

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FILOZOFSKI FAKULTET
ODSJEK ZA SOCIOLOGIJU

DIPLOMSKI RAD

**SOCIOLOŠKE DIMENZIJE GLOBALIZACIJSKIH
TRENDOVA U SPORTU I SADRŽAJIMA VEZANIMA
UZ SPORT:
ZNAČAJ FENOMENA ŽENSKOG NOGOMETNOG
NAVIJAŠTVA**

ANA – MARY BAUER ČUK

Mentor:

Prof. dr. sc. OGNJEN ČALDAROVIĆ

Zagreb, srpanj 2013.

SADRŽAJ

| | |
|--|----|
| Uvodni dio..... | 3 |
| Sažetak..... | 4 |
| | |
| 1. <u>Povijesni razvitak sporta i njegov suvremeni značaj</u> | 5 |
| 1.1. Socijalni značaj sportske ekonomije..... | 9 |
| 1.2. Utjecaj komercijalizacije i profesionalizacije sporta na pojedince involvirane u practiciranje sportskih aktivnosti..... | 10 |
| 1.3. Odnos medija i sporta kao produktivne djelatnosti..... | 11 |
| 1.4. Sport kao politički fenomen..... | 12 |
| 1.5. Izražavanje nacionalizma putem institucije sporta..... | 13 |
| 1.6. Oblici diskriminacije nad pojedincima koji sudjeluju u sportskoj industriji..... | 14 |
| 2. <u>Utjecaj masovnih medija na instituciju sporta i konzumente sportskih sadržaja</u> | 17 |
| 2.1. Medijska prezentacija sportaša..... | 19 |
| 3. <u>Globalni fenomen nogometne igre</u> | 21 |
| 3.1. Porijeklo nogometne igre..... | 22 |
| 3.2. Velika Britanija: zemlja porijekla europskog nogometa..... | 22 |
| 3.3. Engleska: kolijevka moderne nogometne igre..... | 24 |
| 3.3.1. Engleska nogometna industrija druge polovice 20. stoljeća..... | 25 |
| 3.4. Antropološki pristup evoluciji nogometne igre..... | 27 |
| 3.5. Povijest i karakteristike suvremenog ženskog nogometa..... | 28 |
| 3.6. Oblici diskriminacije usmjereni prema ženama involviranim u practiciranje nogometa..... | 31 |
| 3.7. Značaj nogometa u procesima identifikacije i socijalizacije..... | 34 |
| 4. <u>Neposredna publika na nogometnim natjecanjima</u> | 36 |
| 4.1. Osnovne karakteristike pripadnika aktivne publike..... | 36 |
| 4.1.1. Karakteristike pripadnika navijačke nogometne publike..... | 37 |
| 4.2. Značajke ostalih neposrednih sudionika nogometnih natjecanja..... | 40 |
| 5. <u>Sociodemografske karakteristike neposrednog nogometnog gledateljstva u povijesnom kontekstu</u> | 42 |
| 5.1. Karakteristike jednostavne publike..... | 42 |

| | |
|---|----|
| 5.1.1. Socijalni čimbenici u transformaciji karakteristika pripadnika jednostavne publike devetnaestoga i početka 20. stoljeća..... | 44 |
| 5.1.2. Britanska nogometna publika u razdoblju između dvaju Svjetskih ratova..... | 46 |
| 5.2. Pojava i karakteristike masovne publike sredinom 20. stoljeća..... | 47 |
| 5.2.1. Pojava i posljedice fenomena nogometnog huliganizma..... | 50 |
| 5.2.2. Žene i nogometno navijaštvo u razdoblju napredovanja nogometnog huliganizma..... | 56 |
| 5.2.3. Posljedice medijske eksponiranosti fenomena nogometnog huliganizma..... | 57 |
| 5.2.4. Utjecaj aktivnosti pripadnika supkulturnih grupa na formiranje fenomena moralne panike..... | 59 |
| 5.3. Karakteristike nogometnog navijaštva na prostoru bivše Jugoslavije..... | 61 |
| 5.4. Čimbenici u procesu formiranja difuznog tipa nogometne publike krajem dvadesetog stoljeća..... | 70 |
| 5.4.1. Žene i nogometno navijaštvo islamskih zemalja 21. stoljeća: primjer Irana i Saudijske Arabije..... | 80 |
| 5.4.2. Žene u domeni nogometnog navijaštva zemalja patrijarhalnog društvenog uređenja na primjeru Zimbabvea i Indije..... | 82 |
| 6. <u>Zaključak</u> | 84 |
| 7. <u>Popis literature</u> | 85 |

Uvodni dio

Globalizacija kao sveprisutni fenomen suvremenog doba, koji podrazumijeva pozitivne i negativne aspekte i posljedice globalne povezanosti na mikro- i makrosociološkim razinama, prožima i integrira gotovo sve sfere ljudske djelatnosti. Proces koji se odnosi na „(...) stvaranje kompleksnih veza među društvima, kulturama, institucijama i pojedincima diljem svijeta“ demonstrira tendenciju izrazito brzog napredovanja, olakšanu benefitima sredstava masovne komunikacije (Tomlinson 2001, citirano u Porter, 2011: 20). Zahvaljujući, između ostalog, djelovanju uznapredovale tehnologije koja definira smjernice razvitka raznih oblika masovne komunikacije, usmjeravajući time masovno djelovanje na globalnoj razini, mnogi su sportovi postali subjektima u globalizacijskim tokovima ili, drugim riječima, globalnim fenomenima (Crawford, 2004).

Vrcan (1990) promatra nogomet kao jedan od oblika masovnog ponašanja ljudi u modernim društvima, istovremeno se pojavljujući u formi društveno značajnog, ali i društveno perifernog fenomena koji ne sadrži samo dimenziju razonode i zabave, već se kroz karakter nogometne igre i vezanih sadržaja zrcale određena društvena stanja i prilike: da bismo ostvarili ciljeve ovog rada, nastojat ćemo prezentirati višestoljetni proces transformacija vezanih uz strukturu, poimanje i konzumiranje sporta, posebice nogometa, koje su uzrokovale promjene socijalnih, demografskih i ekonomskih karakteristika neposrednih konzumenata nogometnih natjecanja. Svrha ovog diplomskog rada očituje se u iluminaciji pozitivnih i negativnih aspekata globalizacijskih promjena na mikro- i makrosociološkim razinama, koje se prvenstveno odnose na pitanje osvještavanja i uspostavljanja rodne ravnoteže posredstvom institucije sporta i sadržaja vezanih uz sport, na primjeru domene nogometne igre. Želimo ukazati kako nogomet – kao najglobaliziraniji oblik profesionalne sportske aktivnosti – u mnogim komercijalno razvijenim zemljama obnaša funkciju nositelja socijalnih promjena, razvijajući interakciju s mnogim globaliziranim ekonomskim, medijskim i obrazovnim institucijama te na taj način uspostavljajući kvalitetnije poimanje rodne ravnoteže na mnogim drugim područjima života.

Prije no što se posvetimo elaboraciji funkcija i socijalnog značaja suvremenog sporta, kao i neizostavne potrebe današnjeg čovjeka za sportom, nužno je definirati sportsku aktivnost kao takvu te je prezentirati u socio-povijesnom kontekstu kako bismo precizno uočili dimenzije njenog socijalnog, ekonomskog i političkog značenja u globalnome smislu.

Sažetak

Ovaj diplomski rad predstavlja elaboraciju razvitka nogometne igre u povijesnom kontekstu te njenog značaja u sociološkim, ekonomskim, političkim i ostalim dimenzijama, kao i razvitka fenomena nogometnog navijaštva u kojem povećanje udjela ženskog segmenta populacije simbolizira utjecaj raznih ekonomskih i marketinških procesa na konzumente nogometnih priredbi te, istovremeno, napredak u poimanju i postizanju rodne ravnoteže, koji se relativno sporim tempom manifestira na mnogim drugim razinama života i rada.

Iako su žene na razne načine oduvijek prisutne u domeni nogometa i sadržaja povezanih s tim sportom, nogomet i nogometno navijaštvo na razini mnogih svjetskih zemalja zadržali su maskulini karakter te se uvelike povezuju s određenom razinom nasilja, narušavajući globalni imidž nogometnog sporta. Budući da je nogomet kontaktni sport koji (tradicionalno) inkorporira određene stupnjeve verbalnog i fizičkog nasilja, u zemljama u kojima se nogomet razvio u pretežno ekonomski fenomen evidentno je nastojanje ponovnog zadobivanja pozitivnog karaktera igre. Spomenuti proces se, između ostalog, realizira kroz promjene vezane uz sociodemografski sastav neposrednog nogometnog gledateljstva te je izazvan djelovanjem globalnih ekonomskih procesa.

Ključne riječi: žene, nogomet, nogometno navijaštvo, komercijalizacija, globalizacija.

1. Povijesni razvitak sporta i njegov suvremeni značaj

„Sport je aktivnost u slobodno vrijeme, čija je dominantna fizičko jačanje kroz igru i rad istovremeno, a odvija se kroz natjecanja, obuhvaćena pravilima i specifičnim institucijama s mogućnošću preobrazbe u profesionalnu aktivnost“ (Magnane 1964, prema Mato Bartoluci, 2003: 37). Obzirom na dimenziju sporta vezanu uz njegovu pragmatičku evoluciju u okvirima globalizacijskih procesa, nužno ga je definirati kao profesionalnu natjecateljsku aktivnost. „Natjecateljski sport je važan oblik socijalnog ponašanja specifičan za sva moderna, napredna društva koji predstavlja vid zabave za sudionike, druge učesnike, promatrače i TV gledatelje što ga sve zajedno svrstava u red najmasovnijeg oblika sporta“ (Žugić 2002, prema Bartoluci, 2003: 39). Natjecateljski sport postao je društvena potreba i značajan stvaralački činitelj kulture suvremenog društva te ga, stoga, sve države podupiru putem sistema javnog financiranja, ali i drugih oblika poticanja (Bartoluci, 2003).

Radan (1970) opisuje osnovne ljudske aktivnosti koje predstavljaju temelj formiranja današnjih sportova: a) lov kao sredstvo egzistencije; b) borbu s prirodom i okolinom u svrhu preživljavanja; te c) svečanosti, obrede i zabavne sadržaje. Autor pojašnjava kako je surovost borbe za opstanak prvobitnih zajednica nametnula potrebu razvoja, a kasnije i njegovanja fizičkih potencijala pojedinaca, koji su u razdobljima nedostatka potrebe za lovom ili ratovanjem bili prakticirani u obliku natjecanja na raznim skupovima i svečanostima.¹ Vladari Rimskog carstva, primjerice, sportske su priredbe i vojne vježbe organizirali i kao pokušaje distrakcije masa od surove realnosti, poremećene rastućim kriminalom uslijed drastičnog siromaštva.

Precizno definirajući simboliku sintagme “kruha i igara”, gdje su, dakle, trivijalne aktivnosti (poput, primjerice, sportskog natjecanja) poslužile odvratanju pozornosti od mnogo ozbiljnijih društvenih problema, razvijene teorije obiluju komparacijama sporta i religije te dokumentiraju situacije i društvena stanja u kojima sport doista preuzima funkciju opijata za mase.²

¹Prema Bartoluci (2003); Radan (1970) također navodi kako su Spartanci redovitim vježbama i natjecanjima u periodima između ratovanja održavali fizičku spremu na vrhuncu, a vodili su i posebnu brigu o tjelesnom odgoju žena putem nekog oblika gimnastike; Jeu (1975, citirano u Bodin 2007) smatra da se sport formirao na temeljima nasilja, drevnih rituala i ratova kao prekretnicama u postojanju pojedinih zajednica i društava; antičke su igre, primjerice, predstavljale alternativni oblik ratovanja i potvrđivanja nadmoći nad rivalima;

²Madigan i Delaney (2009); Giulianotti (1999) prema Porter (2011);

Bodin i Debarbieux (2001)³ ističu, referirajući se na organizaciju igara i sporta u antičkoj Grčkoj, kako termin “sport” neadekvatno opisuje antičke sportske manifestacije koje su uvijek podrazumijevale širenje propagande i društvene isključenosti. Ideal sporta antičke Grčke bio je aristokratski te je i u razdobljima demokracije promovirao diskriminaciju i ropstvo. Sport je bio rezerviran za pripadnike viših klasa i slobodne ljude, istovremeno distancirajući i izolirajući pripadnike nižih slojeva, pridošlice, robove i žene. U mnogim su antičkim gradovima (Delfi, Korint, Argos i dr.) igre simbolizirale pokušaje stjecanja ili zadržavanja političke i trgovačke dominacije⁴: razni su narodi bili zaokupljeni promocijom valuta, sirovina, institucija, načina života ili svjetonazora, a arheološkim studijama pronađeni su i projekti s razrađenom strategijom financiranja igara (primjerice, novčane iznose koje je bilo moguće osvojiti, količine vina konzumirane u arenama i sl.). Elias i Dunning (1986)⁵ argumentiraju kako su moderni sportovi zadržali sličnost s antičkim igrama, ali se od njih razlikuju u četiri ključna elementa:

1. moderni sportovi rasprostranjeni su u većoj ili manjoj mjeri diljem svijeta te su dostupni gotovo svim pripadnicima raznih društvenih skupina; stanovništvo manje razvijenih zemalja rjeđe se bavi prakticiranjem sportskih aktivnosti, dok se u bogatim i umjereno bogatim industrijaliziranim zemljama ljudi bave sportom obzirom na razne kontekste i svrhe sportskih aktivnosti;
2. moderne sportove odlikuje bolja organizacija te nemaju eksplicitnu ritualnu ili ceremonijalnu namjenu, za razliku od antičkih sportova koji su često simulirali tijekom ratovanja;
3. moderne sportove karakterizira promjena u načinu percepcije fizičkog nasilja među sudionicima sportskih događaja, tj. nasilje koje se pojavljuje većinom je simboličke naravi; sport krajem 20. st. podržava drugačije vrijednosti i ciljeve: obrazovanje, tjelesnu spremu i snagu, glad za natjecanjima i spektaklima, hedonizam, profesionalnu ili društvenu integraciju, osjećaj pripadnosti i društvenu koheziju; jedna od bitnijih funkcija suvremenog sporta je promicanje integracije: sportska natjecanja lokacije su približavanja i povezivanja naroda i rasa, a sportske pobjede doprinose osjećaju pripadnosti i ujedinjavanju “ljudi iza igrača”; moderna društva postala su miroljubivija

³ Prema Bodin (2007);

⁴ Thomas (1992) prema *Le Nouvel Observateur*, No. 2059, 2004;89, citirano u Bodin (2007);

⁵ Prema Bodin (2007);

jer pojedinci postaju manje tolerantni prema nasilju; ovi autori, nadalje, naglašavaju kako je znanje o sportu ustvari znanje o društvu;

4. moderni sportovi imaju specifičnu društvenu funkciju koja se manifestira ulogom u kontroli nasilja.

Suvremena, razvijena društva karakterizira povećanje potrebe za sportom koju Vrcan (1990) smatra „(...) elementarnom ljudskom potrebom (...) za životnim prostorom u kojem se može manje-više slobodno i spontano ispoljavati i potvrđivati autonomija čovjeka kao pojedinca, izvan fiksnih društvenih uloga, koju inače preuzima i vrši, i nezavisno od njih“ (Vrcan, 1990: 108). Sportska rekreacija postaje nužnost koja kompenzira štetne posljedice suvremenog života i rada, obilježenog smanjenom mogućnošću kretanja i pojačanim učincima stresa (Bartoluci, 2003). Potreba pojedinaca za sportom i sadržajima vezanima uz sport u suvremenim društvima, dakle, često proizlazi iz načina života suvremenog čovjeka, kojemu medijski distribuirana kultura konzumerizma istovremeno sugerira određene obrasce ponašanja.

Moderne sportske priredbe, argumentiraju Elias i Dunning (1986), omogućavaju gledateljima i igračima mimetičko opuštanje od socijalnih i osobnih ograničenja, uz poštivanje odgovarajućih propisa, čime se omogućava očuvanje socijalnog reda koji nadilazi granice sportske priredbe. Sport u moderno doba, dakle, predstavlja enklavu u kojoj je umjereno uzbuđeno ponašanje socijalno prihvatljivo.⁶

Sport se temelji na igri kao društvenom odnosu, a igra sadrži elemente borbe i zanosa.⁷ Dakle, promatrajući sport kao igru, on predstavlja i objedinjuje ono što je inherentno gotovo svakom pojedincu pa Huizinga (1970)⁸ argumentira kako „(...) prava kultura ne može postojati bez određenog igračkog sadržaja jer kultura pretpostavlja stanovito ograničavanje i samosvlađivanje, tj. stanovitu sposobnost da se u vlastitim težnjama ne vidi ono krajnje i najviše, ukratko, da se prizna zatvorenim unutar njenih dragovoljno prihvaćenih granica.“ Sport, stoga, iz ove perspektive promatramo kao nužnost, kao svojevrsnu protutežu dominantnim društvenim, kulturnim, političkim i ostalim tendencijama suvremenog doba.⁹ „Pitanje igre nije bezazleno, već suštinsko pitanje jer igra govori i o temeljnom filozofskom problemu odnosa čovjeka i svijeta. U igri se doživljava sreća stvaranja, što čovjeku stvara iluziju slobode, ali i samostvaranja. Budući da je imaginarna, čovjek se u igri može fiktivno

⁶ Prema Frank i Steets (2010);

⁷ Buzov i suradnici (1990: 4);

⁸ Citirano u Lalić (1993: 281);

⁹ Vrcan (1990);

vraćati i u prošlost, kako bi “popravio” ono što nekad nije uspio postići. To se kao motiv igre javlja kod igrača, ali i kod promatrača igre koji se identificiraju s igračima.¹⁰ Bjelajac (2006) argumentira kako se funkcija sporta kao igre suočila s potpunom degradacijom uslijed procesa preobražavanja sportskih klubova i organizacija u ekonomske subjekte: spomenuti procesi očituju se u svojevrsnoj podjeli rada na promatrače i izvođače te u činjenici da natjecateljski sport – umjesto značaju igre – primat daje rezultatu. Sportaši se, nastavlja ovaj autor, zbog širokog upliva znanosti u sport, pretvaraju u robotizirane individue koje gube osjećaj za moralne i ljudske vrijednosti a sport postaje zanat u kojem se normiraju i komercijaliziraju rezultati radi maksimalizacije profita.

Sportski odgoj djece, koja u ranoj dobi počinju s prakticiranjem raznih sportskih aktivnosti i treninga, često ne uključuje razumijevanje smisla igre kao takve, već se inzistira na vrijednosti rezultata, odnosno pobjede. Opisano interpretaciju smisla igre danas susrećemo kod mnogih sportskih zvijezda (posebice nogometnih zvijezda), odnosno pojedinaca koji gube kontakt s igrom i čija je lojalnost promjenjiva te pripada ponuditelju najviše plaće.¹¹ „Sport kao aktivnost kojom se, u uvjetima svijeta suvremenih masovnih medija, stalno proizvode i stvaraju zvijezde i junaci te uvijek nove zvijezde i junaci, privlači mlade ljude pružajući im uzore s kojima se lako identificirati i uz pomoć njih izgraditi vlastiti identitet. Ustvari, u sportu i u vezi s njim stvara se svojevrsni prostor idolatrije: proizvode se stalno novi idoli, ali idoli koji kratko traju, brzo se troše i brzo umiru kao nekakvi suvremeni bogovi trenutka. Idolatrija tog prostora kao da dokazuje da se idoli mijenjaju i umiru, ali idolatrija u ovom ili onom obliku ostaje.“¹² Stoga mnogi autori (Gifford 2006, Russell 2008, Bodin 2007) naglašavaju značaj (edukativne) uloge sporta i sportskih zvijezda u procesu odrastanja, razvijanja samopoštovanja i stjecanja određenih moralnih i etičkih kvaliteta pojedinaca koji se uključuju u amaterske ili profesionalne oblike prakticiranja sporta. Budući da prakticiranje sporta pretpostavlja poštivanje određenih uspostavljenih pravila, on posjeduje širu odgojnu funkciju kojom se ne koriste samo škole i sportski klubovi, već i rekreacijski centri, zajednice, zatvorski sustavi i slične institucije. Potrebno je naglasiti i činjenicu da u nekim slučajevima sportski uzori kod mladih mogu utjecati na poprimanje agresivnog ponašanja.¹³

¹⁰ Uzelac 1987, citirano u Bjelajac (2006: 59);

¹¹ Krkač (2012); Pope (2011);

¹² Vrcan (1990: 63);

¹³ Bredemeier i suradnici (1986), primjerice, argumentiraju kako državljani zemalja koje su često bile involvirane u ratne sukobe većinom preferiraju agresivnije (kontaktne) sportove, a mladi koji sudjeluju u takvim sportovima imaju slabije razvijene moralne vrijednosti; prema Russell (2008);

Promatrajući sport kao društveni mikrokozmos, koji manje-više precizno odražava društvene odnose i društvena očekivanja¹⁴, znanstvena teorija precizno definira smjernice djelovanja kulture konzumerizma modernog doba, čijem smo utjecaju svakodnevno podređeni. Tako ćemo u daljnjem nastojanju elaboracije osnovne problematike ovog diplomskog rada, pokušati prezentirati na koji je način kultura konzumerizma, održavana i distribuirana prvenstveno posredstvom masovnih medija i vezanih ekonomskih procesa, utjecala na promjene u sportu, sportskoj industriji te sadržajima vezanima uz sport, s posebnim naglaskom na najmasovniji oblik (profesionalnoga) sporta – nogomet.

1.1. Socijalni značaj sportske ekonomije

Suvremeni sport je, uz ostale značajke, područje djelatnosti mnogih pojedinaca, klubova, saveza i sportskih poduzeća. Njihova se djelatnost zasniva na ekonomskim principima i zakonitostima uz korištenje raznih oblika i mogućnosti poduzetništva, pri čemu sportske organizacije ostvaruju svoje poslovanje kao sva ostala poduzeća u tržišnom poslovanju, generirajući prihode, troškove i dobitke (Bartoluci, 2003).

Ranih 1980-ih godina Međunarodni olimpijski odbor (IOC) postupno napušta politiku isključenosti profesionalnih sportaša iz sudjelovanja na Olimpijskim igrama što pokreće komercijalizaciju olimpijskog pokreta, istovremeno označavajući početak ere poduzetništva u sportu. U posljednjoj se četvrtini 20. st. sport radikalno transformirao uslijed pojave svjetskog sportskog tržišta te iznimnog rasta ponude i potražnje velikih sportskih manifestacija u Europi, čime je vrhunski sport integriran u sustav trgovine pod dominacijom medija i promotora, privlačeći s druge strane sponzore koji kontinuirano intenziviraju svoja ulaganja u sportski sektor (Bodin, 2007).

Mnogi autori¹⁵ naglašava kako je na početak ekonomskih promjena u sportu značajno utjecala industrijalizacija, tj. transformacija društva u ekonomskom i socijalnom smislu omogućena povećanjem količine slobodnog vremena u industrijskim, odnosno postindustrijskim društvima. Prema neomarksističkom pristupu¹⁶, sport i dokolica transformirani su u sredstva socijalne kontrole te moraju biti razumijevani u terminima odnosa moći u društvu. Ovaj pristup naglašava ključne uloge države i ekonomije u definiranju i formiranju ponude dostupnih sportskih aktivnosti i aktivnosti slobodnoga vremena, što omogućava jačanje utjecaja kapitala na svim područjima ljudske aktivnosti. Dodatno se ističe

¹⁴ Bodin (2007); Madigan i Delaney (2009);

¹⁵ Andreff (1988b), Andreff i Nys (2001), Bourg i Gouguet (2001), Sobry (2003) prema Bodin (2007);

¹⁶ Horne i suradnici (1987), citirano u Boyle i Haynes (2009: 4-5);

važnost uloge medija u formiranju obrazaca potrošnje i “normaliziranju” suvremenog konzumerističkog društva.

Dokolica je jedan od tri osnovna elementa svakodnevnog života te predstavlja životnu domenu u kojoj moderan čovjek iskazuje najveće aspiracije: očekivanje da provođenje slobodnog vremena bude ono nesvakidašnje u životu pojedinca često proizlazi iz nezadovoljstva individue ostalim dvama elementima – poslovnim i privatnim životom. Masovni mediji pridonose slabljenju i nestajanju obiteljskih i društvenih veza te povezanosti zajednice na kojemu se prethodno temeljilo odvijanje brojnih društvenih odnosa. Ovi procesi simboliziraju svojevrsnu prazninu u domeni slobodnog vremena čime provođenje vremena izvan radnog mjesta također postaje ovisno o tržištu. Razvijaju se pasivni oblici razonode koji odgovaraju ograničenim gradskim prilikama.¹⁷

Proces komercijalizacije sporta i sadržaja vezanih uz sport jedna je od domena koje proučava ekonomika sporta: Jašić (1978) navodi kako „definirati ekonomiku neke društvene djelatnosti znači istraživati ekonomske i druge zakonitosti koje određuju alokaciju resursa u toj djelatnosti“, dok Mecanović (1989) argumentira o ekonomici fizičke kulture i sporta kao grani znanosti „(...) koja se bavi ekonomskim aspektima zadovoljavanja ljudskih potreba fizičkom kulturom i sportom“ (citirano u Bartoluci, 2003: 15-16). Bartoluci (2003), nadalje, elaborira o ekonomici sporta koja se nužno prožima sa sociologijom sporta – znanstvenom disciplinom koja proučava pojavu različitih oblika socijalnog ponašanja pojedinaca (uključenih u sport i sadržaje vezane uz sport) koji su u ulozi subjekata sportske djelatnosti te istovremeno čimbenici svih ekonomskih procesa u sportu. Uzmemo li u obzir činjenicu da se tempo uključivanja pojedinaca i institucija u razne globalizacijske procese (čije učinke možemo precizno i kontinuirano definirati u sportu i sadržajima vezanima uz sport) neprestano povećava, lako uviđamo kako će broj potencijalnih interesnih domena ekonomike sporta, kao i sociologije sporta i dalje kontinuirano rasti.

1.2. Utjecaj komercijalizacije i profesionalizacije sporta na pojedince involvirane u prakticiranje sportskih aktivnosti

Sportska ekonomija tretira sport kao robu te se njime služi da bi reklamirala ogromno sajmište pa Bodin (2007) razmatra i dovodi u pitanje svrhu današnjega (mutiranoga) vrhunskoga sporta, s posebnim naglaskom na europskom nogometu kojeg smatra najboljim primjerom posljedica djelovanja sportske ekonomije. Promjene u vrhunskome sportu, navodi

¹⁷ Lefebvre (1959), Braverman (1983); prema Žugić (1988);

ovaj autor, svode nekoć kulturne aktivnosti na ekonomiju, što je pomak koji ugrožava egzistenciju amaterskog sporta te povećava distancu između profesionalnoga sporta namijenjenoga masovnoj publici i intimnijih, manje profesionalnih događaja. Time se sport reorganizira na način koji iz temelja mijenja smisao njegova razvoja.

Peti članak Rezolucije (76)41 Vijeća Europe nalaže kako je potrebno pronaći metode „(...) za zaštitu sporta i sportaša od iskorištavanja radi ostvarivanja političke, trgovačke ili financijske dobiti te od prakse zlouporabe i ponižavanja, uključujući neprimjerenu uporabu droga“ (prema Bodin, 2007: 201). Unatoč službenim regulativama, upotreba dopinga izuzetno je popularna u mnogim profesionalnim sportskim granama, a u kombinaciji s intenzivnim treninzima i čestim natjecanjima uzrokuje mnoge biološke posljedice. Djevojke, primjerice, doživljavaju hormonske poremećaje i gubitak menstrualnog ciklusa, dok mladićima opada razina testosterona. Kod muškaraca i žena koji se intenzivno bave sportom, dakle, postoji tendencija približavanja svojevrsnom spolno neutralnom profilu (Bodin, 2007).

Djeca i mladi sportaši često su tretirani kao svojevrsne investicije od kojih se očekuje povrat uložених sredstava, a sport im se prezentira kao profesija u dobi zaigranosti koja onemogućava razumijevanje profesionalizma i profesionalne etike. Sustav transfera igrača predstavlja svojevrsnu trgovinu ljudima, pri čemu su mlađi pojedinci istovremeno najtraženiji i najranjiviji (Krkač, 2012).

1.3. Odnos medija i sporta kao produktivne djelatnosti

Sport kao produktivna djelatnost danas generira tržište koje čini 1% bruto društvenog proizvoda u svim razvijenim zemljama¹⁸, a najmanje je 3% svjetske ekonomije vezano uz sport i sportsku industriju.¹⁹ Najveće ekonomske učinke sport ostvaruje u domeni industrije sportskih proizvoda, čiji prihodi bilježe konstantno povećanje: ekonomskom efikasnošću sportska industrija pripada samom vrhu svjetske industrije što znači da sport, generirajući brojne učinke u gospodarstvu razvijenih zemalja, može znatno doprinijeti gospodarskom razvoju neke zemlje (kao što je slučaj s SAD-om i zapadnim europskim zemljama) (Bartoluci 2003). Utemeljena je kultura masovnog konzumerizma, velikim dijelom usmjerena prema mladima koji iskazuju prirodnu sklonost i želju za identifikacijom s raznim sportskim ikonama: „(...) oni tvore pohlepno tržište za odjeću s markom i nove potrošačke proizvode. Proces predaje vrijednosti i baštine kulturnih modela tako postaje zastario jer vječno prisutni

¹⁸ Nys (2003), podaci izvješća Europske komisije (DGX, 1998.): prema Bodin (2007: 94);

¹⁹ Beech i Chadwick (2010) prema Krkač (2012:23);

mediji nude jednostavne sustave, utemeljene na sportu, konfekcijske sustave poimanja stvarajući obmanu da je stvaran svijet sa svojom jednoličnošću tek ružan san“ (Bodin 2007: 150).

Sugestija je općeprisutna u našim svakodnevnim aktivnostima vezanima uz posao ili slobodno vrijeme: uspješnost televizijskih i ostalih vrsta reklama temelji se na čimbenicima koji djeluju podsvjesno – bojama, simbolima, oblicima razgovornog jezika – te pojedince, predstavljajući privlačan svijet u umjetnim uvjetima, potiču na kupnju raznih proizvoda i usluga. Suptilni utjecaj slika, međutim, tek kratkotrajno pridonosi lojalnosti potrošača, dok dokazi o dugoročnijem učinku ne postoje.²⁰ Razni sponzori sportskih natjecanja, nadalje, financiraju sport iz mnogih razloga (razvijanje svijesti potrošača o proizvodu, povećanje prodaje proizvoda, stvaranje pozitivnog javnog imidža i sl.), a radije se odlučuju na sponzorstvo onih sportova s kojima je publika već naučila povezivati određeni proizvod – kao što je slučaj s, primjerice, pivom i nogometom (Boyle i Haynes, 2009).

Konzumenti sportskih proizvoda izloženi su, dakle, raznim marketinškim strategijama kojima im se implementira svijest o nekom proizvodu, a sportski se marketing od ostalih vrsta marketinga razlikuje utoliko što uspješnost prodaje često podrazumijeva emocije. Kupnjom sportskih proizvoda povezanih s omiljenim sportašima i sportovima, potrošači osjećaju svojevrsnu bliskost sa svojim idolima. Na prodaju sportskih artikala emocije mogu djelovati dvostrukim načinom: ovisno o trenutnoj percepciji javnosti o određenom sportašu ili sportskoj ekipi, emocije mogu unaprijediti, odnosno degradirati prodaju artikala koji se tiču određenih sportaša i sportova. Stoga bihevioralna ekonomija, suprotno neoklasičnoj ekonomiji koja pojedince promatra kao racionalne konzumente, nastoji pomoću psiholoških spoznaja (poseban naglasak na emocijama) objasniti subjektivne procese odlučivanja kod pojedinaca.²¹

1.4. Sport kao politički fenomen

Ellis Cashmore (2010) ističe kako je sport prožet politikom na mnogim razinama. Sportske su pobjede, primjerice, nekim afričkim zemljama u razvoju osigurale legitimitet te pridonijele njihovom pozitivnijem imidžu na globalnoj razini. U ovom kontekstu svjedočimo upotrebi sporta kao sredstva državne politike: u svrhu širenja globalnog uvjerenja o spremnosti određenih društvenih sistema na uključivanje u razne oblike međunarodnih

²⁰ Guichard (2000) prema Bodin (2007);

²¹ Altman (2006), Mullin i suradnici (2007);

odnosa, sport služi konstrukciji sociopolitičkog imidža određenog društva, koji može pogodovati državnoj politici u međunarodnom kontekstu.²²

Organizacija međunarodnih sportskih natjecanja, koja zahtijeva enormne financijske izdatke, mnogim je državama poslužila kao jedno od sredstava unutar šire strategije plasmana države na globalna tržišta: Olimpijske igre 2008. g. Kini su poslužile kao dio šire strategije ekonomskog otvaranja globalnim transakcijama, dok se Grčka nakon organiziranja Olimpijskih igara u Ateni 2004. g. našla u ozbiljnim financijskim poteškoćama zbog nemogućnosti realizacije planirane ekonomsko – političke strategije. Suvremeni natjecateljski sport je dehumaniziran utoliko što je njegova profitabilnost ovisna o pobjedama na raznim natjecanjima koje simboliziraju “vidljivost” na tržištu.²³

Medijske skupine često surađuju u lobiranju prilikom organiziranja raznih većih nacionalnih i međunarodnih natjecanja pa je tako Grčka, povodom stote obljetnice Olimpijskih igara, zbog prevladavajućeg utjecaja lobiranja globalnih američkih tvrtki, izgubila primat nad organizacijom navedenog natjecanja 1996. godine.²⁴

1.5. Izražavanje nacionalizma putem institucije sporta

Sportski nacionalizam predstavlja složenu socio-političku reakciju na zbivanja i izazove koji su u većoj ili manjoj mjeri povezani sa sportom te ga kao pojavu valja razumijevati u odnosu na razne socijalne kontekste u kojima se pojavljuje. Kreiranje i širenje sportskog nacionalizma može u nekim slučajevima biti uzrokovano djelovanjem pojedinaca i institucija koji posjeduju sredstva moći u društvu. U slučaju talijanskog premijera Silvija Berlusconija – koji je kupnjom nogometnog kluba “Milan” 1986. g. nekoliko milijuna nogometnih poklonika iskoristio u političke svrhe stvarajući vlastitu političku stranku – svjedočimo upotrebi nogometa kao društvene metafore: u vrijeme suočavanja Italije s gospodarskim poteškoćama, Berlusconi je isticao i prisvajao uspjehe nogometaša, gradeći iluziju o svojoj političkoj kompetentnosti te izjavljujući kako će Italiju pretvoriti u “Milan” (Allison 1993, Foer 2006).

