilește atât „cine suntem noi”, dar și „cine sunt ei” iar când spun ei, nu mă refer doar la distincția între grupurile de ultrasi de la Dinamo și Steaua, mă refer, după cum am exemplificat mai sus și la distincția etnică făcută între dinamoviști și rapidiști. Importanța existenței unor grupuri rivale este importantă în formarea identităților, identitatea deci e stabilită și în raport cu acestea, de aceea ultrasii au creat rețele prin care să apere „status-quo-ul”, căci atât comercializarea excesivă a fotbalului, înăsprirea pedepselor și a metodelor de control al accesului pe stadion sau, în cazul României, dispariția rivalilor în peluza opusă, ar duce la pierderea identității de ultras. Această sferă a privatului, reprezintă locul în care ritualurile performate în sfera publică sunt pregătite.

Identitatea este prezentată, în sfera publică, prin coregrafii, bannere, steaguri și cântece, acestea având rolul de a genera o efervescență colectivă prin care se reproduc identitățile sociale. Astfel, conform lui Mark Doidge, stadionul devine „spațiul liminal” unde se separă de problemele cotidiene, după cum spunea și unul dintre intervievați „pur și simplu când intri acolo, intri în altă lume, lași lumea de afară, te transformi”, în cadrul acesta liminal, ultrasii produc acel spectacol care generează emoție iar după crearea ritualului, indivizii nu se opresc, aceștia rămânând în continuare legați prin apartenența la grup. Ritualurile au rolul de a uni participanții, într-o „comunitate imaginată” și le permite participanților să compare între grupul din care face parte și grupul rival. (Merkel 2015, 37-52) Ultrasii dinamoviști își expun atât identitatea de ultras, cât și identitatea națională la fiecare meci, prin aceleași ritualuri. Steagurile de gard care marchează locul fiecărei brigăzi, are în multe cazuri, steagul tricolor, steaguri ale României fiind fluturate la fiecare meci al echipei, cu atât mai special la meciurile cu echipele considerate ca fiind rivale pe considerente etnice. Prin cântece și mesaje, aceștia fac mereu referire la spațiul geografic, istorie și la personaje istorice pe care le consideră eroi naționali sau „buni români”, dovadă stau coregrafia cu Avram Iancu, bannerele prin care se face referire la Ion Antonescu și cântecele precum: „Suntem români și ne vom apăra / Pământul neamul și istoria”, prin intonarea imnului la meciurile echipei naționale și prin participarea la acestea. Identitatea națională în acest caz este construită în jurul componentei etnice, componenta religioasă fiind mai degrabă marginală.

Așadar, în cazul ultrasilor dinamoviști, identitatea națională nu poate fi analizată separat de identitatea de ultras, căci cele două nu se află în relație de superioritate una față de cealaltă, nici nu pot fi separate, acestea fiind stâlpul identitar al ultrasului. Modul în care identitatea națională se produce și reproduce în cadrul grupului studiat, poate reprezenta așadar una din formele prin care naționalismul grassroots se dezvoltă în România.

Referințe

Amit, Vered, ed. 2002. *Realizing Community: Concepts, Social Relationships and Sentiments*. European Association of Social Anthropologists. London; New York: Routledge.

