

**DINAMO – TO SMO MI!**  
*ANTROPOLOŠKI OGLEDI O DINAMU I NJEGOVIM NAVIJAČIMA*

## **IZDAVAČ**

FILOZOFSKI FAKULTET SVEUČILIŠTA U ZAGREBU,  
FF-PRESS

GODINA TISKANOG IZDANJA: 2017.  
GODINA ELEKTRONIČKOG IZDANJA: 2019.

## **ZA IZDAVAČA**

VESNA VLAHOVIĆ-ŠTETIĆ

## **AUTOR**

Goran Pavel Šantek

## **RECENZENTI**

PROF. DR. SC. JADRANKA GRBIĆ  
PROF. DR. SC. BRANKO ĐAKOVIĆ

## **LEKTORICA**

KATARINA LUKEC

## **GRAFIČKO OBLIKOVANJE NASLOVNICE**

MARKO MARAKOVIĆ

## **RAČUNALNI SLOG**

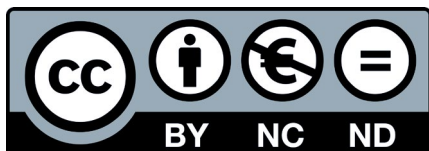
MARKO MARAKOVIĆ

## **ISBN**

978-953-175-648-8  
978-953-175-758-4 (PDF)

[DOI 10.17234/9789531757584](https://doi.org/10.17234/9789531757584)

CIP ZAPIS DOSTUPAN U RAČUNALNOM KATALOGU NACIONALNE I SVEUČILIŠNE  
KNJIŽNICE U ZAGREBU POD BROJEM 000976673



Djelo je objavljeno pod uvjetima [Creative Commons Autorstvo-Nekomercijalno-Bez prerada 4.0 Međunarodne javne licence \(CC-BY-NC-ND\)](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/) koja dopušta korištenje, dijeljenje i umnažanje djela, ali samo u nekomercijalne svrhe i uz uvjet da se ispravno citira djelo i autora, te uputi na izvor. Dijeljenje djela u prerađenom ili izmijenjenom obliku nije dopušteno.

Tiskanje ove knjige pomognuto je sredstvima Ministarstva znanosti, obrazovanja i sporta Republike Hrvatske i Sveučilišta u Zagrebu i donacijom Gradskog muzeja u Senju.

**GORAN PAVEL ŠANTEK**

**DINAMO – TO SMO MI!**

*ANTROPOLOŠKI OGLEDI O DINAMU I NJEGOVIM NAVIJAČIMA*

**ZAGREB**



## **SADRŽAJ**

|   |    |
|---|----|
| 1. GLOBALNA POPULARNOST<br>(I LOKALNA NEPOPULARNOST) NOGOMETA ..... | 7  |
| 2. ZAŠTO GLEDATI UTAKMICE (DINAMA)?.....                            | 11 |
| 3. ZAGREBAČKI <i>BOYSI</i> .....                                    | 15 |
| 4. DINAMO I PITANJE DRUŠTVENE KONTROLE.....                         | 21 |
| 5. „KAD NEPRAVDA POSTANE ZAKON,<br>OTPOR POSTAJE DUŽNOST“ .....     | 31 |
| 6. DINAMO, SPORT I IZRAZI OTPORA .....                              | 37 |
| 7. NAVIJAČI PROTIV (POST)MODERNOG SPORTA.....                       | 45 |
| 8. ZAJEDNO ZA DINAMO .....  | 53 |
| 9. FUTSAL DINAMO.....   | 61 |
| 10. ETNOGRAFSKE BILJEŠKE S (NOGOMETNIH) TERENA .....                | 67 |
| LITERATURA .....  | 84 |



## 1. Globalna popularnost (i lokalna nepopularnost) nogometa

Kako u popularnim tako i u znanstvenim knjigama o sportu nerijetko se može naići na podatak o nogometu kao najpopularnijoj svjetskoj igri ili sportu (usp. Giulianotti 2007, Lalić 2011). Brojne su potvrde da je tome tako, a najegzaktnije od njih vjerojatno su numeričke. Primjerice na Fifinom svjetskom prvenstvu u Brazilu 2014. godine jednu utakmicu je prosječno posjetilo 52 918 gledatelja, a kako je odigrano 64 utakmica, znači da je samo na stadionima mečeve pogledalo 3 386 752 gledatelja (usp. FIFA World Cup All Time Statistics, 2016). No i ova impresivna brojka čini se skromnom spram televizijskog gledateljstva čiji se ukupan broj procjenjuje na 3,2 milijarde gledatelja, a prosječna gledanost pojedinog meča na oko 186 milijuna (usp. Kantar Media, 2014). I nacionalna prvenstva vrlo su popularna, a jednim od globalno najpopularnijih smatra se engleska Premijer liga. Ukupna posjećenost njezinih utakmica u sezoni 2010./2011. bila je 13,4 milijuna gledatelja (usp. Premierleague.com, 2015a), što znači da je na stadionu utakmicu prosječno gledalo 35 263 gledatelja, a iste je sezone u cijelom svijetu putem televizije ligu sveukupno pratilo 4,7 milijardi gledatelja (usp. Premierleague.com, 2015b). Smatra se da je globalna popularnost nogometa u stalnom rastu, za što su dobar pokazatelj tržišta međusobno udaljenih zemalja kao što su Kina, Katar i SAD. Kina je primjerice u svoju službenu politiku, s velikim angažmanom predsjednika, uvrstila program razvoja nogometa s dugoročnim ciljem postajanja svjetskom nogometnom silom i organizatorom svjetskog nogometnog prvenstva (usp. Gibson 2015). Državnu želju slijedi i kapital pa se kineske tvrtke sve više angažiraju na europskom tržištu dionica nogometnih klubova, čega je zadnji primjer značajno ulaganje u Manchester City FC (Herbert 2015). Katar je, uz problematiziranja koja još traju, već ostvario kineski cilj dobivanja prava na organiziranje Fifinog svjetskog prvenstva, i to 2022. godine. Njegova organiza-

cija dio je plana da zemlja postane važan faktor na svjetskoj nogometnoj sceni, što se također očituje u značajnom ulaganju u svjetske nogometne klubove, npr. kupovini PSG-a 2011. godine te razvoju mladih igrača i nacionalne nogometne lige (Conn 2013). Popularnost nogometa konstantno raste i u SAD-u, pa je ukupna posjećenost utakmica najjače lige MLS dosegla godišnju brojku od 6 milijuna gledatelja (Gaines 2014), pri čemu je prosječan broj gledatelja po utakmici oko 18 000 (Dreier 2011). No poznajući američku zainteresiranost za sport općenito i njegovu važnost u popularnoj kulturi SAD-a, još je znakovitiji podatak da su utakmice MLS-a postale treće na ljestvici posjećenosti sportova pa su posjećenije nego utakmice NHL-a i NBA-a, no još uvijek su, očekivano, iza utakmica NFL-a i MLB-a (Turner 2014). Za razliku od Kine i Katara, Sjedinjene Američke Države već su organizirale FIFA svjetsko prvenstvo i na njima postigle zapažen rezultat. Osobito su uspješne nogometašice SAD-a koje su, jedine u povijesti Fifinog svjetskog prvenstva za žene, tri puta bile svjetskim prvakinjama, zadnji put 2015. godine u Kanadi, što je medijski bilo iznimno popraćeno (Korte 2015). No posjećenost utakmica, i tako do neke mjere izražena popularnost nogometa, ne raste svuda u svijetu, što je zbog heterogenosti svjetske kulture i razumljivo, ali zanimljivo je da se broj posjetitelja nogometnih utakmica smanjuje i u Hrvatskoj, što je posebno izraženo na nogometnim utakmicama Građanskog nogometnog kluba Dinamo.

Učestali su medijski napisi o slaboj i padajućoj posjećenosti utakmica Hrvatske nogometne lige (HNL-a). Tako Tomislav Dasović u članku u Večernjem listu od 17. 6. 2015. (usp. Dasović 2015) ističe kako je jedan od najporaznijih statističkih pokazatelja silaznih trendova u Hrvatskoj upravo pad broja gledatelja na stadionima. To je izrazito osjetio najuspješniji hrvatski klub u posljednjem desetljeću, GNK *Dinamo*, i to u nerazmjeru prema ukupnom padu broja gledatelja. Uočljivo je to u mnogo primjera, tako se iz redakcijskog članka na portalu *Jutarnji.hr* od 11. 11. 2014. (usp. *Jutarnji.hr*, 2014) vidi da je Dinamo po posjećenosti domaćih utakmica na sedmom mjestu HNL-a (od deset klubova), s ukupnom posjetom od 11 755 gledatelja. Što znači da je njegove utakmice, u sedam do tada odigranih kola, prosječno gledalo 1679 gledatelja. Dinamo je po gledanosti time bio čak iza rezultatski skromnih klubova Zadra i Slaven Belupa, tako da u njegovu slučaju gledanost nije povezana s rezultatima i uspjesima kluba. Sezonu prije, kada je i uvedena liga s deset klubova, prosječan broj gledatelja na utakmici jesenskog dijela 1. HNL lige bio je 2567 gledatelja, a Dinamo je imao prosjek od 3274 gledatelja na domaćoj utakmici. Da je to nevelika i neadekvatna brojka, govori nam usporedba s posjećenošću domaćih



utakmica NK *Istra* koje je prosječno gledalo 2333 gledatelja, iako su rezultati Istre mnogo slabiji, Zagreb najmanje deset puta veći grad od Pule, a Dinamo klub s mnogo većom navijačkom bazom. U članku koji iznosi ove podatke (usp. Milkanović 2014) također se govori da je unatoč brojnim problemima koji postoje u hrvatskom nogometu, ova slaba posjećenost nogometnih utakmica najviše lige „zasigurno [...] najveći problem“.

Situaciju vezanu za Dinamo odgovarajuće naslovom predstavlja Ante Zovko u članku na portalu *sportnet.hr* od 22. 5. 2012.: „Dinamove vitrine sve punije, maksimirske tribine sve praznije“ (usp. Zovko 2012), a neke opservacije iz članka vrijedi radi ilustrativnosti u ovom uvodnom dijelu knjige ponoviti: „Na Maksimir se u većem broju dolazilo tek na početku sezone, u kvalifikacijama za Ligu prvaka, kad su ulaznice prodavane za jednu kunu, u tri utakmice skupine Lige prvaka zahvaljujući dobroj strategiji prodaje paketa ulaznica te u manjem broju utakmica u domaćim natjecanjima. U ostatku sezone novinari su natezali broj gledatelja koje iz ovih ili onih razloga Dinamo nije zanimao. Zato je primjerice bila tragikomična slika proslave dvaju titula u autobusu kroz grad koja gotovo nikoga nije privukla. Ako Dinamo ne može privući gledatelje na stadionu, onda je valjda jasno da ne može ni u ostatku grada“ (Ibid.). Zovko navodi i neke razloge za prazni stadion, čak i kad se slavi naslov prvaka: „Dupla kruna opet je sletjela u Maksimirsku, no opet ju nije imao tko proslaviti. Dinamu su se izjalovile razne promotivne akcije. Kao i prošle godine, bile su otužne slike slavlja na stadionu koji je zjapio prazan. A zjapio je prazan i tijekom prvenstva. Bad Blue Boysi prvo su bojkotirali utakmice zbog sukoba s vodstvom kluba, prije svega izvršnim predsjednikom Zdravkom Mamićem. Ostatak gledatelja punio je Maksimir samo na utakmicama Lige prvaka, gdje je uz sliku bilo i tona“ (Zovko 2012). Ovakva situacija s Dinamom, u kojoj se bilježe i negativni rekordi, primjerice da je utakmicu Dinamo i Slaven Belupa na maksimirskom stadionu 13. 12. 2014. gledalo samo 710 navijača, a do tada Dinamo nikada nije odigrao službenu utakmicu pred manje od tisuću gledatelja (usp. Deželić 2014), izazvala je reakciju Kluba. Pokrenute su brojne promotivne akcije, ulaznice su prodavane za simboličnu jednu kunu, no navijači nisu pohitali na stadion, a oni najaktivniji, udruženi u skupinu *Bad Blue Boys*, ustrajali su u bojkotu i izbjegavanju utakmica svojega kluba.

Iako su se stvari u zadnje vrijeme donekle promijenile, najuspješniji hrvatski klub i dalje bilježi relativno malo posjeta, recimo prvoligaškoj utakmici Dinamo i Slaven Belupa 6. 3. 2016. pristupilo je 1400 gledatelja (usp. MaxTV Prva liga, 2016), a Dinamovih *ultrasa* i dalje ima

više na utakmicama Futsal Dinama nego onog *pravog*.<sup>1</sup> Zašto je tomu tako i što se zbiva s Dinamom kao kulturnim fenomenom razmotrit će se u oglecima ovog rada te u djelima koja bi ga trebala slijediti. Potpuni odgovor bit će ovdje teško dati, jer ako je slaba posjećenost nogometa i Dinama u Hrvatskoj, *durkhemijanskim* rječnikom, društvena činjenica, onda bi se odgovor morao nalaziti u kompleksnom i potpunom istraživanju društvene strukture koja *uzrokuje* ovakvu neveliku navijačku participaciju, te najutjecajnijih društvenih sila koje na nju djeluju. Ovakvo bi istraživanje pretpostavljalo multidisciplinarnost i poliautorstvo te nemalu količinu uloženog vremena i financija, stoga je u ovom trenutku teško provedivo. Ipak, ovdje predstavljena građa, prikupljena uglavnom kvalitativnom metodologijom, te spoznaje stečene na temelju njezine interpretacije i analize trebale bi, autor se nada, omogućiti bolji uvid u ovaj zanimljiv fenomen hrvatskog sportskog i društvenog života, pa tako biti doprinos i njegovim studijama, a ne samo onima navijačke supkulture ili nogometa. Iluzorno je, zasigurno, smatrati da prestanak kupovanja ulaznice znači samo bojkotiranje utakmice nekog kluba i nema poveznice s primjerice stanjem klupskog identiteta ili njegovim socijalnim kontekstom.