Međunarodne sportske priredbe u mnogim su prilikama poslužile kao idealan kontekst izražavanja i jačanja nacionalnog identiteta. Budući da sport u velikoj mjeri odražava i postojeće društvene napetosti, Bodin (2007) argumentira kako je sport (posebice nogomet)

²² Vrcan (1990), Allison (1993);

²³ Boyle i Haynes (2009), Bodin (2007);

²⁴ De Brie (1994) prema Bodin (2007); o sličnim učincima televizije i sponzorstva na sport teoretiziraju Boyle i Haynes (2009);

često služio kao sredstvo poticanja ili produljivanja ratnih sukoba. U sportu i sadržajima vezanima uz sport moguće je identificirati postojeće političke napetosti, često interpretirane i izražavane kroz šovinističku navijačku kulturu koja podupire nacionalizam. Primjer bivše Jugoslavije nije jedinstven, ističe ovaj autor: nogomet je predstavljao sredstvo obrane identiteta u Francovoj Španjolskoj u razdoblju između 1936. i 1975. g., a slična funkcija ovog sporta prisutna je u povijesti mnogih svjetskih zemalja. Krajem 20. st., primjerice, britanski je nogomet zahvaćen ekonomskim i kulturnim trendovima koji se uskoro šire na europskoj, odnosno svjetskoj razini: ova su kretanja izazvala nesigurnosti koje se tiču veze između nogometa i nacionalnog identiteta pa se među mnogim engleskim navijačima razvio fanatični patriotizam, dok se škotski navijači posvećuju izgradnji pacifističkog i gotovo kazališnog navijačkog izričaja (Taylor, 2008).

Značaj sporta, dakle, u mnogim slučajevima nadilazi fizičko nadmetanje koje podliježe zakonima tržišta: sport može predstavljati sredstvo širenja raznih oblika nasilja povezanih s političkim, kulturnim, rasnim i drugim napetostima koje često obilježavaju sport u cjelini. Iz drugačije perspektive, sportski uspjesi pridonose jačanju nacionalnog (i lokalnog) identiteta te – u mnogim prilikama društvenih nestabilnosti – svojevrsnoj regulaciji međuljudskih odnosa na mikro- i makrosociološkoj razini.

1.6. Oblici diskriminacije pojedinaca koji sudjeluju u sportskoj industriji

Razmatrajući sport, pa tako i nogomet, s geografski lokalnijeg gledišta, Bodin (2007) argumentira kako je sport u Europi još uvijek organiziran strogo hijerarhijski: „Slobodno tržište europskoga nogometa trenutačno usmjerava dotok novca i sportski potencijal na način koji je sve samo ne zasnovan na ravnopravnosti“ (Bodin, 2007: 107). Sportska ekonomija, djelujući kroz natjecanja i segregaciju, definira obećavajuća investicijska područja te, procesom nejednake distribucije financijskih ulaganja u grane sporta, doprinosi medijskoj izolaciji pojedinih sportova i sportaša koji ih prakticiraju. Među sportašima su i sportovima, udaljenima od žarišta djelovanja i interesa lukrativnog tržišta, prevladavajućim udjelom zastupljene žene.

Značaj uloge medija sadržan je, između ostalog, u načinu reprodukcije dominantne ideologije, što uočavamo i u načinu prezentacije osnovnih društvenih vrijednosti od strane sportskih medija: suvremeni je sport u medijima prezentiran prvenstveno za muškarce, pripadnike bijele rase, te djeluje isključujuće prema ženama i manjinama (Cohen 2011; Woods 2011). Nebrojeno mnogo primjera koji podržavaju ovu konstataciju moguće je

svakodnevno uočiti promatrajući sadržaj televizijskih reklama: u gotovo svim slučajevima, reklame koje se odnose na nogomet sadrže mnoštvo tekstualnih markera koji sugeriraju određene rodne preferencije (primjerice, muškarci, pivo i nogomet) (Wagg, 2004). Coakley (1994) ističe kako je europski sport (ili barem natjecateljski sport) bio i ostao osnovna sastavnica izgradnje muškog identiteta, dok Kidd (1987) elaborira o stadionima i sportskim borilištima, nazivajući ih muškim kulturnim centrima.²⁵

Sljedeći u nizu čimbenika, koji uvjetuju uspjeh i popularnost pojedinih sportova i sportaša koji se njima bave, očituje se u količini financijske podrške. Stoga Bodin (2007) elaborira o diskriminaciji ženskih sportova, odnosno nesrazmjeru u količini financijskih ulaganja u pojedine sportske grane na profesionalnoj razini. U sezoni 1998./1999., primjerice, prosječni proračun prvoligaškog muškog nogometnog kluba u Francuskoj bio je sedam puta veći od onog prvoligaškog muškog košarkaškog kluba, a trideset i četiri puta veći od proračuna prvoligaškog ženskog košarkaškog kluba.²⁶

Statistički podaci francuskog neovisnog Vijeća za proučavanje medijskih sadržaja (*Conseil Supérieur de l'Audiovisuel*)²⁷ za 2001. g. pokazuju opći porast prisutnosti sportskih sadržaja unutar cjelokupnog televizijskog sadržaja, međutim, samo nekolicina sportova posjeduje značajan televizijski profil u odnosu na druge sportove: minutažom nedvojbeno prednjači muški nogomet sa 756 sati prikazivanja, zatim ragbi s 264 sata, tenis sa 186 sati te biciklizam sa 165 sati prikazivanja. Diskriminacija se očituje i u nejednakoj minutaži posvećenoj muškima u odnosu na ženske sportove: jedna od francuskih televizijskih kuća je, primjerice, 1992. g. 86% ukupnog prikazanog sportskog programa posvetila trima muškim sportovima (nogometu, formuli 1 te boksu). Bodin (2007) zaključuje kako spolna diskriminacija vezana uz televizijsko prenošenje sportskih natjecanja u Europi ne iznenađuje, budući da je zastupljenost žena u samome sportu, prezentaciji sporta, okupaciji odgovornih pozicija u europskim sportskim udrugama te nadzoru i prezentaciji sportskoga programa na televiziji u izrazitom nesrazmjeru sa zastupljenošću muškaraca u spomenutim domenama.

Davisse i Louveau (1998)²⁸ prezentiraju podatke o udjelu žena u djelatnostima vezanima uz sport, navodeći kako žene čine skromnih 15% članova odbora sportskih udruga. 1997. g. u francuskoj Udruzi sportskih novinara članstvo je posjedovalo 90 žena od ukupno 1800 članova, a na Olimpijskim igrama u Atlanti (2004) udio novinarki u odnosu na muške

²⁵ Citirano u Bodin (2007: 227);

²⁶ Bourg i Gouguet (2001) prema Bodin (2007);

²⁷ Nys (2003) prema Bodin (2007);

²⁸ Interpretirano u Bodin (2007: 219-220);

kolege bio je 10%. Okupiranje odgovornijih pozicija u području djelatnosti sportske industrije ženama predstavlja obvezu ulaganja veće količine truda, ne bi li postigle i održale određenu razinu profesionalizma i kredibiliteta očekivanu od strane muškaraca u istim djelatnostima. Ova činjenica ne iznenađuje, obzirom na višestoljetnu dominaciju muškaraca sportskim djelatnostima i sadržajima vezanima uz sport. Stoga se još sredinom 1970-ih godina, u okvirima raznih europskih ustanova, osnivaju odbori za promicanje ravnopravnosti spolova u ključnim domenama politike, uprave, obrazovanja te sporta i rekreacije. Patrijarhalna percepcija žene koja se brine za obitelj i kućanske poslove još je uvijek iznimno snažna te predstavlja dodatno opterećenje ženama koje žele razvijati svoju poslovnu karijeru. Inicijative za promicanje ravnopravnosti spolova, stoga, navode povećanje količine slobodnog vremena za žene kao jedan od svojih ciljeva.

S mnogim oblicima diskriminacije i seksizma žene se suočavaju i na radnim pozicijama vezanima uz sport: Skerski (2006)²⁹ dokumentira kako će se, primjerice, pogreška žene – sportske komentatorice protumačiti kao nesposobnost ili neinformiranost, dok se slične pogreške muških komentatora zanemaruju i odbacuju kao izolirani lapsusi. Ovaj autor navodi i primjer strategije povećanja gledanosti jedne američke televizijske kuće, gdje je fizički izgled voditeljice vremenske prognoze poslužio kao idealna uvertira utakmici koja je slijedila, dovodeći gledanost programa do maksimalnih granica. O tretiranju žena kao neadekvatno informiranih individua na ostalim područjima vezanima uz sport (prvenstveno u domeni nogometnog navijaštva) elaborirat ćemo u slijedećim cjelinama ovog diplomskog rada.

²⁹ U Reichert i Lambiase (2006);

2. Utjecaj masovnih medija na instituciju sporta i konzumente sportskih sadržaja

Prema funkcionalističkoj perspektivi tumačenja sporta³⁰, masovni mediji posjeduju informacijsku, selekcijsku, eksplikacijsku, edukativnu, distraktivnu (zabava) te estetsku funkciju, kojima se prilagođavaju publici na način da izborom tema i formi prezentacije sadržaja ispunjavaju očekivanja i stavove potrošača svojih sadržaja: svjesno i proračunato odgovaranje i provociranje očekivanih stavova publike osnova je socijalnog konformizma medija. Funkciju socijalnog konformiranja masovni mediji realiziraju na trostruk način: a) dodjeljuju statusni značaj javnim događajima, ličnostima, organizacijama i društvenim kretanjima; b) obavještavaju javnost o postojećim devijacijama što u pravilu izaziva javnu reakciju protiv nepravilnosti; te c) pokušavaju aktivirati prosječnog konzumenta jer bez njegovog učešća model socijalnog konformizma ne može funkcionirati. Involviranošću u mnoge aspekte društvenih aktivnosti, razni mediji znatno utječu na individualna iskustva i stavove, kao i na javno mnijenje, budući da predstavljaju sredstva *pristupa znanju* o kojem ovise mnoge društvene aktivnosti (Giddens, 2007).

Žugić (1988) argumentira kako suvremeni kapitalistički način proizvodnje omogućava da misli vladajuće klase postanu vladajuće misli epohe te materijalna sila koja sprečava promjene u odnosima dominacije i moći. Transformacijom literarne javnosti u političku, pojavljuju se novi oblici i sredstva masovnog komuniciranja: ovaj proces obilježen je odgovarajućom promjenom klasične, literarne publike u masu čime se stvara drugačija osnova društvenog komuniciranja. Početkom 20. st. masovni mediji su i dalje značajni prenosioci poruka, ali i snažni katalizatori njihove selekcije i distribucije. Razlikom od funkcionalizma i znanstvenog marksizma, koji masovne medije smatraju vrijednosno neutralnim prenosiocima obavijesti i poruka, iz historijsko-materijalističke perspektive njih se poima *sredstvima proizvodnje* koja, obzirom na vladajući način proizvodnje, danas omogućuju internacionalizaciju kapitalom posredovanih masovno-komunikacijskih procesa. Ispunjavajući osnovnu funkciju reprodukcije kapitalističkog načina proizvodnje života i ideja, masovni mediji suprotstavljeni su konzumentima svojih sadržaja. U procesima proizvodnje, selekcije i distribucije poruka, masovni mediji predstavljaju značajne agense koji utječu na socijalizaciju individua: socijalizacijska funkcija, koja se ispunjava pored istovremenog

³⁰ Splichal (1981), Guback (1978), Pasquali (1975), Martinić (1986), Merton i Lazarsfeld (1957) prema Žugić (1988);

procesa otuđivanja, proizlazi iz konstitutivnog značaja komuniciranja za opstanak čovjeka kao društvenog bića. Struktura medijske tehnologije, međutim, pogoduje širenju jednosmjernе komunikacije koja rezultira komunikacijskom frustracijom, odnosno psihološkom posljedicom situacije gdje su gledaoci “priključeni” na sredstva masovne komunikacije, koja funkcioniraju kao svojevrsne diode društvene komunikacije, simulirajući stvarnu komunikacijsku interakciju.

Brimson (2006) raspravlja o masovnim medijima koji imaju moć stvaranja mišljenja, mijenjanja percepcije, osiguravanja publiciteta ili uništavanja pojedinaca: medijsko prezentiranje nekog (markantnijeg) događaja uvertira je određenoj (planiranoj) reakciji javnosti, a intenzitet javne reakcije, nadalje, ovisi o načinu na koji je informacija prezentirana javnosti. U svrhu većeg utjecaja na javno mnijenje, posebice prilikom društvenih pojava i procesa koje većina pojedinaca smatra negativnima, mediji se često služe senzacionalističkim načinom prezentacije informacija, što u već nestabilnoj društvenoj atmosferi može uzrokovati osjećaj nemoći i razne napetosti. O sličnim posljedicama medijske manipulacije informacijama teoretizira De Fleur (1966, prema Žugić, 1988), navodeći kako pojedinci i društvene grupe na položajima vlasti vrše kontrolu nad medijima ne bi li time predvidjeli i usmjerili reakcije i ukupno ponašanje pojedinaca uključenih u konzumiranje sporta, odnosno utjecali na smjer i domete njihove političke aktivnosti.

Djelomično objektivna prezentacija informacija u medijima, ističe Bodin (2007), ili, točnije, uklanjanje negativnih pojava (nasilje, varanje...) koje otkrivaju mračniju stranu sporta, predstavlja oblik manipulacije: poruka sponzora utemeljena na sportskim vrijednostima mora prodavati, što implicira nužnost njenog pozitivnog karaktera. „Sportski je duh, stoga, utjelovljen u umjetnom i varljivom opisivanju svijeta sporta i sportaša: cilj ovoga ispiranja mozga, sa sportskim događajem kao pokretačkom silom i krvi i mesom u žarištu, jest stvaranje građana planeta – bez korijena, nezrelih i nekultiviranih bića bez ikakve sposobnosti kritiziranja – koji će kupovati robu i usluge“ (Bodin, 2007: 150). Oglašavačka poruka time postaje gotovo alternativni izvor svijesti, nadomiještajući kritičko mišljenje te omogućavajući formiranje kulture masovnog konzumerizma. Budući da audiovizualni izvori (za razliku od dnevnog tiska) zahtijevaju manju koncentraciju prilikom razumijevanja plasiranih informacija, suvremeni se čovjek na njih sve više oslanja, što dovodi do nastanka publike masovnih medija koja pojedinačna saznanja transformira u općevažeće javno iskustvo kao osnovu javne (uniformne) egzistencije (Margolies, 1972 prema Žugić, 1988).

Kako bi zadovoljila sve veće zahtjeve konzumenata (neposredne sportske publike), televizija intervenira i u strukturu sportskih priredbi, koristeći se argumentom elementarne važnosti financija za pojedine sportske grane: mijenjajući i prilagođavajući detalje (uvođenjem čupave teniske loptice, primjerice, poboljšala se njena vidljivost na ekranu televizora), ali i mnogo ozbiljnije elemente natjecanja (zbog višegodišnje dominacije brzih bolida jednog od proizvođača na natjecanjima Formule 1, postignut je sporazum o smanjenju brzine vozila), televizija postiže značajnu kontrolu nad mnogim sportovima te mijenja njihov sustav pravila kako bi im povećala konzumacijsku vrijednost. Natjecanja se reorganiziraju jer je potražnja za sportskim sadržajima velika, što od sportaša zahtijeva češće treninge i utakmice te dovodi do poteškoća sa zdravljem (Bodin 2007; Cashmore 2010).

2.1. Medijska prezentacija sportaša

Struktura razvitka europskoga sporta posljednjih nekoliko desetljeća podvrgnuta je intenzivnom djelovanju mnogih ekonomskih, političkih i medijskih čimbenika pa sport na globalnom tržištu poprima značajke trgovačkog dobra materijalnih i nematerijalnih karakteristika. Istraživanje britanskog Centra za sociologiju sporta predstavilo je rezultate koji svjedoče o načinu medijske prezentacije sportašica: veoma je uobičajen prikaz žena kroz obiteljsku prizmu te u ulogama majki i kućanica, dok se prezentacija muškaraca distancira od obiteljske domene, ne bi li njihov primarni status sportaša, sportske zvijezde i idola ostao netaknut. „U procesu proizvodnje i distribucije kulturnih sadržaja masovni mediji nisu samo prenosioci nego i značajni agensi koji predstavljaju jednu od bitnih sastavnica *kulturne industrije*.“ (Žugić, 1988: 109).

Načini prikazivanja sportašica (odnosno žena općenito) u medijima nisu nužno degradirajući, ali često suptilno odražavaju prevladavajuće kulturne modele – poput muške superiornosti – te se češće bave proučavanjem fizičkog izgleda sportašica nego njihovom tehničkom izvedbom (Héas i suradnici, 2004 prema Bodin, 2007). Mnoga istraživanja (Gerbner 1998, Bretl i Cantor 1988, Lavine, Sweeney i Wagner 1999) upozoravaju kako čak i kratka izloženost pojedinaca (konzumenata) sadržajima masovnih medija u kojima su žene prezentirane u seksualiziranom kontekstu može ojačati negativne rodne stereotipe, ali i doprinijeti nastanku mnogo ozbiljnijih socijalnih problema kao što su, primjerice, spolno napastovanje ili poremećaji u prehrani (Reichert i Lambiase, 2006).

Bodin (2007) upozorava kako na europski sport djeluju zabrinjavajući agensi, pretvarajući sportaše u oruđe postizanja publiciteta, brendirajući njihova imena i tijela te ih

povezujući s raznim proizvodima sportskih sponzora. Načinom medijske prezentacije pojedinaca, mnogi igrači pretvoreni su u ikone, a mnogim poklonicima i obožavateljima neprestano se prezentiraju u raznim emotivnim kontekstima: kao ratnici, heroji, pobjednici i prijatelji. Medijske poruke sugestivnog sadržaja konstantno su prezentirane konzumentima sportskih programa koji ih usvajaju, perpetuiraju i amplificiraju. Sportske se priredbe za televizijsku publiku prenose poput napetih drama i telenovela, čemu dodatno pridonose krupni kadrovi igrača: novim načinom vizualne prezentacije sportaša do izražaja dolaze i njihove emocije, što mnogim konzumentima sportskih sadržaja facilizira identifikaciju s omiljenim idolom. Današnjoj je sportskoj publici izrazito dostupna i velika količina podataka o privatnim životima sportaša čijoj su konzumaciji sklonije žene, pokušavajući svoje idole doživjeti na intimniji i "humaniji" način. Muškarci, s druge strane, izražavaju veći interes za proučavanje statističkih podataka vezanih uz igru i igrače (Earnhardt i suradnici 2012, Sandvoss 2003).

Mnogi teoretičari (Andrews 1993, Cole 1993, Hargreaves 1986, 1987, King 1993) ističu kako, primjerice, američke medije i sport karakterizira suradnja u cilju produkcije i jačanja dominantne ideologije američkog društva koja se, pored ostalog, bazira na kapitalizmu i rodnom poretku (*gender order*): iz ove perspektive, tijelo sportaša predstavlja ključni resurs u reprodukciji navedene ideologije. Medijska prezentacija američkog sporta i sportaša, ističu ovi autori, kreirana je kako bi podržavala takozvani hegemonijski maskulinitet, odnosno društvenu dominaciju određene vrste maskuliniteta koji, djelujući na principima "zdravog razuma i konvencionalne moralnosti", definira što znači biti muškarac. Održavanje ovakve forme maskuliniteta podrazumijeva marginalizaciju žena i homoseksualnih osoba.³¹

U nastavku razrade osnovne problematike kojom se bavimo u ovome diplomskome radu, u historijskom kontekstu prezentirat ćemo socijalne i ostale čimbenike koji su prethodili profesionalizaciji sporta i pojavi sportske industrije, posebice nogometne industrije, odnosno čimbenike koji su uzrokovali transformacije vezane uz sociodemografski sastav publike na nogometnim utakmicama.

³¹ Hanke (1990), Connell (1990): prema Yiannakis i Melnick (2001: 223-224); podaci opisuju socijalne posljedice medijske prezentacije igrača američkog nogometa: fizički natprosječno razvijeno tijelo igrača, robusnost i agresivnost karakteristike su koje definiraju stupanj maskuliniteta te su, stoga, predmetom divljenja i identifikacije;

3. Globalni fenomen nogometne igre

Nogometna igra, koja je jedan od ključnih elemenata u referiranju na osnovnu problematiku u razradi ovoga diplomskoga rada, najpopularnija je sportska aktivnost u dimenzijama globalne rasprostranjenosti, podjednako u profesionalnom i amaterskom pogledu.³² Nogomet je, ističe Krkač (2012), do danas postao poslovni i ekonomski, društveni i kulturni te politički i pravni fenomen te se trenutno nalazi u stadiju komercijalnog, odnosno postkomercijalnog razvitka: prakticiranje vrhunskoga nogometa (primjerice, Liga prvaka) neodjeljivo je od ekstremnih financijskih ulaganja, medijske eksponiranosti te niza kulturnih pojava koje prate sama događanja.

Današnji je sport, kao i sadržaji vezani uz sport, (relativno) dostupan svim društvenim slojevima, što se naročito odnosi na nogomet: Buzov i suradnici (1990) argumentiraju kako je ovaj sport brzo stekao opću popularnost zahvaljujući svojim inherentnim svojstvima bliskima nekim kulturnim specifičnostima europske radničke klase (potencirani stereotip muškosti, naglašena vrednota kolektivismu, mogućnost zadovoljavanja vrednote uspjeha). Srđan Vrcan (1990) razmatra korelaciju nogometa i socijalne zbilje te zaključuje kako je posve razumno očekivati da nogomet predstavlja refleksiju aktualne društvene atmosfere, a još „(...) je razumnije očekivati da se to upravo u sportu i u povodu njega izrazi i odrazi na otvoreniji i izravniji način nego drugdje, bez velike mimikrije i kamuflaže. (...) Stoga se čini da sport i ono što se događa u vezi s njim imaju svojevrsni privilegij da otvorenije, slobodnije i brutalnije otkrivaju mnogo onoga što je na djelu drugdje u društvu, ali se drugdje i zamagljuje i potiskuje u nevidljivost ispod razine javnosti“ (Vrcan, 1990: 47-48).

Suvremeni nogomet, s druge strane, promovira etičke te estetičke karakteristike igre: nogometna etika naglašava vrijednost suradnje, zajedništva i cjelovitosti igre, ističe kako nogomet utječe na izgradnju karaktera, osjećaja za sudjelovanje, suradnju, zajedništvo, pošteno nadmetanje i *fair-play*; nogometna estetika proučava skladnost akcija, ritma i tempa igre te ljepotu igre i pojedinačnih poteza igrača.³³ Paradoks nogometne igre, kako navodi Elias (1983), proizlazi iz istovremene koegzistencije kaosa i kontrole: nebrojene kombinacije poteza igrača nemoguće je predvidjeti, a red proizlazi iz, primjerice, unaprijed definiranih

³² Sa sadržajem navedene tvrdnje suglasna je velika većina teoretičara koji su angažirani u proučavanju socioloških i ostalih dimenzija sporta i sadržaja vezanih uz sport: Foer (2006), Krkač (2012), Kuhn (2011), Taylor (2008), Sandvoss (2003) i ostali;

³³ Krkač (2012);

mogućih akcija igrača. „Prema tome, visoko civilizirani i uređeni nered te opuštajuća napetost nogometne utakmice vode publiku do kolektivne katarze“ (citirano u Frank i Steets, 2010: 3).

Finn (1994, prema Frosdick i Marsh, 2005) argumentira kako su sve nogometne utakmice agresivni događaji koji inkorporiraju razne stupnjeve nasilja. Prakticirati nogomet znači biti uključen u činove nasilja i agresije. Budući da su pojedinci koji čine neposrednu publiku istovremeno sudionici nogometnog natjecanja koje obiluje nasiljem, oduvijek postoji kultura nasilja povezana s konzumacijom toga sporta. Slično tvrdi i Poulton (2001, citirano u Frosdick i Marsh, 2005), ističući kako je nogomet veoma kompetitivan, agresivan i maskuliniziran sport, posebice u Engleskoj, te nije neobično da postoje poveznice između vrijednosti i ciljeva kojima je okarakterizirana nogometna igra te vrijednosti i ciljeva koji se nalaze u pozadini navijačkog nasilja.

3.1. Porijeklo nogometne igre

Najstariji pronađeni pisani podaci o igri koja se do danas razvila u veoma složeni globalni fenomen, povezuju se s davnim kineskim, japanskim te rimskim običajima i vježbama. Umjetnine stare više od 2000 godina prikazuju žene i muškarce kako, igrajući drevnu kinesku igru *tsu chu*, “loptu” načinjenu od punjene životinjske kože pokušavaju ubaciti u prostor između dvaju bambusovih štapova visokih do 10 metara (Gifford 2006). *Cuju*³⁴, vježba namijenjena razvoju preciznosti i ostalih vještina vojnika te oblik razbibrige za narod, prakticirala se u Kini za vrijeme dinastije Han (255. – 206. g. pr. Kr.): cilj ove igre bilo je ubacivanje “lopte” od punjene životinjske kože ili svinjskog mjehura kroz otvor u tkanini. Očuvane su rijetke slike i ostali umjetnički predmeti, koji prikazuju skupine žena zabavljenih igrom *cuju-a*. *Kemari* prakticiran u Japanu te *harpastum* iz starorimskog perioda jednako tako ubrajamo među davne prethodnice današnje nogometne igre koja je evoluirala u „(...) istovremeno kaotičan i striktno reguliran i kontroliran kontaktni sport čija je kompleksnost ekvivalentna kompleksnosti modernih, visoko civiliziranih društava općenito.“³⁵

3.2. Velika Britanija: zemlja porijekla europskog nogometa

Porijeklo europskog nogometa, odnosno vrste igre iz koje je današnji nogomet evoluirao, pronalazimo u Engleskoj već u 13. stoljeću. Zapisi iz srednjovjekovnog perioda

³⁴ Izvori: <http://www.fifa.com/classicfootball/history/game/historygame1.html>

<http://en.wikipedia.org/wiki/Cuju>

<http://hr.wikipedia.org/wiki/Nogomet> (internetske stranice posjećene 27.6.2011.);

³⁵ Elias (1983) prema Frank i Steets (2010: 2-3);

ove države donose podatke o igri s vrećom ispunjenom zrakom i obloženom kožom: navedenu formu nogometa igrale su stotine mladića iz tadašnjih sela i gradova te je predstavljala sredstvo rješavanja nesuglasica, svađa ili neslaganja oko posjedovanja zemlje.³⁶ Tradicija organizacije ovakvih nogometnih susreta uobičajeno je podrazumijevala prekomjerne količine alkohola, što je nerijetko uzrokovalo ozbiljne ozlijede ili smrt sudionikâ te promatrača. U četrnaestome stoljeću javlja se potreba za smanjenjem intenziteta nasilja koje se vezalo uz nogometne susrete: na dane održavanja oni su odvrćali ostalo stanovništvo od kupnje na tržnicama, što je narušavalo lokalnu ekonomsku stabilnost. Međutim, zabrane i proglosti pokazivali su tek djelomičan učinak, o čemu svjedoči podatak da je od četrnaestoga do sedamnaestoga stoljeća poduzeto petnaestak zakonskih pokušaja regulacije nogometne igre (Dunning 1986, Marples 1954: prema Frosdick i Marsh, 2005). Slični susreti organizirali su se i u drugim europskim zemljama (*Knappen* u Njemačkoj ili firentinski *calcio in costume*), no korijene današnje nogometne igre nalazimo isključivo u spomenutim engleskim ritualima. Prakticiranje ranog oblika nogometa bilo je iznimno nasilno i sadržavalo je pretpostavke izbijanja građanskih nemira pa su vladari nekih zemalja (Karlo V. u Francuskoj, Oliver Cromwell u Engleskoj i dr.) spomenutu formu nogometa u nekoliko navrata pokušali zabraniti. Suprotno tome, talijansku igru *calcio* u 16. st. igrali su aristokrati i crkveni poglavari, uključujući trojicu papa.³⁷

Nasilna forma srednjovjekovnog nogometa nastavila je egzistenciju do početka industrijalizacije (rano 19. st.) te je redovito bila popraćena raznim oblicima nereda između igrača, ali i ostalih sudionika na takvim susretima. Proces industrijalizacije, međutim, omogućio je pojavu novih oblika urbanog života i zaposlenja, što je nametnulo mnoga ograničenja i svojevrsnu disciplinu: nogomet, stoga, u prvoj polovici 19. st. opstaje gotovo isključivo kroz prakticiranje u školama i sveučilištima gdje se naglašavala njegova edukativna funkcija, tj. smatralo se da pojedinci prihvaćanjem discipline, učenjem timskom radu, vodstvu, hrabrosti i sl. mogu usvojiti određene poželjne obrasce ponašanja.³⁸ Nadalje, u razdoblju djelovanja industrijske revolucije sport je smatran rješenjem problema slobodnog vremena niže radničke klase (sport je poslužio kao sredstvo razvoja manira, civiliziranosti i karaktera) te pretjerane feminizacije srednjeg i višeg srednjeg sloja radnika koji u industrijskom društvu postaju “mekani”. Pripadnici britanske radničke klase svoju su

³⁶ Brimson (2006), Frosdick i Marsh (2005);

³⁷ Gifford (2006);

³⁸ Walvin (1994), Szymanski i Zimbalist (2006): prema Dobson i Goddard (2011);

socijalnu, a time i rodnu identifikaciju desetljećima ostvarivali posredstvom nogometa koji je simbolizirao njihovo radno iskustvo: zadaci igrača na određenim pozicijama nogometnog terena komparabilni su s radnom specijalizacijom na pojedinim područjima industrijske proizvodnje. Prakticiranjem nogometa razvijali su se i slavili gotovo junački oblici lojalnosti, hrabrosti i čvrstine radničke klase.³⁹

1828. g. dr. Thomas Arnold uvodi niz pravila koja se tiču prakticiranja nogometa u školama pa nogomet poprima funkciju zaštite mladeži od poroka i nevolja, istovremeno razvijajući poželjne manire kod igrača. Predavanje i organizaciju sportskih aktivnosti za dječake i mladiće u školama preuzimaju muški učitelji pa prakticiranje sporta postaje svojevrsna životna škola koja dokazuje kako rezultati proizlaze iz fizičkog truda. Sport na taj način postaje poveznicom i objedinjuje muškarce u slavljenju maskuliniteta te razvoju snage, kompetitivnosti i učinkovitosti, tj. atributa koji muškarce “prirodno” razlikuju od žena. Do 1871. g. nogomet poprima većinu značajki današnje igre te postaje omiljenom razbibrigom pripadnika radničke klase, dok pripadnici viših slojeva preferiraju ragbi kao oblik razonode i sredstvo distinkcije od radničkog sloja.⁴⁰

3.3. Engleska: kolijevka moderne nogometne igre

Sagledavši povijest europske nogometne igre općenito, oduvijek je bila popraćena raznim oblicima nereda. Kralj Eduard II je, primjerice, 1314. g. uveo zabranu prakticiranja nogometa koji je, uslijed nedostatka pravila i pojave nasilnih manifestacija igrača i gledatelja, dovodio do građanskih nemira.⁴¹ Gruba igra prakticirala se stoljećima, praćena raznim zabranama i prekidima igre što je potrajalo do 1840-ih godina, kada se u relativno neformalnom obliku počeo pojavljivati nogomet modernih značajki. 1848. g. igrači Sveučilišta u Cambridge-u sastavljaju prva, djelomično usvojena pravila nogometne igre pokušavajući objediniti šarolike razlike u prakticiranju nogometa među stanovnicima engleskih sela i gradova. Nova nogometna pravila ustanovljena su 1863. g. kada su se u krčmi *Freemason's Tavern* u Londonu sastali predstavnici 12 klubova te osnovali Nogometni savez.

³⁹ Holt (1992) prema Pope (2011);

⁴⁰ Kuhn (2011); Messner (1992), Wenner (1998); prema Wenner i Jackson (2009);

Brenda Elsey (2011) navodi kako su pripadnici viših slojeva u Čileu nakon II. svj. rata počeli iskazivati interes za drugim sportovima (tenis, ragbi, skijanje) ne bi li održali distancu od radničkog i srednjeg sloja koji preferira nogomet; kao dijelu masovne kulture, pristup nogometu prestao je biti opterećen socioekonomskim ograničenjima;

⁴¹ Buzov i suradnici (1990);

Četvrt stoljeća kasnije, 1888. g., osnovana je prva Nogometna liga što je pridonijelo definiranju razvojnog puta nogometa kakvog poznajemo danas (Gifford 2006, Brimson 2006).

Pojava nogometnog profesionalizma na teritoriju Velike Britanije krajem 19. st. omogućena je isplaćivanjem plaća nogometašima: dvojica igrača engleskog kluba "Darwen" 1879. g. bili su glavni akteri prvog zabilježenog isplaćivanja plaće, a sedam godina kasnije nogometni profesionalizam se i službeno smatra sastavnim dijelom prakticiranja nogometa. Do 1930-ih se godina – kada se poznati nogometaši, prve nogometne zvijezde, počinju pojavljivati u reklamama dobivajući time dodatni izvor prihoda – od plaće zarađene isključivo igranjem nogometa nije moglo živjeti. Ekspanzija komercijalnih procesa u nogometu posebice jača nakon II. svjetskog rata: 1951. g. Stanley Matthews financiran je s 20 funti tjedno za korištenje određenog brenda nogometne obuće čime u nogometu, ali i sportu općenito, započinje era djelovanja sponzora i masovnih medija (Kuhn, 2011).

