

УДК 796.011

**Гайсина Яна Рафаэлевна**

обучающийся 4 курса по направлению подготовки 54.03.01 «Дизайн»  
НОЧУ ВО «Московский экономический институт», г. Москва  
Gaysina Y.R.

Научный руководитель:

**Панкратова Ольга Николаевна**, старший преподаватель кафедры  
«Гуманитарных и естественнонаучных дисциплин»  
НОЧУ ВО «Московский экономический институт», г. Москва  
Pankratova O.N.

## ДИЗАЙН В СПОРТЕ НА ПРИМЕРЕ ИСТОРИИ ДИЗАЙНА АТРИБУТИКИ БОЛЕЛЬЩИКОВ DESIGN IN SPORTS

**Аннотация:** Эволюция спортивной атрибутики тесно связана с человеческой историей, новыми технологиями и экономикой. Трудно также переоценить её социально-значимый фактор, который объединяет целые народы или выражает их протест.

**Abstract:** The evolution of sports paraphernalia is closely linked to human history, new technologies, and economics. It is also difficult to overestimate its socially significant factor, which unites entire nations or expresses their protest.

**Ключевые слова:** атрибутика, дизайн, социальность, фанаты, спортивные состязания.

**Keywords:** paraphernalia, design, sociality, fans, sports competitions.

### **Античность: первые шаги визуальной идентичности.**

Ещё до нашей эры спорт выполнял роль социального катализатора. На Олимпийских играх в Древней Греции зрители не только наблюдали за состязаниями, но и активно участвовали в создании атмосферы. Поддержка атлетов выражалась через цветные ленты, которые ткали из шерсти, окрашенной натуральными пигментами [3] Эти ленты, завязанные на запястьях или вплетённые в волосы, стали прообразом современных фан-аксессуаров. В Древнем Риме традиция приобрела новые формы: поклонники гладиаторских боёв использовали таблички с именами фаворитов, а также тканые платки, цвет которых соответствовал определённой школе бойцов. Археологические находки в Помпеях подтверждают, что уже в I веке н.э. существовала практика массового производства таких аксессуаров – глиняные таблички с гравировкой и остатки шерстяных платков найдены в руинах лавок у Колизея (Институт археологии Рима, 1987, сектор IV). Позже, в Средние века, идея визуального различия продолжила развиваться – на щитах рыцарей появились гербы, обозначавшие принадлежность к определённому роду или дому. Эти символы несли важную функцию распознавания и стали предтечей современной визуальной идентичности в спортивной культуре.

### **XIX век: рождение фанатской культуры.**

Современная история спортивной атрибутики началась в викторианской Англии, где футбол трансформировался из народной забавы в организованный спорт. Первые футбольные клубы, такие как «Шеффилд» (1857г.) и «Ноттс Каунти» (1862 г.), стали использовать гербы и цвета, чтобы отличаться друг от друга. Болельщики быстро переняли эту символику. К 1888 году – моменту создания Футбольной лиги – 70% зрителей на матчах носили шарфы или кепки в клубных цветах. Интересен пример «Престона Норт Энд»: фанаты этого клуба в 1870-х годах начали повязывать на шеи полосы ткани синего и белого цветов, что позже стало традицией для многих английских команд.

Промышленная революция сыграла ключевую роль в популяризации атрибутики. С развитием текстильных фабрик производство шарфов и значков стало массовым [2] К 1900



году, в Британии ежегодно продавалось около 800 тыс. футбольных шарфов. Это не только укрепляло связь болельщиков с клубами, но и создавало новую статью доходов для спортивных организаций.

### **XX век: между ультрас и коммерцией.**

Возрождение Олимпийских игр в конце XIX – начале XX века стало поворотной точкой: спортсмены начали выступать в экипировке, оформленной в цветах национальных флагов, что подчеркивало принадлежность к стране и вызывало чувство коллективной гордости. Такой подход стал основой для формирования традиции национальной атрибутики в спорте, а также важным шагом к созданию узнаваемого визуального языка болельщиков.

После Второй мировой войны спортивная атрибутика пережила качественный скачок. В 1950-х годах появились технологии трафаретной печати, позволившие наносить логотипы на ткань. Это привело к стандартизации дизайна: клубы стали разрабатывать фирменные стили, а фанаты – объединяться в группы с единой атрибутикой. Например, итальянские ультрас «Милана» в 1960-х годах ввели моду на расписные баннеры, которые создавались вручную и занимали целые сектора стадионов [1] Каждый такой баннер был уникальным произведением искусства: фанаты тратили до 300 часов на роспись 30-метровых полотен, используя аэрографы и трафареты.



Рис. 1 – Архивная фотография фанатских баннеров ультрас «Милана» 1960-х г [4].