---

<sup>1</sup> Stvari bi se u ovom pogledu uskoro trebale promijeniti jer su u rujnu 2016. godine Dinamovi navijači organizirani u navijačke skupine većinom odlučili prekinuti bojkot odlazaka na utakmice svoga kluba (Lesički 2016).

## 2. Zašto gledati utakmice (Dinama)?

Razlozi za popularnost sporta su mnogostruki te bi pokušaj njihovog obrazloženja podrazumijevao pisanje samostalne studije. Za potrebe ovog rada dostatno je sažeto reći da se razlozi kreću u vrlo širokom rasponu: od onih društvenih [npr. usvojene vrijednosti i grupna pripadnost; tako mnoge navijačke (pod)skupine i danas funkcioniraju kao družine iz ulice ili četvrti] i kulturnih (npr. preneseni interesi i poželjne prakse; kao što je Splitu razvijen interes za nogomet i navijanje, no poželjna kulturna praksa može postati i izbjegavanje odlaska na utakmice, kako je već u prvom poglavlju spomenuto u vezi sa Zagrebom) do psihološke (npr. postizanje osjećaja ugone; dovoljno je samo pogledati navijačku ekstazu kad tim postigne pobjednički gol) i biološke osnove čovjeka (npr. užitak pri tjelesnom izražavanju; odatle toliko skakanja, mahanja i sličnog u navijačkih skupina). I u pogledu navijača smatra se da je bitan razlog za participiranje u navijanju i navijačkoj skupini, pa i u njezinim rizičnim ponašanjima, zadovoljstvo i užitak (Spaaij 2006). Primjerice istraživači navijača Finn (1994) i Pilz (1996) za razumijevanje njihovog ponašanja koriste koncept Csikszentmihalyijeve plime, kao autoteličnog i samomotivirajućeg stanja koje nastaje kad osobu neka aktivnost toliko obuzme da se na nju intenzivno i fokusirano koncentrira te dođe do stapanja svijesti i djelovanja; gubi se refleksivna samosvijest i stječe se osjećaj da se djelovanje može potpuno kontrolirati, a pri tome i bez napora, pri čemu se mijenja i osjećaj vremena za koje se čini da brže teče. U plimi samo iskustvo aktivnosti postaje toliko ugodno da zapravo ono, a ne prethodno postavljeni cilj, postaje smisao aktivnosti (Nakamura i Csikszentmihalyi 2002).

Drugi pak koriste Lyngov *edgework* (1990) te liminalnost (Armstrong i Young 1997). Lyng (1990) je pokazao kako neke ljude rizične aktivnosti emocionalno ispunjavaju i daju im užitak. Dio je njegovog obrazloženja da pojedinci prilikom rizičnih aktivnosti (npr. skakanje pado-

branom s gradskih nebodera) istražuju krajnosti kulturnih ograničenja. Neka kulturna ograničenja ili granice mogu biti između zdravorazumskog i nerazumnog, svjesnog i nesvjesnog, pa i života i smrti (usp. Lyng 1990). Dio ljudi, pokazuje Lyng (Ibid.), nalazi zadovoljstvo kad strahu, napetosti i uzbuđenju suprotstavi snagu uma, kontrolu straha te psihičku i tjelesnu stabilnost, i to prilikom izvođenja životno opasnih aktivnosti. Pri tome je zadovoljstvo veće što je rizičnost aktivnosti veća. Ova kombinacija jakog emocionalnog uzbuđenja i velike koncentracije omogućuje nekim ljudima da iskuse hiperrealnost, izmijenjenost percepcije vremena i prostora koje vodi do dubokog iskustva autentičnoga, *istinskog* života (i sebe). Da je koncept primjenjiv na sport, Lyng pokazuje kontinuirano (usp. 1990 i 1997). Interpretativni koncept liminalnosti (usp. Armstrong i Young 1997) također se zasniva na ugodi koja je nastala prilikom preispitivanja kulturnih granica i u liminalnim stanjima. Liminalnost, koliko god imala potencijal biti destruktivnom, ima i potencijal biti jezgrenom mjestom kreativnosti i inovacije, pa tako i samoizraza, realizacije te osobne ili kolektivne transformacije.

Navijači, također je uočeno, osjećaju zadovoljstvo, uzbuđenje pa i euforiju ne samo zbog zanimljivosti igre i njezinog praćenja već i zbog tjelesnih aktivnosti, npr. (kolektivnog) skakanja, izvođenja koreografi-ranih pokreta ili pjevanja, pa čak i zbog fizičkog nasilja (usp. Giulianotti 2007:53). Prikladnim se ovdje čini istaknuti misao Bourdieua (usp. 1990:63) da igre, pa tako i interesa za nju, nema bez tjelesnog i unutrašnjeg posvećenja. Nekada ove aktivnosti navijača postanu toliko uspješne da samim izvođačima, ali i drugima na stadionu, postanu zanimljivije od zbivanja na terenu. Ne treba stoga čuditi da se navija-nje, kao i bavljenje samim igrama ili sportom, smješta među aktivnosti kojima se čovjek dragovoljno bavi, uglavnom u slobodno vrijeme, jer mu predstavljaju važan izvor zaigranosti, zabave i ugone. I to u tolikoj mjeri da, kako je već bilo spomenuto, navijači koriste svoj ritual da generiraju stanje užitka, vrhunca, plime... (kako god nazivali ovo lju-dima poželjno stanje) kad su zbivanja na terenu, ili u samom sportu, suviše nezanimljiva (usp. Finn 1994).

Upravo ova angažiranost navijača i sposobnost da stvaraju doživ-ljaj, a da nisu samo pasivni konzumenti, za autora ovog rada bitan su segment njihove supkulture. Stoga se čini vrlo jasnom potreba preis-pitivanja onih društvenih ili kulturnih teorija, koje se nerijetko susreću, a koje navijačima pristupaju *odozgo* i promatraju ih samo kao neak-tivne, pasivne i lako instrumentalizirane primatelje (usp. Abercrombie 1998). Da stvari, uz malobrojne iznimke, nisu takve, otkrivaju empirijska istraživanja kroz koja se može uočiti autentičnost pojave radikalnih navijačkih skupina te njihova samostalnost organiziranja i djelovanja,

zbog čega otpor autoritetima i jest njihova bitna značajka. Uočljivo je to i kroz studije slučaja koje slijede u radu. U tom se kontekstu ovdje prikladnim čini spomenuti Oriardovu (1993) kritiku limitirajućeg (*containment*) modela. Oriard naime kritizira limitirajući model koji, poput teorije katarze, sugerira da sportski gledatelji tijekom utakmica doživljavaju emocionalno otpuštanje i tako se oslobađaju potencijalno štetne energije za društvo, zbog čega su ovakve aktivnosti društveno pozitivne. Upravo kao istraživač koji nije samo teoretičar i pojedince ne vidi samo kao pasivne primatelje, Oriard (Ibid.) uočava, te potom kroz primjere predstavlja, kako u mnogim konkretnim slučajevima sport zapravo generira, a ne zatamljuje agresivno ponašanje i disfunkcionalne emocije. Značajna je i njegova opservacija vezana za tezu neomarksistički inspiriranog Jamesona (1971) da je sport uspješan jer ispunjava želju *masa* za repetitivnošću. Oriard (1993) i ovdje na temelju iskustvenih istraživanja pokazuje kako za razliku od filma, glazbe i sličnih pojava koje se usredotočuju na reprodukciju, sport, ili konkretno američki nogomet kojim se on najviše bavio teorijski i praktično, izbjegava mogućnosti takvog kategoriziranja. Rezultati, incidenti, nesreće, teške ozljede, i slično ne samo da u sportu nisu lako predvidljivi nego su vrlo autentična i, zbog mogućnosti teških posljedica, duboka iskustva. Zajedno s Oriardom smatram da se upravo u ovoj karakteristici sporta, da do neke mjere posjeduje autentičnost, nalaze razlozi za njegovu veliku popularnost, izrazitu i među svim pojavama masovne kulture.

No za navijače dio popularnosti sporta vjerojatno leži i u stadionima, kao jednim od danas bitnih mjesta izraza onoga što se nazivalo *narodna kultura*, odnosno njezinog dijela koji uključuje karnevalesko ponašanje. Upravo taj dio naglašava Eichberg (1995) govoreći o razlozima zbog kojih ljudi osjećaju pozitivne emocije spram stadiona (pa tako zasigurno i sporta). Stoga tamo prisutno slobodnije ponašanje no uobičajeno, veća mogućnost javnog izražavanja i općenito predstavljanja; zajedničko pjevanje, klicanje i vikanje, uz glazbenu podlogu instrumenata poput trube ili bubnjeva, te uz veliku dozu nepredvidivosti pokreta i cjelokupnoga zbivanja, stvaraju doživljaj karnevaleskog, zabave, a s pozitivnošću i osjećaje topofilije, zajedništva, topline i pripadnosti (Giulianotti 2005:131). Zasigurno se i u ovako stečenomu iskustvu kriju razlozi zašto sport, koliko god postajao biznisom, ostaje predmetom strasti. Jer, kako uočava Bale (1998), sport se može, a u ovo naše postmoderno vrijeme to je sve češće slučaj, pratiti individualno, potihom i kod kuće. Za razliku od takvog praćenja sporta, ono u grupi odražava istinsko predmoderno: navija se i slavi kolektivno, pije se i zabavlja u društvu, oblikuje se i razvija grupni identitet; u tolikoj

mjeri da je obrazac gotovo isti i kad se kolektivno *navija* ispred ekrana u nekom kafiću ili na nekom trgu, umjesto na stadionu.

Sport nam se tako, kako god mu pristupili, otkriva izrazito povezanim s emocijama, pa klubovi koji gube emotivno značenje nužno gube i privlačnost za promatrače, navijače te zajednicu koja ih okružuje. Kad klub prestane biti mjesto lokalnog ponosa i jedno od mjesta stvaranja njezina zajedništva, očekivan je pad broja posjetitelja njegovih utakmica. No to je samo dio klupskog problema. Kako se emocije, pa čak i ljubav za klub, prenose generacijama, izostanak značajnoga posjeta njegovim utakmicama dugoročno može značiti i gubitak novih članova društva kojima bi on postao dijelom kolektivne memorije, bitnim referentom za konstruiranje osobne i kolektivne biografije ili zajedničkog diskursa. Klub bez emocija, doista, vrlo lako može postati klub bez važnosti za zajednicu i društvo, a tako i bez smisla svojega postojanja. Kad neki klub, poput Dinama, počne imati problema s posjećenošću svojih utakmica, vrijeme je da ozbiljno razmisli o svojoj cjelokupnoj, a ne samo sportskoj politici.

### 3. Zagrebački *boysi*

Povijest Dinamovih navijača bliska je povijesti navijača mnogih klubova u Europi i prati opći proces razvoja i mijene navijačkog pokreta u svijetu. Dinamovi navijači Bad Blue Boysi upravo su i svojim imenom dobar pokazatelj navijačke globaliziranosti te integriranosti Dinamovih navijača u ovu globalnu supkulturu te njezine izvore.