3.3.1. Engleska nogometna industrija druge polovice 20. stoljeća

1960-ih godina, s konstantnim povećanjem plaća igrača i rastućim utjecajem televizije, sve veće količine kapitala cirkuliraju oko industrije formirane oko nogometa pa neki mediji izražavaju zabrinutost za budućnost *narodnog* karaktera igre, budući da globalizacijske tendencije uzrokuju formiranje drugačije vrste nogometne publike na lokalnoj, nacionalnoj i globalnoj razini, o čemu ćemo elaborirati u nastavku razrade osnovne problematike kojom se bavimo u ovome diplomskome radu. „Gotovo četvrt stoljeća televizijske postaje u Europi ključni su element sve veće komercijalizacije sporta, pri čemu su rast plaća igrača i sve veći troškovi za prava emitiranja s mjesta događaja najočitiiji aspekt toga fenomena – vjerojatno zato što njima pripada većina medijskog prostora.“⁴² Prije 90-ih godina 20. st. većina pripadnika engleske socijalne elite percipirala je nogomet snobovskim prijezirom: *Sunday Times* definirao je nogomet "sirotinjskim sportom kojeg igra sirotinja", a Margaret Thatcher, kao jedna od najutjecajnijih predstavnica političkog vodstva zemlje, dijelila je istu percepciju (citirano u Foer, 2006: 91).

Ranih 90-ih godina 20. st. u mnogim engleskim regijama nogomet postaje centralna točka komercijalnog razvoja i priljeva kapitala. Shvaćen je enormni, neiskorišteni potencijal nogometa: infrastrukturne promjene na stadionima, uspješna borba protiv navijačkih nereda i ostali čimbenici potaknuli su imućnije pojedince na prisustvovanje utakmicama. Nogometni klubovi pretvaraju se u kapitalistička poduzeća koja rapidno zamjenjuju stare forme teške

⁴² Bodin (2007: 147)

industrije – do tada glavnih izvora priljeva kapitala – te proizvode nova, simbolička dobra koja, pored ostalog, olakšavaju izgradnju identiteta pojedinaca uključenih u nogometna zbivanja. 90-ih godina 20. st. engleski nogomet postaje najglobaliziraniji sport posredstvom globalnih medijskih i komunikacijskih tehnologija i tendencija, a istim primjerom odvijaju se promjene i u ostalim razvijenim europskim zemljama.⁴³ Britanska srednjoklasna kultura konzumerizma, navodi Porter (2011), predstavlja kraj nogometa kao domene unutar koje ljudi mogu prakticirati svojevrsni marginalizirani životni stil, odnosno predstavlja dosljedno približavanje i integriranje pojedinaca konvencionalnom društvu: komercijalizacija nogometa i kulture nogometnog navijaštva posljednjih je desetljeća bila instrumentalna u procesu nestanka velikoga dijela kreativnoga doprinosa navijača te je stvorila relativno “sterilizirani” i homogenizirani oblik navijačke kulture.

Williams i suradnici (2001) zaključuju kako je engleski nogomet transformiran u kulturnom, ali ponajviše u ekonomskom pogledu: profesionalne nogometne klubove i njihove stadione više ne možemo promatrati jednodimenzionalno (kao puke lokacije sportskih susreta) zbog mnogih formi konzumerizma koje se prakticiraju kroz sadržaje vezane uz nogomet. Johan Huizinga (1955, citirano u Lalić, 1993) također uočava kako moderni sport napušta područje igre uslijed sve većeg discipliniranja, sistematiziranja i profesionaliziranja te ističe značaj igre u procesu razvoja ljudske vrste. I Krkač (2012) elaborira o zahtjevima zaborava igre koji opisuju aktualne, postkomercijalizacijske trendove u nogometu, navodeći kako je potisnut temeljni uzorak igre, ključ igre koji je sadržan u nekadašnjim navijačkim povicima (savjetodavne naravi) iz gledališta što su simbolizirali poznavanje i razumijevanje igre: „Čini se da fenomen nogometa pomalo proždire igru“ (Krkač, 2012: 36).

Nogomet nam, kao fenomen masovne kulture, otkriva društvena stanja i prilike te istovremeno podliježe nizu promjena koje su odraz dubljih društvenih tendencija karakterističnih za suvremeni svijet. Profesionalnim nogometašima, argumentira Vrcan (1990), nogomet predstavlja izvor prihoda, što implicira da se prakticiranje nogometa transformiralo u težak i naporan posao koji sve više zaokuplja njihove živote i vrijeme. Suvremeni je nogometaš percipiran kao izvršitelj tuđih taktičkih i tehničkih ideja. Birokratizacija nogometa sužava područje spontanog i autonomnog djelovanja na igralištu i unutar nogometnih društava, a birokratske strukture preuzimaju kontrolu nad svim događajima vezanima uz nogomet. „U uvjetima suvremenog društva i u nogometu djeluju

⁴³ King (2002); Kuhn (2011); Foer (2006); Conn (1997), Boyle i Haynes (2004), Giulianotti i Robertson (2004), Brown (1998a): prema Porter (2011);

tipični društveni mehanizmi koji rađaju elitizam. Stoga nogomet ne samo postaje prostor “zvijezda”, nego se sužuje njegova masovna osnova i produbljuje društvena distanca između vrhunskih momčadi i nogometaša – profesionalaca i ostale mase igrača – amatera“ (Vrcan, 1990: 10).

3.4. Antropološki pristup evoluciji nogometne igre

Unutar okvira antropološke znanosti, nogomet možemo promatrati kao refleksiju lovačko – sakupljačkog načina života i ponašanja predaka današnjeg Homo sapiensa.⁴⁴ Nogometna igra demonstrira veoma bitne psihofizičke predispozicije pojedinaca koje su bile nužne za preživljavanje, tj. realizaciju planiranih lovačkih ciljeva davnih ljudskih zajednica, a koje su sadržane u elementima brzine, snage, preciznosti, odlučnosti, suradnje te sinkroniziranog timskog rada pojedinaca (muškaraca) u grupi. „Snaga, spretnost, brzina i izdržljivost bile su nužnost bez kojih su izgledi za opstanak bili umanjeni“ (Radan 1970, citirano u Bartoluci, 2003: 32). Okarakterizirana navedenim obilježjima, uspješna su plemena generacijama jačala svoje genetsko naslijeđe.

Psihofizičke karakteristike i vještine, koje opisuju uspješnog suvremenog nogometaša, ukazuju na visoki stupanj podudarnosti sa sposobnostima naših lovačkih predaka: mogućnost strateškog planiranja, sposobnost vođenja, upornost, “osjećaj za trenutak” te moć brze reakcije nužne su kvalitete za postizanje planiranog cilja – postizanje pogotka ili omogućavanje preživljavanja zajednice. Uspješan lov, simbolizirajući opstanak zajednice kao nagradu, možemo, stoga, promatrati kao motivacijski ekvivalent financijskoj nagradi nogometnim timovima koji ostvaruju zadane ciljeve vodstva. U oba slučaja odvija se svojevrsna borba za opstankom, sukladna vrijednostima i životnim potrebama odgovarajućeg vremenskog perioda.

Ellis Cashmore (2010) argumentira kako je ljudskoj vrsti inherentna potreba za izazovima jer je njihovo svladavanje dio čovjekovih evolucijskih adaptacija. Sport se tako, uslijed nedostatka izazova, formirao kao alternativna solucija udovoljavanju žudnji za natjecanjem. Sportska natjecanja objedinjuju izazove, konfrontacije i ekstatične završetke, a neizvjesnost ishoda (suprotno od predvidljive svakodnevice) privlačna je pojedincima koji, između ostalog, sudjelovanje u sportskim manifestacijama doživljavaju kao svojevrsnu terapiju oslobađanja od napetosti koje donosi svakodnevni život.

⁴⁴ Prema podacima izvještaja oxfordskog Centra za istraživanje socijalnih pitanja (2008);

Scenarij nogometne igre (te sadržaja vezanih uz nogomet) podrazumijeva svojevrsne trijumfe nad protivnikom, opstanak najsposobnijih koji se (manje ili više nasilnom formom) odvija stotinama godina. Sličnu simboliku nalazimo u lovačkim aktivnostima naših predaka koje su rezultirale svladavanjem plijena. Ova bezvremenost i univerzalnost nogometa sugerira da je nogomet na neki način integriran u samu ljudsku prirodu: nogomet simbolizira način života koji je do nedavno bio ključan za opstanak Homo sapiensa i čiji je utjecaj i danas uočljiv u nekim aspektima ljudskog ponašanja i djelovanja. Budući da je niz vještina - koje možemo, dakle, detektirati u nogometnoj igri – pridonio razvoju i uspjehu ljudske vrste, nogometne utakmice možemo percipirati kao svojevrsnu reprizu našeg evolucijskog naslijeđa.⁴⁵

Nogomet, argumentira Gertrud Pfister (2006)⁴⁶, može poslužiti kao sredstvo za proizvodnju i demonstraciju maskuliniteta i ostalih maskulinih atributa kao što su fizička snaga, čvrstoća i agresivnost. Prakticiranje nogometa, navodi ova autorica, podrazumijeva samoprezentaciju pojedinca kao muškarca ili žene s manje ili više istaknutim maskulinitetom, odnosno femininitetom. Obzirom da je rod (*gender*) socijalna konstrukcija utemeljena na spolnoj dihotomiji (*male/female*), rodni scenariji uvijek su prisutni u društvima i odražavaju rodni konsenzus pojedinog društva pa je nogomet stoljećima, zbog karakteristika koje su u suprotnosti s idejom ženstvenosti, razvijao izrazito maskulizirana obilježja te omogućavao muškarcima potvrđivanje i održavanje rodnog identiteta.

3.5. Povijest i karakteristike suvremenog ženskog nogometa⁴⁷

Igra koja je prethodila današnjem nogometu, a prakticirala se već u periodu stare ere, donosi podatke o involviranosti žena u spomenute oblike sportske rekreacije. Pronađeni pisani dokumenti ne pružaju nam uvid u dokaze o prakticiranju ženskog nogometa, međutim mnoge umjetnine iz perioda prije Krista svjedoče o uključenosti oba spola u oblike razonode koji su se sastojali od loptačkih aktivnosti. Stoga možemo sa sigurnošću zaključiti da se nogometna igra koju su prakticirale žene tijekom povijesti na određenim geografskim područjima razvijala paralelno s muškom igrom.

⁴⁵ Prema podacima izvještaja oxfordskog Centra za istraživanje socijalnih pitanja (2008);

⁴⁶ U Tomlinson i Young (2006);

⁴⁷ Korišteni podaci potječu iz sljedećih izvora: Gifford (2006); Kuhn (2011); Pfister (1993) citirano u Tomlinson i Young (2006); Marschik (1998); Krkač (2012); <http://www.hotfootballcorner.blogspot.com/2010/01/women-football.html> (stranice posjećene 28.6.2011.); http://en.wikipedia.org/wiki/Brandi_Chastain (posjećeno 7.5.2011.);

Podaci iz 12. stoljeća dokumentiraju veoma interesantne činjenice: igrom sličnom današnjem nogometu zabavljali su se Francuzi čije su grupe sudionika igara redovito uključivale i njihove partnerice, dok su za škotske dame bila organizirana godišnja nogometna natjecanja. Srednjovjekovni period obiluje podacima o nogometnoj igri među skupinama muškaraca, suprotno količini podataka i zapisa o ženskoj igri koji su veoma rijetki. Deficit pravila o načinu igranja, međutim, utjecao je na oblikovanje nogometa kao izrazito grubog oblika razonode pa su mnogi muškarci, u nastojanju da spriječe moguće ozljede, svojim partnericama zabranili sudjelovanje u nogometnim aktivnostima. Nekoliko stoljeća kasnije, 1863. g., engleski Nogometni savez uspostavlja niz pravila i ograničenja čija se svrha očitovala u minimalizaciji ili potpunom izostanku nasilja u nogometu, što je omogućilo ženama povratak ka prakticiranju nogometa. Krajem 19. stoljeća klupski nogomet stječe izrazitu popularnost te se službeno okupljaju mnoge ženske ekipe, a 1890-ih godina organizirane su i njihove prve utakmice. Uvođenjem sigurnosnih mjera u nogometnu igru, interes žena, posebice Engleskinja, ubrzano se povećava, naročito tijekom i nakon Prvog svjetskog rata (dok je većina muškaraca bila uključena u rat, ženske utakmice redovito su organizirane, između ostalog, i u svrhu prikupljanja sredstava za pomoć u ratu) kada zanimanje za ženski nogomet doseže vrhunac: utakmice u kojima je sudjelovala ekipa “Dick Kerr's Ladies” nerijetko su privlačile jednak ili veći broj gledatelja nego pojedini muški niželigaški susreti, što je podrazumijevalo i veću količinu prikupljenih novčanih sredstava. Članovi Nogometnog saveza su na ekspanzirajući uspjeh ženskog nogometa reagirali s neodobravanjem te su 1921. g. donijeli odluku kojom se ženskim ekipama zabranjuje korištenje službenih terena Saveza, a na jednak način postupilo je vodstvo škotskog Nogometnog saveza. Kao primarno, službeno obrazloženje ovih postupaka poslužila je premisa kako se novac, prikupljan kao pomoć ratnim unesrećenicima, rasipao u neodgovarajuće svrhe, dok je nedugo potom objelodanjen realni stav Saveza o neprikladnosti nogometa kao ženskog sporta. Austrijske i njemačke nogometašice s istom su zabranom suočene 1936., odnosno 1955. g.: budući da je od kraja 19. st. nadalje nogomet percipiran kao izrazito kompetitivan, naporan, agresivan i potencijalno opasan sport, igranje nogometa našlo se u koliziji s postojećim idejama ženstvenosti. Tadašnji je predsjednik njemačkog Nogometnog saveza, Peco Bauwens – izjavljujući kako nogomet nije sport za žene te kao takav nikada neće biti ozbiljno razmatran – zabranu argumentirao nedostatkom fizičkih i psihičkih atributa kod žena, potrebnih za prakticiranje nogometa.

Početak 20. st. novinski su članci obilovali izjavama liječnika o neprimjerenosti nogometa ženama, argumentirajući kako igranje nogometa ugrožava zdravlje zglobova, iskrivljuje pravilno držanje tijela te uzrokuje nastanak odbojnih bora na licu. Tek 1971. g. ukinuta je većina prohibicija koje su se odnosile na ženski nogomet, uz postavljanje uvjeta prema kojima bi se ženske utakmice organizirale isključivo u toplijim mjesecima. Prvo Europsko prvenstvo u nogometu za žene održano je 1984. g., dok se prvo Svjetsko prvenstvo u ženskom nogometu organiziralo u Kini 1991. g. Na Svjetskom prvenstvu u SAD-u 1999. g. Brandi Chastain slavila je svoj pogodak u finalu protiv reprezentacije Kine, skinuvši gornji dio dresa kao što to rade muškarci.

Ženski nogomet na prostorima bivše Jugoslavije pojavio se relativno kasno⁴⁸: prve ženske nogometne sekcije, koje kasnije postaju istoimenim klubovima, osnovane su 1937. g. u Zagrebu i Borovu te se nedugo zatim osnivaju sportski klubovi "Maksimir", "Jugoslavija" te "Slavija". 1938. g. u Zagrebu se osniva Ženski loptački savez čije regulative i plan djelovanja nije usvojilo tadašnje Ministarstvo za fizičko vaspitanje naroda u Beogradu, uz obrazloženje da nogomet nije za žene. Spomenute odluke značajno su usporile razvoj ženskog nogometa na prostoru bivše Jugoslavije što je potrajalo do 1971. g. kada se, inicijativom mnogih sportskih entuzijasta, službeno održalo prvo natjecanje u kojem je sudjelovalo šest nogometnih ekipa. 1972. g. u Zagrebu je održana prva međudržavna utakmica nogometašica istočnog dijela Europe, gdje su nogometašice Jugoslavije pobijedile Italiju (tadašnje neslužbene prvakinje svijeta) rezultatom 3:2. Od 1980-e godine klubovi postoje u okviru jedinstvene Prve lige u kojoj su najuspješnije igralice ŽNK "Osijek.

Ženski je nogomet, suprotno općeprihvaćenim presudasima, dinamičan sport čijim su prakticiranjem žene izložene vrlo čestim ozljedama. Krajem 2009. g., primjerice, odigrana je utakmica između dvaju američkih ženskih timova nakon koje su mediji izvještavali kako je Elizabeth Lambert (igračica poražene ekipe) "na travnjaku izrazbijala pola protivničke momčadi."⁴⁹ Nadalje, Robert Jakasović, liječnik talijanske prvoligaške ženske nogometne ekipe S. S. "Lazio Calcio Femminile" izjavio je da su žene sklone grubom prakticiranju nogometa te su, stoga, podložnije ozljedama od svojih muških kolega. Najčešće im stradavaju nos i ligamenti, a i prijelomi su vrlo česti. Dr. Jakasović tretira ozljede sportaša i u drugim

⁴⁸ Kramer i suradnici (2008);

⁴⁹ <http://metro-portal.hr/zenski-nogomet-kad-cure-podivljaju/25950> (stranice posjećene 17.1.2012.);

sportskim granama te tvrdi kako ženski nogomet učestalošću ozljeda suvereno vlada nad ostalim sportovima njegovog područja ekspertize.⁵⁰

Prema podacima britanskog istraživačkog centra “Sir Norman Chester” (*Women and Football*, 2002), u periodu od kasnih 1980-ih do kasnih 1990-ih godina broj je nogometašica u Britaniji sa 7000 porastao na 215000. Njemačka je, nadalje, krajem 1990-ih godina imala pola milijuna registriranih nogometašica, dok je američkih igračica bilo 7,2 milijuna. Norveška je, kao jedna od naprednijih europskih zemalja u relacijama rodne ravnoteže, 1993. g. bilježila 44000 nogometašica (što je iste godine nadmašilo broj nogometaša) te je njihova brojnost do kraja spomenutog desetljeća dosegla 60000.

3.6. Oblici diskriminacije usmjereni prema ženama involviranima u prakticiranje nogometa

Jean Williams (2007) poduzima analizu razvoja ženskog nogometa u nekoliko zemalja (SAD, Kina, Engleska i Australija) te zaključuje kako su se u periodu od 1890-ih do sredine 1920-ih godina žene uključivale u nogometne aktivnosti kao dio strategije lobiranja i zauzimanja odgovarajuće pozicije u socijalnom miljeu, a od kasnih 1950-ih godina u obliku borbe protiv raznih formi isključenosti, izazivajući paradigmu o nogometu kao isključivo muškoj igri. 1991. g. osnovana je organizacija žena u sportu (Europske žene i sport, *EWS*) čija je zadaća proučavanje realnih mogućnosti žena u pristupu obrazovanju, treniranju i odgovornim pozicijama s ciljem povećanja uključivanja žena u sport na svim razinama. „Isključivanje žena iz sporta – ili njihova neuspješna integracija – jedan je od oblika kolektivnoga nasilja. Osim ako nemamo iznimno pojednostavljen pogled na stvarnost, ne možemo reći da je sloboda žena općenito unapređovala dalje od slobode žena u sportu. Razvijanje ravnopravnosti spolova u sportu, priroda ženskoga sporta i pristup odgovornim položajima za žene odražavaju situaciju u građanskome društvu i točni su pokazatelji društvene stvarnosti te nezavršene revolucije“ (Bodin, 2007: 228-229). Nasilje povezano sa sportom i ono koje se tiče ljudskog tijela (uz ostale vrste nasilja) simbolizira nestabilnosti prisutne u svakom društvu te se smatra bitnim pokazateljem stanja današnje europske kulture.⁵¹

Prema zakonu o ravnopravnosti spolova, „diskriminacija na temelju spola predstavlja svako normativno ili stvarno, izravno ili neizravno razlikovanje, isključivanje ili ograničenje

⁵⁰ <http://slobodnadalmacija.com/Nogomet/tabid/84/articleType/ArticleView/articleId/147250/Default.aspx> (stranice posjećene 13.2.2012.);

⁵¹ Bodin i Héas (2002) prema Bodin (2007);

temeljeno na spolu kojim se otežava ili negira ravnopravno priznanje, uživanje ili ostvarivanje ljudskih prava muškaraca i žena u političkom, ekonomskom, socijalnom, kulturnom, građanskom i svakom drugom području života.⁵² U kontekstu današnjega sporta, navodi Bodin (2007, prema podacima izvješća Vijeća Europe, vol. 1: 194), „održavanje kontinuiteta segregacije tvori oblik nasilja na dvjema razinama: ono osporava temeljna načela sporta kao kohezivne, poštene i dostojanstvene aktivnosti te uvažava postojanje sive zone oko sporta u kojoj i dalje postoji dvojba o primjenjivosti nacionalnoga i međunarodnoga građanskoga prava. (...) Na Olimpijskim igrama u Barceloni 1992. godine 35 zemalja nije imalo sportašice u svojim momčadima, a jedna od tih momčadi odbila je hodati iza španjolske sportašice na svečanosti“ (Bodin, 2007: 85).

Kasnih 70-ih godina 20. st. poneki su mediji ženska natjecanja karakterizirali kao izložbu stoke s rodomnikom, a čak se i danas neki ženski (profesionalni ili amaterski) susreti (uključujući nogomet) iskorištavaju, prilagođavaju i pretvaraju u neku vrstu degustacije ili uvertire koja prethodi “pravim” (muškim) događajima određene sportske sezone. Primjerice, hrvanje ili boksanje žena u blatu, pri čemu su natjecateljice odjevene oskudno ili razgolićene do pasa, transformirano je u vrstu događaja erotskih konotacija. Seksualizacija je također uobičajena u profesionalnim sportskim aktivnostima koje imaju žensku društvenu konotaciju: spomenute priredbe se, primjerice, opisuju kao “oku ugodno oblikovanje kroz gimnastiku” (Héas, 2004 prema Bodin, 2007: 221). O jezičnoj terminologiji upotrebljavanoj u okvirima pojedinih sportskih natjecanja elaborira i Jean Williams (2007), navodeći kako konstantno upotrebljavanje, primjerice, sintagme *ženski nogomet* (u usporedbi s *nogometom* koji simbolizira muški sport) predstavlja nastojanje daljnjeg isticanja i održavanja rodnih razlika u sportu. Ova autorica, nadalje, ističe kako je jezična terminologija jedan od ključnih čimbenika koji opstruiraju ravnomjerno uključivanje žena u sport i sportsku industriju općenito.

Obrazovne institucije, smatramo, imaju ključnu ulogu u osvještavanju ideja rodne i spolne ravnopravnosti. U programu hrvatske Nacionalne politike za ravnopravnost spolova 2011. – 2015. (Narodne novine 88/11) navedeno je kako rodnu ravnopravnost u obrazovanju manje podržavaju muškarci, manje obrazovane i starije osobe te osobe koje žive u ruralnim sredinama. Zabrinjavajuć je i podatak da oko 30 – 40% žena podržava tradicionalnu sliku društvenog položaja žene i rodne stereotipe te bi bile sklone diskriminirati žene u selekcijskom postupku pri upisu u tehničke škole. Prioritet u tom području, kako je navedeno, ostaje unapređivanje rodno osjetljivog obrazovanja i uvođenje obrazovanja o ravnopravnosti

⁵² Narodne novine, 82/08;

spolova u obrazovni sustav. Tempo prihvaćanja socijalnih promjena te prevladavanja patrijarhalnih obrazaca u Hrvatskoj opisuju sljedeći podaci: prakticiranjem sporta bavi se manje od 20% žena, a manje od 8% žena nalazi se na upravljačkim pozicijama u sportu. Uloga sporta kao nositelja socijalnih promjena u Hrvatskoj je, zaključujemo, trenutno marginalizirana. Zaključak temeljimo i na činjenici drastičnog nedostatka akademskih pokušaja iluminacije spomenutog područja.

Unutar domene ženskog nogometa, većina predrasuda s kojima se suočavaju mnoge nogometašice odnosi se na njihovu seksualnu orijentaciju. Stoga mnogi autori (Epstein i suradnici 1997, Harris 2002, Magee i suradnici 2007, Wagg 2004, Bodin 2007, Pfister 2006) ističu kako, pored postojeće visoke razine rasprostranjenosti spomenutih stavova kod mnogih individua, i dalje postoje razni društveni konteksti i institucije (primjerice, mediji kroz plasiranje subverzivnih poruka) koji perpetuiraju stavove i predrasude o maskuliniziranim, homoseksualno orijentiranim nogometašicama. Homofobija se očituje pretvaranjem homoseksualnosti u tabu: pritisak s kojim se suočavaju neke igračice homoseksualne orijentacije utječe na njihovo samopouzdanje, autopercepciju i, u konačnici, na njihovu profesionalnu izvedbu. U općenitom društvenom kontekstu, održavanjem homoseksualnosti tabuom, održava se i postojeći rodni konsenzus baziran na spolnoj dihotomiji i heteroseksualnosti. Nadalje, stavovi i pretpostavke koji opisuju nogometašice kao fizički slabije individue i, stoga, nepodobne za prakticiranje nogometa (za razliku od agresivnijih muškaraca koji su podobniji za nogometnu igru), utječu na percepciju nogometašica kao inferiornih nogometašima, što prakticiranje ženskog nogometa održava na margini kao formu amaterizma. „Proturječje između postizanja priznanja kao sportašice i omalovažavanja kao žene ponekad može dovesti do stvarnih problema spolnog identiteta kada prvakinje proživljavaju svu silinu sukoba između posla koji im donosi slavu i vlastitoga identiteta. Taj je sukob vidljiv u samome jeziku kojim se komentira, analizira ili hvali ženski sport. Dvije navedene sportašice bile su poznate pod imenima Marie-Jo i Flo-Jo – gdje muško ime Joseph, tu u obliku umanjenice, naizgled pojačava doživljaj muškosti. Možda manje očita, ali ne i manje važna, jest razlika u očekivanome ponašanju na dodjeli medalja: obvezni poljubac u obraz nije isto što i rukovanje. Štoviše, medalje i trofeji obično nose slike poznatih muškaraca, a rjeđe žena“ (Bodin, 2007: 229). Jayne Caudwell (prema Wagg, 2004) argumentira kako institucije koje su dio nogometne industrije posjeduju sredstva (moć) kojima bi promijenile stereotip o “ženskim nogometašima” te usmjerile cjelokupnu percepciju nogometašica prema mnogo ženstvenijim konotacijama. Spomenute institucije još su uvijek

veoma suzdržane u nastojanjima postizanja ravnoteže u popularnosti ženskoga u odnosu na muški nogomet. Sport – posebice nogomet – u vrijeme globalnih promjena vezanih uz uspostavljanje rodne ravnoteže, često ostaje muško utočište i sredstvo potvrđivanja rodnog identiteta. Nogomet i nogometno navijaštvo utemeljeni su na povezanosti među muškarcima, što isključuje žene i odbacuje sve ženstvene karakteristike. Međutim, žene koje prakticiraju nogomet prevazišle su socijalno konstruirane granice među spolovima te predstavljaju prijatnu rodnim idealima i mitovima, što je razlog tretiranja ženskog nogometa sa skepsom, razlog njegove marginalizacije pa čak i odbacivanja – posebice prema ženama koje prakticiraju grublji i agresivniji nogomet (poput muškog), jer se karakteristikama ne uklapaju u postojeću rodnu dihotomiju.⁵³

Odgovor na pitanje o rastućoj naklonjenosti europskog društva ženama je, tvrdi Bodin (2007), kontradiktoran: jedna dimenzija dokumentira porast udjela žena u tradicionalno muškim domenama vezanima uz rad i dokolicu, što simbolizira povećanje utjecaja žena kroz nove uloge, situacije, područja rada i odgovornosti. Iako se, primjerice, posredstvom obrazovnog sustava nastoje implementirati temeljne ideje jednakosti spolova, ono što se zbiva jest, nastavlja ovaj autor, usklađivanje s maskulinim vrijednostima: mnoge su žene primorane na usvajanje muških radnih navika te se nalaze pod konstantnim pritiskom i dvostrukim radnim opterećenjem, budući da je briga o djeci i kućanstvu značajnom većinom još uvijek percipirana kao ženska djelatnost.

3.7. Značaj nogometa u procesima identifikacije i socijalizacije

U kontekstu sociologije sporta, obiteljska potpora ističe se kao iznimno relevantna njenim članovima: poticanje na prakticiranje sporta i aktivnosti koje su povezane sa sportom „može u većoj mjeri utjecati na stvaranje identiteta i životnoga stila od bilo kojeg drugog segmenta masovne kulture“ (Perasović, Bartoluci; Sociologija i prostor, vol. 45 (2007), 1 (175); 105–119).

U mnogim je prilikama nogomet – kao fenomen masovne kulture – postao gotovo primarnim mehanizmom grupne, emocionalne identifikacije. Budući da je društvo opterećeno mehanizmima stalnog nadzora, organizirane prisile i nametnute discipline, identifikacija putem nogometa postaje sličnija identifikaciji koja karakterizira primarne društvene grupe (poput obitelji i užeg životnog kruga). Grupna je identifikacija posredstvom nogometa „(...) vrlo široka, gotovo potpuno otvorena, izrazito dobrovoljne naravi, visoko je emocionalno

⁵³ Dunning (1986), Völger i Welck (1990) prema Tomlinson i Young (2006);

obojena i iracionalne je prirode. Stoga se takva identifikacija može pojaviti ne samo kao nadomjestak za nedostatak moguće grupne identifikacije u svijetu sekundarnih grupa, nego i kao suprotnost svemu onome što taj svijet sekundarnih grupa danas pruža i može uopće pružiti“ (Vrcan, 1990: 17). Ovaj autor, nadalje, ističe funkciju nogometa kao mehanizma socijalne afirmacije određenih segmenata društva i društvenih sredina koji iskazuju rastuće društvene aspiracije na razini suvremene epohe. Stvarna socijalna afirmacija ovih pojedinaca često je potisnuta i ograničena, što se posebice tiče mladih na prijelazu u odraslo doba: „Tako se participacija u zbivanjima u vezi s nogometom faktički pojavljuje ne samo kao najlakši, najotvoreniji i najpristupačniji oblik društvene participacije u onome što je na neki način ipak od javnog interesa, nego i kao najslobodniji, najmanje regimentirani, najmanje hijerarhizirani i najmanje institucionalizirani oblik masovne participacije u kojoj uvijek ima mjesta za svakoga“ (Vrcan, 1990: 19).

Različiti stupnjevi identifikacije, kao što ćemo demonstrirati u nastavku razrade osnovne problematike ovog diplomskog rada, oduvijek su karakteristika odnosa publike spram natjecatelja. Viša razina identifikacije podrazumijeva formiranje mnoštva intenzivnih (pozitivnih i negativnih) emocija. Stoga ćemo u povijesnome kontekstu prezentirati oblike, domete i značenje spomenutog oblika identifikacije u prilikama raznih socijalnih, ekonomskih i političkih nastojanja i promjena, uz elaboraciju karakteristika pripadnika neposrednog nogometnog gledateljstva, koje su, ovisno o raznim socijalnim situacijama, tijekom posljednjih nekoliko stoljeća pokazale značajnu varijabilnost. Demonstrirat ćemo kako sportsko, odnosno nogometno navijaštvo u općenitom kontekstu predstavlja domenu koja je tijekom povijesti zadržala karakter okoline koja pruža mogućnost gotovo nesmetanog izražavanja brojnih oblika emocija, stavova te nasilja (Brimson 2006, Crawford 2004).

4. Neposredna publika na nogometni natjecanjima

„Nogomet je bitno određen interakcijom njegovih direktnih protagonista i publike. Značaj te interakcije osobito dolazi do izražaja prilikom vrhunskih nogometnih spektakala koji ne bi bili dovoljno atraktivni za širu javnost kada u njima ne bi sudjelovali i gledatelji na punim tribinama“ (Lalić, 1993b: 14).

Obzirom na heterogenost motiva pojedinaca za neposrednim sudjelovanjem na nogometnim utakmicama, koja se počela intenzivno manifestirati u Britaniji sredinom 20. st., nameće se potreba razlikovanja dvaju profila pojedinaca koji čine današnju neposrednu nogometnu publiku, kako bismo omogućili precizniju interpretaciju učinaka globalizacijskih tokova na nogometnu igru i sadržaje vezane uz taj sport, kao i na sudionike nogometnih natjecanja u cjelini. Stoga ćemo, obzirom na (ne)prisutnost emotivne involviranosti, pojedince koji čine neposrednu nogometnu publiku klasificirati kao *aktivno*, odnosno *pasivno* gledateljstvo⁵⁴: aktivnu publiku, dakle, čine (prvenstveno) emotivno, verbalno ili neverbalno angažirani pojedinci koji iskazuju stabilan interes za nogometom te se u određenoj mjeri identificiraju s igračima, dok pripadnici pasivne publike posjeduju suprotne karakteristike, odnosno njihovo je prisustvo uvjetovano djelovanjem neemocionalnih čimbenika. Ovako formirana dihotomija predstavlja stabilno polazište za detaljniju kategorizaciju pripadnika aktivne publike u odnosu na intenzitet njihove emocionalne participacije.