- Anderson, Benedict R. O'G. 1991. *Imagined communities: reflections on the origin and spread of nationalism*. Rev. and extended ed. London; New York: Verso.
- Armstrong, Gary. 1998. *Football Hooligans: Knowing the Score*. Explorations in Anthropology. Oxford; New York: Berg.
- Banac, Ivo, and Katherine Verdery, eds. 1995. *National Character and National Ideology in Interwar Eastern Europe*. Yale Russian and East European Publications, no. 13. New Haven: Yale Center For International and Area Studies.
- Billig, Michael. 1995. *Banal Nationalism*. London; Thousand Oaks, Calif: Sage.
- Boia, Lucian. 2011. *Istorie și mit în constiința românească*. București: Humanitas.
- Boia, Lucian. 2015. *Cum s-a românizat România*. București: Humanitas.
- Brown, Adam. 2002. *Fanatics Power, Identity and Fandom in Football*.
- Burke, Peter J., and Jan E. Stets. 2009. *Identity Theory*. Oxford; New York: Oxford University Press.
- Cohen, Anthony P., ed. 1982. *Belonging: Identity and Social Organisation in British Rural Cultures*. Anthropological Studies of Britain, no. 1. Manchester [Greater Manchester]: Manchester University Press.
- Cohen, Anthony P. 1986. *Symbolising Boundaries: Identity and Diversity in British Cultures*. Manchester, UK; Wolfeboro, NH, USA: Manchester University Press. <http://catalog.hathitrust.org/api/volumes/oclc/17482413.html>.
- Doidge, Mark. 2017. "The Italian Ultras: From Local Divisions to National Co-Operation." In *Football and Supporter Activism in Europe*, edited by Borja García and Jiming Zheng, 45–64. Cham: Springer International Publishing.
- Durkheim, Emile, și Karen E. Fields. 1995. *The Elementary Forms of Religious Life*. New York: Free Press.
- Craib, Ian. 1998. *Experiencing Identity*. 1. publ. London: SAGE.
- Edensor, Tim. 2002. *National Identity, Popular Culture and Everyday Life*. Oxford; New York: Berg Publishers.
- Flora, Gavril, Georgina Szilagyi, and Victor Roudometof. 2005. "Religion and National Identity in Post-Communist Romania." *Journal of Southern Europe and the Balkans* 7 (1): 35–55.
- Fox, Jon E. 2006. "Consuming the Nation: Holidays, Sports, and the Production of Collective Belonging". *Ethnic and Racial Studies* 29 (2): 217–36.
- Gellner, Ernest, and Robert Adam. 1997. *Națiuni și naționalism: noi perspective asupra trecutului*. București: Antet.
- Giulianotti, Richard, Norman Bonney, and Mike Hepworth. 1994. *Football, Violence and Social Identity*. London; New York: Routledge.
- Gunther Pilz, and Wölki-Schumacher Franciska. 2010. "Overview of the Ultra Culture Phenomenon in the Council of Europe Member States in 2009." In .
- Guschwan, Matthew. 2007. "Riot in the Curve: Soccer Fans in Twenty-first Century Italy." *Soccer & Society* 8 (2–3): 250–66. <https://doi.org/10.1080/14660970701224467>.
- Guschwan, Matthew. 2014. "Stadium as Public Sphere." *Sport in Society* 17 (7): 884–900. <https://doi.org/10.1080/17430437.2013.806036>.
- Guțu, Dinu. 2012. *Revoluția "Ultrașilor": Antietatism, Violentă Simbolică și Potențial Insurecțional În Cadrul Fenomenului Ultras*. Ediția 1. Colecția Cartier Istoric. Chișinău: Cartier.
- Guțu, Dinu. 2015a. "Casuals" Culture. Bricolage and Consumerism in Football Supporters' Culture. Case Study – Dinamo Bucharest Ultras'. *Soccer & Society* 18 (7): 914–36.
- Guțu, Dinu. 2015b. *Ultimii Oameni Etnografia Unei Peluze*. Tritonic Sociologie. TRITONIC.
- Guțu, Dinu 2017. "World Going One Way, People Another: Ultras Football Gangs' Survival Networks and Clientelism in Post-Socialist Romania." *Soccer & Society* 19 (3): 337–54.
- Hall, Stuart, and Paul Du Gay, eds. 1996. *Questions of Cultural Identity*. London; Thousand Oaks, Calif: Sage.
- Hitchins, Keith. 1997. *Mit și realitate în istoriografia românească*. București: Editura Enciclopedică.
- Hobsbawm, Eric J., și Terence O. Ranger, ed. 2010. *The invention of tradition*. 19th pr. Canto. Cambridge: Cambridge Univ. Pr.
- Hogg, Michael A., and Dominic Abrams. 1988. *Social Identifications: A Social Psychology of Intergroup Relations and Group Processes*. London; New York: Routledge.
- Jenkins, Richard. 1996. *Social Identity. Key Ideas*. London; New York: Routledge.

- Jenkins, Richard. 2008. *Social Identity*. 3rd ed. Key Ideas. London; New York: Routledge.
- Kaneva, Nadia, and Delia Popescu. 2011. "National Identity Lite: Nation Branding in Post-Communist Romania and Bulgaria." *International Journal of Cultural Studies* 14 (2): 191–207.
- Kogălniceanu, Mihail. 1997. *Scieri literare, istorice și sociale*. Chișinău: Litera.
- Latawski, Paul C., ed. 1995. *Contemporary Nationalism in East Central Europe*. New York, N.Y.: St. Martin's Press.
- Merkel, Udo. 2015. *Identity Discourses and Communities in International Events, Festivals and Spectacles*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Nicolescu, Valentin Quintus. 2015a. „Etnie, națiune, modernitate – o abordare critică a premiselor etno-simboliste”. *Perspective Politice* 8 (1): 7-20.
- Nicolescu, Valentin Quintus. 2015b. „Între etnic și civic – o analiză a principalei tipologii a naționalismului”. *Perspective Politice* 8 (2): 57-68.
- Nicolescu, Valentin Quintus. 2014. "Nature and Identity in the Construction of the Romanian Concept of Nation." *Environment and History* 20 (1): 123–41.
- Pitti, Ilaria. 2018. "“We Will Never Be What You Want Us to Be”: Young Football Fans and the Ultras Centre." In *Youth and Unconventional Political Engagement*, by Ilaria Pitti, 83–109. Cham: Springer International Publishing.
- Quiroga, Alejandro. 2014. "The Three Spheres. A Theoretical Model of Mass Nationalisation: The Case of Spain: The Three Spheres." *Nations and Nationalism* 20 (4): 683–700.
- Robbert Woltering. 2013. "Unusual Suspects: 'Ultras' as Political Actors in the Egyptian Revolution." *Arab Studies Quarterly* 35 (3): 290.
- Sack, Allen L., and Zeljan Suster. 2000. "Soccer and Croatian Nationalism: A Prelude to War." *Journal of Sport and Social Issues* 24 (3): 305–20.
- Seippel, Ørnulf. 2017. „Sports and Nationalism in a Globalized World”. *International Journal of Sociology* 47 (1): 43-61. <https://doi.org/10.1080/00207659.2017.1264835>.
- Verdery, Katherine. 1993. "Nationalism and National Sentiment in Post-Socialist Romania." *Slavic Review* 52 (2): 179–203. <https://doi.org/10.2307/2499919>.
- Zikry Fareeda. 2015. "Ultras in Egypt: The Power of Organized Soccer Fans and Their Political Influence on the 2011 Egyptian Revolution and Post-Revolution Era" UNC Chapel Hill Undergraduate Honors Theses Collection.