Sam proces koji je stvorio BBB-e (Bad Blue Boyse) sličan je procesima drugdje u Europi (usp. za cijelo poglavlje Prnjak 1997:29-35). Posjećivanje nogometnih utakmica i stadiona bilo je popularno u Zagrebu za vrijeme osnivanja nogometnog kluba Dinama 1945. godine, no posebna diferencijacija navijača po tribinama prema stilovima navijanja nije postojala. Jedino što se može istaknuti jest da se angažiranije navijalo na onim tribinama koje je više ispunjavalo radništvo i na kojima su ulaznice bile jeftinije. Diferencijacija u slučaju Dinamovih navijača počinje sredinom 1970-ih kada se na sjevernoj tribini maksimirskog stadiona redovito počinju okupljati najaktivniji navijači, i to uz podršku Kluba, očitu i kroz odluku o besplatnom ulazu na tu tribinu navijačima s klupskim obilježjima. Da je proces segmentiranja bio spor, pokazuje to što su mnogi angažiraniji navijači odlazili i na druge tribine, primjerice *Istok - stajanje*, koja sredinom 1980-ih i sama postaje središnje mjesto okupljanja najvećih fanova, čemu je svjedok i autor ove knjige, do konačne odluke o Sjeveru kao tribini Dinamovih *ultrasa*. Ipak, nema spora da tek nakon ovog izdvajanja na sjeveru 1970-ih, kako naglašava Prnjak (1997:31), „možemo govoriti o nastajanju svijesti među aktivnijim navijačima o posebnosti grupe koja je na utakmicama navijala vatrenije od ostalih gledatelja. U 'stacioniranju' na 'sjeveru' dolazi do potpunog odvajanja od ostalih, 'običnih' navijača, a i približava se svjetskim navijačkim uzorima (prije svega - Englezima) koji se na stadionima najčešće okupljaju na tribinama iza golova. Sve se više pažnje poklanja koreografiji, javljaju se plavo-bijele zastave [...] i dugi pleteni plavo-bijeli šalovi. Navijači postaju prepoznatljiviji i

izvan stadiona, što je zametak stvaranja identiteta navijača 'Dinama' kao supkulturne grupe". Upravo je iz ove skupine nikla jezgra koja će još više strukturirati i navijanje i grupu te joj desetak godina kasnije, kao dobar pokazatelj naslonjenosti na anglosaksonsku navijačku supkulturu, dati ime *Bad Blue Boys*. Iako je skupina to ime dobila 1986., pa tek s njime u velikoj mjeri i identitet, ona je zasigurno postojala i ranije. Uostalom, transparent s tim imenom na stadionu se nalazio već 1985. godine, pa kao i kod mnogih usporedivih spontanih i autentičnih pojava, i baš zato što su takve, točan datum stvaranja grupe zauvijek bi mogao ostati neproziran.

Samim imenom, inspiracijom dobivenom gledanjem američkog filma *Bad Boys*, uz dodatak Dinamove *blue* boje, brojnim transparentima i nazivima svojih podgrupa na engleskom, imitacijom engleskih navijačkih pjesmama, vizualnim izrazom (primjerice zastavama Engleske), osobnim izgledom, zapravo kompletnim navijačkim ritualom, BBB-i se pokazuju izdancima anglosaksonske kulture (što je nesumnjivo bio i politički iskaz u tada socijalističkoj zemlji) te engleske navijačke supkulture.

No iako BBB-i jesu jedinstveni i specifični fenomen, ipak su oni i vremenom i načinom svoje pojave usklađeni s nastankom i razvojem drugih navijačkih skupina u bližem okruženju te općenito Europi izvan Engleske, kao i cijele uz njih vezane supkulture. Zapravo se cijeli razvoj navijačkog pokreta u Europi može promatrati kao jedan od izraza globalizacije, ali i glokalizacije, s razmatranjem pojedinačnih inačica te njezinih specifičnih izraza utemeljenih na lokalnoj kulturi. Koliko su i sami navijači svjesni globaliziranosti svoje pojave pokazuje to da većina skupina od početka razvija kontakte s onim navijačkim skupinama u inozemstvu koje smatra bliskima. Navijači Dinama primjerice s navijačima Levskog iz Sofije i Panathinaikosa iz Atene. Neće biti pogrešno zaključiti da koliko je god moderni sport *par excellence* primjer globalizacije kulturnih praksi i društvenih odnosa toliko to isto vrijedi i za njegove na tribinama najangažiranije pratitelje.

Isto nam potvrđuje i današnja konfliktna situacija BBB-a i ostalih Dinamovih navijača s klubom za koji navijaju. Iako nam se iz lokalne perspektive ne mora činiti tako, kada spor promotrimo iz šire perspektive vidjet ćemo da nije bez presedana, da sličnih sporova navijača s klupskim upravama ima i drugdje, pa tako i sam spor potvrđuje globalnu promijenjenost suvremenog navijaštva i njegovih praksi, odnosno i ovo djelovanje BBB-a može biti još jedan primjer glokalizacije. BBB-i su, kao i svi navijači u Europi organizirani u grupe, počeli isključivo kao bodritelji kluba, no znatan ih je dio završio u aktivizmu koji angažman



za sportski kolektiv vidi dijelom većeg angažmana na polju društvenog razvoja i promicanja bitnih vrijednosti. Parafrazirajući Giulianottia (2007) mogli bismo reći da su navijači prošli put od ranomodernih huligana do postmodernih posthuligana; uz svjesnost o načelnom karakteru ove tvrdnje jer i danas među navijačima postoje mnogi huligani, a na začecima su sigurno postojali oni koji su angažman za klub vidjeli i kao djelatnost korisnu za lokalnu zajednicu te izbjegavali nasilje. Upravo tu vezu s lokalnom zajednicom naglašavaju mnoge navijačke grupe u svojim imenima ili imenima svojih frakcija, pa kako je već spomenuto i Bad Blue Boysi, s uobičajenim rasponom od imena gradova do naziva njegovih četvrti.

Giulianotti daje sustavni prikaz transformacije navijača od *samo* navijača do aktivista na društvenim pitanjima daje, pa nam može poslužiti kao osnova nakon čijeg se predstavljanja mogu razmotriti analize na istu temu drugih autora, poput Clelanda i Gaffneya. Navijačko ponašanje, od kada je organiziranog nogometa, naglašava Giulianotti (2007:49), uključivalo je neku razinu fizičkog nasilja i postalo *tradicijom* navijačkog ponašanja. No česta izbijanja nereda s početka navijaštva potpuno su drukčije vrste od razvijanja *kulture nasilja* koja započinje u Velikoj Britaniji 1920-ih godina, i uključuje ciljano, redovito i kolektivno nasilje, prvenstveno očitovano kroz teške fizičke obračune sa suprotstavljenim navijačkim skupinama. Nasilje u to vrijeme postaje sastavni dio izraza navijačke supkulture, a vrhunac dostiže s općenitim povećanjem društvene vidljivosti kulturnih skupina mladih 1960-ih i 1970-ih godina. Kako se nasilje tada pretežno događa na stadionima, uvode se zaštitne ograde, *kavezi*, prostorno udaljavanje domaćih i gostujućih navijača te slične mjere. Ove modernističke represivne aktivnosti nisu urodile plodom (Ibid.), štoviše, intenzivirale su nasilje. Kako i mnoge druge pa i recentne (Spaaij 2006a) studije pokazuju jednaku neučinkovitost ovakvih mjera, čini se potrebnim da kreatori društvenih aktivnosti kojima se odgovara na navijačko nasilje, a koje je i u suvremenoj Hrvatskoj detektirano kao društveni problem, osim najčešćih represivnih, uzmu u obzir i druge mjere, zasnovane na dijalogu i razumijevanju. Općenito se navijačka supkultura u Europi mijenja 1980-ih, u vrijeme *kasne moderne*, kada navijači velikim dijelom prihvaćaju *casual* stil i umjesto *Dr. Martens* čizmi, frizura *skinsica* i šalova, počinju nositi skuplju, markiranu *sportsku* odjeću i obuću proizvođača kao što su *Lacoste*, *Fila* ili *Armani*. Označilo je to promjenu društvenog statusa među navijačima, koji su sve više pripadnici srednjeg sloja, a ne kao do tada dominantnog radništva. Promjenu navijačkog izgleda pratile su i nove policijske mjere, koje u ovo kasnomoderno vrijeme počinju uključivati video nadzor, policijske službenike koji nisu

u uniformama, infiltriranja agenata u navijačke skupine i sl. Navijaštvo se znatno promijenilo, a značajno je palo i kao supkulturna praksa mladih, što se jasno očituje u smanjenju broja pripadnika navijačkih skupina 1990-ih, umanjenom i do 50-80 % (usp. Giulianiotti 2007:50). Postmodernu fazu navijaštva, koja počinje krajem 1990-ih, karakterizira otkrivanje drugog lica navijača, koji sada otvaraju svoje internetske stranice, izdaju magazine, publiciraju autobiografije s različitim pa i *huliganskim* iskustvima, stvaraju nacionalne i nadsacionalne navijačke organizacije, koje pomalo svoj teren djelovanja pomiču s nogometa i na druga područja sporta i društvenog života.

Već je naglašeno u radu da BBB-e možemo vidjeti kao jedan primjer globalizacije, odnosno međunarodne kulturne razmjene. Zagrebački ultrasi posudili su britansku supkulturu i kreolizirajući je odveli u nove, lokalno značajne smjerove, među kojima se možda posebno ističu politički (jer je propagiranje zapadne supkulture u socijalističkoj zemlji bilo i politički čin) i nacionalni aspekti, pa i nacionalistički (jer je tada, kako ističe većina BBB-a u kasnijim intervjuima, navijati za Dinamo bilo jednako navijanju za Hrvatsku, što u tadašnjem političkom režimu nije bilo dopušteno).

Spontanim počecima, neformalnom organizacijom te kasnijim pokušajem strukturiranja i boljeg organiziranja svojeg djelovanja, putem navijačkih udruga *Fan Club Dinamo* i kasnije *BBB Fan Club* tijekom 1990. i 1991. godine, BBB-i prate svjetske trendove. Ova se usklađenost s međunarodnim procesima prekida zbog rata u Hrvatskoj od 1991. do 1995. godine, kada navijači prestaju organizirano djelovati. Potom ulaze u spor s državnom politikom i klupskom upravom oko njegovog imena, zbog čega su izloženi različitim izrazima državne represije na koje su odgovorili nasiljem, što sve uzrokuje gašenje Fan Cluba 1994. godine. Kako su navijači posvjedočili Prnjaku: „To je bilo najbolje razdoblje BBB, kada smo bili uistinu organizirani“ (Prnjak 1997:92) te „'Fan Club' je sto puta bolje nego kad si u ilegali“ (Prnjak 1997:93). Dakle većini je bolja organizacija navijačkoga djelovanja odgovarala te olakšavala funkcioniranje. No s obzirom na ne samo uskraćenu podršku Kluba već i njihovo negativno percipiranje i tretman, BBB-i nastavljaju djelovati u *ilegali*, neformalno i putem jače ili slabije integriranih ili organiziranih grupa. Da su imali podršku Kluba kakvu je primjerice Torcida imala od Hajduka, kasnija povijest BBB-a zasigurno bi drukčije izgledala i vjerojatno ne bi bili u današnjoj situaciji: da više posjećuju utakmice futsala nego nogometa; a Klub se ne bi našao u situaciji da gotovo ostane bez navijača. No i ovim osnivanjem svojega futsal kluba i borbom protiv poluprivatiziranog kluba i anomalija u njegovom upravljanju, ali i širom borbom za bolje funkcioniranje hrvatskog društva i

države, kako će se vidjeti u poglavljima koja slijede, BBB-i prate razvoj i pravce djelovanja drugih navijačkih skupina u Europi, te potvrđuju globaliziranost svojih praksi.



## 4. Dinamo i pitanje društvene kontrole

Znanstvene su definicije sporta vrlo različite. McPherson, Curtis i Loy (1989:15-17) smatraju ga pojavom koja je (1) strukturirana pravilima i kodeksima ponašanja, prostornim i vremenskim okvirom te institucijama upravljanja; (2) usmjerena nekom cilju: konkretna svrha je precizirana, npr. postići pogotke, pobijediti u natjecanju, povećati prosjek i sl., pa su pobjednici i gubitnici jasno odredivi; (3) kompetitivna: suparnici se poražavaju, rekordi se nadmašuju; (4) ludična, jer stvara iskustva zaigranosti i uzbuđenja te (5) kulturno situirana, jer sve prethodne značajke jako korespondiraju sa sustavima vrijednosti i odnosima moći u društvu prakticiranja sporta. Harry Edwards (1973:55-61) naglašava da sport (1) uključuje tjelesni napor; (2) posjeduje formalnu strukturu i organizaciju; (3) traži pristajanje uz tradiciju; (4) ima ozbiljnu svrhu; (5) traži pomnu pripremu i (6) u njemu su sve uloge i pozicije eksplicitno imenovane, određene i dodijeljene. David Sansone (1988:76) sport jednostavno određuje kao ritualno trošenje ljudske energije. S obzirom na znanstvenu varijabilnost, ne iznenađuje još raznolikije poimanje sporta u društvu, a s njim je usko povezano i viđenje društvene uloge sporta te svrhe i načina rada organizacija putem kojih se on ostvaruje, u ponajvećem broju slučajeva, sportskih klubova.

Budući da značenje sporta i klubova nije homogeno, očekivano je da na svim društvenim razinama postoje sporovi koji se, između ostaloga, očituju kroz društvene borbe aktera da odrede njihovo značenje i da nad njima ostvare kontrolu. S obzirom na fokus ovoga rada, razmatranje prijepora oko značenja klubova i sporta suziti će se na razmatranje intergrupnih borbi za definiranje značenja GNK Dinama, pri čemu će istraživani akteri biti upravljačke strukture kluba s jedne, te dio njegovih članova i navijača s druge strane.

Kao i u drugim kulturnim praksama, i u sportu je jasan interes aktera društvenog života da je on uređen i kontroliran u skladu s određenim

interesima, kulturnim identitetima i svjetonazorima, obično onima koji su društveno bliski moćnima. Zbog postojećih razlika u društvima koje se tiču gledišta na kulturne fenomene, jasno je da dolazi do sporenja i konflikata vezanih za sport. Primjerice, marksistički će inspirirani društveni akteri ili znanstvenici naglasiti eksploatiranost sportaša i manipulaciju gledateljima u suvremenom sportu; oni usmjereni individui istaknut će osobne emocije i samoaktualizaciju kao moguće razloge za bavljenje sportom; a skloni liberalizmu naglasit će slobodu prilikom izbora hoće li se ili neće pratiti neki sport te kompeticiju koja postoji između samih sportova za popularnost i publiku.