4.1. Osnovne karakteristike pripadnika aktivne publike

Veoma cjelovit opis karakteristika pripadnika aktivne publike susrećemo u definiciji Srđana Vrcana (1990), koji spomenute pojedince naziva *sportskom* publikom, odnosno ukupnošću „(...) svih onih koji za sport uopće ili neku sportsku granu odnosno pojedina sportska zbivanja pokazuju određeni, relativno stabilan i manje-više trajan – a ne slučajan – interes. Iskazuju ga na višestruk i složen, ali i iskustveno uvijek prepoznatljiv način, bilo verbalno ili u neverbalnim ponašanjima. U njih je taj interes praćen stanovitim subjektivnim emocionalnim odnosom – ona sudjeluje u društvenoj razmjeni koja se događa u vezi sa sportom i nogometom“ (Vrcan, 1990: 87).

Dva su osnovna kriterija kojima se određeni udio pripadnika aktivne publike razlikuje od ostalih aktivnih sudionika nogometnih natjecanja: spomenuta razina emocionalne participacije te stupanj organiziranosti. Organizirane grupe pojedinaca Dražen Lalić (1993)

⁵⁴ U nedostatku adekvatnijeg izraza, poslužili smo se terminologijom Srđana Vrcana (1990);

definira *navijačkom* publikom: navijači, prema tome, čine dio neposredne publike, koji svojim specifičnim kolektivnim, ritualiziranim ponašanjem, kolektivno prihvaćenom ikonografijom te raznim drugim metodama izražava svoju emocionalnu vezanost uz određenu nogometnu ekipu, identificiraju se s njom i pružaju joj podršku ne bi li ostvarila što bolji rezultat.

4.1.1. Karakteristike pripadnika navijačke nogometne publike

Elaborirajući o interesima navijačke publike, Vrcan (1990) ističe kako njeni pripadnici nogometne utakmice percipiraju kao susrete “naših” i “njihovih”. Stoga se kao jedan od motiva prisustvovanja navijača na utakmicama javlja težnja za svjedočenjem o pobjedi “naših”, odnosno težnja za svjedočenjem o što uvjerljivijem porazu “njihovih”, koji treba biti što više ponižavajući. Navijačka publika nastoji biti aktivnim sudionikom nogometnog spektakla, čime se diferencira u odnosu na ostale neposredne sudionike.

Buzov i suradnici (1990) spomenuti tip publike nazivaju *sportskom* publikom te je opisuju kao relativno permanentnu gomilu, formiranu od pojedinaca koji su stalni posjetioci stadiona i aktivno reagiraju na poticaje koji dolaze s nogometnog terena ili pojedinaca koji podržavaju suparničku nogometnu ekipu: „Sportska publika primarno je određena samim sportskim događajem kojem prisustvuje, a sekundarno društvenom klimom koja je u većoj ili manjoj mjeri s njime povezana. To znači da na ponašanje sportske publike utječe rezultat, ponašanje igrača, odluke suca, (...) ponašanje navijača drugog kluba i ostali događaji vezani uz tok susreta. Također na ponašanje sportske publike utječe atmosfera stvorena u medijima, važnost utakmice, šira društvena i politička značenja“ (Buzov i sur., 1990: 9).

Svojevrsnom navijačkom publikom možemo smatrati i ostale pojedince koje smo definirali aktivnim sudionicima, budući da demonstriraju mnoge bihevioralne i emocionalne karakteristike svojstvene navijačkoj publici. Navijačka je publika, dakle, značajnim dijelom organizirana i relativno permanentna skupina emotivno angažiranih pojedinaca, koji relativno redovito sudjeluju na utakmicama favorizirane ekipe.

Organizirani navijači, nadalje, predstavljaju specifične supkulturne društvene grupe. Pojam supkulture, navodi Perasović (2001), označava segmente populacije i socijalizacijske procese koji se od društva kao cjeline razlikuju u odnosu na spol, dob, zanimanje te klasnu, regionalnu, konfesionalnu i etničku pripadnost. Supkulturne grupe posjeduju specifičan skup normi, vrijednosti i obrazaca ponašanja koji ih razlikuje od ostalih pripadnika društva, dok heterogenost članova navedenih grupa proizlazi iz niza socijalnih elemenata kao što su spol, dob, materijalni status, obrazovanje i sl. Pripadnici navijačke supkulture njeguju prepoznatljiv

stil odijevanja te praktiraju razne verbalne i neverbalne rituale te načine ponašanja koji nisu determinirani granicama stadiona, već se praktiraju na ostalim javnim mjestima te u privatnoj sferi života pojedinaca. Pripadnost navijačkoj supkulturi implicira visoki stupanj kohezije, solidarnosti i suradnje među njenim članovima, koji dijele osjećaj snažne povezanosti. U svrhu naglašavanja razine intenziteta i društvenog značenja spomenute vrste emotivnog odnosa među pojedincima u ovakvim supkulturnim grupama, neki se autori (Brimson 2006, Vrcan 1990, Buzov i suradnici 1990, *Football Passions* 2008) koriste sintagmom *nogometne obitelji*, odnosno *nogometnog plemena*.

Obitelj, kao osnovna jedinica društvene organizacije, ključni je socijalizacijski resurs na kojem se temelje ostali oblici socijalizacije: kroz sustave vrijednosti i obrasce ponašanja, obitelj pruža osnovu kasnijoj nadogradnji (Haralambos, 1980). Budući da se nogometno navijaštvo često smatra dijelom obiteljske tradicije te se prenosi s roditelja na potomke, ono ima funkciju generacijskog poveznika koji facilizira obiteljsku komunikaciju, uspostavlja osjećaj tradicije i pripadništva te čuva instituciju obitelji od dezintegracije obiteljskih vrijednosti. Britanski nogometni ljubitelji, primjerice, većinom navode tri razloga priklanjanja nekom nogometnom klubu (*Football Passions*, 2008)⁵⁵: 1) stariji članovi njihovih obitelji navijači su istog kluba 2) stanovnici su grada u kojemu je sjedište kluba te 3) nastavljaju tradiciju iz djetinjstva koja je uključivala praćenje utakmica televizijskim putem u roditeljskom društvu. Veoma je uobičajena praksa upoznavanja djeteta s nogometom u vrlo ranoj dobi (najčešće u očevom društvu), što često predstavlja determinirajuće trenutke u procesu internalizacije navijačkih vrijednosti. Mnogim entuzijastima nogomet ne definira samo način provođenja slobodnog vremena, već je i njihov privatni, obiteljski život uvelike određen odgovarajućim aktivnostima vezanima uz nogomet: „Po vremenu koje se nogometu poklanja, po energiji koja se na nogomet svakodnevno troši i po radostima i strepnjama koje ga prate, izvjesno je da je nogomet postao sastavni i ne beznačajni dio svakodnevnog života vrlo širokoga masovnog kruga. Štoviše krug onih, koji su u mnogim našim sredinama intenzivno i stalno zaokupljeni nogometom i koji vrlo angažirano reagiraju kad je nogomet u pitanju, mnogo je širi od kruga ljudi trajnije zaokupljenih nekim drugim vidovima društvenog djelovanja“ (Vrcan, 1990: 10).

Pored estetskog užitka praćenja utakmice, ushićenje koje navijač osjeća proizlazi iz njegove identifikacije s igračima koncentriranim na postizanje pobjede. Medijski način

⁵⁵ Podaci britanskog Centra za istraživanje socijalnih pitanja
http://www.sirc.org/football/football_passions.shtml; izvor posjećen 17.10.2010.;

prenošenja utakmica uključuje, pored ostalog, plasiranje raznih sportskih informacija u određenom povijesnom kontekstu što primateljima omogućava stvaranje sudova, procjena te povezivanje s igrom na detaljnijim razinama. Spomenuta se vrsta (jednosmjerne) komunikacije visokim udjelom nalazi u srži identifikacijskih i socijalizacijskih procesa.⁵⁶ Povećavajući, dakle, razinu identifikacije s pobjedničkom ekipom, navijači imaju priliku potvrditi i ojačati svoj socijalni identitet: budući da se nogometno navijaštvo bazira na privrženosti nekom vanjskom objektu, mnogi autori (Sandvoss 2003, Giulianotti 2005, Raney i Bryant 2006, King 2001, Vrcan 1990) suglasni su oko tvrdnje da je štovanje ili obožavanje spomenutog objekta sinonim za divljenje sebi kao pojedincima ili zajednici.

Navijačke zajednice, dakle, posjeduju mnoge specifičnosti: bitne su u procesu socijalizacije, svojim pripadnicima podastiru mogućnost izgradnje identiteta i specifičnog životnog stila, no često djeluju socijalno isključujuće prema pojedincima ili društvenim skupinama koje ne udovoljavaju raznim standardima i pravilima na kojima se temelji funkcioniranje zajednice.⁵⁷ Budući da kulturu nogometnog navijaštva tradicionalno karakterizira rigidni maskulinizam te vrijednosti bijelaca – pripadnika radničke klase⁵⁸, ona proizvodi vlastite kriterije koji definiraju “pravog” navijača. Pri uključivanju pojedinaca (*outsidera*) u neku od navijačkih zajednica, dakle, minimalne sociodemografske razlike predstavljaju poželjnu predispoziciju. Stoga neki autori (Beck i suradnici 2001, Porter 2011, Lalić 1993) ističu kako navijačke zajednice često djeluju socijalno isključujuće prema ženama, homoseksualnim osobama i manjinama. „Rigidni maskulinizam nedvojbeno je zajedničko obilježje ekstremnih nogometnih navijačkih skupina u cijelom svijetu. (...) Rituali na tribinama ističu obuzetost maskulinizmom na veoma izražen način“ te se odnose na „(...) stari problem dokazivanja da je netko veći muškarac od svojega rivala.“⁵⁹ Međutim, promatranje ponašanja pripadnika Torcide, navodi Lalić (1993), pokazalo je da maskulinizam znatno više dolazi do izražaja u odnosu prema suparničkim navijačima, igračima rivalskih momčadi, sucima i drugim protagonistima nogometne priredbe, nego prema ženama. Perasović (2001) argumentira kako su toleranciji prema nogometnim navijačima i muškom obrascu socijalizacije oduvijek pridonosili mediji: od sportskih, koji su redovito isticali značaj navijača kao dvanaestog igrača, do televizijskih serija popularnih 1970-ih godina koje su obilovale scenama gotovo opsesivnog interesa muškaraca za nogometom.

⁵⁶ Whannel (1992), Zillmann i Paulus (1993); prema Earnhardt i sur. (2012);

⁵⁷ Beck i sur. (2001) prema Crawford (2004);

⁵⁸ Prema Porter (2011);

⁵⁹ Marsh i sur. (1980) prema Lalić (1993: 197);

4.2. Značajke ostalih neposrednih sudionika nogometnih natjecanja

Temeljne karakteristike kojima se, dakle, pripadnici navijačke publike razlikuju od ostalih neposrednih (pasivnih) sudionika nogometnih natjecanja odnose se na razinu emotivne involviranosti (odnosno identifikacije u odnosu na igru i igrače) te stupanj organiziranosti. Značaj elemenata organizacije i stupnja emotivnosti uočavamo u definiciji (pasivne) publike koju predlažu Buzov i suradnici (1990), navodeći kako je publika (u odnosu na *sportsku* publiku) neorganizirana i nestrukturirana skupina ljudi okupljenih u fizičkom ili socijalnom prostoru, čija je pažnja usmjerena na neki objekt ili zbivanje te reagira više perceptivno nego djelatno. Pojedinci koji čine pasivnu publiku dijele relativno nisku razinu međusobne interakcije te sposobnost međusobnog imitiranja ponašanja, koja je istaknutija što je publika brojnija, što facilizira transformaciju publike u gomilu.⁶⁰

Pasivna nogometna publika čini većinu današnjeg neposrednog nogometnog gledateljstva razvijenih zemalja, uz niski udio aktivnih, tj. organiziranih članova publike. Trgovina i uslužne djelatnosti te brojne druge pogodnosti vezane uz komercijalizaciju nogometa, omogućavaju pasivnom gledateljstvu doživljaj spektakla uz maksimalnu udobnost. Stoga se, za deskripciju pojedinca koji posjeduju karakteristike pasivnih sudionika nogometnih priredbi, u literaturi⁶¹ često pojavljuje sintagma *kazališne publike*: interesi njenih pripadnika često nisu vezani uz specifični nogometni klub ili reprezentaciju, već ih privlači ideja grandioznosti događaja popraćena kvalitetom ponuđene robe i usluga. Bjelajac (2006) argumentira kako spomenuti pojedinci iskazuju spremnost na povremeno prakticiranje verbalnih navijačkih rituala prilikom ključnih momenata utakmica, koja pretežno nije uzrokovana emocionalnom identifikacijom s nogometnom momčadi.

Prije no što se posvetimo elaboraciji razvitka i socijalnog značaja suvremenog fenomena nogometnog navijaštva na mikrosociološkoj razini, prezentirat ćemo jednu od teorijskih koncepcija vezanih uz spomenuti fenomen, kojom ćemo u povijesnom kontekstu

⁶⁰ U raznim je povijesnim razdobljima eskalacija emocija dovela neposredno sportsko gledateljstvo do nasilnog ponašanja. Jedan od najranijih zapisa potječe od Tacita (Anali, 14.17) te opisuje nered u Pompejima 59-e godine: međusobno vrijeđanje, popraćeno bacanjem kamenja u dijelu gledateljstva ubrzo je prerasio u oružani sukob pa je građanima Pompeja na 10 godina zabranjeno sudjelovanje na sportskim priredbama uz raspuštanje 'navijačkih' grupa. Srednjovjekovni engleski narodni nogomet, kao i srednjovjekovna francuska igra *soule* (igra borbe za posjed nad svinjskom mješinom) uvijek su bili popraćeni masovnim i žestokim sukobima članova neposrednog gledateljstva, koji su time rješavali osobne razmirice. Bile su česte tučnjave na viteškim turnirima te bacanje raznih predmeta na sudionike natjecanja, a primitivniji oblik nogometa *calcio fiorentino* (practiciran u Firenci između 16. i 18. stoljeća) zahtijevao je uspostavljanje mjera održavanja reda među gledateljima: odvajanje 'navijača', zabrana ulaska na igralište, niska razina tolerancije prema ispadima te nazočnost službenih redarstvenika; Thuillier (1996), Mendiague (1993), Bredekamp (1998) prema Bodin (2007);

⁶¹ Tapp i Clowes (2001), Tapp (2004), Dobson i Goddard (2011), Porter (2011), *Football Passions* (2008);

definirati temeljne socio-ekonomske prekretnice koje su pridonijele evoluciji karakteristika neposrednog nogometnog gledateljstva.

5. Sociodemografske karakteristike neposrednog nogometnog gledateljstva u povijesnom kontekstu

Abercrombie i Longhurst (1998)⁶² razlikuju 3 vrste neposredne nogometne publike, formirane tijekom određenih povijesnih razdoblja:

- jednostavna (*simple*) publika - karakteristična za predmoderni period i obilježena direktnom komunikacijom između pošiljatelja i primatelja informacije unutar lokaliziranog i, najčešće, javnog prostora; ova vrsta publike veoma je koncentrirana na događaj kojem prisustvuje te je obilježava ponašanje koje često ima ritualnu narav;
- masovna (*mass*) publika – nije lokalizirana na određenom prostoru te događaje prati i u privatnim sferama s manje pozornosti; povećana je socijalna distanca između izvođača (pošiljatelja) i primatelja poruka;
- difuzna (*diffused*) publika – karakteristična za postmoderna društva u kojima svi pojedinci, posredstvom masovnih medija, neprestano čine publiku;

Temeljem prezentiranih podataka, konstruirat ćemo vremenski referentni okvir, kako bismo s većom preciznošću opisali čimbenike koji su uzrokovali značajnu varijabilnost mnogih karakteristika neposrednog nogometnog gledateljstva. Posebnu pozornost posvetit ćemo elaboraciji uzroka varijacija udjela žena u ulozi (aktivnih i pasivnih) neposrednih sudionika nogometnih natjecanja. Nastojat ćemo, dakle, demonstrirati egzistenciju raznih socijalnih, ekonomskih i političkih čimbenika, koji su tijekom povijesti, posebice u dvadesetome stoljeću, uzrokovali drastična kretanja vezana uz brojnost žena na nogometnim priredbama, odnosno utjecali na percepciju karaktera nogometne igre.

5.1. Karakteristike jednostavne publike

Referirajući na karakteristike ponašanja pojedinaca u nogometnoj publici predindustrijskog perioda, evidentna je njihova emotivno obojena i nasilna priroda: srednjovjekovna inačica nogometa, kao što smo ranije prezentirali, bila je definirana izrazito visokom razinom nasilja igrača i publike, često popraćena raznim oblicima nereda. Nasilje i ostale reakcije većine pojedinaca neposredno uključenih u nogometna zbivanja bile su izazvane i potencirane trenutnim emocijama vezanima uz kvalitetu igre ili (u kasnijim vremenskim razdobljima) sudačke odluke. Aktivnosti publike odvijale su se spontano,

⁶² Prema Crawford (2004);

neometane fizičkim barijerama, budući da su susreti bili organizirani na otvorenim prirodnim i javnim prostorima (trgovi, livade i sl.).

Jednostavnu publiku nije odlikovala razina organiziranosti njenih pripadnika, kao ni postojanje organiziranih segmenata gledateljstva, a emocionalne eskalacije u kratkom su vremenu mogle doprinijeti formiranju gomila. Budući da su tadašnji nogometni susreti bili koncipirani oko ideje rješavanja nesuglasica među stanovnicima sela i gradova, elementi identifikacije publike s igračima na terenu bili su uvelike prisutni te su često poticali i uključivali većinu pojedinaca na sudjelovanje u fizičkim ili verbalnim aktivnostima. U općenitom kontekstu nasilja na nogometnim utakmicama bitno je istaknuti ono što je Gustave le Bon (1989) objasnio sintagmom *psihologija gomila*: „U običnom smislu predočuje riječ “gomila” skup pojedinaca bez obzira na njihovu narodnost, zvanje ili spol i bez obzira na slučaj koji ih je okupio. Sa psihološkog stajališta izraz gomila dobiva sasvim drugo značenje. (...) Tisuće odijeljenih pojedinaca mogu u izvjesnim časovima pod dojmom izvjesnih žestokih emocija dobiti obilježja psihološke gomile. Tada dostaje da ih ujedini makar kakav slučaj da njihova djela također poprime obilježja djelâ gomila“ (le Bon, 1989: 35). Ovaj autor, nadalje, navodi kako gomila kod pojedinca uzrokuje gubitak svjesne osobnosti i moći rasuđivanja te pojedinac, vođen emocijama i sugestivnošću gomile, veoma lako žrtvuje svoj interes zajedničkoj probiti. Gomile pružaju anonimnost koja rezultira gubitkom individualnosti pa se pojedinac vrlo lako uključuje u razne oblike zajedničkog djelovanja, pritom ne razmišljajući o mogućim posljedicama. Ovakvog pojedinca le Bon naziva automatom koji nije vođen vlastitom voljom.

Obzirom na karakteristike koje definiraju aktivnu publiku, zaključujemo kako pripadnici jednostavne nogometne publike posjeduju sva obilježja aktivnih sudionika na nogometnim susretima, što se kod neposrednog nogometnog gledateljstva u većoj mjeri očitovalo do izgradnje prvih europskih nogometnih stadiona krajem 19. st. Od kraja 19. stoljeća se, dakle, prodajom ulaznica muškarcima te ustupanjem besplatnih karata ženama poduzimaju naporu za izmjenom sociodemografskih karakteristika neposredne publike. Postojalo je uvjerenje kako će prisustvo žena, odnosno odsustvo siromašnijih pojedinaca koji su iskazivali veću sklonost izgredima, doprinijeti stabilnosti (civiliziranosti) stadionske atmosfere.⁶³ Navedene promjene predstavljaju početak komercijalizacijske politike u nogometu te istovremeno najavljuju nastanak raznih društvenih procesa koji će snažno utjecati na karakter nogometne igre.

⁶³ Izvor: <http://www.spartacus.schoolnet.co.uk/Fstadiums.htm>; stranica posjećena 27.2.2012.;

5.1.1. Socijalni čimbenici u transformaciji karakteristika pripadnika jednostavne publike devetnaestoga i početka 20. stoljeća

Nogomet modernijih značajki počeo se u Velikoj Britaniji pojavljivati već sredinom 18. st. te intenzivnije krajem istog stoljeća (Bodin, 2007). Iako je industrijska revolucija početkom 19. st. nametnula nove obrasce rada i provođenja slobodnog vremena, kao i nova poimanja discipline, obrazac ponašanja neposrednog nogometnog gledateljstva u odnosu na zbivanja na nogometnom terenu – koji ukazuje na karakteristike jednostavne publike – nastavio je egzistenciju gotovo do sredine 20. stoljeća. Pojavom nogometnog profesionalizma i izgradnjom prvih stadiona krajem 19. st., učestalost nereda publike neznatno je umanjena, međutim prekidi igre uzrokovani napadima na suce i igrače, istrčavanjem publike na nogometni teren i sl. zadržali su se u opisu karaktera nogometne igre (Brimson, 2006). U ovom periodu nogomet nastavlja biti osnovnom preokupacijom pripadnika radničke klase i nižeg srednjeg sloja, dok se viši društveni slojevi posvećuju prakticiranju i praćenju ostalih sportova. Druga industrijalizacija kasnog devetnaestog i ranog 20. st. jedan je od čimbenika koji su korjenito izmijenili percepciju standardâ uljudnosti i civiliziranosti, što je unijelo promjene u ponašanje nogometne publike. Početkom 20. st. nogomet poprima karakteristike “narodne igre” (*people's game*), a do 1950-ih godina učestalost nereda se na mnogim nogometnim susretima značajno smanjila uslijed internaliziranja navika uljudnog ponašanja od strane većine sudionika nogometnih natjecanja (Thompson-Schnapp i Tiews, 2006).

Sintagma koja nogomet definira opijatom za mase pojavila se usporedno sa spomenutim procesima u Europi i Južnoj Americi, obzirom na spoznaju o nogometu kao nacionalističkom i političkom alatu koji vrši distrakciju pozornosti populacije s političke borbe, održava poslušnost radničke klase, stvara zvijezde te posjeduje mogućnost razvrgavanja solidarnost među radnicima (Kuhn, 2011).

Žene su na razne načine oduvijek prisutne u svijetu nogometa i nogometnog navijaštva. Njihov je udio, međutim, unutar aktivne (a kasnije i pasivne) nogometne publike bio podložan variranju što je zavisno o raznim društvenim stanjima i uređenjima pojedinih dijelova svijeta u određenim vremenskim periodima, obilježenima mnogim socijalnim, ekonomskim, političkim i drugim čimbenicima. Obzirom na relativnu nedostupnost podataka o aktivnostima i udjelu žena unutar nogometne publike srednjovjekovnog perioda te periodâ do početka industrijalizacije, daljnju elaboraciju teme ovog diplomskog rada većinom ćemo

bazirati na novijim podacima o spomenutom udjelu, koje smatramo relevantnijima u pojašnjavanju transformacija vezanih uz fenomen (ženskog) nogometnog navijaštva.

Početke profesionalnog prakticanja nogometa u Australiji sredinom devetnaestoga stoljeća, primjerice, obilježava fenomen masovnog prisustva žena u publici: žene su smatrane poželjnim posjetiocima čije se neposredno prisustvo izrazito cijeno, što se posebice očitovalo 1860-ih godina. Utakmicama su većinom prisustvovala žene srednjeg i višeg sloja te se smatralo da pridonose razvitku pozitivnog statusa i prestiža igre. 1890-ih godina se među imućnijim damama postupno razvila tradicija doniranja financijskih sredstava raznim nogometnim klubovima pa su redovito bile gošćama tradicionalnih godišnjih domjenaka, gdje im se javno zahvaljivalo (Grow 1986 prema Mangan i Nauright 2000). Gotovo potpuno drugačije poimanje nogometnog navijaštva susrećemo na primjeru Španjolske devetnaestoga i početka 20. stoljeća: kao i u mnogim drugim zemljama, navijaštvo je u Španjolskoj oduvijek predstavljalo maskulinu domenu, uz niski udio žena (mahom iz viših slojeva) koje su tradicionalno utakmicama prisustvovala kao pratnja partnerima. Bile su pasivni promatrači te percipirane nekom vrstom modnog dodatka. Veoma su rijetko iskazivale interes za nogometnom igrom te su u tim slučajevima muškarcima predstavljale objekte preispitivanja iskrenosti motiva. Mnoge parole, koje su navijači upućivali protivničkoj ekipi i igračima ne bi li ih degradirali, sadržavale su elemente seksizma, komparirajući protivnike sa ženskim dijelom gledateljstva. Početkom 20. st. neki od španjolskih klubova posvetili su se politici povećanja udjela ženskog segmenta publike pa je, primjerice, predsjednik kluba "Real Madrid" 1912. g. muškarcima koji na utakmicu povedu žensku osobu ponudio besplatnu ulaznicu. Udio žena se, uslijed provođenja ove politike, počeo povećavati, međutim 1920. g. ustanovljeno je kako žene čine tek 5% publike na španjolskim stadionima te da su mahom pripadnice višeg sloja (Bahamonde, 2000 prema Magee, 2007).

Žene su u domeni nogometnog navijaštva oduvijek prisutne i u britanskom nogometu⁶⁴: unatoč nedostatku pisanih dokumenata, postoje čvrste indicije da su tijekom cijelog devetnaestog stoljeća bile prisutne na raznim nogometnim priredbama. Posjedovale su privilegiju slobodne participacije, koja je ukinuta 1885. g. kada se na utakmici u Preston North Endu pojavilo oko dvije tisuće žena. Pretpostavka je da se tijekom 1890-ih godina, uslijed povećanja brojnosti neposrednog nogometnog gledateljstva (ali i vjerojatnosti pojave incidenata), udio žena smanjio. Radne obveze, briga o djeci te troškovi sudjelovanja na

⁶⁴ Podaci koji se odnose na Veliku Britaniju potječu iz publikacije "Fact Sheet 9: A Brief History of Female Football Fans" britanskog Centra za istraživanje nogometa "Sir Norman Chester" (2002);

utakmicama elementi su koji su otežavali mogućnost prisustvovanja, međutim žene su i dalje bile uključene u prakticiranje aktivnosti vezanih uz nogomet: nakon utakmice Leicestera i Evertona 1899. g., primjerice, tisak je izvijestio kako je ljepši spol prisutan na svim dijelovima stadiona. 1906. g. dovršena je izgradnja nove tribine liverpulskog stadiona "Anfield" što je simboliziralo napredak u domeni sigurnosti publike, dok je jedan od navijača u lokalnome tisku izrazio svoje negodovanje uzrokovano neudobnošću tribina koje kompliciraju damama prolaz.

Unatoč promociji određenih standarda civiliziranosti krajem devetnaestog i početkom 20. stoljeća u Europi, problematično ponašanje publike na pojedinim nogometnim susretima još uvijek nije demonstriralo tendenciju smanjenja intenziteta i učestalosti nasilja pa je desetljećima, sve do Prvog svjetskog rata, profesionalni nogomet uvelike bio obilježen masovnim neredima. Prema dostupnim se podacima (Brimson, 2006) u razdoblju između 1894. i 1914. g. dogodilo 238 većih incidenata, službeno prijavljenih od strane nogometnih sudaca, što ne uključuje incidente izvan nogometnih terena. Sudjelovanje na pojedinim nogometnim utakmicama tih je desetljeća, dakle, bilo obilježeno visokim rizikom od eskalacije nasilja što implicira gotovo zanemariv udio žena u publici takvih susreta.

5.1.2. Britanska nogometna publika u razdoblju između dvaju Svjetskih ratova

Prvi svjetski rat nagovijestio je promjenu poimanja prijašnjih ideja ženstvenosti, što se posebice odnosilo na žene srednje klase koje su, iz jedne perspektive, osjetile svojevrsnu slobodu, popraćenu oštrom realnošću rada u tvorničkim i bolničkim okruženjima ratnog razdoblja. Aktivno sudjelovanje u ratnoj ekonomiji, demografska transformacija (uzrokovana pogibijom muškaraca u ratu) te utjecaj predratnog sufražetskog pokreta predstavljaju elemente koji su učinili žene dvadesetih godina 20. st. mnogo neovisnijima i samopouzdanijima. Usprkos podređenom društvenom statusu, ženama je pružena mogućnost istraživanja novih dimenzija, među kojima je bilo i uključivanje u sport i aktivnosti vezane uz sport. Porast posjećenosti nogometnih utakmica od strane žena ubrzo su uočili mediji, posebice prilikom finala Kupa 1927. g.: isticao se visoki udio žena i obitelji, a tijekom finala Kupa 1929. g. izviješteno je kako je najmanje polovica putnika u vagonima za Wembley ženskog roda. Nogometni klub "Brentford" je, primjerice, u međuratnom razdoblju stekao respektabilan broj vjernih gledateljica koje su često nazivane "ženskom ekipom", a posjedovale su i povlasticu organiziranog prijevoza na utakmice. Na mnogim fotografijama nogometne publike tog razdoblja primjećuju se manje grupe mlađih žena, što implicira da su

mlađe i neudane žene raspolagale većom količinom slobodnog vremena, za razliku od udanih žena s djecom.

Period između dvaju Ratova bio je, dakle, obilježen stabilnim porastom udjela žena unutar nogometne publike, uzrok čega, između ostalog, nalazimo u usvajanju uljudnijih standarda ponašanja te poboljšanju stadionske infrastrukture. Ove promjene, međutim, kod mnogih su muškaraca izazvale svojevrsnu obrambenu reakciju, budući da su mnogi od njih porast udjela žena na stadionima shvatili kao invaziju na svoj teritorij: navijačice su smatrali osrednjim ili veoma slabim nogometnim poznavateljima, a i novinski članci ponekad su odražavali postojeće stereotipe izvrgavajući ruglu navijačke aktivnosti žena u publici.⁶⁵

Dunning, Murphy i Williams (1988) kompariraju demografski sastav tipične publike na nogometnim utakmicama u periodu prije I. svjetskog rata s odgovarajućim podacima u periodu između dvaju Ratova: među pojedincima u publici međuratnog perioda i dalje dominiraju muškarci – pripadnici radničke klase, ali se (u odnosu na prijeratno razdoblje) uočava i značajan porast udjela žena – pripadnica srednjeg staleža (prema Dobson i Goddard, 2011: 155). Iako su se (često vrlo ozbiljni) izgredi publike povremeno pojavljivali, u općenitom socijalnom kontekstu međuratnog razdoblja učestalost incidenata bila je vrlo niska (Brimson, 2006).

5.2. Pojava i karakteristike masovne publike sredinom 20. stoljeća

Do sredine 20. st. većina britanskih kućanstava posjeduje televizijski prijemnik⁶⁶, čija rasprostranjenost simbolizira pojavu masovne nogometne publike. Pripadnici masovne publike nisu ograničeni fizičkim prostorom stadiona, odnosno prestaju biti isključivo neposredni sudionici nogometnih natjecanja. Televizija je doprinijela pojavi niza društvenih promjena te utjecala na promjene vezane uz nogometnu igru i pojedince koji prakticiraju nogomet.

Godine nakon Drugog svjetskog rata obilježene su procvatom nogometa i općenitim društvenim oporavkom, posebice u sezoni 1948./1949., tijekom koje je četrdeset i jedan milijun ljudi sudjelovao na nogometnim utakmicama: Pope (2011) stoga teoretizira o “zlatnom dobu” ženskog nogometnog navijaštva u Britaniji koje obuhvaća period od kasnih 1940-ih do ranih 1960-ih godina. Muški segment neposrednog gledateljstva žene je tretirao s

⁶⁵ „Jedna od Wednesday-evih navijačica oslikana ratnim bojama mahala je jednim od najglasnijih zvona koje sam ikad čuo, a, sudeći prema njenom izrazu lica, izgleda da je zamišljala da drži suparničkog igrača za vrat.“; novinarski komentar iz 1930.g. (*Fact Sheet 9*, 2002);

⁶⁶ Taylor (2008) prema Pope (2011);

poštovanjem te održavao s njima sportsku komunikaciju neopterećenu predrasudama. Na pojedinim dijelovima stadiona, međutim, još je uvijek dolazilo do povremenih tučnjava: uključivale su manji broj osoba te nisu predstavljale prijetnju sigurnosti ostatku gledateljstva, budući da su im povodom bile trenutne frustracije igrom ili utjecaj alkohola. Iako je udio žena na stadionskim tribinama bio stabilan, one su i dalje činile izrazitu manjinu unutar neposrednog nogometnog gledateljstva (Brimson, 2006).

Ranih pedesetih godina dvadesetoga stoljeća britanski nogomet suočava se s početkom transformacije koja će u nadolazećim desetljećima korjenito izmijeniti njegovu društvenu sliku i ulogu: društvo se mijenja i modernizira, povećava se količina slobodnog vremena, vlada opuštena atmosfera i bezbrižnost. Obzirom na opći zahtjev za rekreacijom i zabavom, broj posjetitelja na sportskim utakmicama, kinima, odmaralištima i sl. je u privremenom porastu, a posjedovanje osobnog automobila predstavlja prednost uz koju pojedinci nisu lokacijski ograničeni. Interes pojedinaca prema drugačijim oblicima razonode i rekreacije i dalje se povećava pa sport, općenito sagledavši, postaje samo jedan u nizu dostupnih užitaka, dok nogomet prestaje biti definiran razonodom isključivo ili većinom radničke klase. Na stadionima dolazi do pojave publike svih društvenih slojeva: „Te su promjene revolucionirale društvenu ulogu stadiona i izmijenile veselu i slavljeničku atmosferu koja je njima ranije prevladavala. Razvoj nogometa i njegova transformacija u spektakl promijenili su standarde aktivnosti koja je ranije bila izrazito klasno određena, jer su i igrači i gledatelji bili mahom iz radničke klase“ (Bourdieu 1984, Pociello 1995: interpretirano u Bodin, 2007: 28). Uslijed porasta interesa populacije za ostalim sportovima, nogomet postupno gubi svoju izrazitu popularnost pa posjećenost utakmica postepeno opada. Istovremeno se nogomet promovira u školama, što mnoge mlade ljude (i dalje izrazitom većinom mladiće) privlači na stadione te dovodi do pomlađivanja publike: mladi traže vlastite načine provođenja slobodnog vremena, a njihova autonomija sve je izraženija. Jeftinija mjesta na rubnim (lošijim) dijelovima stadiona, nadalje, potiču ih da se na njima okupljaju.