Одновременно с этим началась коммерциализация спортивного мерча. К 1980-м годам европейские клубы осознали экономический потенциал атрибутики. Дизайн стал инструментом глобального маркетинга: когда немецкий футбольный клуб «Бавария» в 1990 году представил коллекцию одежды в сотрудничестве с Adidas, продажи выросли на 40% за счёт узнаваемого красно-белого стиля.



Рис. 2 – Форма «Баварии» Adidas 1990-1991 гг.

История спортивной атрибутики – это не только хроника визуальных трансформаций, но и отражение глубинной потребности человека в идентификации и принадлежности. С античных времён до наших дней дизайн в спорте играл ключевую роль: он помогал болельщикам выражать эмоции, солидарность и верность своей команде. Яркие ленты, клубные цвета, гербы, баннеры и шарфы стали неотъемлемой частью фанатской культуры. Именно благодаря дизайну фанаты могут чувствовать себя частью единого целого, даже не зная друг друга. Визуальные элементы, будь то традиционная вышивка или современная футболка с логотипом, превращают простое наблюдение за игрой в эмоциональный ритуал сопричастности. Таким образом, дизайн – это не только эстетика, но и мощный инструмент,

формирующий идентичность спортивного сообщества. Фанатская атрибутика не про моду, а про принадлежность, ведь каждый шарф, значок – это кирпичик в здании коллективной идентичности.

**Цели и задачи:**

1. Изучить уровень осведомленности студентов о роли дизайна в спортивной культуре;
2. Определить визуальные предпочтения молодежной аудитории в контексте спортивной атрибутики.

**Методы исследования:**

1. Анализ литературы по данной теме;
2. Проведение опроса среди студентов.
3. Анализ полученных результатов

**Результаты и обсуждения:**

Для решения поставленных задач мною был проведен опрос среди студентов направления «Дизайн» Московского экономического института в количестве 15 человек. Полученные результаты представлены в диаграммах.

Вопрос 1: Интересуетесь ли Вы спортивными соревнованиями? Ответы: «Да» и «Нет»;

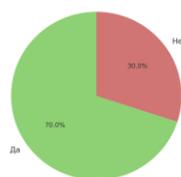


Рис.3 – 70% – ответ «Да», 30% – ответ «Нет»

Вопрос 2: Замечаете ли Вы, как оформлены атрибуты у фанатов на стадионах (или в трансляции)? Ответы: «Да» и «Нет»;

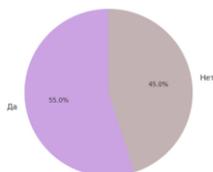


Рис.4 – 45% – ответ «Нет», 55% – ответ «Да»

Вопрос 3: Что важнее в фанатской атрибутике? Ответы: «Удобство» или «Красивый дизайн»;

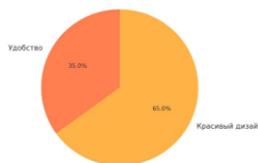


Рис.5 – 65% – ответ «Красивый дизайн», 35% – ответ «Удобство»

Вопрос 4: Какой атрибут болельщика Вам кажется самым узнаваемым? Ответы: «Шарфы», «Значки», «Флаги/баннеры», «Футболки», «Другое»;

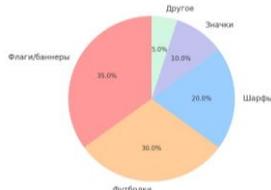


Рис.6 – 35% – ответ «Флаги/баннеры», 30% – ответ «Футболки», 20% – ответ «Шарфы», 10% – ответ «Значки», 5% – ответ «Другое»



Вопрос 5: «Выступление спортсменов под нейтральным флагом мешает болельщикам их поддерживать?» Ответы: «Да», «Нет».

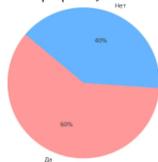


Рис.7 – 60% – ответ «Да», 30% – ответ «Нет»

### **Выводы**

Проведённый среди студентов опрос показал, что большинство респондентов проявляют интерес к спортивным соревнованиям и положительно относятся к визуальной составляющей команд. Особенно важно, что более половины участников замечают оформление фанатской одежды, что указывает на высокий уровень визуальной вовлеченности аудитории.

Наиболее узнаваемыми атрибутами болельщика были названы флаги и футболки, за ними следуют шарфы и значки. Это подчёркивает важность дизайна не только как части имиджа клуба, но и как средства идентификации болельщиков, сплочения и создания визуальной атмосферы поддержки.

Поэтому, как показала практика, российские болельщики очень изобретательны и способны поддержать свою команду в трудных условиях любыми средствами.

### **Список литературы:**

1. Ломбарди, Дж. (2021). «Культура ультрас: Искусство и страсть». Milan: Mondadori. – С. 78.
2. Уолвин, Дж. (2015). «Футбол и мир». London: Palgrave Macmillan. – С. 112.
3. Янг, Д. (2004). «Олимпийские мифы: Истоки и эволюция». – С. 45-46.
4. <https://ultras-tifo.net/>