Sporenja u vezi sa sportovima i njihovim značenjima već su dugo tema društvene analize, a pristupi su im vrlo različiti. Primjerice Bourdieu (1978 i 1984) vidi, svojom terminologijom, *ukuse* za sport u direktnoj vezi s klasama i unutargrupnim borbama. Za interpretaciju zbivanja oko Dinama vrlo se primjenjivom čini misao Mertona (1938) kako, unutar nekog društvenog sustava, razdvajanja i sporenja često nastaju između kulturnih ciljeva i socijalnih struktura, a u koje on svrstava i *institucionalne načine* rada. To bi u Dinamovom slučaju, kad ga promatramo kao društveni sustav u kojem su povezani svi (društveni aspekt) kojima on nešto znači (kulturni aspekt), konkretno moglo značiti da navijači, članovi i Uprava mogu imati iste ciljeve za klub (npr. dobre rezultate, osvajanje pokala i sl.), no na raspolaganju im ne stoje ista strukturalna sredstva, tj. nemaju jednake mogućnosti. Problem koji često ističu neki Dinamovi navijači i članovi (vidjet će se to primjerice u poglavlju posvećenom inicijativi *Zajedno za Dinamo*) jest upravo taj: javna je percepcija da se donošenje odluka o klubu odvija u ograničenom i zatvorenom krugu te da su većina članova i navijača obespravljani. Kako je već klasik društvene misli Durkheim (usp. Giulianotti 2005:13) istaknuo, konflikt nastaje kad određena elita nauštrb drugih grupa ili klasa zauzme povlaštene pozicije, stoga društvenim istraživačima veći ili manji sporovi vezani za Dinamo ne mogu biti neočekivani.

Dinamov slučaj društveno je zanimljiv i zbog intragrupnoga karaktera spora. Naime, suprotstavljene strane imaju isto sredstvo kohezije, nogometni klub Dinamo, a i pojedinac spram kojeg navijači pokazuju najviše animoziteta bio je nekoć, barem prema njegovim riječima, „jedan od njih“ i s ultrasima odlazio na gostovanja. No u trenutnim su im okolnostima pozicije vrlo različite: s jedne strane imamo najutjecajnijiu osobu sportske institucije, a s druge navijače koji su osnovali nekoliko paralelnih udruga koje tu instituciju prate, no malo mogu na nju utjecati. Potrebno je ovdje istaknuti kako ni navijači u ovo postmoderno vrijeme više ne djeluju neformalno i nestrukturirano, pa je upra-

vo kroz broj udruga dobro vidljiv duh vremena. Paradoksalnost sporta, koji ima izrazitu sposobnost da istovremeno i ujedinjuje i razjedinjuje skupine, dobro je razvidna i u ovom primjeru. Dinamo zbog svoje simboličke privlačnosti stvara kolektivni identitet i ujedinjuje ljude, no s druge strane zbog različitosti simboličkih značenja koja se u njega upisuju iste te ljude razjedinjuje.

I kao što rivalitetni sustavi vjere i identiteta mogu destabilizirati opći društveni poredak, tako i rivalitetni pogledi mogu destabilizirati pojedini kulturni fenomen ili instituciju, a ako je suditi po nekim novinskim napisima, upravo bi to moglo biti ono što se sada događa s Dinamom. Treba naglasiti da sam otpor koji navijači Dinama pokazuju vrhuški kluba ne smije biti iznenađujući, jer oni su tijekom 1990-ih bili ne samo oporba upravi kluba već i možda najglasnija oporba državnoj politici, odnosno predsjedniku države, zbog tada različitih pogleda na ime svojeg kluba (Vrcan 2002).

Spor u vezi s Dinamom jasno pokazuje, toliko da je to postalo i dijelom *problema*, postojanje nedostatka *kulture sporenja*. Naime kako je upozorio Goffman (1967), ljudska komunikacija uvelike počiva na interakcijskim ritualima, kulturno pažljivo osmišljenima, kako bi se čuvala *lica* društvenih aktera, osobito u suprotstavljanjima i sukobima. Problem s Dinamom u javnoj je percepciji prikazan na način da se tamo upravlja bez oporbe, autokratski i bez čuvanja lica drugih. Zbog toga se u navijačkom odgovoru ne čuva ni lice najutjecajnijega Dinamovog dužnosnika, dapače, jedan od simbola navijačkog otpora postala je simulacija znaka zabrane sa siluetom njegovog lica.

Merton (1968) nam također daje u ovom kontekstu uporabljivu podjelu načina na koje pojedinci odgovaraju na postavljene kulturne ciljeve i postojeća institucionalna sredstva. Pet načina koje ističe su: konformizam, inovacija, ritualizam, povlačenje i pobuna. Oni koji zauzimaju strukturalne pozicije priželjkuju konformizam od onih koji se uključuju, što je i očekivano, jer to znači prihvaćanje njihovih plasiranih kulturnih ciljeva, kao i institucionalnoga okvira te sredstava koja omogućuju da se do ciljeva stigne. Ovaj je kod, primjerice, izražen u porukama koje stižu iz sportskih klubova ili medija o tome kako su navijači tu da navijaju, a ne da se brinu za druge stvari vezane za klub. No ostale strategije koje navodi Merton često su funkcionalnije za neke pojedince ili grupe, koje im se stoga i okreću. Primjerice pobuna Dinamovih navijača protiv klupske uprave za same navijače je izuzetno funkcionalna i vjeruju da donosi plodove, dok je za Upravu neprihvatljivo *devijantno* ponašanje. Tako ovdje imamo dobar primjer Mertonova uvida kako nešto disfunkcionalno i *devijantno* za strukturu

može biti funkcionalno za neke pojedince ili grupe. Kakav je pri tome odnos sportskih institucija spram šire zajednice te kako joj one služe, pitanja su koja otvara Giulianotti (2005:13), no za koja u ovoj konfliktnoj situaciji malo tko mari. Ono što nas može iznenaditi jest da se u ovoj *klasnoj* borbi *poslovnog čovjeka* i Uprave s jedne, te navijača kao urbanih *proletera* s druge strane, Dinamovi navijači mogu interpretirati kao postmoderni primjer participirajuće demokracije, a njihovi suparnici kao proizvod moderne, koji se želi utemeljiti na moći i neupitnom autoritetu.

Interpretativno je uz ovaj spor prikladan i koncept hegemonije kakav koriste kulturalni studiji. Hegemonija za njih, zasnovano na Gramscijevim (1971) postavkama, znači posebne fluidne odnose moći, metode i tehnike kojima dominantne grupe osiguravaju svoju kontrolu nad dominiranim grupama pomoću ideološkog slaganja, a ne fizičke prisile. Nadalje raspoloživim sredstvima stvaraju svijest o tome kako je (eksploatirajući) društveni poredak normalan. Domene u kojima se uspostavlja hegemonija mogu biti različite (od politike do kulture i sporta), a za njih je pogodan svaki prostor u kojem različite klase ili grupe ulaze u borbe, protivljenje, manipulaciju, kompromis, pregovore ili prilagodbu. Ideološki aparat države ili drugih centara moći, primjerice ekonomske, putem medija, politike ili obrazovanja uključuje se u *ideološki rad* i uspostavljanje hegemonije. U pogledu Dinamovog problema s navijačima dobar primjer može biti pokušaj javnoga kreiranja slike *pravog* navijača, koji se mogao čuti na MaxTv-u za vrijeme prijenosa nekih Dinamovih utakmica, ili poslije pročitati u nekim komentarima iz tiskovina, a obavezno je uključivao poznavanje novinara ili nogometnih dužnosnika kako se ponašaju *pravi navijači* (usp. D.S. 2012). Inačice toga zasigurno mogu biti i svojevjremene poruke na stadionskom semaforu o Dinamu kao najbolje vođenom klubu, izvršnom predsjedniku kao primjeru poslovnog čovjeka te huliganima koji klubu žele sve zlo.

Navijači, pa tako i Dinamovi, nam mogu biti zanimljivi i *foucauldovski* zbog toga što odbijaju biti disciplinirani i ne dozvoljavaju da im se određuje ponašanje. Zbog njih se pišu brojni propisi kako bi ih se umirilo, a sportski i javni autoriteti nastoje postati aktivni subjekti u upravljanju njihovim ponašanjem. To je razlog zbog kojeg se na nogometu *atmosfera* sve više nastoji stvoriti ciljanim glazbenim uradcima na glasnom razglasu, plesačicama tijekom prekida igre, nastupima pjevača i sl. I navijački smještaj na stadionu u stolice s naslonom, odnosno ukidanje stajaćih mjesta, pokazuje što se od njih očekuje. Teško se je ne složiti s Giulianottijem (2005:130) da su današnji stadioni arhitektonski kreirani za *flaneure*, u ovom slučaju promatrače, a ne za *chorae*, one koji će



se na njemu razigrano ponašati. Tako i ovdje imamo još jedan primjer kako se modernistički red i *racio* žele nametnuti ludičnim energijama i imaginaciji. Navijači dobivaju jasnu poruku da se njihovo uključenje u zbivanje kojemu prisustvuju očekuje kroz konzumaciju onoga što im se nudi, a ne kroz vlastitu razigranost i ekspresiju. Naravno da suvremeni navijači to teško prihvaćaju, jer niti je podčinjavanje blisko njihovoj supkulturi niti se mogu odreći prostora koji im je oduvijek važan. Naime na početku navijaštva i huliganizma sukobi na stadionu su se odvijali zbog osvajanja područja drugoga (Giulianotti 2005:130), i upravo su ovi sukobi dali povod policiji da uvede segregaciju (domaćih i gostujućih) navijača, visoke ograde uz teren i na dijelovima između tribina, kordone policije na potrebnim mjestima ili samo kao demonstraciju sile, a poslije i nove mjere: policiju u civilu, video nadzor svih dijelova stadiona, elektronički nadzor navijačke komunikacije i adekvatne baze podataka (Giulianotti i Armstrong 2002a).

Vezano za Foucaulta treba reći da se na stadionima ostvaruje i njegovo viđenje panopticisma. Izražava se primjerice kroz principe particije i vertikalnosti ustrojstva stadionskog prostora (sve je podijeljeno na sektore i podsektore međusobno odvojene praznim prostorima, a privilegirani su dobili najbolji pogled) te redove pojedinačnih numeriranih sjedala – čega je rezultat atomizirana i amorfna sportska publika razdijeljena u partikularne jedinice u koje se po potrebi može lako intervenirati i koje nadziru redari, policija i kamere. Za razliku od nogometnih početaka, danas gotovo nema stadiona bez sjedala, a ona su sama, osim što su pokazatelj navijačima kakva se pozicija tijela od njih očekuje, zbog ograničavanja prostora i pokreta i stvarna fizička prepreka ekspresivnom ili agresivnom ponašanju. Koliko nogometni navijači mogu biti kvalitetno interpretirani Foucaultovim konceptima može posvjedočiti gotovo svaki navijač koji se tijekom utakmice u afektu ustane i na različite načine tjelesno izražava – velika je vjerojatnost da će ga brzo netko u blizini upozoriti da sjedne jer ometa pogled. Tako je i samonadzor, o kojemu je uz navedene ideje također pisao Foucault, ostvaren na stadionu.

Već je spomenuto da je nasilje na stadionima postojalo od kad ih je intenzivno počela posjećivati publika. U knjizi *The Roots of Football Hooliganism* (Dunning 1988) tvrdi se da je do Prvog svjetskog rata nasilje među publikom bilo stalno prisutni dio utakmica, no većinom se radilo o ekspresivnom nasilju i posljedici zbivanja na terenu, pa su se često, osim napada na druge navijače, odvijali napadi (ili prijetnje) na nogometne dužnosnike ili igrače. Ovi su incidenti istraživačima *potvrdili* relativno malu emocionalnu suzdržanost navijačke mase, tada uglavnom regrutirane u radničkoj klasi, i njezinu relativnu toleranciju otvo-

rene agresije i nasilja. Nakon 1945. godine nogometne mase su mirnije i civiliziranije, što prema nekim istraživačima traje do otprilike 1960. godine (Dunning 1988:126-128), a promjena se pripisuje tome što su se među navijačima u većoj mjeri pojavili pojedinci koji su još bili iz radničke klase, no na putu prema srednjoj klasi sa stečenim većim društvenim respektom i zaradom. Kao razlog se navodi i tadašnja opća demokratizacija rada i politike. Bilo bi izvrsno kad bismo usporedive povijesno-sociološke radove imali za Zagreb i Dinamo, odnosno klubove popularne prije Drugog svjetskog rata, osobito Građanski i HAŠK. To što ih još nema otežava usporedivost ovog engleskog materijala, no kako je on pretežno zasnovan na podacima iz arhiva nogometnog saveza te novinskim podacima, postoji mogućnost da se i za Hrvatsku na temelju komplementarnih izvora naprave usporediva istraživanja i radovi.