Valja napomenuti da uloga navijača kao *dvanaestog igrača* tih godina počinje dolaziti do izražaja: očitovala se ohrabrivanjem i energiziranjem omiljene momčadi prakticiranjem navijačkih pjesama i poklika, odnosno obeshrabrivanjem i zastrašivanjem igrača i navijača protivničke ekipe. Naglašavao se (u medijima i klubovima) pozitivan utjecaj navijačkog skandiranja na učinak favorizirane ekipe, budući da su verbalne aktivnosti navijača i navijačkih grupa djelovale motivirajuće na igrače. Time su navijačke aktivnosti zadobile karakteristike legitimnosti. Navijanje je shvaćeno kao obveza i dužnost među mladim

navijačima, kao izraz solidarnosti i moralne potpore, što će nešto kasnije rezultirati povećanjem učestalosti mnogih neželjenih, emotivno nabijenih nasilnih incidenata (Lalić 1993, Vrcan 1990).

Navijačka atmosfera, koju su mladi fanatici brižno održavali glasnim i predanim skandiranjem, smatrana je ključnim čimbenikom uspjeha favorizirane ekipe. Identificirajući se s igračima, verbalne aktivnosti navijača poprimaju drugačije značenje: pridonoseći pozitivnoj atmosferi, navijači ispunjavaju potrebu za pripadanjem i prihvaćenošću u svojoj supkulturnoj grupi, dobivaju mogućnost slobodnog izražavanja emocija kojom iskazuju svoje frustracije te ih odbacuju. Konkurentске navijačke grupe predstavljale su neprijatelje koje valja (verbalno) "poraziti" i poniziti, što se također smatra jednom od ključnih navijačkih dužnosti. „Postoji, dakako, još jedan momenat u navijačkom ponašanju koji pogoduje klizanju u nasilje. (...) Oni, [navijači] naprotiv, nastoje biti protagonisti i jedne druge utakmice, koja teče usporedno s onom na igralištu. (...) To je ponajprije utakmica s eventualnim navijačima protivničke momčadi. Njih treba ne samo nadglasati, već i nadmašiti u svim aspektima navijačkog ponašanja, pa i u korištenom instrumentariju tog ponašanja. (...) Stoga se skandiranjem "šampioni" ili "mi smo najbolji" na pojedinim nogometnim susretima ne misli jednostavno samo na onu jedanaestoricu igrača u određenom dresu koji trče po terenu, već se misli i na sebe. (...) To znači da konkretno navijačko ponašanje na pojedinome nogometnom susretu nije samo u funkciji glasne podrške svom klubu ili u funkciji vlastitoga društvenog javnog samopotvrđivanja. Ono je i u funkciji potvrđivanja vlastite navijačke vrijednosti i navijačke strasti te navijačke imaginacije i dovitljivosti u kompeticiji i konkurenciji s drugim navijačkim grupama u drugim sredinama. (...) Na taj način navijačko ponašanje se dodatno dislocira i autonomizira u odnosu na ono što se zbiva na igralištu, pa i na gledalištu, u nekome konkretnom nogometnom susretu (Vrcan, 1990: 78-79).

Druga je polovica 50-ih godina 20. st., dakle, obilježena postupnim opadanjem brojnosti neposrednog nogometnog gledateljstva, što do izražaja dovodi ponašanje emotivno angažiranih (fanatičnih) grupa mladića koji svoj maskulinitet i vjernost određenom klubu dokazuju i održavaju sve nasilnijim ritualiziranim aktivnostima. Promatrajući ih kao gomile, njihovo djelovanje, dakle, pronalazi „(...) redovito svoj motiv u nekoj moćnoj sugestiji pa su (...) uvjereni da su se pokoravali dužnosti“ (le Bon, 1989: 152). Budući da ranih 1960-ih godina dvije trećine britanskih kućanstava posjeduje TV prijarnik, mnogi se pojedinci odlučuju za (sigurniju) posrednu konzumaciju nogometnih priredaba pa se broj neposrednih sudionika nogometnih utakmica suočava s daljnjom devalvacijom, što se posebice odnosi na

žene. Ubrzo se uočava porast nasilja unutar i izvan stadiona te pomak od svojevrsnog ritualnog nasilja (vezanog uz logiku igre i pripadajuće antagonizme koje igra pobuđuje) prema promišljenome nasilju. Porast učestalosti nasilnih ispada na stadionima, međutim, nije djelovao obeshrabrujuće na mnoge žene koje su, osnutkom ženskih odbora u lokalnim navijačkim klubovima, pristupile prikupljanju novčanih sredstava: spomenutim akcijama se nastojala poboljšati financijska situacija mnogih klubova, čiji su ugled i popularnost bivali narušeni navijačkim neredima (Bodin 2007, Pope 2011, Dobson i Goddard 2011, *Fact sheet 9 2001*).

Novonastalim oblicima nasilja, u odnosu na nasilje navijača prije 1950-ih godina, ističu se i promoviraju društvene i kulturne različitosti te se, dakle, od sredine 20. st. svjesno, organizirano i strukturirano navijačko nasilje definira nogometnim huliganizmom (Dufour-Gompers, 1992 prema Bodin, 2007). „Nogomet služi tek kao povod za neku vrst “ratne igre” u okviru koje se suparnički navijači shvaćaju kao “osvajajući”, a istovremeno se želi “osvojiti” njihov teritorij“ (Lalić, 1993: 38).

5.2.1. Pojava i posljedice fenomena nogometnog huliganizma

Perasović (2001) navodi kako je radikalno odstupanje ponašanja nekih adolescentskih grupa od njihove šire socijalne okoline navelo sociologe 50-ih godina 20. st. na formiranje pojma delinkventne supkulture. Albert Cohen, jedan od najznačajnijih utemeljitelja spomenutog pojma, tumači kako su pojedinci podvrgnuti procesu učenja delinkventnog ponašanja pridružujući se grupama u kojima je takvo ponašanje već uspostavljeno i redovito prakticirano. Ove grupe karakterizira snažna autonomija, a, nakon što je jednom formiran, supkulturni sustav može perzistirati sve dok služi potrebama svojih (aktualnih i budućih) pripadnika. Walter Miller (1958, prema Perasović, 2001), nadalje, dokumentira kako se u grupama koje su definirane delinkventnima njeguje solidarnost među njihovim članovima te se osobni interesi podređuju grupnima. Pripadnost grupi i status unutar grupe pojedinac postiže djelovanjem koje zadovoljava određene elemente: stoga Miller elaborira o osnovnim preokupacijama u životu pojedinaca – pripadnika radničke klase:

- nevolja (*trouble*) – upasti u nevolju i izvući se iz nje ponekad utječe na povećanje prestiža pojedinca unutar grupe
- žilavost (*toughness*) – fizička snaga i izdržljivost predstavljaju imperativ, a osjećajnost i sentimentalnost mora biti zanemarena

- lukavost (*smartness*) – podrazumijeva postizanje cilja uz maksimalnu upotrebu inteligencije i minimalno oslanjanje na fizičku snagu
- uzbuđenje (*excitement*) – postiže se upadanjem u nevolju
- sreća (*luck*) ili sudbina
- autonomija

Obzirom da su nogometna igra te sadržaji vezani uz konzumaciju nogometa stoljećima čvrsta značajka života pojedinaca – pripadnika radničke klase, mnoge od navedenih preokupacija (u ekstremnijem obliku) moguće je identificirati u načinu ponašanja nasilnih nogometnih navijača od kraja 1950-ih godina nadalje. Stoga je ponašanje fanatičnih navijača, usmjereno prema suparničkim navijačkim grupama te sigurnosnim snagama, dovelo do spomenute konstrukcije i redovite upotrebe pojma nogometnog huliganizma⁶⁷: termin huligan od tada, dakle, postaje sinonimom za pripadnike nasilne navijačke supkulture.

Perasović (2001) argumentira kako mladi pojedinci u okviru raznih područja dominantne kulture (poput, primjerice, nogometnog natjecanja) aktivno prihvaćaju postojeći, medijima distribuirani repromaterijal te formiraju vlastite životne stilove koje definiramo supkulturnima u odnosu na veći ili manji stupanj razlikovanja od roditeljske kulture. Supkulturnima postaju i one grupe koje sadržaje neutralnog karaktera modificiraju, razvijaju i prakticiraju na društveno neprihvatljiv način, pridonoseći tako jačanju (identifikacije i) osjećaja grupne pripadnosti. Proces supkulturalizacije najčešće započinje u sferi slobodnog vremena, no rezultati tog procesa (postizanje identiteta i pripadnost zajednici) očituju se na mnogim drugim područjima života.

1960-ih godina mijenja se, dakle, navijački stil pružanja podrške: navijači su bolje organizirani, mobilniji i kreativniji u verbalnim ritualima. Do 1964. g. primijećeno je grupiranje izgreznika čije si skupine daju imena i stvaraju identitet nevezan uz klub. Njihove su se aktivnosti sastojale od jurišanja na protivničke navijače iza gola ne bi li ih otjerali i prikupili što više “suvenira” (navijačkih rekvizita) te uputili nekoliko udaraca prije no što se umiješala policija. Iako ovakvo ponašanje jest agresivno, u stvarnosti je često bilo više simbolično nego stvarno. Istovremeno se britansko društvo suočava s početkom financijske krize, a nastavlja se formiranje mnogih adolescentskih i navijačkih supkultura (pankeri, *skinheads*-i, *teddy-boys*-i i sl.) čiji pojedinci utvrđuju svoje pozicije na određenim dijelovima stadiona te ih pretvaraju u svoja utočišta. Pozitivna sportska atmosfera tako je potpuno

⁶⁷ Izraz “huligan” formiran je prema prezimenu irske imigrantske obitelji (Hoolihan) koja je u 19.st. terorizirala East End London (prema Brimson, 2006);

zasjenjena sve češćim sukobima mladih fanatika te istrčavanjima na teren, uz prekide utakmica. Pristupa se podizanju žičanih i betonskih ograda ne bi li fanatične navijače odijelili od ostatka gledateljstva te jedne od drugih pa se sukobi odvijaju i na ostalim javnim mjestima (Marsh 1978, Maguire 1986 prema Perasović 2001). Prema podacima centra “Sir Norman Chester” iz 1968. g. (citirano u Frosdick i Marsh, 2005), u prvoj polovici 1960-ih godina broj se incidenata udvostručio u usporedbi s ukupnim brojem sukoba u proteklih 25 godina.

Početak 1970-ih godina aktivnosti ovih grupa sve su sofisticiranije: oni koriste medije kako bi otkrili koja se grupa nalazi u vrhu huliganske hijerarhije. Nezadovoljni igrom i tretmanom od strane favoriziranih klubova, njihove aktivnosti sve su nasilnije (Frosdick i Marsh, 2005). Mediji su, uz političare, huliganizam često nazivali engleskom bolešću, kako bi identificirali nepoželjno ponašanje pojedinaca – pripadnika nasilnih navijačkih grupa te ga pokušali iskorijeniti (Dunning, 2000 prema Frosdick i Marsh, 2005). Međutim, publicitet stvoren oko sve nasilnijih aktivnosti nogomenih huligana potencirao je pojavljivanje novih sukoba i društvenih procesa, koji će krajem 20. st. izmijeniti poimanje nogometne igre u razvijenim europskim zemljama.

Tri su faktora kojima se oblici huliganizma razlikuju od oblika nasilja gomila, koji u pozadini sportskih događaja postoje još od antičkog doba: učestalost incidenata, njihova specifična povezanost s nogometom te njihova inicijalna povezanost s određenom državom – Velikom Britanijom (Bodin, 2007). Iako je prisutnost nasilničkog ponašanja neposredne nogometne publike karakteristična za gotovo cijelu povijest nogometne igre, većina istraživača (Buzov i sur. 1990, Spaaij 2006, Frosdick i Marsh 2005 itd.) slaže se u opisu huliganizma kao posebnog fenomena vezanog uz nogomet, koji je u Velikoj Britaniji intenzivno prisutan od kraja 1960-ih godina, a od sredine 70-ih godina 20. st. i u mnogim drugim europskim zemljama.

Od formiranja modernog nogometna druge polovice 19. st. pa sve do sredine 20. st., visoka razina emotivnosti neposrednog nogometnog gledateljstva često je dovodila do neplaniranih eskalacija uzbuđenja. Fizičko i verbalno nasilje bilo je usmjereno prvenstveno prema igračima i sucima, potaknuto lošom igrom ili nepravednim suđenjem. Incidentno ponašanje publike, dakle, proizlazilo je iz trenutnih emocija uzrokovanih nezadovoljavajućom igrom, kako bi se igračima i sucima prezentiralo nezadovoljstvo publike. Stoga možemo zaključiti da je nasilje nogometne publike (u razdoblju prije nastanka fenomena nogometnog huliganizma) prije svega neplanirano, agresivno ponašanje, uzrokovano trenutnim emocijama: „Agresivno ponašanje je ponašanje usmjereno prema drugim individuama s neposrednom

namjerom uzrokovanja štete. Počinitelj mora biti uvjeren da će takvo ponašanje naštetiti drugome te da je meta motivirana na izbjegavanje istog ponašanja“ (Bushman i Anderson 2001a prema Russell, 2008: 4). Nogometni huliganizam, s druge strane, pretpostavlja planiranje incidenata koji prestaju biti usmjereni prema igračima i sucima, već se nasilje ispoljava prema ostalim navijačkim grupama u publici te predstavnicima zakona. „Nogometni huliganizam se u svom suvremenom značenju odnosi na socijalnu genezu karakterističnih navijačkih supkultura te njihovo redovito i kolektivno sudjelovanje u nasilnim aktivnostima, primarno s pripadnicima suprotstavljenih navijačkih grupa“ (Giulianotti 1999, Dunning 1994 prema Spaaij, 2006: 12). Temeljna se, dakle, razlika između huliganizma i nasilja publike ranijih razdoblja reflektira u stupnju spontanosti incidenata te njihovoj usmjerenosti prema određenim sudionicima sportskog događaja. Razvijanjem svijesti o sebi, huliganske si grupe postavljaju zadatke (“dvanaesti igrač”) koje izvršavaju odviše doslovno: „Svaka nogometna utakmica rat je, naime, u malome.“⁶⁸ Buzov i suradnici (1990) ističu kako je promatranje ekstremnih navijača kao faktora utjecaja na sportsku (odnosno aktivnu) publiku demonstriralo da, u određenim situacijama, oni mogu imati presudnu ulogu u transformaciji sportske publike u aktivne grupe i gomilu.

Britanska ekonomska kriza, koja je 1970-ih i 1980-ih godina produbila stisak nad već nestabilnom socijalnom klimom, omogućila je navijačima da nasiljem povezanim s nogometom iskažu svoje društvene frustracije te da se pobune protiv klasne nepravde i osjećaja podređenosti. Njihova želja za ponovnim stjecanjem kontrole nad nogometnom igrom (čiji se karakter iz narodnog pretvorio u srednjoklasni) reflektirala je dublje težnje za promjenom odnosa moći u društvu, istovremeno gradeći identitet i status unutar svojih navijačkih grupa (Fraher, 2011). Nezaposlenost i inflacija su u porastu, na vlast dolazi Margaret Thatcher te uvodi politiku stroge štednje, privatizacije i ekonomije slobodnog tržišta koja, očekivano, drastično pogađa pripadnike radničke klase i društveno zanemarene pojedince: nemogućnost napredovanja na stratifikacijskoj ljestvici, financijska podređenost te ostali socijalni čimbenici, kod strastvenih navijača uzrokovali su mnoge frustracije. Situacija postaje idealnim katalizatorom u napredovanju fenomena huliganizma. Huliganizam je, međutim, u manjoj mjeri bio odraz klasne borbe, odnosno predominantno je predstavljao mehanizam preživljavanja i društvenog potvrđivanja. Nogomet se pretvara u idealno sredstvo izražavanja mladih ljudi koji su bili socijalno isključeni: budući da je britanskom društvu prijetila dezintegracija, navijačke su skupine pojedincima nudile prijeko potrebnu potvrdu,

⁶⁸ Citat iz predgovora Antona Samovojske za K. Krkač: "Filozofija nogometa", 2012: 15

potporu i solidarnost. Pojavljuje se rasizam kao oblik reakcije protiv stranaca koji su Britancima “uzurpirali” radna mjesta te na taj način pridonosili politici socijalne marginalizacije siromašnijih dijelova društva (Bodin 2007; Cohen 1955 prema Perasović 2001).

Svojevrsni oblici neuspjeha, tj. nepriznavanja ili odbijanja, s kojima se pojedinci susreću u pokušajima integracije u svijet sekundarnih društvenih grupa, posjeduju visoki potencijal transformacije u napetosti, nezadovoljstvo i frustracije, koje su, argumentira Vrcan (1990), masovno prisutne u određenim dijelovima društva: u tom kontekstu nogomet omogućava ispoljavanje društvene deprivacije i frustracije u onoj mjeri u kojoj se realne društvene frustracije i nezadovoljstva ne mogu na prikladan način izraziti preko institucionalnih mehanizama društvenog sistema. Dajući nam, iz jedne perspektive, uvid u pozitivne strane uključenosti u zbivanja vezana uz nogomet, koja pojedincima opterećenima raznim društvenim frustracijama nudi mogućnost “otpuštanja ventila” na način koji se tolerira od strane ostalih sudionika na nekoj nogometnoj priredbi (najčešće psovka, glasnim vikanjem i izraženom gestikulacijom), ovaj autor upozorava na suprotnu perspektivu u kojoj postojeće društvene frustracije, koje na određeni način ispoljavaju sudionici nogometnih evenata, mogu pojačati svoj intenzitet, tj. poprimiti opipljiviju i destruktivniju dimenziju. “Otpuštanje ventila” predstavlja tek privremeno rasterećenje, dok stvarna ishodišta napetosti ostaju netaknuta. „U tom pogledu moglo bi se reći da društveni mehanizmi koji se stvaraju i djeluju u vezi s nogometom idu u velikoj mjeri kružnim tokom, koji ih uvijek vraća na polazne točke“ (Vrcan, 1990: 26). Vrcan, nadalje, navodi kako pojedini autori (Marjanović 1987, Petrović 1984), teoretizirajući o potrebi pojedinaca da sudjeluju u rizičnim navijačkim aktivnostima, tvrde kako bi eliminacija nasilja iz nogometa lišila taj sport njegove draži i njegove temeljne psihološke funkcije – pružanja mogućnosti zadovoljenja potreba za rizikom i uzbuđenjem, čije je realiziranje nužno zbog očuvanja fizičkog i psihičkog integriteta pojedinca. „Istina je da u većini slučajeva ljudi ne prisvajaju kulturu huliganizma. Ona prisvaja njih. (...) Najprije krenete na nogometne utakmice i to vas postupno usiše sve dok ne postanete dio problema, a da to niste shvatili ni priznali. Kad jednom uđete u to, veoma se teško povući bez pravog razloga što znam iz osobnog iskustva. Glavni razlog leži u tome što je umiješanost u nogometno nasilje iznimno uzbuđljivo i pruža neizmjerni užitek. (...) Oni koji se prepuštaju nasilju i zastrašivanju na utakmicama čine to zato što im to omogućava da iskuse krajnosti svake emocije koja je poznata ljudskom biću (...). Navala adrenalina nikad ne

prestaje i baš taj naboj je ono što je privlačno, moglo bi se čak reći da postajete ovisni o njemu“ (Brimson, 2006: 51-52).

Mnogi autori (Buzov i sur. 1990, Bjelajac 2004, Porter 2011) dokumentiraju kako je mladost jedna od bitnijih značajki pojedinaca involviranih u huliganske aktivnosti. Nasilnički izgredi karakteristika su prijelaznog razdoblja života u kojemu se oblikuje identitet pojedinaca: mladi su, stoga, manje osjetljivi na norme i pravila, budući da nisu usvojili uloge povezane s odraslom (zrelijom) dobi koje se tiču vlastite obitelji, zaposlenja i sl. Postupno prihvaćanje uloga i društvenog položaja povezanih s odraslom dobi, događa se naposljetku svim pojedincima u procesu odrastanja i sazrijevanja (Gallard 1998 prema Bodin 2007).

Dvije ključne karakteristike engleskog huliganizma – kontinuiranost određenog ponašanja te dobna struktura aktera – pojavljuju se 70-ih i 80-ih godina 20. st. i u mnogim drugim europskim državama. Buzov i suradnici (1990), stoga, istražuju sociopsihološke karakteristike pripadnika huliganskih grupa te zaključuju kako su one primjenjive na sve europske huliganske grupe: njihovi su članovi najčešće pripadnici nižih društvenih slojeva koji njeguju kult muškosti, održavaju čvrstu povezanost u grupi, karakterizira ih takmičarski mentalitet, a samopotvrđivanje postižu sukobljavanjem s članovima suparničkih navijačkih grupa.

Represivne mjere vlasti, provedene u svrhu smanjivanja sukoba navijača, nisu pokazivale značajnije rezultate sve do druge polovice 70-ih godina 20. st. kada je policija, potaknuta prvim ubojstvima unutar stadiona, počela primjenjivati strože mjere prevencije: suparničke grupe navijača razdvojene su i izolirane na stadionima, a gostujući su navijači pod policijskom pratnjom napuštali stadione i mjesta odigravanja utakmica. Uvodi se video-nadzor te specijalne kamere koje pružaju mogućnost identifikacije izgređenika (Brimson, 2006). Unatoč provedenim sigurnosnim mjerama, izgredi nisu zaustavljeni o čemu svjedoče mnoge stadionske nesreće i katastrofe u Britaniji, ali i diljem svijeta.

Zadržavajući tradicionalne predodžbe o favoriziranim klubovima i oblicima pružanja podrške, aktivna publika postaje izložena svojevrsnom kulturnom konfliktu, budući da profesionalno orijentirani klubovi njihova očekivanja više ne mogu ispunjavati (Buzov i sur., 1990). Stoga se emotivne eskalacije aktivne nogometne publike, između ostalog, pojavljuju uvelike definirane nezadovoljavajućim tretmanom navijača od strane klubova i igrača: izgubivši svoju originalnu svrhu, aktivna publika, privlačenjem pozornosti verbalnim i fizičkim nasiljem, iskazuje protest uslijed “buržoiranja” nogometa i uzurpacije *njihove* domene (Bjelajac, 2006). Iako se u drugoj polovici 20. st. većina pojedinaca na utakmicama

pridržavala određenih standarda uljudnosti i civiliziranosti te su klubovi pristupili politici prezentacije nogometa kao spektakla za mase (ne bi li se oporavili nakon višegodišnje financijske krize), neredi ekstremnih navijača na britanskim stadionima (od tada usmjereni jedni prema drugima te predstavnicima vlasti) nastavili su se povremeno događati. Huligansko ponašanje nogometnih navijača narednih godina evoluiralo, sukobi se sve češće dogovaraju na lokacijama izvan stadiona pa cilj navijačkih aktivnosti prestaje biti podrška klubu te huliganizam postaje svojom vlastitom svrhom (Brimson 2006, Porter 2011, Giddens 2007, Bjelajac 2006).

5.2.2. Žene i nogometno navijaštvo u razdoblju napredovanja nogometnog huliganizma

Početak 60-ih godina 20. st. promijenila se i socijalna klima u britanskom društvu: osvještavanjem ideje o oslobođenju i jednakosti, sudjelovanje žena u tradicionalno muškim domenama je u porastu, što se pozitivno odrazilo na povećanje njihovog udjela na utakmicama. Provođene su i medijske kampanje s ciljem povećanja neposrednog nogometnog gledateljstva i rekonstrukcije imidža nogometa pa se, primjerice, uoči finala Svjetskog kupa u Engleskoj 1966. g., televizijskim putem žene nastojalo informirati o igri (*Fact Sheet 9*, 2001).

1970-ih godina, kada huliganske aktivnosti u Britaniji doživljavaju procvat, imidž nogometne igre u drastičnom je opadanju te se većinom veže uz borbu i nasilje mladih fanatika. Posjećenost na utakmicama nastavila je opadati, a mnoge su se žene opredijelile za nedolazak. Britansko je zakonodavstvo, s ciljem zaštite neposredne publike od navijačkih nereda te smanjenja nasilja, osmislilo inicijativu odjeljivanja pojedinih stadionskih prostora za žene i obitelji, što je kod mnogih žena izazvalo negodovanje ili neprihvatanje. Taylor (2008) argumentira kako je postojao segment ženskog navijaštva kojemu je maskulini identitet nogometa bio ključni element njegove atraktivnosti: mnoge su žene, stoga, podupirale ideju nogometa kao maskuline domene u koju su uključene samo "privilegirane" posjetiteljice, stječući status koji je ostalima bio uskraćen. Unatoč strahu od huliganizma, žene su 1980-ih godina u prosjeku činile 5-15% neposrednog nogometnog gledateljstva u Britaniji, ovisno o nastupima pojedinih klubova (*Fact Sheet 9*, 2001).

Sociolog Ramon Llopis Goig⁶⁹ ističe kako se udio žena uključenih u konzumaciju sporta općenito tijekom 20. st. značajno povećavao, no ne i u svijetu nogometa. Gotovo do kraja 20. st. udio žena unutar neposredne nogometne publike ostao je relativno nepromijenjen te je u prosjeku iznosio manje od 20%. 1975. je godine u Britaniji, primjerice, spomenuti

⁶⁹ Citirano u publikaciji *Football Passions* (2008);

udio⁷⁰ iznosio 13%. Znatno niži udio žena u konzumaciji nogometa tijekom gotovo cijelog 20. st. primarno se objašnjava svojevrsnom neprobojnošću nogometne domene koja je stoljećima njegovana kao izrazito maskulina te je, kao takva, mnogim ženama predstavljala nesavladivu barijeru.

Španjolske su ljubiteljice nogometa, primjerice, svoj rastući interes za navijačkim aktivnostima počele izražavati 1970-ih godina, što je kod muškaraca izazvalo niz predrasuda i nekorektnih reakcija. Stoga su žene pristupile organizaciji isključivo ženskih navijačkih grupa, poznatih kao *peñe*. Prva službena *peña* je u Španjolskoj ustanovljena 1984. g. pod nazivom "Peña Valencianista Luna de Valencia", a osnovane su i mnoge druge kako bi žene dokazale realnost svog interesa za nogometom (Magee, 2007). „Žene imaju jači položaj u igri rodni razlika, ili njihovu nedostatku, jer mogu usvojiti muške običaje, a da se pri tome ne odreknu svojega roda (barem ne u društvenome smislu)“ (Bodin, 2007: 230).

Antropološka i sociološka istraživanja fenomena huliganizma (Armstrong i sur. 1991, Bodin 1998, 1999, 2001, Dupuis 1993, Giulianotti 1995, Williams 1991, Zimmerman 1987)⁷¹ dokumentiraju niz sličnosti vezanih uz sociodemografske karakteristike i ponašanje huligana različitih zemalja. Tipične huliganske grupe u prosjeku čini 88,2% muškaraca, a 74,9% njihovih članova mlađe je od 27 godina. Iako postoje huliganke, rjeđe su od muškaraca uključene u nasilne fizičke aktivnosti. Brimson (2006) navodi primjer izgrede huliganki iz 1973. g.: „Dogodilo se to u Peterboroughu kad je Derby County privukao mase Unitedu za FA Kup. Nakon utakmice je dvjesto do tristo navijača Derbyja počelo divljati dok su se vraćali na željezničku postaju, kad je tinejdžerka koja se vraćala kući s utakmice napala navijačica Derbyja i izazvala ju na tuču. Kad je ova to odbila, navijačica ju je udarcem srušila na pod nakon čega se na nju okomila skupina djevojčica koje su nosile čizme s metalnim vrhovima. (...) Prema procjeni onih koji su je spasili, bilo je dvanaestak djevojčica od kojih nijedna nije bila starija od petnaest godina. Nijedna od njih nikad nije uhvaćena. (...) Stoga to ostaje jedan od samo četiri incidenta u koje su bile umiješane žene huligani, a za koje sam ja u životu čuo“ (Brimson, 2006: 84).

5.2.3. Posljedice medijske eksponiranosti fenomena nogometnog huliganizma

Na napredovanje razvoja huliganizma u velikoj je mjeri utjecalo medijsko prenošenje utakmica te posebice navijačkih sukoba 60-ih, 70-ih i 80-ih godina dvadesetoga stoljeća.

⁷⁰ Kaplan (1975), citirano u Earnhardt i sur. (2012: 234);

⁷¹ Citirano u Bodin (2007: 44);

Mediji su čestim izvještavanjem o negativnim događajima nastojali izraziti općeprisutno nezadovoljstvo uslijed gubitka pozitivnog lica i kvalitete nogometne igre, ne promišljajući o širim implikacijama takvih postupaka (Holt i Mason 2001; Cashmore 2010; King 2002). Porast kriminala i delinkvencije povezivao se s moralnom degeneracijom, nestankom tradicionalnih vrijednosti te ugroženošću institucije obitelji. „Javne rasprave i ekstenzivno medijsko praćenje usredotočili su se na krizu nasilja i bezakonja koja je prijetila društvu. Devijantnost se opisivala kao individualna patologija – kao nezakonito i destruktivno ponašanje koje pojedinac aktivno odabire i proizvodi bez samokontrole i morala“ (Giddens, 2007: 219-220).

Obzirom da je fenomen nasilja nogometnih navijača u Europi (Francuska, Belgija, zapadna Njemačka, Italija...) bio prisutan desetljećima prije pojave masovnih medija, mnogi teoretičari (Charroin 1994, Bromberger 1995, Roumestan 1998, Nuytens 2000, Giulianotti 1995, Spaaij 2006, Zimmerman 1987, Dupuis 1993, Comeron 1992 i 1993) suglasni su oko činjenice ubrzanog širenja popularnosti fenomena huliganizma na europskom prostoru 70-ih i 80-ih godina 20. st., potaknutog medijskom amplifikacijom izgređa u Britaniji. Senzacionalistički karakter medijske eksponiranosti huliganskih aktivnosti britanskih navijača, dakle, pridonijeo je popularizaciji njihovog djelovanja u mnogim europskim zemljama: djelovanje fanatičnih navijačkih skupina diljem Europe, uzorom na britanske navijače, poprima sve elemente huliganskog ponašanja. „Huliganizam nije nužna posljedica nogometa, već je proizvod raspoloženja i atmosfere koja se oko njega stvara“ (Brimson, 2006: 7).

Senzacionalističko izvještavanje o huliganskim izgređima⁷² također je pridonijelo porastu javnog interesa (ali i straha) vezanog uz aktivnosti nasilnih fanatičnih navijača, a redovito pojavljivanje u medijima osiguravalo im je publicitet i svojevršno priznanje: pripisan im je određeni društveni status koji je, premda izrazito negativan, zasjenio njihov stvarni status društveno depriviranih. „Možete razumjeti zašto tržište možda žudi za huliganom. U biti, on je romantični buntovnik, spreman na ozljede i borbu s policijom. On nije samo nihilist. Bori se za boje kluba, iste boje koje voli i prosječni miroljubivi navijač. Huligan je fascinantan upravo zato što mu je sličan“ (Foer, 2006: 98).

Žugić (1988) teoretizira o karakteru obavijesti i poruka koje se primateljima plasiraju kanalima informiranja te upozorava kako persuazivni procesi, korišteni prilikom plasiranja

⁷² „(...) britanski tisak voli nogometni huliganizam. Huliganizam pruža sve što bi dobra priča trebala imati: dramu, napetost, strah i negativce. Ubacite malo srama i prstohvat ksenofobije i imate sve.“ (Brimson, 2006:148)

određenih sadržaja u javnost, mogu utjecati na psihičku strukturu ličnosti pojedinca, odnosno kod pojedinca pospješiti kanaliziranje i konverziju (prihvaćanje) informacije, što djeluje na ponašanje pojedinaca u mikro i makro socijalnim grupama. Stoga se načinom distribucije informacija te korištenjem raznih verbalnih i vizualnih persuazivnih tehnika, javnosti relativno lako sugerira prihvaćanje određenog stava o određenim temama.

Strah od huliganskog ponašanja (unutar i izvan stadiona) kojeg su mediji uspješno amplificirali je, dakle, u drugoj polovici 20. st. nastavio negativno utjecati na atmosferu oko nogometa i popratnih aktivnosti. Već 1960-ih godina navijačko ugrožavanje sigurnosti te javnog reda i mira dovodi do formiranja specifične društvene percepcije, kao i reakcije društva vezane uz ponašanje huliganski nastrojene mladeži.