Ove i druge Dunningove ideje potrebno je promatrati uz Eliasovu misao o procesu civiliziranja kojemu je izloženo društvo na Zapadu. Civilizirajući proces izražava se kroz povijesni razvoj *lijepog ponašanja*, koje se najviše promatra kroz kontrolu tijela i ponašanja te društveno etiketiranje, a na makro razini kroz povezano djelovanje društvenih institucija i struktura. Proces civiliziranja osobito se razvio s formiranjem parlamentarne države, monetarizacijom ekonomije te racionalizacijom cjelokupnog života (usp. Elias 1982). I nogometne huligane, smatra Dunning (1988), možemo promatrati kao jedan izraz decivilizirajućeg tijeka, koji nastaje zbog širenja društvenih nejednakosti i podjela. Nogometni navijači ovdje su promatrani kao znatna društvena manjina, na različite načine društveno subordinarna, pa i isključena. Huliganizam je najradikalniji izraz te manjine, a društvo će ga se riješiti kad ukloni postojeće nejednakosti (Dunning 1998:243-245). Vrlo se poticajnim čine ove Dunningove misli za interpretaciju zbivanja oko Dinama, upućujući na potrebu njihovog društvenog kontekstualiziranja. Već je spomenuto da navijači s društvenim promjenama i demokratizacijom rada i politike (u Hrvatskoj se to zbilo s neovisnošću i krajem socijalističkoga društvenog uređenja 1990. g.) očekuju i drukčiju razinu komunikacije u nogometnim klubovima te implementiranje demokratskijega procesa njihovog funkcioniranja. S obzirom na takav društveni kontekst i društvena očekivanja, nije neobično da su u Hrvatskoj od 1990-ih do danas navijači isključeni iz procesa donošenja odluka u klubu te je time stvoren posljedični osjećaj nejednakosti, uz percepciju o postojanju zatvorene elite koja posjeduje svu moć u Dinamu i agresivno sprječava pristup do nje, a tako i uzrokuje *decivilizirajuće* ponašanje navijača poput verbalnih konflikata i fizičkih sukoba. Više bi se trebali čuditi onima koji se tome čude, nego što se to zbiva.

Pri razmatranju sporta kao društvene djelatnosti, sporova koji uz njega nastaju te borbe i nastojanja da ga se kontrolira, autoru se iznimno uporabljiva čini sociologija Pierrea Bourdieua te mnogi njezini koncepti, primjerice oni o kapitalu i habitusu, pa će ih se pokušati koncizno predstaviti. Kapital, kako ga Bourdieu (1986) shvaća, postoji u različitim količinama i vrstama. Ekonomski kapital vezan je za materijalno bogatstvo, kulturni uz kulturne resurse, društveni uz društvene mreže, simbolički uz počasti, prestiž i sl. U ovom će nas radu najviše zanimati kulturni kapital, s obzirom na to da je sport njegov izraz, i to u suvremenom dobu prilično značajan, kako svjedoči i samo za njega izdvojeni prostor u tiskanim i elektroničkim medijima. Sljedeći je važan koncept polje. Ono je za Bourdieua sastavljeno od „seta objektivnih, povijesnih odnosa između pozicija učvršćenih u određenom obliku moći (ili kapitala)“ (Bourdieu i Wacquant 1992:16). Jedno polje, ovako određeno, može biti hrvatski sport, ili još uže shvaćeno GNK *Dinamo*. Sljedeći za raspravu bitan Bourdieuov termin je habitus. On ga promatra kao formu subjektivnosti, ali socijaliziranu, primjerice „ja“ sa svojim sklonostima i predispozicijama za neke čine. No za Bourdieua je izrazito važno naglasiti da su i ove *subjektivne* manifestacije zapravo nastale socijalizacijom ili, kako antropolozi više vole kazati, inkulturacijom. Dok je habitus viđen kao forma subjektivnosti, polje je objektivni konstrukt konstituiran kroz odnose među društvenim akterima koji propituju i spore. Habitus i polje su za Bourdieua (2000:151-153) u nekoj formi stalne igre. U pogledu teme ovoga rada *Dinamo* može biti shvaćen kao polje, a donedavni izvršni predsjednik Zdravko Mamić i navijači kao akteri, čije su djelovanje i habitus uvjetovani društvenim iskustvom i socijalizacijskim procesima. Pojmovi su, razvidno, međuo-visni. Habitus neke osobe, kombiniran s njezinim kapitalom i pridodan njezinoj poziciji u polju, određuje, smatra Bourdieu, njezine kulturne prakse. Bourdieu čak daje i generativnu formulu: (habitus x kapital) + polje = praksa (usp. Giulianotti 2005:157). Bitna je karakteristika polja da posjeduje posebnu *doxu* i tvori *zdravi razum* ili prešutno prihvaćene ideale, odnosno „sve što ide bez govorenja“, toliko je dakle *samo-razumljivo* da ga nije potrebno niti izreći (usp. Bourdieu 1993:51). Primjerice, *naravno* da će se lopta vratiti momčadi koja ju je posjedovala nakon što ju je ona izbacila kako bi se pomoglo igraču protivničke momčadi, *naravno* da je sudačka pogreška za Fifu dio igre, *naravno* da UEFA nema ništa s time što posljednji klub engleske Premijer lige može platiti igrača više nego vodeći klub belgijske, austrijske ili hrvatske, ili *naravno* da za Dinamove skupštinare ništa nije sporno u klupskim financijama, čak ni nakon podizanja optužnice Državnoga odvjetništva u vezi s financijskim poslovanjem kluba. Doksa je toliko prihvaćena

da neka skupina uopće nema svijest da bi ju mogla propitivati. Polje se prema Bourdieu (2000:151-153) može shvatiti i kao *igra* u kojoj društveni akteri zauzimaju pozicije za igru u skladu sa svojim različitim habitusima (uvelike određenim njihovim različitim vrstama *osjećaja* za igru) i različitim kapitalnim poticajima povezanim sa zahtjevima igre (u SAD-u će se različiti kulturni kapital iskazati kroz interes za golf i američki nogomet, u postsocijalističkoj Hrvatskoj, zasad, nema toliko izražene diferencijacije u pogledu sporta). Treba ipak naglasiti da nikakvoga determinizma nema i da *zauzimanje pozicija* tijekom igre nije i ne može biti potpuno predvidljivo. U pogledu igričnosti ponovno treba istaknuti da za Bourdieua (2000:153) nema igre bez igračkog (tjelesnog, unutrašnjeg) posvećenja igri i bez interesa za nju kao takvu. Karakteristika je igre da je ona izvor različitih, pa i opozitnih, interesa igrača, respiratelj ambicije i volje koje igrače pokreću, no koje uvijek, baš zbog toga što su proizvedene igrom, uvelike ovise o poziciji koju unutar nje zauzimaju. Ulaz u igru dubok je kulturni čin, da bi netko postao njezinim *igračem* mora steći praktično razumijevanje same igre, ali i njezine povijesti. Pravog znalca teško ćete prevariti da se razumijete u nogomet, a pravoga navijača još teže da ste navijač, ultrasa osobito. Upravo dugotrajno postojanje *igre*, te sadašnje i prethodno igračko (ali i gledateljsko) ulaganje u učenje i stjecanje razlike unutar igre, osiguravaju da je njezina destrukcija za društvo i igrače *nezamisliva*. Može li primjerice itko zamisliti da se u Hrvatskoj nekom odredbom ukine nogomet, ili u Zagrebu Dinamo, a u Dalmaciji Hajduk? Čak i sama naznaka moguće privatizacije Hajduka i njegovog političkog prepuštanja tržištu izazvala je političku buru u Splitu, navijačke proteste i, logično, uzmicanje političkih struktura. Također za Bourdieua svaka igra ima svoje interese, svoju krajnju svrhu i uloge koje označavaju razliku između igrača, a pokušaj drugih da uđu u polje obično se sprječava, jer se čuvaju vlastite pozicije. Sve je i te kako prisutno u Dinamovom slučaju, a kroz zatvorenost i selektivnost pristupa klupskim reprezentativnim i izvršnim tijelima, osobito se, kako se čini, čuvaju pozicije. Bourdieu sport smatra jednom od *igara*, no relativno autonomnom spram drugih igara, kako pokazuje i njegova specifična povijest, koja, iako jest pod utjecajem događaja ekonomske i društvene povijesti, ima vlastiti tempo, evolucijske zakone, krize i dr. (Bourdieu 1993:118). Iz predstavljenoga bi trebalo biti razvidno koliko je Bourdieuov model *igra/polje* primjenjiv na sport općenito i tenzije uz njega partikularno, te kako može dobro poslužiti za objašnjenje dijela ponašanja njegovih *igrača*. Oni su različiti i imaju različite mješavine kapitala pomoću kojeg nastoje osigurati ili unaprijediti svoje pozicije. Da bismo razumjeli njihove strategije tijekom igre ili sporenja, trebali

bismo, smatra Bourdieu (usp. 1984 i 1986), ispitati stvarni volumen kapitala koji posjeduju i što se s tim kapitalom zbivalo kroz vrijeme, kako se mijenjao (ili, dodao bih kao važno u hrvatskom kontekstu, stjecao). U mnogim slučajevima, vjerujem i Dinamovom, zanimljive nam mogu biti različite taktike igrača da zaštite i povećaju svoj kapital. Oni, kako kaže Bourdieu (usp. 1992:99), mogu igrati s *džokerima*, biti vrlo radikalni u igri, pa i izmijeniti njezina pravila kako im odgovara. Onima koji redovito prate hrvatske novine mnoge klupske strategije mogu sada postati razvidnije.

U vezi s prethodno spomenutom zatvorenošću elite, odnosno čuvanja pozicija i prestižnih mjesta, treba spomenuti da klasna distinkcija, prema Bourdieu (1993:127), donosi i socijalno-spacijalnu dimenziju pa ekskluzivni društveni prostori stječu *efekt kluba*, a takvi sportski klubovi ograničavaju članstvo onima s višom razinom kapitala: ekonomskim, društvenim, kulturnim ili simboličkim. Fizička ili simbolička distanca izrazito dijeli ljude bez kapitala od rijetkih socijalnih dobara, usmjeravajući ih da nastanjuju specifični lokalitet (Ibid.). Vezano za ovo zanimljiva je i koncepcija *simboličkog nasilja*, koja podržava hendikepe koje imaju društvene grupe s manje kapitala u određenom polju. Simboličko nasilje definira se kao oblik društvene štete „napravljene društvenom akteru s njegovim suučesništvom“ (Bourdieu i Wacquant 1992:167), a bitan mu je vid izražavanja socijalna ekskluzija specifičnih populacija iz (sportske) participacije. Tako se neke želi uvjeriti da ne pripadaju pojedinom sportu kao aktivni sudionici ili upravljači, pri čemu se fizičko nasilje pokazuje ograničenije u doseg i odbojnije, ako se mogu koristiti psihološki i kulturni resursi za umanjenje ljudskog potencijala. Za autora ovog rada, jednim se od glavnih problema u zbivanjima vezanim za Dinamo pokazuje upravo strukturno nasilje, na koje se prije ili kasnije odgovara cijelim setom manjih i većih svakodnevnih čina nasilja (Bourdieu 1998:40).



## 5. „Kad nepravda postane zakon, otpor postaje dužnost“

Današnji nogometni navijači u prilično su lošoj strukturalnoj poziciji, jer kako klubovi sve više postaju privatiziranima tako rastu i očekivanja o zaradi njihovih vlasnika. Iako se klubovi u oblicima zarade razlikuju, pa primjerice oni sa zapada Europe velik dio zarade ostvaruju na televizijskim pravima i prodaji proizvoda s klupskim amblemom, a oni s istoka Europe na prodaji igrača, karakteristika je jednih i drugih da im lokalni navijači dohodovno postaju sve manje važnima te shodno tome imaju sve manje utjecaja na klupsku politiku. Vlasnici si posljedično dopuštaju izmještanja klubova u druge gradove, promjene imena klubova ili stadiona, izmjene boje dresova i ostale slične stvari koje im omogućuje njihovo apsolutno vlasništvo nad klubovima, nekada čvrsto ukorijenjenima u lokalnu zajednicu. U klubu koji je formalno dioničko društvo obični navijač, s dionicama ili bez njih, nema velike pravne i političke mogućnosti, stoga se ne može čuti njegov glas, iako možda svoj klub voli više od njegova vlasnika s drugoga kraja svijeta. Upravo ova sve lošija strukturalna pozicija navijača u suvremenom nogometu izazvala je njihove reakcije te otvoreni politički i društveni angažman, a ubrzo se iz ostatka Europe prelila i u Hrvatsku.

Dinamovi navijači ne skrivaju činjenicu da je loša strukturalna pozicija veliki uzrok njihova nezadovoljstva i borbe protiv Dinamove uprave i njegove najmoćnije osobe. Inicijative poput *Zajedno za Dinamo* i *Za naš Dinamo*, ili navijačke udruge poput Kluba navijača Dinama *Bad Blue Boys* iz Ilice te Udruge navijača Dinama iz Draškovićeve ulice, u javnim istupima kao bitan razlog svojeg nezadovoljstva i protestnog djelovanja naglašavaju upravo marginaliziranje navijača i nedemokratsko uzurpiranje svih upravljačkih ovlasti od trenutne klupske uprave, dakle lošu navijačku strukturalnu poziciju i činjenicu da ih kao navijače klupska uprava negativno tretira. Navijačko djelovanje detaljnije će biti predstavljeno u studijama slučaja koje slijede, a u ovom se poglavlju

želi dati okvir za tumačenje društvene nepravde ili anomalije kao objašnjenja jednog dijela navijačkog ponašanja.

Na društvenu opasnost anomalije upozorio je već Durkheim, govoreći kako je njezin rast velika patologija industrijskoga društva te kako je ljudski osjećaj bezvlađa, nepostojanja normi i oslabljene moralne regulacije vrlo negativan za društvo te njegovo funkcioniranje i održanje (Durkheim 1964). To, logično, umanjuje i kolektivnu svijest skupine, a kad se u njoj pojavljuju različitosti olakšan je put za kriminal i konflikt klasa ili aktera, u Dinamovom slučaju navijača i Uprave.

Problem za Dinamovu upravu trebalo bi biti njezino, i ne samo navijačko, percipiranje kao nemoralne, sa širokim rasponom moralnoga zamjeranja: kako zbog suspendiranja demokracije putem uskraćivanja prava članovima kluba, tako i zbog mogućnosti da se klub koristi kao sredstvo privatnog bogaćenja. Navijačko viđenje klupske uprave kao nemoralne, nelegitimne, pa i nelegalne osobito uzrokuju životopis, odnosno navijačka i sportskodužnosnička karijera, no još više leksik i ponašanje donedavnog izvršnog predsjednika, a trenutnog savjetnika kluba. Potvrđuju to i neka iskustva navijača koja se navode kasnije u radu, pa se čini da percipirana anomalija u udruzi građana GNK *Dinamo*, te u pravnim i političkim institucijama koje bi se trebale baviti njome, jest dio uzroka protestnog pa i radikalnog navijačkog ponašanja. Takvoj javnoj i navijačkoj percepciji doprinijela je sigurno i klupska uprava, odnosno neki njezini utjecajni članovi. Naime ako prihvatimo Goffmanovu ideju (1959) da se društveni život uvelike odvija predstavljanjem aktera na sceni, te da akteri teže, radi vlastitih interesa, prezentirati sliku o sebi koja je uvjerljiva za publiku, onda se, s obzirom na samo medijske napise, možemo upitati koliko su Dinamo i njegovi predstavnici uspješni, Goffmanovom terminologijom, u *upravljanju impresijom* javnosti o svojoj *ulozi* i *izvedbi*. Vrijedi istaknuti da u ovoj teoriji društvenog života naše greške u predstavljanju ili primanje informacija u publici koje nas diskreditiraju znače da je naša izvedba u opasnosti, a time i naš društveni status. Dakle svi akteri društvenog života trebali bi skrbiti o tome kako ih drugi vide, jer se greške plaćaju društvenim ugledom i statusom.

Dio razloga za osjećaj alijenacije Dinamovih navijača, a uz nju vezano i anomalije u klubu i uz njega, mogao bi se nalaziti i u različitim načinima viđenja svrhe i smisla nogometnog kluba. Za navijače je on, između ostalog, izvor užitka u nogometnoj igri, referenca vlastitog identiteta te simbol grada, a u nekim slučajevima i regije i nacije, dok je za klupsku upravu on znatnim dijelom posao. Uprava mu pristupa racionalizirano u Weberovom smislu, a u takvom pristupu, poznato je,



ni kulturna ni simbolička devastacija nisu problem, kao ni isključenje nekih društvenih grupa, primjerice siromašnih ili mladih. U ovakvom se načinu funkcioniranja nogometni klub uvelike reducira na ekonomski subjekt pa posljedično financijska zarada postaje važnijom od rezultat-skih uspjeha. Jedan primjer potvrde toga u Dinamovom slučaju mogu biti protesti navijača zbog prodaje najboljih igrača pred početak nove sezone, čime se sigurno ugrožava klupski rezultat, te odgovori Uprave kako su na to prisiljeni radi ekonomske koristi, čak i kada se prije toga hvale izvrsnom financijskom situacijom. Navijači, koji klub ne doživljavaju kao mjesto zarade, već štoviše gubitka, zbog primjerice troškova za ulaznice, klupsku opremu, putovanja na gostujuće utakmice itd., teško prihvaćaju ovakvo postavljanje stvari, a nemoćni da ih promijene, i to u nečemu čega su deklarativno bitni dio, shvatljivo razvijaju doživljaj anomalije, koja se prilično veže uz racionalizacijske procese i osjećaj otuđenja. Mogući su različiti navijački odgovori na ovu situaciju, a neki su već spomenuti u Mertonovoj klasifikaciji. S obzirom na javne istupe Dinamovih navijača vidljivo je da ne pristaju da se njihov identitet *navijača* svede na još jednu ulogu u industriji moderne zabave, gdje će kao potrošači morati samo konzumirati, i to predvidljivu igru, dosadne utakmice i standardizirani, gotovo do razine McDonaldsovih proizvoda, nogomet.

Značajan problem u hrvatskome kontekstu (potvrdit će se to osobito u poglavlju *Zajedno za Dinamo*) čini se navijačka percepcija šireg sustava, npr. političkog i pravosudnog, kao onog koji podržava, bilo činjenjem bilo nečinjenjem, postojeće strukturalno stanje u nogometu, pa tako i društvenu alijenaciju jednog dijela stanovništva. Upravo u pogledu strukturalnih odnosa i njihovih doprinosa alijenaciji i otuđenju, dobre uvide mogu nam ponuditi neomarksističke ideje (usp. Hoch 1972 i Rigauer 1981). Naime ovakvim društvenim djelovanjem potiče se predodžba o državnom štíćenju onih koji imaju kapital. Tome na ruku ide i percipirana društvena asistencija, odnosno prilagodba propisa i zakona tako da odgovaraju pojedinim sportskim savezima, klubovima ili dužnosnicima. U pogledu Dinama dobar primjer može biti transformacija kluba iz dioničkoga društva u udrugu građana, kako se javno navodi nejasna i pojedinim sucima koji još uz nju obrađuju sudske predmete (usp. Smolčić 2009 i Raić Knežević 2015). S obzirom na takav društveni kontekst, ne čudi i selektivno ponašanje saveza, primjerice nogometnog, u pojedinim slučajevima, kao što je bilo prilikom pokušaja poništavanja ugovora za Dinamovog igrača Murića (usp. Nogometplus.net 2014). Posebna tema vezana za ovo može biti medijska prezentacija svih percipiranih slučajeva, osobito u medijima koje kontroliraju poduzetnici bliski vlasnicima sportskih kolektiva.


Iako se navijačka borba dijelom može promatrati kao društvena, barem nekih navijačkih inicijativa i skupina, upitno je njezino upisivanje u djelovanje svih navijača. Mnogo se univerzalnijom, što je potvrdilo i terensko istraživanje za ovu knjigu, pokazala borba da se gledatelji ne pretvore u potrošače. Kako navodi Rigauer (usp. 1981:68-69) sustav u kojemu dominira kapital sportaša želi pretvoriti u proizvođača, a gledatelja u potrošača. Istu ideju izražava i Aronowitz (1973:410-411) tvrdnjom da u modernom kapitalizmu gledateljski sportovi zadržavaju otuđujući karakter rada te pri tome upozorava na načine na koje se kreira aura sudjelovanja za promatrača. Danas je to izrazito očito u paradoksalnom istovremenom gubljenju navijačkih prava na djelovanje u klubu te sveprisutnoga medijskoga diskursa o tome kako su oni smisao i razlog igre. To je primjerice očito u izjavi tada Ufeina predsjednika Michella Platiniya o tome kako su „navijači žila kucavica profesionalnog nogometa“ (usp. <http://www.uefa.org/stakeholders/supporters/>). Dobro bi bilo, primjerice kvalitativnim istraživanjima koja bi omogućila da se direktno čuje glas navijača, razmotriti koliko je uistinu tako, te provjeriti današnju dostupnost nogometa kroz cijene ulaznica, pristupačnost na televiziji, ali i dopuštene aktivnosti na stadionima. Već je rečeno da stadioni organizacijom prostora i gradnjom sve više pokazuju da su na njima poželjni gledatelji, a ne navijači, dakle konzumenti, a ne aktivisti.

Distinkcija koja je uvedena u Dinamu, prema kojoj samo neki mogu biti ne samo članovi Uprave i dužnosnici nego i članovi Skupštine, pokazuje jasnu socijalno-spacijalnu dimenziju. Neka mjesta u klubu oblikovana su kao ekskluzivni društveni prostori i tako se izražava *efekt zatvorenog kluba*, a svi takvi sportski klubovi ograničavaju članstvo onima s višim nivoom kapitala – kakav im je već prioritetan: ekonomski, društveni, kulturni ili simbolički. Fizička ili simbolička distanca i u Dinamu dijeli ljude bez kapitala od rijetkih socijalnih dobara, ovdje najčešće upravljačkih, usmjeravajući isključene da nastanjuju specifični lokalitet (usp. Bourdieu 1993:127). Uz uporabu simboličkog nasilja, koje u jednom vidu za Bourdieua znači socijalnu ekskluziju specifičnih populacija iz sportske participacije, bila ona upravljačka ili natjecateljska, a koja se u Dinamu događa većem dijelu članova i navijača, jasan je osjećaj nezadovoljstva isključenih. Kako dobar dio njih ovakvu situaciju percipira kao strukturalno nasilje, ne čude navijački odgovori kroz cijele setove manjih i većih svakodnevnih činova nasilja (usp. Bourdieu 1998:40). Pri tome je uočena i tendencija Uprave, odnosno dominantnih skupina, da se izvlašteni predstave kao nemoralni, degenerirani i nevrijedni političkog utjecaja (Giulianotti 2005:166). Aktualnim se tako danas, s razlikama u povijesnim okolnostima i značenju klase, čine

Taylorove misli kako je komercijalizacija sporta koji doživljavaju „svojim“ otuđila navijače (radničke klase), a posebno mlade supkulturne grupe koje se na utakmicama redovito okupljaju. Pri tome bi njihovo povećano nasilje za Taylora bilo upravo simptom otuđenja te iskaz *otpora* nogometnoj komodifikaciji (usp. Giulianotti 2007:41).



## 6. Dinamo, sport i izrazi otpora

 već je spomenuto kako sport kao danas posebno važan medij izražavanja popularne kulture postaje i mjestom borbe na različite načine subordiniranih društvenih grupa. Ideja je to koju su posebno razvili kulturalni studiji (usp. pregled u Giulianotti 2005:53-56), a u ovom će se poglavlju pokušati razmotriti koliko se dio aktivnosti Dinamovih navijača može promatrati dijelom borbe subordiniranih u nekom društvu ili skupini, pa tako i njihove prakse interpretirati kao vidovi izraza otpora.

Da je dio aktivnosti Dinamovih navijača vezan uz borbu protiv trenutne klupske uprave i posebno njezinog najutjecajnijeg savjetnika, poznato je i onom stanovniku Hrvatske koji je malo zainteresiran za nogomet. S nekim fizičkim ili verbalnim očitovanjima te borbe lako se je upoznati kroz tiskane ili audiovizualne medije, ali i u svakodnevnom okruženju kroz vizualne poruke, najčešće grafite ili slike s precrtanom siluetom bivšeg Dinamovog izvršnog predsjednika, a danas savjetnika. Javnosti su osobito upečatljivi najagresivniji oblici ove borbe, nasilni čini spram osoba ili imovine, koji su redovito popraćeni zgražanjem i osudom, što jest logično i očekivano zbog društveno neprihvatljivog ponašanja, no ono što u gotovo svim medijskim predstavljajima nedostaje je prezentacija navijačke strane priče, odnosno upoznavanje s njihovim razlozima za ovakve postupke. To se čini važnim i jer su u sličnim inozemnim istraživanjima dobiveni odgovori ispunjeni kulturnim značenjima, koji nisu pokazali da se ovo nasilje prakticira radi nasilja samoga, već da ima razloge u kulturno postavljenim vrijednostima ili ciljevima (Giulianotti 1994). Dakle pokušaj je opravdanja svih, pa i nasilnih, čina kulturni. Osobito se interpretativno blisko, poradi nekih navijačkih poruka, čini razmotriti koliko se u Dinamovom slučaju navijačka agresija pojavljuje i kao izraz nemogućnosti djelovanja putem uspostavljenih klupskih i drugih struktura.

Do neke se mjere povećanje agresivnosti navijačkog ponašanja čini i predvidivim, osobito spram klupske uprave. Navijači su uz klub snažno

emotivno vezani i to jasno pokazuju, a s Upravom, u najvećoj mjeri, dijele i iste ciljeve (npr. prosperitet kluba i osvajanje pokala). No, kako je već istaknuto, ograničen im je pristup strukturalnim sredstvima za ostvarivanje željenih ciljeva pa nemaju jednaku mogućnost djelovanja. Kako percepcija obespravljenosti, koju mnogi Dinamovi navijači ističu kao bitnu značajku svojeg statusa, povećava spremnost na radikalno, agresivno i nasilno djelovanje (usp. Giulianotti 2005:9), tako njihovo društveno devijantno ponašanje ne bi trebalo biti neočekivano. Sama neinkorporiranost u strukture kao jedan od izvora društveno nepoželjnog navijačkog ponašanja sociološki je razmatrana primjerice kod Clarkea i Critchera (1985:228) koji antropolozima daju zanimljiv doprinos temi uvođenjem pitanja kulture, pritom naglašavajući da navijačke aktivnosti možemo vidjeti kao kulturnu borbu i kontinuirani proces.