5.2.4. Utjecaj aktivnosti pripadnika supkulturnih grupa na formiranje fenomena moralne panike

60-ih godina 20. st. Stanley Cohen (1972)⁷³ proučava društvene reakcije vezane uz pojavu i sukobe *modsa* i *rockera*, dviju supkulturnih zajednica mladih čije je aktivnosti (uništavanje imovine, palež, ozljede slučajnih prolaznika i sl.) moguće komparirati s djelovanjem nogometnih huligana. Nadahnut interakcionističkom perspektivom socijalne reakcije, teorijom etiketiranja te podacima istraživanja koji dokumentiraju specifične reakcije osoba uslijed prirodnih katastrofa i gubitka (ne)materijalnih dobara, ovaj autor formira pojam moralne panike, pojašnjavajući proces kojim dominantna kultura reintegrira vlastite vrijednosti, suprotstavljajući se svima koji prevaziđu granice dopuštenog ponašanja. Proučavajući procese stereotipizacije i etiketiranja, Cohen nalazi ulogu masovnih medija krucijalnom⁷⁴: pristupom informativnim sadržajima, pojedinci (zajednica) postaju svjesni prekršenih normi i osoba odgovornih za njihovo kršenje te im se ujedno sugerira zauzimanje određenog stava prema devijantima, koji nužno producira određenu vrstu reakcije. Iz studija o prirodnim katastrofama Cohen preuzima i proučava sedam faza medijskog djelovanja (*warning, threat, impact, inventory, rescue, remedy, recovery*), od kojih više pozornost posvećuje fazi inventorijske (kada unesrećeni stvaraju preliminarnu sliku o svojem stanju i

⁷³ Elaborirano u Perasović (2001: 92-110); *modse* - pojedince koji su većinom vozili skutere, slušali moderniju rock glazbu i nosili odijela ili vojne 'tankerice' - i *rockere* - poklonike klasičnijeg rocka, crnih kožnih jakni i snažnih motora - Cohen u svome djelu naziva narodnim đavolima („Folk Devils and Moral Panics“, 1972; 1980);

⁷⁴ „(...) Ključno je razumjeti samu prirodu informacije o devijaciji. Ona je uvijek iz “druge ruke”, procesirana tako da predstavlja aktere nekog djelovanja u visoko stereotipiziranoj formi. Za takvu vrstu informacije i društvene reakcije na devijaciju kaže se da ima *spiralling* ili *snowballing* efekt, dakle učinak kotrljajuće grude snijega.“ (Perasović, 2001: 96);

uvjetima poslije nesreće) u kojoj glasine i nejasne percepcije mogu postati osnovom za interpretaciju situacije. Medijsku prezentaciju inventorijski obilježavaju tri dimenzije: 1) preuveličavanje i distorzija 2) predikcija (upozorenje na ponavljanje događaja) te 3) simbolizacija (neutralna riječ poprima simbolično značenje). Temeljem navedenih čimbenika u javnosti se formira kolektivna interpretacija situacije te se vrši utjecaj na oblikovanje stavova i mišljenja kod primatelja poruke. U početnoj fazi procesa etiketiranja, mediji upotrebljavaju emotivno obojene termine (divljaci, huligani, rulja, horda...) čija se svrha očituje u stigmatiziranju svih pojedinaca koji odgovaraju određenom profilu, odnosno pripadaju određenom socijalnom statusu. Ističe se i brojčana inferiornost devijantnih grupa u odnosu na zajednicu, što predstavlja jedan od uvjeta za uspješnu degradaciju statusa pa riječ *mod* poprima negativnu simboliku delinkventnosti, određenog tipa odjeće, frizure i emocija.

Komparirajući uzorak širenja panike u situacijama prirodnih katastrofa i nesreća (poplava, tornado, požar i sl.) sa scenarijem pojavljivanja panike uslijed sukoba *modsa* i *rockera*, Cohen uočava mnoštvo sličnosti vezanih uz reakcije zajednice na navedene situacije: u slučaju (prijetnje ili) gubitka (ne)materijalnih dobara, pojavljuje se specifičan uzorak ponašanja među pojedincima, koji je karakterističan i za stanja u kojima ne postoji stvarna prijetnja, već svojevrsna glasina o mogućoj prijetnji, koja rezultira percipiranjem opasnosti te panikom. Postojanje predikcije (upozorenja) nakon prirodne katastrofe može, primjerice, umanjiti efekte nesreće u slučaju ponavljanja istog scenarija, međutim, u slučaju društvenih fenomena poput devijacije, predikcija može djelovati na prekomjerno (panično) stigmatiziranje pojedinaca koji odgovaraju pretpostavljenom profilu te time prouzročiti porast devijacije. Medijska prezentacija situacije, koja ima potencijal remećenja društvene ravnoteže, na taj način utječe na promjene vezane uz stav zajednice prema devijantima te dovodi do suprotstavljanja zajednice potencijalno opasnoj manjini u svrhu zaštite morala i imovine, kao i jačanja osjećaja zajedništva. Suprotstavljanjem devijaciji koja remeti društvenu stabilnost, odvija se spomenuta reintegracija vrijednosti u društvu koje, namećući pravila čije kršenje definira i stigmatizira određene pojedince kao devijante, istovremeno djeluje kao katalizator raznih devijacija. Kako je granica “dopuštenog”, odnosno “devijantnog” – konstruirana tijekom cijelog procesa usmjerenog prema devijantima – sklona variranju, kao krajnji rezultat borbe protiv devijacije mogu biti uvedene dodatne restrikcije. Cohen (2011) elaborira o utjecaju medija i na primjeru tražitelja azila: konstantnom (zlo)upotrebom izraza negativnih konotacija (poplava azilanata, najezda, kriminalna vojska) u društvu se perpetuira

atmosfera netrpeljivosti i straha prema spomenutim osobama, a sličnom tretmanu podvrgavaju se svi “narodni đavoli”.

Moralna panika, dakle, predstavlja reakciju zajednice ili društva na ponašanje koje je percipirano kao prijetnja (ne)materijalnoj stabilnosti većine pripadnika spomenute zajednice/društva. Reakcija uključuje etiketiranje svih pojedinaca koji odgovaraju profilu devijanta, čime se stvaraju preduvjeti za degradaciju statusa svih pripadnika određene supkulture grupe. Mijenja se i ponašanje zajednice prema pripadnicima spomenutih grupa, što često doprinosi pojavi novih devijacija, iako ih društvo konstantno nastoji eliminirati. Panika uzrokovana huliganskim aktivnostima nogometnih navijača, potencirana medijskom eksponiranosti spomenutog fenomena od kraja 60-ih godina 20. st., snažno je utjecala na posjećenost pojedinih nogometnih priredbi sve do druge polovice 80-ih godina 20. st.

5.3. Karakteristike nogometnog navijaštva na prostoru bivše Jugoslavije

Na području Hrvatske 50-ih i 60-ih godina 20. st., incidenti na stadionima povremeno su izbijali – uzrokovani emotivnim eskalacijama pojedinaca uslijed loše igre ili nezadovoljavajuće tehnike vodstva klupske uprave – te nerijetko rezultirali demoliranjem objekata na stadionima. 1970-ih se godina u većim gradovima (Beograd, Zagreb, Split, Rijeka) počinju (uz neke postojeće grupe) pojavljivati mnoge stalne grupe nogometnih navijača, koje razvijaju specifični supkulturni identitet te odabiru određene stadionske tribine kao svoj teritorij. 1980-ih godina kultura nogometnog navijaštva (i nogometnog huliganizma) nastavlja se razvijati: navijačke grupe formiraju vlastite životne stilove, uz prisutnost ranije utemeljenih supkulturnih sustava mladih, formiranih na principima muškosti, kompetitivnosti i agresivnosti. Istraživanja hrvatskih autora otkrivaju proces nastanka navijačkih supkultura kojima je stadion primaran i konstitutivan (ali ne i jedini) prostor izgradnje identiteta i životnoga stila, u čijem su se formiranju pojedinci služili aktualnim tradicijama (primjerice glazbom), kombinirajući ih s tradicionalnim, patrijarhalnim konceptima maskuliniteta i obrane časti (Buzov i sur. 1990, Perasović 2001; Perasović, Bartoluci: Sociologija i prostor, vol. 45 (2007), 1 (175): 120).

„U tom se pogledu čini se i u nas ponavlja ono što se ponegdje drugdje u posljednjim desetljećima već dogodilo: vidljiva eskalacija zastrašivanja. Koriste se svi mogući oblici zastrašivanja igrača i navijača protivničke momčadi, pa i sudaca. U tom smislu sasvim je opravdana tvrdnja da su nasilničko ponašanje navijača i pravi nogometni vandalizam samo suvremena varijanta navijaštva. U pozadini nasilničkog ponašanja navijača stoji svojevrsna

navijačka supkultura kao osobiti segment navijačke kulture. Dakako, i to supkultura u kojoj visoko mjesto zauzimaju elementi kolektivne solidarnosti, izrazite teritorijalnosti i egzaltirane muškosti“ (Vrcan, 1990: 78). Često ističu engleske zastave kao izraz svojevrsne odanosti engleskim navijačima, koji čine vrh u hijerarhiji internacionalnog plemena te predstavljaju uzor koji se poštuje i oponaša. Navijači NK “Dinamo”, primjerice, opredjeljuju se za plavo-bijele zastave, ne bi li na televiziji bili uočljiviji, dok na većim utakmicama sa sjeverne tribine odlaze na istočnu, gdje su bliže terenu te imaju bolje izgleda za pojavljivanje u medijima. Afirmacija vlastitog identiteta osnovni je motiv prepoznatljivog ponašanja *ultrasa*, a od pobjede ili poraza važnija je potreba pojedinca za izražavanjem i isticanjem pa se uočava društvena korisnost ponašanja *ultrasa*: ekstremno navijanje predstavlja ispušni ventil nezadovoljstva mlade generacije (Buzov i sur., 1990).

Komparirajući djelovanje europskih (britanskih) huliganskih grupa s ponašanjem navijača na prostoru bivše Jugoslavije, uočavamo gotovo identičan obrazac ponašanja: potreba za isticanjem i samopromocijom hrvatskih organiziranih navijačkih grupa uskoro zamjenjuje njihovu inicijalnu svrhu, koja se očituje u verbalnom bodrenju momčadi na terenu. Brimson (2006), primjerice, dokumentira kako su brojni britanski tinejdžeri redovito pretraživali nedjeljne novine, ne bi li naišli na priču o neredima, a u bilježnice lijepili pronađene isječke od kojih su mnogi detaljno opisivali huligansko nasilje. „Ako ste i sami uspjeli doći u novine, status vam je strašno porastao“ (Brimson, 2006: 76). O utjecaju medijske eksponiranosti europskih huliganskih izgređa na navijače prostora bivše Jugoslavije elaborira i Perasović (2001): „Na simboličkom planu ratnici s tribina još više dokazuju poticajni efekt negativnog prikazivanja djelovanja nogometnog huliganizma u medijima jer upravo je “televizičnost” Heyselske tagedije potaknula identifikacijske procese s nogometnim huliganizmom u navijačkoj supkulturi, uključujući i Hrvatsku“ (Perasović, 2001: 405).

Grupe ekstremnih navijača na hrvatskim prostorima (bivša Jugoslavija) 80-ih godina 20. st. žele utjecati na zbivanja na terenu, omesti suparničke igrače i navijače, žele biti vidljive te uspješno sebe postavljaju u ulogu subjekta sportskog susreta – po uzoru na trend koji se desetljeće ranije, 1970-ih godina, proširio nogometnim navijaštvom mnogih europskih zemalja. Interes za igru opada, pripadnici ekstremnih grupa sebe percipiraju zaštitnicima favoriziranih klubova te je, stoga, samopromocija na vrhuncu. Autoritarnost je prisutna u stavu superiornosti prema ženama kao nečemu zamjenjivome, a očituje se i u dominantnom motivu uvreda upućenih suparnicima (Buzov i sur., 1990).

Tijekom travnja i svibnja 1988. g. Buzov i suradnici (1990) vrše analizu dokumentacije Odjela za operativne evidencije, statistiku i analizu Gradskog sekretarijata za unutrašnje poslove u Zagrebu, proučavajući prekršajne prijave i sudske presude vezane uz izgrede na sportskim priredbama. Tijekom 1985., 1986. i 1987. g. su na području Zagreba zabilježena 92 izgrede, koji su rezultirali sa 198 prekršajnih kazni; dvije trećine izgrede vezano je uz nogometne utakmice, a većina ostalih izgrede zbiva se na košarkaškim utakmicama. Tijekom ovog vremenskog perioda, samo jedna žena je prekršajno kažnjena: „Osim po spolu, ona se u biti ne razlikuje mnogo od svojih muških kolega, razlikuje se jedino od stereotipa. Riječ je o ženskoj osobi od 24 godine koja je u aprilu 1985. uhapšena u dvorani Doma sportova, za vrijeme trajanja utakmice između “Cibone” i “Crvene Zvezde”. Poslije je osuđena zbog drskog i nepristojnog ponašanja na javnom mjestu te vrijeđanja socijalističkih, patriotskih i nacionalnih osjećaja građana. Bila je u društvu dvojice prijatelja. Riječ je o KV radnici, nezaposlenoj, sa završenom srednjom školom, Zagrepčanki. Nije ranije kažnjavana i nije bila pod utjecajem alkohola, udata je i ima dvoje djece“ (Buzov i sur., 1990: 34). Autori proučavaju i sociodemografske karakteristike pripadnika navijačke grupe “Bad Blue Boys”: među učesnicima dominiraju mladi radnici (KV, SSS) i učenici, prosječna starost je 18 godina, a u grupi od nekoliko stotina mladića nalaze do 10 djevojaka. Jezgro grupe čine pojedinci iz nižih ili, eventualno, srednjih slojeva. Osim nogometa, navijači prate i utakmice KK “Cibona”, a 1987. g. popularne su postale i hokejaške utakmice kluba “Medveščak”. Autori ističu kako su organizirane navijačke grupe ključne u procesu nastanka specijalne stadionske atmosfere, budući da bez njihovih verbalnih rituala ostatak publike „(...) kao da ne zna kontinuirano navijati (Buzov i sur., 1990: 16).

Krajem 80-ih godina 20. st. interes navijača za igrom uočljivo opada te se povećava njihova usmjerenost ka provokativnom izražavanju kolektivne posebnosti i identiteta, čime se često uspješno nameću kao glavni protagonisti nogometnog spektakla (Lalić, 1993). Navijačka kompetitivnost, posebice ona obilježena izrazito regionalnim ili nacionalnim karakterom, gotovo prirodno pogoduje pojavi nasilnog navijačkog ponašanja. Navijačke grupe koje su spremne uključiti se u nasilne podvige, poboljšavaju svoj status u permanentnoj navijačkoj utakmici, dok se grupe koje nisu sklone rizicima ili ne prihvaćaju izazove smatraju navijački inferiornima. Dinamika stalne navijačke kompeticije potiče pojedince na konstantno pronalaženje novih oblika navijačkog ponašanja s povećanim provokativnim nabojem pa u tom smislu, zaključuje Vrcan (1990), postoji značajan nasilnički potencijal, ali i tendencija njegovog stalnog povećavanja. Nasilje navijača na hrvatskim prostorima ne možemo

promatrati kao isključivu posljedicu socijalne klime, budući da su mnogi klubovi na neki način godinama legitimizirali navijačko nasilje, plasirajući u javnost ideje o zaslužnosti navijača za kvalitetno odigrane utakmice. „Šta te budale misle? Side u svečanoj loži, a mi se tučemo i krvarimo... I sad ispada da su oni pravi navijači, a mi nismo.“⁷⁵

U ponašanju jugoslavenskih ekstremnih navijača uskoro se, slično europskim trendovima, uočava svojevrsna emancipacija od sportske igre, ali i od favoriziranih klubova čije se uprave smatraju “drugom stranom” pa im navijači, uništavanjem stadionskog inventara, nastoje uzrokovati novčanu štetu. Jugoslavenska milicija prisiljena je na promjenu načina djelovanja te intervenira već u početnoj incidentnoj fazi, izolirajući najaktivnije sudionike, ne bi li spriječila širenje nasilja. Unaprjeđuju se i mjere distanciranja i izoliranja suparničkih navijačkih skupina (Buzov i sur., 1990).

Krajem 1980-ih godina, političke i međunacionalne napetosti u bivšoj Jugoslaviji dovode do još jednog procesa - intenzivnog nacionalnog homogeniziranja, što se posebice očitovalo kroz ponašanje međusobno suprotstavljenih navijačkih skupina: na utakmicama protiv beogradskih klubova redovito se počinju udruživati pripadnici navijačkih grupa “Bad Blue Boys” i “Torcida”, demonstrirajući kako nacionalni identitet nadilazi neprijateljstvo lokalnih navijačkih supkultura (Lalić, 1993). Preuzimajući iz socijalne okoline prepoznatljive razlike u odnosu na ostale, mladi ih koriste za racionaliziranje sukoba utemeljenog na nacionalnoj identifikaciji, a izražavanjem nacionalizma istovremeno se manifestira grupni identitet.⁷⁶

Buzov i suradnici (1990) argumentiraju kako, u uvjetima sukoba lokalnih, regionalnih i kulturnih interesa, vladajuće stanje u društvu lako nalazi put do stadiona. U uvjetima društvenih napetosti, nije neuobičajeno da se frustracije ispoljavaju na tribinama, a ponašanje pojedinih grupa navijača poprimi obilježja društveno opasnog nasilja. Tako Lalić (1993) zaključuje kako su u bivšoj Jugoslaviji stadioni u velikoj mjeri predstavljali svojevrsne rezervate za politiku koji su funkcionirali kao rezervati za nasilje: „Naime, s obzirom da se nije provodila “normalna” politika u ustanovama političkog sustava, provodila se na stadionima stanovita “pervertirana” politika u znatnoj mjeri obilježena nasiljem, bilo fizičkim ili verbalnim. Drugim riječima, sport (poglavito nogomet) bio je tijekom osamdesetih i početkom devedesetih u bivšoj Jugoslaviji prvorazredan prostor za politiku koja je bila

⁷⁵ Izjava navijača NK “Hajduk”, citirano u Lalić (1993: 214); krajem 1980-ih i početkom 1990-ih godina, dakle, očigledno je da je nasilje koje su prakticirali hrvatski navijači bilo poimano kao dužnost i oblik zaštite favoriziranoga kluba; nasilje postaje sastavnim i posve prirodnim dijelom navijačkoga rituala;

⁷⁶ Dr. Ivan Šiber, recenzija za Buzov i suradnici (1990);

isključena iz svojih institucionalnih okvira“ (Lalić, 1993: 255). Spomenuti autor također uočava kako je netolerancija službene javnosti prema provokativnim i političkim izgedima navijača bila manje izražena u nogometu i sportu, nego u drugim područjima društvenog života.

13. svibnja 1990. g., nedugo poslije prvih višestranačkih izbora u Hrvatskoj, gdje su vlast dobile stranke koje su se zalagale za hrvatsku neovisnost, odigravala se utakmica “Dinama” protiv “Crvene Zvezde”. U Zagreb je doputovalo oko 3000 beogradskih “Delija” te su sukobi s hrvatskim navijačima započinjali u raznim dijelovima Zagreba mnogo prije početka utakmice. Uslijedilo je i demoliranje stadiona te izlazak navijača na travnjak, a Zvonimir Boban ostao je zapamćen udarivši jednog od milicajaca nogom, obranivši time navijača “Dinama”.⁷⁷ Nacionalni identitet bio je, dakle, izrazito snažna motivacija mnogim navijačima koji su netrpeljivosti s tribina nešto kasnije prenijeli na bojišta, poduzimajući mnogo nasilnija djela s mnogo više slobode. Navijačke pjesme s ponešto izmijenjenim tekstovima također su postale dijelom ratne svakodnevnice. „Iz samih redova Crvene zvezde organizirala se i naoružavala huliganska paravojna sila. Navijači Crvene zvezde postat će Miloševićevi jurišni odredi, najaktivniji provoditelji etničkoga čišćenja, izrazito djelotvorni vršitelji genocida. (...) Samo na temelju ljudskih žrtava, Englezi su bili vodeći svjetski proizvođač poremećenih navijača, ali daleko od toga da su bili i jedini. Diljem Europe, Latinske Amerike i Afrike nasilje je postalo dijelom nogometne kulture. Čak i na mjestima gdje je nasilje dugo pratilo nogomet, ono je osamdesetih i devedesetih postalo raširenije i destruktivnije. Srpski navijači bili su tek nešto malo bolje organizirani i mnogo bolje naoružani od onih u drugim dijelovima svijeta“ (Foer, 2006: 28). Primjer Hrvatske nije jedinstven. Bodin (2007), primjerice, dokumentira kako sport pruža priliku reaktualiziranja lokalnih, nacionalnih i međunarodnih antagonizama: sportski susreti između Francuske i Njemačke redovito rasplamsavaju strasti, a interes za nogometnu utakmicu između SAD-a i Irana na Svjetskome prvenstvu 1998. g. bio je posve neproporcionalan nogometnome umijeću tih dviju momčadi.

1990-ih godina navijači “Dinama”, u kontekstu pokušaja promjene naziva kluba, postaju politički, odnosno oporbeni akteri, kojima predsjednik države piše pisma i koje zahvaća represija, ali i podrška šire javnosti: time akter nogometnog huliganizma postaje simbolom urbanog otpora retradicionalizaciji društva (Perasović, 2001).

⁷⁷ Izvor: Wikipedija; http://hr.wikipedia.org/wiki/Izgedi_na_utakmici_Dinamo-Crvena_zvezda; stranice posjećene 7.12.2012.;

Početak 1990-ih godina, uzrokovano predratnim napetostima, neposredno gledateljstvo na nogometnim utakmicama diljem Hrvatske suočava se s brojčanom devalvacijom. Kvaliteta nogometa tog je razdoblja također bila u opadanju (Bjelajac, 2006 prema Lalić, 1993).

Obzirom na heterogenost motiva za neposrednim sudjelovanjem na nogometnim utakmicama, Dražen Lalić (1993b) razlikuje četiri tipa navijača:

- navijač-navijač: na stadion dolazi s ciljem pružanja podrške favoriziranome klubu, aktivno sudjeluje u navijačkim ritualima te uživa u navijačkoj atmosferi
- navijač iz trenda: na stadion dolazi jer slijedi određene pomodne obrasce ponašanja, ne bi li stekao afirmaciju u društvu ili društvenoj skupini
- navijač-nasilnik: ispoljava agresivno ponašanje te je svjestan da mu gomila pruža anonimnost
- navijač-politički aktivist: koristi priliku da, zaštićen anonimnošću mase, izrazi svoje političke stavove

Ovaj autor, nadalje, elaborira kako se često pojavljuju i kombinacije navedenih oblika ponašanja. Početkom 21. st. uočavamo, međutim, kako navedena tipologija nije u mogućnosti adekvatno opisati karakteristike pripadnika današnjeg neposrednog nogometnog gledateljstva, što implicira egzistenciju određenih socioekonomskih procesa koji i u Hrvatskoj utječu na transformacije socioekonomskih karakteristika neposrednih sudionika nogometnih natjecanja. Stoga Krkač (2012) podastire suvremeniju tipologiju pripadnika aktivne publike:

- navijači koji podržavaju određeni klub te većinu utakmica prate putem televizije, dok na značajnijim susretima sudjeluju neposredno
- navijači koji većinu utakmica favoriziranoga kluba konzumiraju neposredno
- “vatreni” navijači ili fanovi, koji pokušavaju sudjelovati na svim utakmicama favoriziranoga kluba, uključujući gostovanja
- navijači koji na stadion dolaze ovisno o pretpostavljenoj kvaliteti igre dviju momčadi (zanimaju ih grandioznije utakmice, nevezane uz određeni nogometni klub)

Svojevrsna emocionalna segregacija u suvremeno je doba i dalje prisutna među neposrednim gledateljstvom na većini nogometnih priredbi: jednu krajnost čine emotivno (i verbalno) involvirani pojedinci, dok je njihova suprotnost sve veći udio pasivnog, odnosno – većinom značajki – neaktivnog gledateljstva. Nogomet mnogih (razvijenijih) svjetskih zemalja već je godinama zahvaćen trendom spektakularizacije, što je u potpunoj suprotnosti situaciji u

Hrvatskoj, gdje ekonomski potencijal nogometa nastavlja biti neiskorišten. Negativna atmosfera stvorena je posljednjih godina između mnogih navijačkih grupa i klupskih uprava, a nogomet gubi kvalitetu te je i dalje dijelom obilježen navijačkim skandalima, što u javnosti degradira percepciju i popularnost nogometne igre.

Tipologija Kristijana Krkača (2012) huliganizam (odnosno ekstremno navijaštvo), dakle, ne smatra varijantom navijaštva, što bi moglo implicirati kako se trend huliganizma u Hrvatskoj s vremenom razvio u svojevrsnu industriju, sličnu onoj koja se oformila u Engleskoj i mnogim drugim razvijenijim europskim zemljama prije više od dvadeset godina. Uzrok eliminacije ekstremnog oblika navijanja iz navedene tipologije također pronalazimo u nastojanju zakonodavstva da rekonstruira pozitivan imidž nogometne igre na nacionalnoj razini. Nadopune i postroženja hrvatskog Zakona o sprječavanju nereda na sportskim natjecanjima te pojačane preventivne mjere, u konačnici su gotovo u cijelosti eliminirale nasilničko ponašanje na stadionima. Međutim, supkultura huliganizma u Hrvatskoj odviše je ukorijenjena u socijalni život te, potencirana raznim negativnim socioekonomskim trendovima, nastavlja egzistenciju kao aktivnost alijenirana od nogometne igre. Tipologija ovog autora, nadalje, također podrazumijeva postojanje emotivno snažnije i trajnije involviranih pojedinaca, kao i onih povremenih posjetitelja u potrazi za spektaklom. Upravo je potonja grupa pojedinaca (mogli bismo ih imenovati navijačima iz trenda) u mnogim slučajevima predmetom negodovanja emotivno involvirane zajednice navijača. Većina prigovora aktivnih navijača odnosi se na neinformiranost i motive dolaska ležernog gledateljstva, a nerijetko susrećemo i kritičizam spram vizualnog dotjerivanja ženskog segmenta spomenutog tipa gledatelja.⁷⁸

Nogometno navijaštvo u općenitom kontekstu simbolizira veoma specifičan način ponašanja, što često podrazumijeva kritiziranje, neprihvatanje ili ignoriranje pojedinaca čije se ponašanje procjenjuje kao neadekvatno. Rezultati istraživanja, koje u periodu od ožujka 1989. g. do lipnja 1991. g. među pripadnicima splitske "Torcida" provodi Dražen Lalić (1993), potvrđuju navedenu hipotezu: jedan od navijača, naime, izjavljuje kako su žene u

⁷⁸ <http://niniane.blog.hr/2008/06/1625007549/zene-i-nogomet.html>; internetske stranice posjećene 14.11.2010.: "Tekmu protiv Poljske sam gledala na Trgu. I dok smo frend i ja pijuckali svoje pivo i gotovo netremice zurili u platno, napeto prateći tekmu koja nije bila životno važna (...), nisam mogla neuočiti zapanjujuće velik postotak žena/djevojaka/cura u kockicama obloženoj gomili. To samo po sebi ne bi bilo loše, naravno, jer kad igra Hrvatska, sve postaje manje važno – ali velika većina tih žena je bila... pa, poslužiti ću se uvriježenim izrazom, tipična. Drugim riječima, opći dojam je bio kao da su došle gledati tekmu ne zbog nogometa, ne čak toliko ni zbog nacionalnog ponosa ili navijačke atmosfere, već jednostavno zato što su se htjele nakinduriti i biti videne tamo gdje je akcija. (...) Kad igra Hrvatska, meni se srce pofarba u crveno-bijele kockice i jako se, jako emocionalno angažiram (...) i po svemu se ponašam kao kakav muški navijač."

navijaštvu dobrodošle ukoliko se njihovo ponašanje ne razlikuje značajno od ponašanja muškaraca; žene, dakle, tek poprimanjem maskulinih bihevioralnih karakteristika, postižu odobravanje među pripadnicima organiziranih navijačkih skupina. Među 108 anketiranih pojedinaca, koji se redovito angažiraju u raznim aktivnostima navijačke grupe, bile su 3 djevojke koje se tek marginalno uključuju u spomenute aktivnosti. One su od strane navijača percipirane kao svojevrsni egzotični dodatak grupi unutar koje nemaju privilegiran položaj, niti to zahtijevaju. Ovaj autor ističe kako se rigidni maskulinizam (u formi odnosa prema ženama), razlikom od općeg uvjerenja, očitovao kod manjeg dijela navijača, i to uglavnom u obliku zadirkivanja.

Istraživanje koje Slobodan Bjelajac (2006) provodi 2003. g. među pripadnicima spomenute navijačke skupine, otkriva kako je udio žena unutar organizirane publike od 1993. g. s oko 4% porastao na 7%. Ekstremne članove "Torcide" 1993. g. činilo je 68% pripadnika radničkog porijekla (Bjelajac 2006 prema Lalić 1993a), a 2003. g. njihov udio smanjio se na 39%, uz povećanje udjela članova s višom i visokom školskom spremom. Nakon instalacije sjedala na cijelom stadionu, mnogi se navijači sa tradicionalne sjeverne tribine raspoređuju na istočnoj i zapadnoj tribini, ne bi li što većim dijelom stadiona proširili navijačku atmosferu. Došlo je i do transformacija vezanih uz neke karakteristike neorganiziranog gledateljstva: početkom 1990-ih godina udio žena unutar neorganizirane publike iznosio je 2% (Bjelajac 2006 prema Grabar 1992) pa se, u odnosu na 18% žena među neposrednim gledateljstvom 2003. g., uočava značajan napredak u domeni rodne osviještenosti i ravnoteže. Žene su, dakle, znatno višim udjelom prisutne u neorganiziranoj publici što, među pripadnicima organiziranog gledateljstva, demonstrira daljnu prisutnost razlika u toleranciji prema različitom od sebe:

„Sve u svemu, ništa ne razumijem, a opet sve mi je jasno.

Ako si žensko – sigurno ne voliš sport.

Ako si žensko i voliš sport – svi misle da voliš sport zbog nekog tipa.

Ako si žensko i voliš sport, a nije zbog tipa – svi misle da voliš sport zbog tipa.

Ako si muško i voliš sport – moraš psovati, divljati i biti nasilan kad navijaš.

Ako si muško i ne voliš sport – gej si.

Ako si muško i voliš sport, a navijaš pristojno – biiiiip si.

Ako si žensko, zavoliš sport, voliš neki klub, voliš navijanje, ne voliš psovanje, divljanje i nasilno muško navijanje – eh, nisi za sport.⁷⁹

⁷⁹ Blog Nataše Mlinarić, elektronsko izdanje Večernjeg lista; <http://blog.vecernji.hr/natasa/category/1/page/14/>; stranica posjećena 16.12.2010.;

Nogomet, nadalje, u prosjeku najčešće preferira populacija srednje stručne spreme koja je većinom radničkog zaposlenja: stoga ovaj autor zaključuje kako je nogomet u Hrvatskoj – potvrđujući ranije Vrcanove (1993) hipoteze – zadržao karakteristike “radničkoga” sporta. Isto tako, pripadnici viših slojeva uključuju svoje potomke u prakticiranje i konzumaciju više vrsta sportova te kako sport koriste kao sredstvo prevencije delinkventnog ponašanja (Bjelajac, 2006).

Benjamin Perasović (2001) poduzima intervju s urednicima “Navijačke tribine”, navijačkog časopisa popularnog 1990-ih godina, postavljajući, između ostalog, pitanje o praksi mnogih sličnih tiskovina, koje na stražnjim stranicama objavljuju obnažene fotografije žena. Autor zaključuje da su, obzirom na pretpostavljeni maskulinizam i seksizam koji prati navijačku kulturu, neki navijački novinarski akteri naposljetku postigli stupanj odmaka od prevladavajućeg i konvencionalnog pristupa objavljivanja golišavih ženskih fotografija radi bolje prodaje časopisa: „Mi to ne bismo objavili... Nije da se nama ne sviđaju gole djevojke, ali to objavljivati... to bi bilo nekako prizemno (drugi dobacuju “primitivno”) i bilo bi jasno da time samo želimo privući publiku... Ako nekog zanimaju gole cure može kupiti erotiku, zašto da kupuje navijački list?“ (Perasović, 2001: 367).

Utjecaj populacije aktivnih navijača na nogometnu igru i ostale neposredne sudionike nogometnih natjecanja, sugerira Krkač (2012), manifestira se posredno i neposredno. Neposredni utjecaj navijača na stadionska zbivanja (koji rezultira nemogućnošću nastavka odigravanja susreta, ugrožavanjem ostalih neposrednih sudionika ili uništenjem stadionskog inventara) i dalje uočavamo u mnogim zemljama u kojima globalizacijske i komercijalizacijske tendencije nisu uzrokovale promjene vezane uz nogometnu industriju i popratne sadržaje, dok je posredno djelovanje navijačkih aktivnosti (opredjeljivanje za nenavijanje, oblici bojkota utakmica, sudjelovanje navijačkih predstavnika u radu klupske skupštine i sl.) postalo čvrstom i uobičajenom značajkom organiziranog navijaštva razvijenih svjetskih zemalja. Budući da su se neke od navijačkih supkultura u Hrvatskoj u nekoliko navrata poslužile tehnikama posrednog (bojkot utakmica, nenavijanje, dolazak na klupske sjednice i sl.) umjesto neposrednog utjecaja, nameće se zaključak o učinkovitosti preventivnih i kaznenih zakonskih odredbi o sportskome navijaštvu te relativnome napretku koji se odnosi na stupanj civiliziranosti aktivnih navijačkih supkultura u Hrvatskoj.

Komunikacija između medija i navijača u Hrvatskoj dvojakog je značaja: zadovoljava, s jedne strane, medijski interes spram navijačkih aktivnosti i stavova te, s druge strane, osigurava navijačkim grupama publicitet te mogućnost izražavanja mišljenja o brojnim

elementima nogometne igre. Međutim, rezultate ove vrste komunikacije navijači često smatraju nezadovoljavajućima: „Novinari dolaze kod nas samo posli neke frke, njima nije stalo da saznaju kako mi živimo svaki dan, a to je najbitnije. Mi im kažemo jedno, a oni napišu drugo. Zapravo njih uopće nije briga za nas, samo im je stalo da napišu svoje“ (Lalić, 1993: 75). Odnos navijača i klubova u Hrvatskoj trenutno ne podrazumijeva sudjelovanje navijačkih predstavnika u aktivnostima i skupštinama klubova, dok su komercijalno razvijenije nogometne nacije odavno uvidjele ekonomski potencijal uvođenja navijača u sustav upravljanja sportom, što je, kako se pokazalo, neizostavno za posao (Bjelajac, 2006).