Dinamovi su se navijači, u sklopu već spomenutih Mertonovih (1986) pet načina na koje pojedinci odgovaraju na razliku između kulturnih ciljeva i institucionalnih sredstava, neosporno odlučili za pobunu. Unatoč želji struktura da se konformiraju, očitaj kroz djelovanje medijskim i političkim kanalima, navijači su, u skladu sa svojim supkulturnim temeljima, izabrali otpor. [Zanimljiv primjer navijačkog pogleda na vlastito medijsko demoniziranje daje Goran Antonijević u članku *Navijači, huligani, prosvjednici i teroristi, bolja Hrvatska i nogometna Hrvatska* (Antonijević 2016), a ogledni primjer negativnoga članka spram navijača i poziva na radikalne mjere prema njima može biti uradak *Navijački teror zavladao maksimirskim klubom. Dinamov smrtni strah od huligana* Deana Sinovčića (Sinovčić 2002)]. I iz naracija samih aktera u ovom radu razvidno je zašto oni devijantno ponašanje vide funkcionalnim, ali i kako ga opravdavaju suženjem izbora djelovanja.

Važno je uočiti da razlozi otpora Dinamovih navijača, kao i mnogih u Europi, mogu biti različiti, a jedan koji se učestalo ističe je odupiranje pretvaranju u potrošače. Naime i u hrvatskom medijskom prostoru, primjerice kroz televizijske reklame, izjave političara ili klupskih dužnosnika, može se uočiti ono što Althusser (1971:174) naziva konceptom ideološke interpelacije pomoću kojega se propagira određena vrsta subjekata i njihov identitet. U pogledu navijača čini se razvidnim da se propagira tip navijača-konzumenta, a ne navijača koji je aktivno angažiran u kreiranju sportske politike, bilo na manjoj, klupskoj razini, bilo na razini nacionalnih saveza ili državne politike. Upravo iznimnost svojeg djelovanja kao kluba angažiranih navijača, koji nisu „samo pasiv[ni] konzument[i]“ (Futsal-Dinamo 2016), ističu u Futsal Dinamu, klubu koji su onovali navijači GNK Dinama prema modelu u kojemu su članovi i vlasnici kluba. I ovo nam pokazuje višeznačnost izražavanja otpora nogometnih navijača te kompleksnost interpretiranja ove poja-

ve i njezinih uzroka, a u vezi s Dinamovim navijačima potvrđuje kako se dio njihovog otpora može promatrati i kao oponiranje navedenim ideološkim interpelacijama.

Zanimljive su pri tome strategije koje navijači koriste za svoju borbu kroz dane im resurse, osobito one s drugačijom prvotnom svrhom. Poznato je kroz povijest sporta kako su navijači znali iskoristiti pojedine pojave, ili čak cijeli sport, za otpor onim idejama koje im se žele nametati. Primjer koji se za to često ističe je kriket (usp. Giulianotti 2005:51). Njegovo su širenje svijetom Britanci zamislili kao širenje svoje kulture i kroz to, između ostalog, vlastite superiornosti, društvene podijeljenosti i discipliniranja podređenih skupina i nacija. Međutim upravo je kriket u kolonijama rado korišten kako bi se dominantne vrijednosti Britanskog imperija dovele u pitanje, kao prigoda da se ismiju autoriteti i uglednici te da se ponaša raskalašenije nego inače. Osobito je aspekt otpora dolazio do izražaja nakon što bi se pobijedili *Englezi*, bilo reprezentacija, bilo skupina s kojom su ih *domoroci* identificirali, kada su svečanosti i proslave bile naročito izražene.

Subverzije kojima podvrgnuti koriste resurse dominantnih za vlastite svrhe prisutne su i kod Dinamovih navijača te se očituju primjerice kroz čine preuzimanja besplatnih ulaznica iz tiskovina u vlasništvu osobe koja je dio struktura GNK Dinama te potom njihova korištenja da se na stadionu izražava otpor klupskoj politici i vodstvu. Vrlo smo ovdje bliski koncepciji De Certeauove perike (*la perruque*) (1984), u koju ulaze mnogi načini na koje navijači koriste dominantne resurse za svoju stvar. Uz uzimanje besplatnih ulaznica da bi se potom odupiralo moćniku, ovdje je prisutno i zaposjedanje boljih sjedala od plaćenih, pomaganje kolegama, tj. drugim navijačima da uđu na stadion kad ne bi smjeli, prekrivanje reklama svojim transparentima i slično. Sve ove prakse, kao i one kojima se bojkotiraju utakmice i klupski proizvodi, odnosno druge aktivnosti koje Klub provodi, mogu se promatrati kao načini pokazivanja otpora. Ovakvo se navijačko ponašanje potpuno uklapa u De Certeauovo (1984) viđenje svakodnevnih praksi kojima društveni akteri svojim „načinom korištenja proizvoda“ pokazuju nedisciplinu i otpor, zbog čega se ove prakse mogu promatrati i vidom političkog djelovanja.

Nije neobično da se, s obzirom na supkulturne postavke, kako u verbalnim izrazima tako i u praksi Dinamovih navijača može uočiti namjerno izazivanje elita, dominantnih u klubu i/ili društvu. Pokazuju to, između ostaloga, natpisi tijekom utakmica poput sljedećih: „Unatoč svemu još uvijek trajemo, na koljena pred nikog nećemo“; „Sloboda navijačima“; „Muku muče da nas spriječe, spriječiti nas nitko neće“;

„Da li je jedino 'šačici' huligana stalo do sudbine Dinama??"; „Represija nikad jača, upornost nikad veća"; „Opet smo na prvoj crti, za Dinamo borit ćemo se do smrti", itd. Navijački poklici su također važan izvor kritike i provokacije, kao i pjesme. Sljedeće nam mogu biti primjer kritike i izazivanja klupskih i represivnih institucija:

VEĆ DUGO PANDURI, UPRAVA NAS MRZE,  
SAMO ZATO JER VOLIMO, ZAGREB I DINAMO,  
MI SMO BAD BLUE BOYSI, ČUVARI ZAGREBAČKE ČASTI,  
KATOLIČKE CRKVE I HRVATSKE!

\*\*

ROĐEN SAM NA SJEVERU,  
SLUŠAJTE ME SVI,  
VOLIM TEBE DINAMO,  
ŽIVOT SI MI TI!  
TUČE NAS POLICIJA,  
K'O ŠUGAVE PSE,  
AL' ZA TEBE DINAMO,  
PRETRPIT ĆU SVE!  
TUČEMO POLICIJU,  
K'O ŠUGAVE PSE,  
AL' ZA TEBE DINAMO,  
POBIT ĆU IH SVE!

Svi ovi primjeri pokazuju kreativne načine na koje supkulturne prakse postaju izraz otpora subordiniranih te njihova izazivanja dominantnih (usp. Jamison 1996:38). Posebno izražen oblik otpora Dinamovih navijača bio je bojkot utakmica svojeg kluba, koji je, iako s različitim intenzitetom i unutargrupnim razlikama, ipak u osnovi postojao godinama (bojkot je, uz različite oblike i stadije, postojao od 2010. do 2016. godine). I ovaj oblik navijačkog otpora ima usporedive oblike drugdje u svijetu, a jedan od najpoznatijih primjera ovakve vrste navijačkoga otpora je bojkotiranje stadiona u Čileu za vladavine Pinočea (usp. Arbena 1986:92).

Iako je dio njegovih ideja kasnije odbačen, čini se da se u ponašanju Dinamovih navijača mogu uočiti primjeri koji potvrđuju tvrdnje Iana Taylora (1969, 1970, 1971) kako nogometni huliganizam iskazuje neartikulirani otpor mladih prema pokušaju vlasnika klubova da komercijaliziraju sport i privuku drugi tip gledatelja, one imućnije i spremnije gledati sport kao zabavu, a ne pojavu uz koju grade svoju (sup)kulturu i grupu.

Kako ga god interpretirali, eksplicitni otpor Dinamovih navijača stvaran je i neosporan, bilo da se provodi kroz grupne čine i kampanje,



bilo kroz pojedinačna djela. Bad Blue Boysi i bliske skupine, može se reći, posjeduju identitet otpora (usp. Castellsu 1997) koji izražavaju kroz svoje djelovanje. S obzirom na sadržaj koji se povremeno zna naći u medijskim napisima, i u kojem se zaziva više ili manje snažna represija spram navijača i huligana, čini se opravdanom i misao Halla (1978:35) kako medijski i državni odgovori na huliganizam pokazuju rastuće desnu i populističku ideologiju koja viktimizira slabe u društvu.

Dio protestnog ponašanja Dinamovih navijača može se interpretirati i antropološkim konceptom *transgresije* (usp. Bale 2000:154), koja uključuje prelaženje granica, lom moralnih parametara ili hijerarhijskih kodova i drugih načina na koje popularna kultura pokušava lomiti dominantne kulturne konvencije. Obično se izražavanje kulturne transgresije prepoznaje u karnevalima i pučkoj kulturi karnevalesknog, no sve je više autora koji smatraju da se može prepoznati i u drugim pojavama popularne kulture, pa tako i među nogometnim navijačima. Jedan je od autora koji navijačima pristupa i iz aspekta karnevalesknog, u ovom djelu često spominjani, Richard Giulianotti (usp. 1995). Polazište mu je teza da su slično karnevalima i tijekom utakmica društvene hijerarhije često simbolički ukinute i naglašavaju se elementi karnevalesknog: npr. ekscesivno ponašanje, inverzija uloga, ludičnost, lom kulturnih granica i društvenih konvencija i sl. Autor koji je posebno istaknuo da *karnevalsko* ponašanje navijača, poput onoga huliganskoga, može simbolizirati oblike navijačkoga otpora *nadzirajućem poretku* u nogometu i samim autoritetima jest John Fiske (1993). Posebice u gradovima poput Zagreba, koji nemaju mediteransku tradiciju održavanja karnevala, pa nogometne utakmice mogu biti važni događaji u kojima se može pojaviti karnevaleskno, a s njim i puk može neposredno izraziti svoje ideje zabave, kritike, bunta te drugih načina kulturne ili društvene subverzije. Ako okolnosti vode prema nestajanju i tog, jednog od zadnjih mjesta pučke slobode, logično je da se navijači bune i žele zadržati tribine kao mjesta *narodne kulture* na kojima se zabavlja, pleše, te u kojima je pojedinac angažiran i karnevaleskan. I prema Eichebergu (1995) stadion ljudima pruža osjećaj mjesta, topline i zajedništva, a bitni su elementi za to buka, trube, bubnjevi, pjevanje, vika, slobodni poklici i nepredviđeni pokreti. Sve ovo izaziva foucaultovski panoptikon s nadzorom i kontrolom te svojom vibričnošću kreira topofiliju (usp. Giulianotti 2005:131).

Već je predstavljeno zašto su u vezi s otporom uporabljive ideje Michela Foucaulta, te kako nam pospješuju razumijevanje situacije između Dinamove uprave i navijača te njihova otpora. Svojim praksama Uprava potvrđuje Foucaultove riječi da „moć proizvodi [...] realitet; ona proizvodi domene objekata i rituale istine“ (Foucault 1977:194).

Moderirajući Foucaultove misli moglo bi se reći da moć to pokušava raditi: nastoji uspostaviti dominantni realitet i nametnuti ga strukturalno slabijima. Razvidno je da u Dinamovu slučaju postoje dva različita viđenja kluba: onaj rane moderne prema kojoj je klub pojava koja postoji radi zajednice, a ne profita, te onaj u kojemu je klub prvenstveno shvaćen kao poslovni pothvat. Prema Foucaultu, otpor disciplini ili vlasti uvijek nastaje, obično lokalno, kad se sukobljavaju novi i stari sustavi znanja ili kada pojedina tijela i sepstva odbijaju biti disciplinirana ili ući u samoanalizu (Foucault 1983:208). U Dinamovom slučaju postoje primjeri za oboje, a to što je Uprava najavila transformaciju kluba u dioničko društvo, dakle i formalno poslovnu pojavu, jest veliki epistemološki zaokret od kluba koji je još uvijek, barem *na papiru*, udruga građana i vlasništvo navijača. Otpor i ovdje (usp. Foucault 1977:95) nastaje da izazove moć, sa svim specifičnostima i nasilnim elementima navijačke supkulture. Navijači, doista, koriste svaku priliku da izazovu nadzorne mehanizme na stadionima i spremno krše pravila ponašanja.

Unatoč ovakvom njihovom ponašanju, dio javnosti i društvenih znanstvenika pokazuje razumijevanje za navijače. Primjer mogu biti riječi Roba Lyncha (1992:44): „Dio neurednoga ponašanja (...) je zasigurno reakcija skupina ljudi protiv sanitiziranja zabave, protiv korporatizacije sporta, protiv kontrole, protiv oduzimanja prava na područje 'rulji', protiv upakiravanja u plastična sjedala i zatvaranje“. Dio tog razumijevanja sigurno nastaje jer se radi o neravnopravnom natjecanju, u kojemu s jedne strane imamo dominantne političko-ekonomske sile konzumerizma, panopticisma i racionalizacije, a s druge subordinirane iskonske impulse pučke kulture karnevala, topofilije i samoizraza.