5.4. Čimbenici u procesu formiranja difuznog tipa nogometne publike krajem dvadesetog stoljeća

Nesreće na nogometnim stadionima događale su se oduvijek⁸⁰, no ključna se razlika, vezana uz percepciju situacije sastoji u činjenici dostupnosti informacije: senzacionalističkim i repetitivnim izvještavanjem o određenim društveno značajnim događajima, kod primatelja poruke implantira se trajna svijest o postojanju određene situacije ili – u slučaju huliganizma – društvenog problema. Dvije su tragedije povezane s nogometnim huliganizmom obilježile, između ostalog, početak postkomercijalizacijske ere koja se odnosi na sferu nogometnog navijaštva: u svibnju 1985. g. 39 gostujućih navijača poginulo je na briselskom stadionu Heysel, a u travnju 1989. g. 96 osoba izgubilo je život na stadionu Hillsborough u Engleskoj. U obje su nesreće među poginulima bile žene i djeca. Reakcija državnog zakonodavstva uslijedila je gotovo odmah u obliku mnogih regulativa koje su drastično postrožile kazne za prekršitelje te se istovremeno pristupilo temeljitim izmjenama stadionske infrastrukture uvođenjem sjedećih mjesta na svim dijelovima stadiona (*all-seater stadia*), kao i uklanjanju sigurnosnih ograda (Brimson, 2006). Moralna panika koja je, dakle, uz ostale socijalne probleme zavladała Britanijom 70-ih i 80-ih godina 20. st., pridonijela je ostvarivanju kontroliranog okruženja na stadionima u drugoj polovici 1980-ih godina, što Giddens (1991) naziva “privatizacijom strasti” (*privatisation of passion*). Zakonske i ostale mjere povećanja sigurnosti na stadionima poslužile su klubovima i ostalim autoritetima kao poticaj za sve vrste budućih uredbi čiji je cilj civilizirati ponašanje aktivnih navijača, izmijeniti socijalni sastav neposrednog gledateljstva (što podrazumijeva značajnu financijsku korist) te osujetiti pokušaje pojedinaca da rekonstruiraju atmosferu koja je vladala do 90-ih godina 20. st.

⁸⁰ Primjerice, 1964.g. je u Limi (Peru) poginulo više od 300 osoba nakon stampea publike, a u Moskvi je, zbog intervencije policije koja je s dijela stadiona nastojala izbaciti fanatične navijače, 1982.g. život izgubilo 340 osoba (Gifford, 2006);

(Porter, 2011). Ističe se edukativna funkcija sporta koja sportašima, ali i promatračima, nudi načine učenja prihvaćanja discipline i samokontrole, poštivanja protivnika, pravila, sudaca te vrijednosti timskog rada (Bodin, 2007).

Dražen Lalić (1993) ističe kako su nakon tragedije u Heyselu tek malobrojni alarmirali javnost o negativnom utjecaju medijske prezentacije posljedica huliganizma, upozoravajući kako desetke izazvanih smrti huligani ne percipiraju jednako ostatku populacije: „Tretman Heysela bio je jedan od najjasnijih dokaza kako ih [huligane] je vrh dominantne kulture konačno priznao“ (Lalić, 1993: 327). Repetitivnim iskazivanjem i potenciranjem interesa za huliganskim aktivnostima, mediji su utjecali na njihovu višegodišnju aktualnost. Stoga Frostdick i Marsh (2005) navode kako mnoga izvješća Europskog parlamenta krajem dvadesetoga i početkom 21. st. instruiraju medije ka ublažavanju senzacionaliziranja fenomena nogometnog huliganizma te povećanju promocije *fair-play*-a i sportskih vrijednosti. 1990-ih godina, unatoč poduzimanju brojnih napora, europski nogomet i dalje je bio značajno obilježen huliganizmom, no količina medijskih izvještaja o navijačkom nasilju počinje opadati (Dunning 1994 prema King, 2002).

Poslije hilsbruške tragedije, u kojoj je poginulo devet navijačica, mijenja se percepcija o ženama te ih se počinje promatrati kao potencijalne nositeljice promjene: pretpostavljalo se da povećana prisutnost žena na stadionima može doprinijeti ublažavanju fanatične navijačke atmosfere, odnosno ublažavanju intenziteta muških emotivnih eskalacija (*Fact sheet 9*, 2001). Pretpostavka o civilizirajućem utjecaju na muškarce kod mnogih je navijačica izazvala negodovanje te neprihvatanje ovakve redukcije uloge žena na stadionima pa Coddington (1997) ističe kako mnoge žene (krajem 20.st.), koje su dulji niz godina aktivno involvirane u tradicionalne navijačke rituale, ne prihvaćaju niti odobravaju navedeno pridavanje odgovornosti.⁸¹

Frank i Steets (2010), naime, argumentiraju kako se jedna od funkcija uvođenja sjedećih mjesta na svim dijelovima stadiona odnosi na eliminaciju ranije socijalne isključenosti pojedinih društvenih grupa iz neposrednog sudjelovanja na nogometnim priredbama. Žene, djecu i manjinske društvene grupe, koje su prije druge polovice 1980-ih godina na britanskim stadionima bile izrazito podzastupljene, više ništa ne ograničava pri neposrednoj konzumaciji nogometnih priredbi. Instalacija plastičnih sjedala, dakle, predstavlja metodu prakticiranja socijalne kontrole, koja je duboko utjecala na socijalni

⁸¹ Citirano u Porter (2011: 32);

prostor unutar mnogih europskih stadiona te proizvela snažni disciplinatorski učinak⁸² dvojakog karaktera: sjedalo izolira pojedince sprječavajući među njima fizičke kontakte, čime se ometa grupna dinamika koja, u određenim situacijama emotivnih eskalacija, može voditi ka formiranju gomile i/ili nasilnoga ponašanja, dok se istovremeno, dodjelom određenih sjedala pojedincima, olakšava njihova identifikacija. Navedeni autori zaključuju kako, uvođenjem sjedećih mjesta na svim dijelovima stadiona, započinje druga faza komercijalizacije nogometa, u kojoj sjedala postaju sredstvom širenja tržišta te apeliranja na drugačiju vrstu konzumenata nogometnih priredbi. Holt i Mason (2001) na sličan način sugeriraju kako, samo nekoliko godina poslije Hillsborougha, nogometna publika poprima karakteristike “besklasnosti”, koja se odnosi na uniformnost nove, većinom srednjoklasne publike: nogometne utakmice, koje su do nedavno predstavljale *kazalište radnog čovjeka*, krajem 1980-ih godina većinom postaju formom razonode pripadnika srednje klase (prema Taylor, 2008).

Ranih 90-ih godina 20. st. britanski se nogomet pretvara u najglobaliziraniji sport, što je omogućeno globalnim medijskim i komunikacijskim tehnologijama: globalizacijske tendencije dovele su do formiranja drugačijeg tipa neposredne (ali i posredne) publike na lokalnoj, nacionalnoj i globalnoj razini, što je kod mnogih tradicionalnih (aktivnih) navijača izazvalo poremećaj u osjećaju pripadnosti svojim klubovima. Navijači kluba “Manchester United”, primjerice, smatraju da su njihov lokalni identitet i tradicionalna navijačka kultura bili ugroženi globalizacijskim promjenama mnogo prije privatizacije navedenog kluba sredinom prvog desetljeća 21. st.⁸³ Budući da za mnoge navijače koji sebe smatraju tradicionalnima nogomet predstavlja jednu od konstitutivnijih životnih domena, koja se ne tumači kao bijeg *od* realnog života, već kao bijeg *prema* stvarnome ili željenome životu, oni izražavaju duboko razočaranje i nostalgiju za vremenima kada su doista bili u mogućnosti iskazati svoju lojalnost klubu i vlastitim navijačkim grupama. Navijači ističu kako su suvremene nogometne priredbe postale slične kazališnim ili kino predstavama te argumentiraju kako je tradicionalno navijaštvo aktivnije te, stoga, realnije i životnije. Kao krajnji izraz nezadovoljstva globalizacijskim utjecajima na nogometnu igru, navijači “Manchestera” financiraju oformljavanje neovisnog nogometnog sastava što je postmodernu,

⁸² Autori zaključke donose komparirajući učinke dizajna all-seater stadiona s Foucaultovom analizom djelovanja suvremenih zatvora: Foucault (1995) sugerira kako moderni zatvorski objekti izolacijom (samice) i stalnim nadzorom pojedinaca utječu na njihovu psihu implementirajući im smjernice poželjnog ponašanja, odnosno utječu na njihovu resocijalizaciju (Foucault, 1995 prema Frank i Steets, 2010);

⁸³ Conn 1997, Boyle i Haynes 2004, Giulianotti i Robertson 2004, Brown 1998a, King 1997a: prema Porter (2011);

aktivnu kulturu nogometnog navijaštva obilježilo karakteristikama neovisnosti, politizacije i kritičizma. Jednu od taktika navijača, koje ciljevima definiraju očuvanje klupske navijačke tradicije te borbu protiv globalizacije, nalazimo i u kupnji dionica mnogih niželigaških klubova. Razvijajući kritički odnos prema klupskom vodstvu, navijači smatraju da zaslužuju biti nešto više od pukih sljedbenika omiljenog kluba. S mnogo više kritičizma oni promatraju i ostale promjene vezne uz nogomet, kao i ispolitizirane odnose moći, vlasništva, potrošnje i regulacije te ističu kako se nisu spremni identificirati s novim licem (komercijaliziranoga) nogometa (Porter, 2011).

Transformacije vezane uz način konzumacije nogometnih priredbi (poboljšani stadioni, regulacija sjedenja, hoteli unutar stadiona, ponuda hrane i pića, televizijski prijenosi i sl.) izmijenile su i *doživljaj* nogometne igre kod tradicionalnih navijača: oni ističu kako sve češći televizijski prijenosi utakmica uništavaju spektakularnost nogometa, kao i strast koja se uz njega veže (Sandvoss, 2003). Politiku nalazimo i u zahtjevima navijača za sudjelovanjem u procesima donošenja odluka koje se tiču kluba: organiziraju se skupine pojedinaca koji se smatraju glasnogovornicima svih aktivnih navijača te internetom dogovaraju buduće javne poteze kako bi pokušali zaštititi *pravi* nogomet od komercijalizacije (Fiske, 1997 prema Tomlinson i Young, 2006). Slično ističe King (2002), elaborirajući o nemogućnosti tradicionalnih, vjernih navijača (*lads*) češćem prisustvovanju utakmicama, iskazivanja ljubavi omiljenome klubu, dijeljenja osjećaja i solidarnosti, lojalnosti i ponosa pred suparničkim navijačima zbog drastičnog povećanja cijena ulaznica i rigoroznosti zakonskih propisa te infrastrukturnih promjena koje, uvođenjem sjedećih mjesta i video-nadzora, izlažu pojedince i ometaju ih u željenom stvaranju i iskazivanju navijačkog identiteta. Povećanje prisutnosti žena i djece naposljetku je pridonijelo ublažavanju potencijalno destruktivnih emocija i neciviliziranog ponašanja pojedinaca na stadionima, a zakoni su navijače ograničili na isključivo verbalno izražavanje.

Medijske kampanje, usmjerene ka zagovaranju sjedećih mjesta na svim dijelovima stadiona, intenzivirale su se u drugoj polovici 1980-ih godina, naglašavajući opravdanost transformacije navijača u kupca: „Više nije sigurno, niti socijalno prihvatljivo da nogometni navijači budu nagurani stojeći u ogromnim gomilama. Stadioni sa sjedećim mjestima moraju postati pravilom” (prema tiskovini “*Daily Telegraph*”, 1989: citirano u King, 2002: 92). U svrhu zaštite neposrednog gledateljstva od mogućnosti ponavljanja nogometnih tragedija, isticalo se u medijima kako je evolucija u percepciji navijaštva nužna te predstavlja ispravan način kojim publika, iako plaća više, dobiva kvalitetniju uslugu u sigurnijem okruženju.

Međutim, prividna jednostavnost spomenute transformacije implicirala je značajan i politički kontroverzan razvitak situacije: ideja kupca, koji je spreman izdvojiti više financijskih sredstava za kvalitetniju uslugu, u konačnici je rezultirala povećanjem udjela imućnijih osoba na stadionima što je simboliziralo svojevrsnu smjenu u nogometnome navijaštvu: financijski depriviranim društvenim grupama onemogućeno je ili otežano neposredno sudjelovanje na nogometnim priredbama, čime je problem njihove socijalne isključenosti poprimio nove dimenzije. Ideja povećanja udjela žena i obitelji kao kupaca na stadionima, nastavlja King (2002), predstavlja novu metodu discipliniranja mnoštva, kojemu je nametnut niz pravila ponašanja, a svakom pojedincu koji prekrši pravila uskraćuje se daljnje pružanje usluge uz moguće financijske i zakonske destimulacije. Pojam kupca, dakle, podrazumijeva redukciju socijalnih veza između pripadnika neposredne publike te kluba i igrača na formalnu, ekonomsku razinu. Od nogometa se, argumentira Wagg (2004), ne može očekivati da ublaži djelovanje tržišta, budući da je sâm nogomet reguliran diktatom tog tržišta. Nogomet ne može služiti kao kompenzacija lošem društvenom stanju te nema moć da utječe na smanjenje socijalne isključenosti pojedinih društvenih grupa. Današnji nogomet pojedincu (publici) uspijeva pružiti tek kratkotrajno i periodično zadovoljenje potrebe za pripadanjem, u odnosu na pretkomercijalizacijski period kada je nogometno navijaštvo uvelike obilježavalo cjelokupne živote mnogih pojedinaca.

Bodin (2007) argumentira kako današnji sport predstavlja domenu koja ne nalikuje ni jednom drugom području u današnjem društvu, u kojoj je nasilje više simbolično nego stvarno, a pojedincima omogućava da izraze strast, očaj, žar, nezadovoljstvo i nasilje, oslobađajući se na taj način negativnih posljedica suvremenog života. Točnost, međutim, ove tvrdnje tek je djelomična, budući da se mnogi aktivni navijači uslijed uvođenja promjena osjećaju ograničenima, tj. sputanima u mogućnostima verbalnog izražavanja svojega navijačkoga identiteta (Porter, 2011). U tom smislu česta su negodovanja tradicionalnih aktivnih navijača, usmjerena prema pripadnicima pasivnog neposrednog gledateljstva, koje realistično opisuje sljedeći navijački komentar: „Danas svi (bankari, dobri momci, obiteljski ljudi, žene, djeca, nerođena djeca) žele ići na *show*. Poludim kad čujem *show*. Nisu li cirkus, kazalište, opera, odbojka, košarka, F1, Disneyland itd. dovoljni? Zašto nam želite uzeti zadnje zadovoljstvo? Posljednje mjesto gdje možeš doći i osjećati se slobodnim? Slobodnim psovati, slobodnim pljuvati, slobodno se derati, piti sa prijateljima, živjeti gostovanja. (...) Ne moći se derati zbog 9-godišnjakinje do tebe. Ne moći psovati zbog dame u visokim potpeticama koja ne podnosi bezobrazluk. (...) Morati sjesti na ugrijan stolac, piti pepsi i jesti hot-dog. Je li

moguće pobrkati unutrašnjost stadiona sa unutrašnjošću prodajnog centra? Jesu li to navijači? Što oni razumiju od riječi nada, čast, strast? Zubari i doktori biologije koji kupuju Adidasove krpice. Ovi likovi su tužan rezultat sustava baziranog na ekonomiji, a, dok se njih prikazuje na TV-u i drugim medijima, naš trud nije vrijedan pažnje.⁸⁴ Suvremene tendencije ka što većoj raznolikosti profila pripadnika neposrednog nogometnog gledateljstva u diskrepanciji su s tradicionalnom, maskulinom idejom aktivnog nogometnog navijaštva, što još uvijek ponegdje implicira nepriznavanje ili ignoriranje pojedinaca suprotnih karakteristika (ženâ, homoseksualaca, nedovoljno muževnih muškaraca i sl.) te njihovu nemogućnost uključivanja u aktivne navijačke grupe (King 1997a prema Porter, 2011).

Primjer drastičnog prakticiranja seksizma i mizoginije susrećemo u (realiziranome) prijedlogu navijačke udruge ruskog nogometnog kluba "Zenit", kojim je 2009. g. zabranjena prodaja ulaznica ženama, budući da je zaključeno kako ometaju muškarce u agresivnom iskazivanju navijačkog identiteta. Spomenuti klub je već dulje vrijeme medijski eksponiran zbog rasističkih i diskriminacijskih skandala.⁸⁵ Scenarij svojevrsne diskriminacije muškaraca, s druge strane, krajem 2011. g. realiziran je u Istanbulu: na stadion "Sukru Saracoglu" ulaz je bio dopušten isključivo ženama i dječacima do 12 godina starosti, što je predstavljalo akciju s ciljem sprječavanja nasilja i huliganskih izgređa, koji su u Turskoj eskalirali u srpnju iste godine. Ostvarena je spektakularna i prijateljska navijačka atmosfera pa je turski Nogometni savez potaknut na provođenje ovakve prakse (vezano uz utakmice visokog rizika) do kraja spomenute nogometne sezone. Mnogi su turski klubovi, ohrabreni uspjehom spomenute akcije, na svojim stadionima osigurali određena područja za žene i djecu, budući da je atmosfera na "Sukru Saracoglu-u" proglašena jednom od najboljih u povijesti turskog nogometa.⁸⁶

Tek je 1990-ih godina shvaćen znanstveno-istraživački potencijal domene ženskog nogometnog navijaštva⁸⁷: Jackie Woodhouse 1991. g. provodi anketno ispitivanje među članicama Udruge nogometnih navijača (*Football Supporters Association*) te dolazi do zaključka kako žene osjećaju svojevrsan konflikt između svojih identiteta kao ženâ i kao navijačica. One spol ne smatraju značajnim faktorom pri izgradnji i iskazivanju navijačkog

⁸⁴ Komentar talijanskog navijača, <http://www.navijaci.com/index.php/magazin/89>; stranice posjećene 21.3.2010.

⁸⁵ <http://www.index.hr/xmag/clanak/diskriminacija-na-tribinama-na-utakmice-ruskog-zenita-zabranjen-ulaz-zenama/423153.aspx>; posjećeno 21.3.2010.

⁸⁶ Korišteni izvori: <http://www.index.hr/sport/clanak/besplatan-ulaz-na-sve-utakmice-u-turskoj-za-zene-i-djecu/574843.aspx>; <http://www.vecernji.hr/sport/vijesti/na-utakmici-fenera-41-000-zena-djeca-clanak-328879>; stranice posjećene 7.11.2012.

⁸⁷ Podaci publikacije *Fact Sheet 9* (2001);

identiteta te su svjesne seksizma od strane nekih muškaraca. Zabrinjava ih što predrasude još uvijek postoje, ali i činjenica da bi daljnje povećanje udjela žena unutar neposrednog nogometnog gledateljstva moglo narušiti specifičnu navijačku atmosferu na utakmicama, koju (unatoč rijetkim ekscesima) odobrava većina ispitanica. Mnoge navijačice, naposljetku, smatraju da nogometno navijaštvo zrcali sliku društva u kojem pravila postavljaju muškarci, dok se žene tek pokušavaju utisnuti u zadane okvire, bazirane na muškoj superiornosti.

Bromberger (1995)⁸⁸ vrši komparaciju religijskih ceremonija i običaja s ponašanjem nogometne publike: odjeveni u prigodne navijačke odore, pojedinci i grupe prakticiraju verbalne i vizualne rituale, dok se pojedinim igračima dodjeljuje status ikone. Moderna kulturna praksa, dakle, rasvjetljava ideju “sekularne religije”: razne ceremonije, poput parada i sportskih priredbi, imaju vitalnu ulogu u procesu lokalne ili nacionalne identifikacije, odnosno povezivanju zajednica i nacija. Javnim se ritualima, poput nogometnih priredbi, ispunjava potreba pojedinca za pripadanjem široj zajednici ili naciji, no društvenim grupama koje su iz takvih rituala iz bilo kojeg razloga isključene, onemogućeno je iskazivanje identiteta i dijeljenje zajedništva. Pojava publike koja sudjeluje u financiranju spektakla naposljetku nužno dovodi do isključivanja osoba koje su financijski deprivirane te njihovo zamjenjivanje kupcima usluga.

Malcolm, Jones i Waddington (2000, prema Dobson i Goddard, 2011) proučavaju rezultate istraživanja o demografskom sastavu tipične nogometne publike u Engleskoj i Škotskoj, provedenih u periodu između 1983. i 1997. g.: unatoč pretpostavci povećanja udjela žena unutar neposredne publike krajem 1990-ih godina, nisu pronađene značajnije razlike koje se tiču variranja njihovog udjela u odnosu na razdoblje 1980-ih godina. Udio žena je, dakle, na nogometnim utakmicama tog perioda, bio konstantan te je iznosio između 10 i 13%. Dobnim karakteristikama su u prosjeku nešto mlađe od muškaraca te je vjerojatnije da nisu u braku niti žive s partnerom. Na prijelazu dvadesetoga u 21. stoljeće, nadalje, primijećen je blagi porast udjela žena unutar aktivne publike (pojedinaца koji iskazuju trajni interes za nogometom) na značajnijim utakmicama engleske Premier lige⁸⁹: 1997. g. udio navijačica iznosio je 12%, dok je 2001. g. zabilježeno povećanje spomenutog udjela na 15%. Istovremeno je u pojedinim klubovima, kao što su “Ipswich” i “Leicester City”, svaki peti vlasnik sezonske ulaznice bila žena. Promijenjeno lice nogometa doprinijelo je i povećanju

⁸⁸ Citirano u Giulianotti (2005: 3-4);

⁸⁹ Podaci su proizašli iz istraživanja navijača poduzetog od strane Premier lige te anketa provedenih među članovima Udruge navijača Worthingtona 2001.g.; prikupljeno je više od 43000 odgovora navijača, od čega je 5000 navijačica; *Fact Sheet 9* (2001);

udjela žena u sportskoj industriji. Prema podacima opširne ankete⁹⁰, koju je Sveučilište u Leicesteru poduzelo 2001. g. među navijačima Premier lige, potvrđeno je da žene različitih socioekonomskih korijena u populaciji neposrednog nogometnog (aktivnog) gledateljstva sudjeluju s oko 15%.

Prilikom značajnijih nogometnih utakmica početkom 21. st., dokumentiraju Earnhardt i suradnici (2012), udio se žena unutar pasivnog neposrednog gledateljstva također značajno povećava: tako Applebaum (2003) nalazi da spomenuti udio iznosi 38%, dok Mahoney (2008) navodi kako žene čine 45% pasivne nogometne publike. Slične podatke nalazimo u rezultatima istraživanja njemačke agencije "Sport+Markt" iz 2009. g., provedenog na uzorku od oko 20000 žena iz cijeloga svijeta, koji impliciraju veoma značajan porast prisutnosti žena na značajnijim nogometnim priredbama, poput Svjetskog nogometnog prvenstva, kada se njihova brojnost gotovo izjednačava s brojnošću muškaraca.⁹¹

Mnogi autori (Crawford i Gosling 2004, Kim 2004, Cere 2003, Crolley i Long 2001, Llopis Goig 2007, Pope 2011) upozoravaju na pojavu negativne prezentacije žena u nogometnome navijaštvu (od strane medija, ostalih navijača i sl.), prema kojoj su navijačice često stereotipizirane kao neinformirani i neautentični navijači ili disfunkcionalne seksualne predatorice (Pope 2011). Obzirom na komercijalno motivirano i medijski podržavano idoliziranje pojedinih sportskih zvijezda te njihovo pretvaranje u seks-simbole (od strane primaoca poruka), koje je osnovica današnje simboličke produkcije mnogih razvijenih zemalja, pojava simpatizerki ili obožavateljica medijski eksponiranih sportaša, koje su zbog toga istovremeno izložene diskriminaciji, potpuno je očekivani produkt navedenih aktivnosti.⁹² Budući da je jedan od ciljeva komercijalizacijskih, odnosno postkomercijalizacijskih procesa u nogometu privlačenje gledatelja koji na raznim nogometnim borilištima imaju priliku svoje idole promatrati uživo, kupujući pritom (ne)materijalne proizvode i usluge, pojava opisanog profila gledatelja/gledateljica simbolizira ekonomski trijumf te postaje jednim od ključnih čimbenika napredovanja sportske industrije.

⁹⁰ Podaci preuzeti iz publikacije *Fact Sheet 5: Women and Football* (2001);

⁹¹ Izvor: <http://m.gol.dnevnik.hr/clanak/navijaci/zene-osvajaju-nogomet-na-svijetu-300-milijuna-navijacica.html>; stranice posjećene 8.2.2010.

⁹² „Često na tekme dolaze cure u štiklama i minicama. Zašto? S muškog stanovišta to i nije potpuno loša stvar, ali muškarci su na utakmici da bi gledali utakmicu, a ne atraktivne žene. Ponekad i obična majica i isprane traperice mogu biti odlična odjevna kombinacija. Većina nas smatra da je smiješno to pretjerivanje u dotjeravanju.“

izvor: http://community.foxsports.com/ksp113/blog/2009/08/28/seven_fan_types_that_drive_me_crazy; posjećeno 8.2.2010.

Podrška navijača u suvremeno doba predstavlja samo jedno od sredstava kojima vlasnici klubova povećavaju svoj profit. Budući da neposredno sudjelovanje na današnjim nogometnim priredbama razvijenih zemalja podrazumijeva trošenje određene količine financijskih sredstava, suvremena aktivna i pasivna (neposredna, ali i posredna) nogometna publika čini tržište *stvarnih korisnika*, koji zahtijevaju konstantno osiguravanje optimalnih konzumacijskih uvjeta (Porter, 2011; Bartoluci, 2003). George Goodman, u svojemu popularnome djelu “The Money Game” (1968)⁹³, postavlja pitanje *čini li gomila tržište?* te argumentira, pozivajući se na le Bonovu psihologiju gomile, kako psihologija gomila predstavlja primarni alat za osvajanje tržišta. Budući da je moderna, difuzna publika svakodnevno izložena djelovanju veoma sugestivnih (verbalnih i vizualnih) ekonomskih strategija medija i sportskog marketinga, potrošnja je postala neodjeljivom sastavnicom nogometne kulture, kao i sportske kulture općenito.

Mediji koji, primjerice, sponzoriraju američki nogomet koriste razne tehnike usporenih snimaka i krupnih kadrova igrača u akciji, ne bi li sportaško tijelo, koje realno predstavlja instrument za nasilje, prikazali kao objekt admiracije. Jedna od uloga medija, dakle, očituje se u transformaciji simbolike određene situacije: usporavanje snimke pretvara brze i nasilne fizičke kontakte u gotovo graciozne scene koje, popraćene prikladnim izjavama komentatora, na neki način opčinjavaju gledatelja. Sportaško tijelo u suvremeno doba predstavlja jedan u nizu sportskih artikala za prodaju, a upravo je *pogled* na takvo tijelo simboličko dobro koje televizijske kuće prodaju gledateljima.⁹⁴ Emocije koje kod gledatelja mogu izazvati usporeni snimci i krupni kadrovi sportaša, jedan su u nizu čimbenika popularizacije nogometa, posebice među ženama: pomicanje fokusa nogometne igre, od njene originalne svrhe (rješavanja nesuglasica) prema vizualnoj atraktivnosti pojedinačnih i skupnih igračkih akcija na terenu, utjecalo je, uz mnoge druge čimbenike, na povećanje interesa žena za konzumacijom nogometnih priredbi. Robert Chase⁹⁵ ističe kako postoji potreba povećanja udjela žena i obitelji na stadionima: budući da su žene krajem 20. st. i početkom 21. st. u mnogo povoljnijem društvenom položaju, one realno čine 50% nogometnog tržišta koje za njih mora biti dostupno i privlačno (King, 2002). Tako je, primjerice, tijekom Svjetskog nogometnog prvenstva u Francuskoj 1998. g. jedan od časopisa izdao specijalan broj, koji je

⁹³ Citirano u Schnapp i Tiews (2006: 271);

⁹⁴ Morse (1983) prema Yiannakis i Melnick (2001);

⁹⁵ Intervju s R. Chaseom, poduzet 18.10.1994.g., zabilježen je u King (2002: 139); Chase je u razdoblju od 1985. – 1996.g. bio predsjednik Odbora nogometnog kluba “Norwich City”; na inzistiranje navijača zbog neadekvatnog vođenja kluba, 1996. g. je napustio dužnost; izvor: Wikipedia, posjećeno 26.11.2012.

ženama nudio informacije za kvalitetnije shvaćanje nogometa i muškaraca koji vole taj sport. Ovakvi su primjeri podrške i osvještavanja kod mnogih djevojaka i žena u Europi utjecali na duboke promjene u načinu razmišljanja o vlastitome tijelu, sportu i oblicima tjelovježbe. (Bodin, 2007).

Ireland i Watkins⁹⁶ raspravljaju o rezultatima istraživanja, provedenog među pojedincima u publici na stadionu jednog engleskog nogometnog kluba (11 muškaraca i 13 žena), vezanima uz kvalitetu ponude prehrambenih proizvoda i napitaka unutar stadiona: mlađi muškarci većinom ne razmišljaju o kvaliteti hrane, dok su starijim muškarcima kvalitetnije namirnice nužne iz zdravstvenih razloga. Suprotno tome, svim anketiranim ženama veoma je bitan izbor kvalitetnijih proizvoda, a povećava se i potražnja za vegetarijanskim namirnicama te dječjom hranom. I pri kupnji odgovarajuće navijačke odjeće i popratnog asesoara, žene pokazuju tendenciju mnogo detaljnijeg dotjerivanja u odnosu na muškarce (Mullin, Hardy i Sutton, 2007). „Sport+Markt”, njemačka tvrtka za marketinška istraživanja, očekuje povećanje interesa za nogometom od strane kompanija iz svijeta mode, nakita i cvjećarstva, budući da mnoge žene pokazuju sklonost odjevnim markama i luksuzu. Hartmut Zastrow, analitičar spomenute tvrtke, navodi kako je spomenuti potencijal do nedavno bio sasvim neiskorišten te kako su žene veoma bitan gospodarski čimbenik u njemačkome nogometu, referirajući se na podatak o visini godišnje zarade njemačkih prvoligaških klubova.⁹⁷

Izmjenama stadionske infrastrukture te postroženjem zakona o sprječavanju incidenata na nogometnim natjecanjima, kao i sankcija za prekršitelje, u drugoj polovici 80-ih godina 20. st. u Britaniji, dakle, dolazi do formiranja niza društveno – ekonomskih procesa koji su najavili novu eru nogometne industrije te, istovremeno, pojavu i napredovanje *huliganske industrije*. Podaci nekih istraživanja (Williams 2001, King 2002, Spaaij 2005) sugeriraju kako su se tijekom 1990-ih godina dominantne forme engleskog huliganizma transformirale, što je djelomično uzrokovano promjenama u nogometnoj sferi (Spaaij, 2006). Naime, gentrifikacijom engleskog nogometa, huliganizam se krajem 1990-ih godina 20. st. prestaje širiti u svojoj tradicionalnoj formi te opstaje djelujući po principu ugovaranja fizičkih obračuna dviju suparničkih navijačkih skupina. „Huliganizam se razvio u igru s posebnim pravilima i određenim kodeksom časti. Osobe koje su uključene nastoje se kloniti običnih ljudi i zanima ih samo međusobno sukobljavanje jer se ništa ne može postići u smislu statusa

⁹⁶ Podaci publikacije „*Public Health Nutrition*”, 2009; 13(5), 682-687;

⁹⁷ Izvori: <http://gol.dnevnik.hr/clanak/navijaci/zene-osvajaju-nogomet-na-svijetu-300-milijuna-navijacica.html>; <http://www.dw-world.de/dw/article/0,,3817511,00.html>; stranice posjećene 22.4.2010.

ili reputacije ako ste agresivni prema nedužnim članovima populacije ili ostalim nenasilnim nogometnim navijačima“ (Brimson, 2006: 33).

Neki autori (Van Stokkom 2000; Armstrong 1998) argumentiraju kako je u suvremenim društvima ugroženo održavanje izrazito maskulinog identiteta. Obzirom na nestanak pojedinih poslova i zanimanja koja zahtijevaju naporan fizički rad te kroz koje se njegovala forma rigidnijeg maskulinizma, posao kao takav u velikoj mjeri prestaje biti domenom izgradnje muškog identiteta. Stoga ovi autori ističu kako opstanak, primjerice, nogometnog huliganizma predstavlja nastojanje mnogih muškaraca da spriječe desakralizaciju stadiona kao jednog od posljednjih muških utočišta (Spaaij, 2006). Huligani vjerni nogometnom klubu “Chelsea”, dokumentira Foer (2006), koji su danas neaktivni, savjetuju i poučavaju nove generacije mladića te im pomažu oko planiranja sukoba s protivničkim huliganskim grupama: „Osjećamo neku odgovornost prema mladim momcima. Želimo da uspiju. Oni su Chelsea. A mi imamo iskustvo koje im može dobro doći“ (Foer, 2006: 104).

Međusobni sukobi i uhićenja (ekstremnih) navijačica općenito se događaju vrlo rijetko. Pretražujući razne internetske portale, zaključujemo kako se vijesti i informacije o spomenutim događajima koji uključuju žene također pojavljuju iznimno rijetko. U studenome 2008. g., primjerice, poljska policija spriječila je dogovoreni sukob devetnaest maloljetnih huliganki, opremljenih drvenim palicama. Incident je bio vrlo sličan onome koji se, na drugoj lokaciji, dogodio tjedan dana ranije.⁹⁸ 2008. godine u njemačkom gradu Bielefeldu, dvadesetdvogodišnja navijačica NK “Bochum” je s devetnaestogodišnjim navijačem teško ozlijedila jednog od zaštitara na utakmici, te je osuđena na dvije godine zatvora.⁹⁹ Žene često imaju zadatak unošenja zabranjenih predmeta unutar stadiona budući da su, obzirom na nedostatak službenica u policijskim i redarskim službama, postupci fizičke pretrage navijača djelomično otežani (Bodin, 2007).

5.4.1. Žene i nogometno navijaštvo islamskih zemalja 21. stoljeća: primjer Irana i Saudijske Arabije

Nogomet u Iranu popularizirao je šah Reza Pahlavi, vatreni zagovornik tjelesnog odgoja, koji uz pomoć Britanaca dolazi na vlast 1921. g. U zemlji uvodi brojne revolucionarne promjene, gradi ceste i pruge, pokušavajući Iran približiti zapadnjačkim kulturnim tokovima te istovremeno umanjujući značaj tradicionalnih običaja. Za njegove

⁹⁸ Izvor: <http://www.index.hr/sport/clanak/poljska-policija-sprijecila-brutalni-okrsaj-naoruzanih-teennavijacica-/410122.aspx>; stranice posjećene 12.3.2010.

⁹⁹ Izvor: http://sportsport.ba/ino_fudbal/navijacici-bochuma-dvije-godine-zatvora/17537; posjećeno 12.3.2010.

vladavine nogomet postaje jednim od ključnih simbola modernizacije zemlje pa interes za tim sportom ubrzano raste. Šahov sin, Mohammad Reza Pahlavi, nasljeđuje očevo prijestolje 1941. g. te nastavlja provoditi politiku modernizacije, djelomično otežanu uvjetima Drugog svjetskog rata te krizom koja pogađa Iran. Dolazi do jačanja inozemnih utjecaja, posebice britanskog i američkog: u netom industrijalizirane gradove pristižu milijuni pojedinaca iz raznih provincija, koji slobodno vrijeme provode u prakticiranju nogometa. Uslijed pojačanog intenziteta modernizacijskih promjena, šah Mohammad svrgnut je u revoluciji 1979. g., a islamisti pristupaju eliminaciji svih inozemnih utjecaja, što je podrazumijevalo zabranu igranja nogometa. Međutim, interes za nogometom, koji je Iranu predstavljao poveznicu s naprednim kapitalističkim Zapadom, ujedinio je Irance te prevladao postavljene zakonske barijere: „Nogometnu revoluciju drukčijom čini to što je ona iskoristila nacionalističku strast i okrenula je protiv države. Kao što je velika privrženost Irana islamu, tako je velika i privrženost Irana Iranu – Iran i islam nisu uvijek bili jedno te isto“ (Foer, 2006: 216).

Povijest Irana obilježena je rigidnom religijskom praksom, gdje islam dominira svim područjima života te je uz Vatikan jedina svjetska zemlja ustrojena po načelu teokracije.¹⁰⁰ Funkcioniranje države odvija se u skladu s principima šijitskog imamitskog islama, dok je uloga predsjednika potčinjena autoritetu Vođe revolucije (ili Vrhovnog vođe) koji upravlja cjelokupnom državnom politikom. Od građana se očekuje nekritičko poštivanje vjerskih načela te propisanih pravila ponašanja, a spolna segregacija prisutna je u mnogim sferama javnoga života. Poželjno ponašanje žena jasno je definirano tradicionalnim vjerskim tekstovima te ne uključuje javnu kohabitaciju muškaraca i žena koji nisu u srodstvu, ne bi li ženska čudorednost ostala protektirana. Stoga su nogometni stadioni diljem Irana opasani visokim zidinama čija je funkcija sprječavanje žena u pogledu na djelomično ogoljena muška tijela (Burke, 2008; Foer, 2006).

S preprekom koja ih onemogućava u neposrednoj konzumaciji nogometa, Iranke su suočene od islamske revolucije 1979. g., no osvještavanje putem obrazovnog sustava, uz mnoge druge čimbenike, polako potiskuje diskriminatorne religijske odredbe. U tome kontekstu one poduzimaju i mnoge javne kampanje pa je posljednjih nekoliko godina, vezano uz pitanje rodne ravnopravnosti, Iran značajnije medijski eksponiran. Iranke se u pokušajima ulaska na stadione često prerusavaju u muškarce, a poduzeto je i nekoliko grupnih “prodora” na tribine, kao i javnih zajedničkih slavlja na ulicama većih iranskih gradova, čime politička relevantnost spomenutih aktivnosti postaje sve eksplicitnija. Istovremeno, vjersko vodstvo

¹⁰⁰ Teokracija predstavlja oblik vladavine koji se temelji na strogom tumačenju određene religijske doktrine;

zemlje upozorava građane kako Alah ne tolerira svjetovne proslave, posebice apelirajući na žene koje pozivaju da za vrijeme javnih proslava ostanu u privatnosti svojih domova (Foer, 2006). I 2012. g. ženama u Iranu negirano je pravo neposrednog sudjelovanja na nogometnim priredbama, kao i konzumacija direktnog prijenosa utakmica na javnim mjestima.¹⁰¹

Žene Saudijske Arabije, nadalje, u izrazito su podređenome društvenome položaju te im je za većinu aktivnosti potrebno dopuštenje muškarca. Zabranjeno im je prakticiranje sportskih aktivnosti, uključujući neposrednu konzumaciju sporta, no ženske se nogometne utakmice unatoč drastičnim zakonima ipak povremeno odigravaju u okviru sveučilišnih programa, daleko od očiju javnosti.¹⁰²

5.4.2. Žene u domeni nogometnog navijaštva zemalja patrijarhalnog društvenog uređenja na primjeru Zimbabvea i Indije

Društveno uređenje Zimbabvea, argumentira Daimon (2010), izrazito je rodno stereotipizirajuće, a u visokoj mjeri prisutan je seksizam i netolerancija prema ženama, posebice onima koje ostvaruju značajnije privatne i poslovne rezultate. Žene su podređene u obiteljskoj, poslovnoj i sportskoj domeni, odnosno smatrane su lošijima od muškaraca u gotovo svim područjima života.

Mnogi pokušaji žena za sportskim angažmanom osujećeni su implementiranjem ideja o negativnim učincima sporta na reproduktivno zdravlje žene, kao i ideja o sportu čijim prakticiranjem žena poprima maskuline karakteristike. Žene koje ustraju u nastojanju prakticiranja sporta, ponižavane su i ismijavane, ponekad fizički i seksualno uznemiravane što nerijetko rezultira njihovim povratkom u domove. Nije poželjno izražavati uzbuđenje, budući da u tom slučaju žena biva etiketirana kao psihički nestabilna.

Stadioni Zimbabvea, nastavlja ova autorica, predstavljaju arene iskazivanja mačizma, etničkog nacionalizma te političkih stavova, popraćenih žestokim nasiljem neposrednog gledateljstva, što mnoge žene distancira od neposredne konzumacije nogometa: tako je, primjerice, tribina stadiona u Harareu, zbog okrutnosti i nasilja navijača, prozvana "Vijetnamom", dok na tribini "Soweto" (grad Bulawayo) nisu poželjne žene koje nisu članice navijačke grupe, budući da su u suprotnome izložene seksualnom maltretiranju. Žene u nogometnom navijaštvu prihvaćene su pod uvjetom adoptiranja maskulinih obrazaca

¹⁰¹ Izvor: <http://www.monitor.hr/vijesti/iranska-policija-zabranila-zenama-javno-gledanje-utakmica-aura/204863/>; internetske stranice posjećene 26.6.2012.

¹⁰² Izvori: <http://www.dw.de/jedan-od-najve%C4%87ih-%C5%BEenskih-problema-su-mu%C5%A1karci-a-15226213>; stranice posjećene 25.10.2012.; Foer (2006: 201);

ponašanja te čine zanemarivu manjinu na zimbabvanskim stadionima. Seksizam i mizoginija ekstremnih navijača redovito se ispoljavaju komparacijama manje uspješnih momčadi sa ženskim karakteristikama. Žene koje utakmice posjećuju bez pratnje muškarca smatrane su moralno nestabilnima, prostitutkama ili vješticama, podjednako od strane navijača te mnogih kućanica koje navijačice smatraju otimačicama supružnika. Stoga mnoge navijačice odustaju od neposrednog sudjelovanja ili su utakmice prisiljene pratiti na VIP područjima. Napredak u domeni ženskog nogometnog navijaštva tek se u minimalnoj mjeri očituje kroz poduzimanje inicijativa protiv navijačkog nasilja, u kojima su involvirane rijetke žene – članice navijačkih udruga.

U nogometnome navijaštvu Indije, primjerice, žene sudjeluju s manje od 2%, a prakticiranjem nogometa bave se isključivo žene nižih slojeva, budući da se nogometni angažman žene smatra obiteljskom sramotom. Odgoj djece bazira se na ideji maskulinih karakteristika nogometne domene, što kod žena u pravilu ne izaziva interes za prakticiranjem nogometa. Ukoliko se, međutim, pojavi spomenuti interes, česte su roditeljske intervencije u suprotnom smjeru. Stoga je prakticiranje ženskog nogometa i Indiji također izrazito podzastupljena sportska domena (prema Hong, Mangan 2004). Priroda nogometnog navijaštva, dakle, povijesno je i kulturno specifična te ovisna o individualnim definicijama i specifičnim socijalnim situacijama (Crawford, 2004).

Komparirajući položaj žena u društvima čije je funkcioniranje obilježeno rigidnom religioznošću, odnosno rigidnim maskulinizmom, s položajem žena u modernim društvima, evidentno je kako je napredak u rodnoj osviještenosti faciliziran u društvima koja su pod utjecajem globalizacije, odnosno društvima koja dopuštaju prodor modernih svjetonazora i perspektiva. Stoga u ovome slučaju svjedočimo pozitivnom utjecaju globalizacijskih tokova na osvještavanje ideje ravnopravnosti spolova te eliminaciju socijalne isključenosti pojedinih društvenih grupa iz nogometa i sadržaja vezanih uz taj sport.

6. ZAKLJUČAK

Tijekom posljednjih nekoliko stoljeća, svrha prakticiranja nogometne igre drastično je evoluirala: rani nogomet u funkciji sredstva rješavanja nesuglasica, uz kojeg vežemo emocije pretežno bazirane na kompetitivnosti, do danas se razvio u fenomen relativno kompleksnih socijalnih, ekonomskih i političkih konotacija, čije prakticiranje kod posrednih i neposrednih konzumenata izaziva osjećaj admiracije. Profesionalizacija nogometa krajem 19. stoljeća te njegova komercijalizacija u velikoj su mjeri definirane nastojanjem eliminacije nasilja koje je oduvijek, u većoj ili manjoj mjeri, značajkom nogometnog navijaštva diljem svijeta. Suvremene nogometne susrete na globalnoj razini nastavlja obilježavati određena razina nasilja, no ono u postkomercijalno razvijenim društvima poprima isključivo simbolička obilježja.

I svrha fenomena nogometnog navijaštva do danas se korjenito izmijenila: neposredno gledateljstvo ranijih faza razvitka nogometa svojim je verbalnim aktivnostima poticalo igrače na kvalitetniji performans, dok danas u ulozi motivatora igrača gotovo isključivo nalazimo financijsku nagradu. Verbalne aktivnosti (dijela) neposredne nogometne publike danas su u funkciji, odnosno pridonose spektakularizaciji nogometnih priredbi.

Domena nogometa i nogometne industrije neodjeljivo je povezana s djelovanjem masovnih medija i mnogih sportskih pokrovitelja. Način medijske prezentacije nogometne igre i igrača u velikoj mjeri uključuje razne oblike sugestije, koji kod pojedinaca proizvode emocije nedestruktivnog karaktera. Edukativni potencijal nogometne igre postaje jednom od ključnih preokupacija medijske prezentacije ovog sporta.

Iz primjera mnogih razvijenih zemalja očigledno je kako spektakularizacija nogometa, odnosno pozitivizacija karaktera nogometne igre izrazito doprinosi razvitku fenomena ženskog nogometnog navijaštva, koji postaje značajnim čimbenikom socioekonomskog boljitka spomenutih zemalja. Budući da je sfera nogometnog navijaštva oduvijek njegovana kao izrazito maskulina, porast udjela žena u neposrednoj konzumaciji nogometnih priredbi veoma značajno pridonosi osvještavanju ideje rodne ravnopravnosti te predstavlja temelj za kvalitetniju ravnotežu na ostalim područjima života i rada.

Sportsko, odnosno nogometno navijaštvo još uvijek predstavlja domenu u kojoj se razne emocije mogu relativno slobodno izraziti te time zadobiva funkciju katalizatora negativnih posljedica suvremenog načina života.

7. Popis literature

- Allison, L. (1993) *The Changing Politics of Sport*. Manchester University Press. URL: http://books.google.hr/books?id=MH7AAAAIAAI&pg=PA9&lpg=PA9&dq=female+football+supporters&source=bl&ots=U27m1V7Bsl&sig=4dtPwt6T6bu5-orOzULadefsbQ&hl=en&sa=X&ei=c0p8UJ-AFc5ShAeF_IDeBw&redir_esc=y#v=onepage&q=female%20football%20supporters&f=false (8.11.2012.)
- Altman, M. (2006) *Handbook of Contemporary Behavioral Economics: Foundations and Developments*. New York: M. E. Sharpe, Inc. URL: http://books.google.hr/books?id=yw4CgJEnx2AC&printsec=frontcover&dq=behavioral+economics&hl=hr&sa=X&ei=O7ivUcPOO4uDhQeT7IHIDg&redir_esc=y#v=onepage&q=behavioral%20economics&f=false (13.1.2013.)
- Bartoluci, M. (2003) *Ekonomika i menadžment sporta*. Zagreb: Informator.
- Bjelajac, S. (2006) *Sport i društvo*. Split: Fakultet prirodoslovno-matematičkih znanosti i kineziologije Sveučilišta u Splitu. URL: http://www.pmfst.hr/online_publicacije/sport_i_drustvo.pdf (26.10.2012.)
- Bodin, D. i sur. (2007) *Sport i nasilje u Europi*. Zagreb: Knjiga trgovina.
- Boyle, R., Haynes, R. (2009) *Power Play: Sport, the Media and Popular Culture*. Edinburg University Press Ltd., 2. izdanje. URL: http://books.google.hr/books?id=1-t5Sf6gPAC&printsec=frontcover&dq=female+football+supporters&source=bl&ots=qhxV09qODN&sig=OIQSpXElmmitPBvoqgw6VxbKIVA&hl=en&sa=X&ei=mA58UL20LsqGhOiv6YHYDg&redir_esc=y#v=onepage&q=female%20football%20supporters&f=false (7.11.2012.)
- Brimson, D. (2006) *Nogometno nasilje u Europi: kako se razvijao nogometni huliganizam*. Zagreb: Celeber.
- Burke, A. (2008) *Iran*. Lonely Planet Publications. URL: http://books.google.hr/books?id=gEca_4iSNcUC&pg=PA51&dq=women%27s+football+in+iran&hl=hr&sa=X&ei=Rw12UZiBA8K2PbKEgMgF&redir_esc=y#v=onepage&q=women%20football%20in%20iran&f=false (16.11.2012.)
- Buzov, Ž. i sur. (1990) *Navijačko pleme. Socijalni i psihološki aspekti nasilničkog ponašanja sportske publike*. Zagreb: RZ RH SSOH.
- Cashmore, E. (2010) *Making Sense of Sports*. Routledge, 5. izdanje. URL: http://books.google.hr/books?id=hshkq5nGgAc&printsec=frontcover&dq=female+football+fans&source=bl&ots=CsiC_HILL&sig=V2miZ0yVVncrVd89wtWZy30Rvs&hl=hr&sa=X&ei=u5p4UKCKD8GYhOv04CYCA&redir_esc=y#v=onepage&q=female%20football%20fans&f=false (29.10.2010.)
- Cohen, S. (2011) *Folk Devils and Moral Panics*. Routledge. URL: http://books.google.hr/books?id=mITYS47AU0C&printsec=frontcover&dq=folk+devils+and+moral+panics&hl=en&redir_esc=y#v=onepage&q=folk%20devils%20and%20moral%20panics&f=false (3.11.2012.)
- Crawford, G. (2004) *Consuming Sport: Fans, Sport and Culture*. Routledge. URL: http://books.google.hr/books?id=p94OHC6xOwC&pg=PA56&lpg=PA56&dq=female+football+supporters&source=bl&ots=JdE9L7Fep&sig=0wIzDaOSSAM9BfVZqepSCAVXo0&hl=en&sa=X&ei=mQN8UN3sOcnIhAe90YCYAQ&redir_esc=y#v=onepage&q=female%20football%20supporters&f=false (6.11.2012.)
- Crolley, L., Long, C. (2001) *Sitting Pretty? Women and Football in Liverpool*. U Williams, J. i sur. (2001) *Passing Rhythms: Liverpool FC and the Transformation of Football* Oxford: Berg. URL: http://books.google.hr/books?id=2QoIcCblgIC&printsec=frontcover&dq=female+football+fans&source=bl&ots=4hN7yH7eVQ&sig=HwDnGjERLrd7X5TGNz8Z82DorA&hl=hr&sa=X&ei=KVN4UJ5MIenhAfbgYDgBA&redir_esc=y#v=onepage&q=female%20football%20fans&f=false (9.12.2012.)
- Daimon, A. (2010) *The most beautiful game or the most gender violent sport? Exploring the Interface between Soccer, Gender and Violence in Zimbabwe*. U Shehu, J. (ur.) *Gender, Sport and Development in Africa: Cross Cultural Perspectives on Patterns of Representations and Marginalization*. Dakar: CODESRIA. URL: http://books.google.hr/books?id=NDK1Vn-QcLYC&printsec=frontcover&dq=female+football+fans&source=bl&ots=TA2kH8EYya&sig=10rO_emBZh073TSz5Gj-eNALst&hl=en&sa=X&ei=SZ8UOrdAo61hAfs04DdQ&redir_esc=y#v=onepage&q=female%20football%20fans&f=false (14.12.2012.)
- Delaney, T., Madigan, T. (2009) *Sports: Why People Love Them!* University Press of America. URL: http://books.google.hr/books?id=1eJMTGB3OoC&printsec=frontcover&dq=female+football+supporters&source=bl&ots=IPOrl-HIaT&sig=SYuvLvnVxPqB9DWvc5t4YpKit0&hl=en&sa=X&ei=JhN8UIPYNe23hAePmYCAAO&redir_esc=y#v=onepage&q=female%20football%20supporters&f=false (10.12.2012.)
- Dobson, S., Goddard, J. (2011) *The Economics of Football*. Cambridge University Press, 2. izdanje. URL: http://books.google.hr/books?id=GxyG0XXdvR4C&pg=PA158&lpg=PA158&dq=female+football+supporters&source=bl&ots=j3V0qp4IMC&sig=k1N10vFe262LeM17UxSlumTOYKw&hl=en&sa=X&ei=0j8UJ-pCcbAhAfa2G0CA&redir_esc=y#v=onepage&q=female%20football%20supporters&f=false (12.1.2013.)
- Earnhardt, A. i sur. (2012) *Sports Fans, Identity and Socialization. Exploring the Fandemonium*. Lexington Books. URL: <http://books.google.hr/books?id=bx54D->

- [gKhPOC&pg=PA223&pg=PA223&dq=female+football+fans&source=bl&ots=c0nYYnYc0A&sig=XFCV00XE692FtpD2S2uYxM97fA&hl=hr&sa=X&ei=KVN4UJS1MfenhAfbqYDgBA&redir_esc=y#v=onepage&q=female%20football%20fans&f=false](#) (16.11.2012.)
- Elsey, B. (2011) *Citizens and Sportsmen. Fútbol and Politics in 20-Century Chile*. Austin: University of Texas Press. URL: http://books.google.hr/books?id=HRkx0J7NME4C&pg=PA193&pg=PA193&dq=female+football+supporters&source=bl&ots=hY08kp3V_Y&sig=9n9X1KWAv0Z2wtj9DJ49aYCA&hl=en&sa=X&ei=mQN8UN3OcniIhAe90YCYAQ&redir_esc=y#v=onepage&q=female%20football%20supporters&f=false (19.11.2012.)
- Fact Sheet 5: Women and Football* (2002). Sveučilište u Leicesteru: Centar “Sir Norman Chester”. URL: <http://www.furd.org/resources/fs5.pdf>; (5.9.2010.)
- Fact Sheet 9: A Brief History of Female Football Fans* (2001). Sveučilište u Leicesteru: Ceentar za sociologiju sporta. URL: <http://www.le.ac.uk/snccfr/resources/factsheets/fs9.html>; (5.9.2010.)
- Football Passions* (2008). Oxford: Centar za istraživanje socijalnih pitanja. URL: http://www.sirc.org/football/football_passions.pdf; (5.9.2010.)
- Foer, F. (2006) *Kako nogomet objašnjava svijet*. Zagreb: Celeber.
- Fraher, A. (2011) *Thinking Through Crisis: Improving Teamwork and Leadership in High-Risk Fields*. Cambridge University Press. URL: http://books.google.hr/books?id=dWX8V8VavCowC&pg=PA54&pg=PA54&dq=female+football+supporters&source=bl&ots=jdMxkdoiY&sig=y9rRqdsTxxQTakBEj6GDSh8Slk&hl=en&sa=X&ei=c0p8UJ-AF6S5hAeF_IDgBw&redir_esc=y#v=onepage&q=female%20football%20supporters&f=false (25.10.2012.)
- Frank, S., Steets, S. (2010) *Stadium Worlds: Football, Space and the Built Environment*. Routledge. URL: http://books.google.hr/books?id=Gn2Qz0AO6cC&printsec=frontcover&dq=female+football+supporters&source=bl&ots=kMs5Oa3hXO&sig=2EihuXwXj5VT_2brpikOrTFE5c&hl=en&sa=X&ei=dAp8U07fMoOSHgcT7YDACA&redir_esc=y#v=onepage&q=female%20football%20supporters&f=false (20.11.2012.)
- Frosdick, S., Marsh, P. (2005) *Football Hooliganism*. Devon: Willan Publishing. URL: http://books.google.hr/books?id=i1uG92-ck1sC&printsec=frontcover&dq=football+hooliganism&hl=hr&sa=X&ei=GV-TUeO6NsmitAamhCoDw&redir_esc=y (25.11.2012.)
- Gifford, C. (2006) *Nogometna enciklopedija*. Zagreb: Profil.
- Giulianotti, R. (2005) *Sport: A Critical Sociology*. Cambridge: Polity Press. URL:
- Haralambos, M., Holborn, (2002) *Sociologija. Teme i perspektive*. Zagreb: Tehnička knjiga.
- Hong, F., Mangan, A. (2004) *Soccer, Women, Sexual Liberation: Kicking off a New Era*. London: Frank Cass Publishers. URL: http://books.google.hr/books?id=HLe2j6dvApYC&pg=PT85&pg=PT85&dq=women+football+fans&source=bl&ots=uMMYNbmNWP&sig=Q7rNO0JIGtiRkqyJxR9B5PtxU&hl=en&sa=X&ei=3it8UKKGM5CZh0f9m4CoBg&redir_esc=y (9.12.2012.)
- Ireland, R., Watkins, F. (2009) Football fans and food: a case study of a football club in the English Premier League. *Public Health Nutrition*, 13 (5): 682-687. URL: <http://journals.cambridge.org/action/displayAbstract?fromPage=online&aid=7516688> (17.1.2013.)
- King, A. (2002) *End of the Terraces: The Transformation of English Football*. Leicester University Press. URL: http://books.google.hr/books?id=8kBaOkP8z0C&pg=PA172&pg=PA172&dq=one+of+the+lads&source=bl&ots=k7LmDYYY6&sig=HKN57XM0Nq3grqzTxod2Gn8g&hl=hr&sa=X&ei=kx4UMFN8xhAexooDACg&redir_esc=y#v=onepage&q=one%20of%20the%20lads&f=false (15.11.2012.)
- Kramer, F. i sur. (2004) *Nogometni leksikon*. Zagreb: Leksikografski zavod “Miroslav Krleža”.
- Krkač, K. (2012) *Filozofija nogometa. Ogledi o srži igre*. Zagreb: Jesenski i Turk.
- Kuhn, G. (2011) *Soccer vs. The State. Tackling Football and Radical Politics*. Oakland: PM Press. URL: http://books.google.hr/books?id=BwmsLxiWvvnWC&pg=PA96&pg=PA96&dq=female+football+fans&source=bl&ots=f2BQeDUvxx&sig=wRj1btTjSeD1A17hGAI6rZRMcAk&hl=hr&sa=X&ei=KVN4UJS1MfenhAfbqYDgBA&redir_esc=y#v=onepage&q=female%20football%20fans&f=false (16.11.2012.)
- Lalić, D. (1993) *Torcida: Pogled iznutra*. Zagreb: AGM.
- Magee, J. i sur. (2007) *Women, Football and Europe: Histories, Equity and Experiences*. Oxford: Meyer and Meyer Sport. URL: http://books.google.hr/books?id=vo2ZnpOQ7AC&pg=PA179&pg=PA179&dq=female+football+fans&source=bl&ots=32H5j4dE6&sig=8nQao05Mz8xaMvynbGfGIXuB8M&hl=hr&sa=X&ei=KVN4UJS1MfenhAfbqYDgBA&redir_esc=y#v=onepage&q=female%20football%20fans&f=false (9.12.2012.)
- Mangan, J., Nauright, J. (2000) *Sport in Australasian Society: Past and Present*. London: Frank Cass Publishers. URL: http://books.google.hr/books?id=px3BI0Z0AmsC&pg=PA137&pg=PA137&dq=female+football+supporters&source=bl&ots=tbMPM80vJf&sig=j5upEln36dHEIDX7IzNeNla89c&hl=en&sa=X&ei=mQN8UN3OcniIhAe90YCYAQ&redir_esc=y#v=onepage&q=female%20football%20supporters&f=false (18.11.2012.)

- Marschik, M. (1998) Offside. The Development of Women's Football in Austria. *Football Studies*, 1 (2): 69-88. URL: <http://library.la84.org/SportsLibrary/FootballStudies/1998/FS0102g.pdf> (26.11.2012.)
- Mullin, B. i sur. (2007) *Sport Marketing*. Vol. 13, 3. izdanje. Human Kinetics. URL: http://books.google.hr/books?id=0Lo5EFcres4C&pg=PA137&pg=PA137&dq=female+football+fans&source=bl&ots=QVtZDN0PcD&sig=e9uexv7cu-kyRVuxdYXmhd83EM&hl=en&sa=X&ei=m1J8UNvPAoOGhOfs04G4Dg&redir_esc=y#v=onepage&q=female%20football%20fans&f=false (27.10.2012.)
- Perasović, B. (2007) Sociologija sporta u Hrvatskom kontekstu. *Sociologija i prostor*, 45 (1): 105-119. URL: <http://hrcak.srce.hr/17655> (27.11.2012.)
- Perasović, B. (2001) *Urbana plemena: sociologija subkultura u Hrvatskoj*. Zagreb: Hrvatska sveučilišna naklada.
- Pope, S., Williams, J. (2011) "White Shoes to a Football Match!": Female Experiences of Football's Golden age in England. *Transformative Works and Cultures*, Vol. 6. URL: <http://journal.transformativeworks.org/index.php/twc/article/view/230/204> (5.12.2012.)
- Porter, C. (2011) *Cultures of Resistance and Compliance: Football Fandom and Political Engagement in Manchester*. Doktorski rad, Manchester Metropolitan University. URL: <http://www.fc-utd.co.uk/documents/CPorter%20PhD%20Thesis.pdf> (25.10.2012.)
- Premier League National Fan Survey (2007./2008.) Summary Report. URL: <http://www.premierleague.com/content/dam/premierleague/site-content/News/publications/fan-surveys/national-fan-survey-2007-08.pdf> (5.12.2012.)
- Raney, A., Bryant, J. (2006) *Handbook of Sports and Media*. Routledge. URL: http://books.google.hr/books?id=GeOpJdqv-JgC&pg=PA533&pg=PA533&dq=female+football+supporters&source=bl&ots=LPAAtBrqapP&sig=nJKTxGocYbxoD1KHYYbXIR4evZO&hl=en&sa=X&ei=xh8UNz5155yhAe2hIHODw&redir_esc=y#v=onepage&q=female%20football%20supporters&f=false (12.1.2013.)
- Reichert, T., Lambiase, J. (2006) *Sex in Consumer Culture: The Erotic Content of Media and Marketing*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates. URL: http://books.google.hr/books?id=m4OOu_ko4okC&pg=PA91&pg=PA91&dq=female+football+supporters&source=bl&ots=qXsdlS2Dwc&sig=7sOe1XCle6BNbnFGL0FACkmffQ&hl=en&sa=X&ei=KzZ8UNO3JNGDhOeqYHYAQ&redir_esc=y#v=onepage&q=female%20football%20supporters&f=false (12.1.2013.)
- Russell, G. (2008) *Aggression in the Sports World: A Social Psychological Perspective*. Oxford University Press. URL: http://books.google.hr/books?id=0c8vLaib_tkC&printsec=frontcover&dq=female+football+supporters&source=bl&ots=qJQi1A08zd&sig=42Jki9NyraTv6rFhsqWWBTAnZg&hl=en&sa=X&ei=dAp8UO7fMoShgeT7YDACA&redir_esc=y#v=onepage&q=female%20football%20supporters&f=false (28.11.2012.)
- Sandvoss, C. (2003) *A Game of Two Halves: Football, Television and Globalisation*. London, Routledge. URL: <http://books.google.hr/books?id=hFAOwzliRjKc&printsec=frontcover&hl=hr#v=onepage&q&f=false> (22.11.2012.)
- Schnapp, J., Tiews, M. (2006) *Crowds*. Stanford University Press. URL: http://books.google.hr/books?id=GvKpPs_q9UC&pg=PA122&pg=PA122&dq=female+football+fans&source=bl&ots=zbr8-0d9K&sig=RWh9o1BsjNT66PR944JUSvboao&hl=en&sa=X&ei=PFV8UlvSISLhOeKqDoCA&redir_esc=y#v=onepage&q=female%20football%20fans&f=false (16.12.2012.)
- Spaaij, R. (2006) *Understanding Football Hooliganism: A Comparison of Six Western European Football Clubs*. Amsterdam University Press. URL: http://books.google.hr/books?id=i21W_KN_iUMC&pg=PA69&pg=PA69&dq=female+football+supporters&source=bl&ots=uDhIDSKTTP&sig=1zuq6kim6KS2B5tXYhpcHAoaXo&hl=en&sa=X&ei=YhZ8UOS6GdCGhQISzIGoAg&redir_esc=y#v=onepage&q=female%20football%20supporters&f=false (18.10.2012.)
- Taylor, M. (2008) *The Association Game: A History of British Football*. Pearson Education Limited. URL: http://books.google.hr/books?id=J5oqBHq0XrEC&pg=PA386&pg=PA386&dq=female+football+supporters&source=bl&ots=uCEvNGD9ld&sig=RL-iGomHzhYgB1vaAHX4P4F6Kk&hl=en&sa=X&ei=xh8UNz5155yhAe2hIHODw&redir_esc=y#v=onepage&q=female%20football%20supporters&f=false (7.12.2012.)
- Tomlinson, A., Young, C. (2006) *German Football: History, Culture, Society*. Routledge. URL: http://books.google.hr/books?id=1vOPfveduUC&pg=PA112&pg=PA112&dq=female+football+supporters&source=bl&ots=3j-b2oS3i9&sig=hl-5091467rok1OxPGTjdeeXXk&hl=en&sa=X&ei=dAp8UO7fMoShgeT7YDACA&redir_esc=y#v=onepage&q=female%20football%20supporters&f=false (6.11.2012.)
- Vrcan, S. (1990) *Sport i nasilje danas u nas i druge studije iz sociologije sporta*. Zagreb: Naprijed.
- Žugić, Z. (1988) *Informacijsko društvo. Nova paradigma*. Beograd: Kairos.
- Wagg, S. (2004) *British Football and Social Exclusion*. Routledge. URL: http://books.google.hr/books?id=xHoVG0F7wC&printsec=frontcover&dq=female+football+fans&source=bl&ots=j6ipUuijpo&sig=BGV8BmC5m5pG2nk3BIMMRc-E8U&hl=hr&sa=X&ei=KVN4UJ51M1enhAfbqYDgBA&redir_esc=y#v=onepage&q=female%20football%20fans&f=false (10.12.2012.)

- Wenner, L., Jackson, S. (2009) *Sport, Beer and Gender. Promotional Culture and Contemporary Social Life*. New York: Peter Lang Publishing. URL: http://books.google.hr/books?id=0tk0j2wbw0YC&printsec=frontcover&dq=female+football+fans&source=bl&ots=94M6owKdBM&sig=6VKkpGzxIZG3E_24A7saFnkgHK4&hl=hr&sa=X&ei=7pl4UOvuH9ORhOftsYC4AQ&redir_esc=y#v=onepage&q=female%20football%20fans&f=false (15.12.2012.)
- Williams, J. (2007) *A Beautiful Game: International Perspectives on Women's Football*. Oxford: Berg. URL: http://books.google.hr/books?id=Vulp04RvKX8C&printsec=frontcover&dq=female+football+fans&source=bl&ots=BIUdGJgxw-&sig=ZPeMCQwtXvgQNmhu5R6tFeLs-0&hl=en&sa=X&ei=SIZ8UOrdAo61hAfs04DoDg&redir_esc=y#v=onepage&q=female%20football%20fans&f=false (8.12.2012.)
- Woods, R. (2011) *Social Issues in Sport*. Human Kinetics, 2. izdanje. URL: http://books.google.hr/books?id=SaY5Q79HLvsC&printsec=frontcover&dq=female+football+fans&source=bl&ots=cU7hb01adu&sig=M-8wP3-7oWNSbYapa1s1fDK6Q5g&hl=en&sa=X&ei=SIZ8UOrdAo61hAfs04DoDg&redir_esc=y#v=onepage&q=female%20football%20fans&f=false (8.12.2012.)
- Yiannakis, A., Melnick, M. (2001) *Contemporary Issues in Sociology of Sport*. Human Kinetics. URL: <http://books.google.hr/books?id=NNuDJtRweUC&pg=PA333&dq=sociology+of+sport+women&hl=en&sa=X&ei=mSYdUeiSDaSN4gTc4YEI&ved=0CDEOuwUwAO#v=onepage&q&f=false> (13.1.2013.)