Uz ovu temu vezan je i Norbert Elias, koji je u *Procesu civiliziranja* (usp. Elias 1982) pokazao kako se u Europi tijekom povijesti izvorno nesuzdržani kodovi ponašanja i konvencije sve više zamjenjuju kontrolom nad tijelom i ponašanjem. Očituju se u pravilima uz prehranu, tjelesne čine, spavanje i mnoge druge procese, osobito vezane uz tjelesnost, a kako je proces vezan uz povećanje samokontrole, javni izrazi agresije ili nasilja postaju sramotnima. U kulturi nastaje tenzija između potrebe ljudi da se izraze i ostvare te pravila (samo)kontrole. Elias ovaj proces prati dijakronijski i uočava da se usporedno s razvojem dvorskog društva, i poslije država, razvijaju i pravila kontrole tijela te povezani procesi, koje omogućuje politička stabilnost i postojanje predvidljivog autoriteta. Navedeno je bitan čimbenik pokretanja, kako ga Elias naziva, civilizirajućeg procesa. Paralelno uz proces civiliziranja ide i proces racionaliziranja, koji se očituje u većoj samokontroli i preciznijim pravilima ponašanja, naglašavanju dijaloga i proračunljivosti

pred agresijom, a u društvenom smislu i pomnijom raspodjelom rada i većoj međusobnoj ovisnosti. Zanimljivo je da Elias vjeruje u demokraciju ovog procesa i mogućnost da *autsajderi*, poput Dinamovih navijača, u društvenim igrama moći preuzmu pozicije koje drže elite. Elias razmatrajući postojanje civilizirajućeg trenda, koji vodi i ka kontroli tijela i ponašanja, naglašava i da on nije jednosmjernan, već da se pojavljuju i decivilizirajući tijekovi. Pojave u kojima se oni očituju, npr. navijačko nasilje, mogu nastati zbog različitih razloga, npr. kad ljudski užitak u nasilju ili emocijama poraste, ili kad nastupi ekstremni nered u institucijama, primjerice državnoj formaciji. U mnogim se razmatranjima navijačkog nasilja, nažalost, razmatra samo prvi dio: nasilje kao ono u čemu dio navijača (huligani) uživa, no drugi dio o strukturalnim uzrocima devijantnog navijačkog ponašanja počesto se zanemaruje. Za Eliasa je važno dijakronijsko istraživanje pa nam i kroz njega on, i njime inspirirana istraživačka (leicesterska) škola, daju zanimljive podatke. U *The Roots of Football Hooliganism* konceptijski bliski autori (usp. Dunning 1988) tvrde da je do Prvog svjetskog rata nasilje među publikom bilo stalno prisutni dio utakmica, no mnogo nasilja je bilo ekspresivno i posljedica zbivanja na terenu, a kao rezultat uslijedili su napadi ili prijetnje spram nogometnih dužnosnika ili igrača. Ovi incidenti pokazivali su relativno malu emocionalnu suzdržanost mase, uglavnom iz radničke klase, te njihovu relativnu toleranciju otvorene agresije i nasilja. Od 1945. do otprilike 1960. godine nogometne su mase mirnije i civiliziranije. Istraživači to pripisuju činjenici što se među masom pojavio veći broj respektiranih pripadnika radničke klase i općenitoj demokratizaciji rada i politike. Recentniji nogometni huliganizam pojavljuje se kasnije i traje do danas, a prema rečenom u zborniku može se promatrati kao jedan izraz decivilizirajućeg tijeka, nastao zbog širenja društvenih nejednakosti i podjela. Dunning i drugi navijače promatraju kao pripadnike velike društvene manjine, koju društveno dominantni uvelike marginaliziraju i isključuju. Huliganizam kao pojava, naglašava se, riješit će se uspješno tek kad se uklone društvene nejednakosti koje ga uvjetuju (Dunning 1998:243-245). Čini mi se da i u Eliasu inspiriranim razmatranjima kao ponajveći problem uočava se strukturalno nasilje, na koje se prije ili kasnije odgovara cijelim setom manjih i većih svakodnevnih čina nasilja (usp. Bourdieu 1998:40).

Velik razlog otpora dijela suvremenih navijača je komercijalizacija njihovog sporta, koja je posebno otuđila navijače iz radničke klase te supkulturne grupe mladih koje se na utakmicama redovito okupljaju i ponajviše angažirano navijaju. Još je Ian Taylor povećano nasilje spram drugih navijačkih grupa, vandalizam te provociranje policije vidio kao simptome otuđenja i autentične iskaze otpora nogometnoj komodifika-

ciji (usp. Giulianotti 2007:41). Navijačka kazivanja svjedoče da je isto i kod nas, te da je neprihvatanje privatizacije nogometa bitan razlog navijačkog otpora. Ovaj cilj toliko je bitan da iznimno uspješno omogućuje nadilaženje rivalstava među navijačkim skupinama i skupno djelovanje. Uz ovu Taylorovu ideju treba napomenuti da se može uputiti kritika kako se ne smije zaboraviti da nogomet od svojih početaka jest *biznis*, jer su upravo s nakanom zarade nastali neki od prvih engleskih klubova i stadiona. Iako ovo nije osporivo, čini mi se da razlika u kontekstu prvotne i suvremene komodifikacije nogometa ipak postoji, a posebno je izražena u odnosu vlasnika spram lokalne zajednice i navijača. Prvi vlasnici brinuli su o njima, i bitan je dio njihovih odluka pri upravljanju klubom bio vezan uz razvijanje pozitivne vlastite percepcije – dio čak nije zamislio vlasništvo kao sredstvo ekonomske zarade, već kulturnog prestiža. Ovo je velika razlika spram nekih suvremenih pristupa u kojima se na jednak način promatra upravljanje nogometnim klubom kao i bilo kojom poslovnom korporacijom, i u kojem lokalni identitet klubova postaje nebitan, pa se slobodno mijenjaju imena klubova, boje dresova, lokacija i sl. Posljedično i lokalni navijači postaju manje zanimljivi od globalnih konzumenata. Treba reći da je taj odnos i poslovno uvjetovan, jer zarada od nazočnosti mečevima postaje sve manje važan dio zarade vodećim nogometnim klubovima, i danas se primjerice kod Manchester Uniteda, prema Deloitteu klubu s najvećom zaradom, kreće oko 18 % godišnje zarade (usp. Deloitte 2017).

Zbog njihove recentne pojave autoru su posebno zanimljivi tzv. novi oblici otpora navijača, koji se očituju kroz stvaranje mrežnih stranica kao platformi za djelovanje, navijačkih fanzina, udruga koje prvenstveno djeluju kroz pravni ili politički rad. Poseban su zamah ovakvi oblici djelovanja dobili nakon 1980-ih (usp. Jary 1991). Uspješnost njihove pojave leži, između ostalog, i u predstavljanju javnosti kako većina navijača nisu huligani. Osobito su postali uspješni u Engleskoj, gdje su uz poklike na tribinama, grafite i transparente postali važan dio participativne i spontane navijačke kulture otpora (usp. Giulianotti 2007:62). Jedna od strategija subverzije moći jest i kad socijalno ekskomunicirani (usp. Giulianotti 2005:189) preuzmu kontrolu stvarajući vlastite spektakle, koji mogu biti dramatični poput navijačkih izazivanja nereda, ali i promišljeni poput osnivanja vlastitih alternativnih klubova. Futsal Dinamo jedan je vid potonjeg pa će se zato i razmotriti u jednom od sljedećih poglavlja.

## 7. Navijači protiv (post)modernog sporta

Već je u dosadašnjim raspravama o navijačima moglo biti uočeno koliko je njihovo određenje zapravo nepotpuno, pa se spominjući navijače govorilo i o *ultrasima* koji su aktivni cijelu utakmicu i o pojedincima koji se tijekom utakmice rijetko oglase ili podignu sa svojih udobnih sjedala. Problem se nastavlja i kada govorimo o odnosu *navijača* spram postmodernog sporta sa svime što je on donio: od izrazite globalizacije i komercijalizacije do njegovog sve većeg individualnog prakticiranja ili konzumiranja. Već je rečeno da je komodifikacija vezana za sport od samih početaka, pa ne čudi da je još 1961. godine vezano za nju Williams (1961) tvrdio da pojedinci i društvene skupine mogu imati tri različita odnosa prema kulturnim institucijama, kojih su sportske zasigurno važan dio. *Članovi* smatraju da između pojedinca i institucije postoji neekonomski reciprocitet i međusobne obaveze. *Kupci* su utilitarniji, ostaju lojalnima institucijama, ali očekuju i da one ostvare pojedine potrebe. *Potrošači* su isključivo instrumentalni i kupuju na institucionalnom tržištu. Critcher (usp. 1979:170-171) među prvima primjenjuje ovu klasifikaciju na nogomet razmatrajući identitete engleskih nogometnih gledatelja i igrača te uočava da se broj članova smanjuje, dok brojevi kupaca i potrošača izrazito rastu. Posljedica smanjenja broja članski usmjerenih navijača je i nestajanje *strukture osjećaja* uz klub, a upravo je ona bitan dio vezivanja kluba i zajednice te lokalnog identiteta. Isti se proces odvija svuda u svijetu, pa ga tako Alt (1983:100) uočava i u američkom nogometu. I tamo bezuvjetna podrška i identifikacija s lokalnim timom ustupa prostor navijačkoj sklonosti mijeni i izabiranju da se navija za one koji pobjeđuju. Vlastitu je sistematizaciju suvremenih sportskih gledatelja predložio i Giulianotti (2002), vodeći se postmodernom fluidnijom sportskom potrošnjom. Prema njemu postoje četiri idealna tipa identiteta sportskih gledatelja: navijači (*supporters*), pratitelji (*followers*), fanovi (*fans*) i lualice (*flâneurs*). Modernitet je proizveo navijače s relativno fiksnim formama timske identifikacije prema lokalnom klubu. Sportska profesionalizaci-

ja, marketing i medijacija proizveli su pratitelje i fanove. Pratitelji se identificiraju s klubovima zbog nekih biografskih (ne i tržišnih) razloga, prate klub no nisu redoviti na utakmicama, a ni ne podržavaju ga kao navijači. Fanovi se prvenstveno povezuju s klubom konzumiranjem timskih parafernacija i identifikacijom s igračima-zvijezdama koja je ovisna o medijima. Najviše postmodernistička kategorija su flaneri, koji kao urbani buržujski šetači kasnoga 19. st. trendovski mijenjaju sportsku privrženost. Klubovima flaneri nisu nimalo odbojni, štoviše, oni su globalno najveći potrošači sportskih dobara sa znakom kluba, bili to dresovi, kape, bilježnice ili posteljina, brendirano tržište je gotovo neograničeno. Identitet flanera utjelovljuje fluidni, transnacionalni konzumerizam koji potencijalno dovodi u pitanje nacionalnu sportsku identifikaciju. Kako ona ne bi nestala, cijelo vrijeme se trude suprotni procesi u kojima aktivno sudjeluju i klubovi. Identitet modernog gledatelja i dalje se gradi kroz klupske veze s lokalnom zajednicom, npr. kroz humanitarne aktivnosti ili suradnju sa školama, privilegiranu prodaju udjela u klubu lokalnoj zajednici i građanima i sl. Sve ove prakse rada na *osjećaju zajednice* susrećemo i u vezi s Dinamom: od toga da klub dobročinstvima sudjeluje u različitim akcijama pomoći, da organizira susrete igrača s djecom po školama i dijeli besplatne ulaznice učenicima, do toga da u predstojećoj privatizaciji pravo prvokupa dionica daje lokalnoj zajednici i članovima kluba. Današnji klubovi, zapravo, koliko mogu nastoje uskladiti svoju izvornu ukorijenjenost u lokalnu bazu, iz koje još uvijek dolazi najviše gledatelja na stadion, i globalnu privlačnost u kojima oni sa svojim znakom funkcioniraju kao nadnacionalno tržišno dobro. Zapravo, teško se ne složiti s mišlju Giulianottija (usp. 2005:187) kako je sport važan jer ilustrira analitičku i empirijsku relevantnost moderniteta za postmodernitet. Usudio bih se tome dodati, zbog brojnih hrvatskih slučajeva rodbinskih veza upravljača klubova s igračima, trenerima i klupskim direktorima, i uz premodernitet.

Kako smo vidjeli, i Giulianotti za jezgru podrške klubu koristi termin *navijači*, i kakvi god bili naši stavovi prema navijačkoj supkulturi, gledali nju ili njezine izdanke poput BBB-a pozitivno ili negativno, moramo uočiti da u odnosu spram svojeg kluba i navijanja, barem za onu jezgru i najaktivnije navijače, nastupaju drukčije, s mnogo upisanih vrijednosti i ideala, gotovo zanesenjački i romantičarski. To mi je u neformalnom razgovoru potvrdio i jedan kolega koji je ugledni BBB-ovac iz najuže jezgre skupine, i koji je tek što je naglasio da se radi o idealističkom pogledu na mnogo načina, sarkastično, ali i logično s obzirom na situaciju u kojoj je tada bio i on i BBB-i, dodao poznatu frazu kako „za ideale ginu budale“. Neosporno, u borbi protiv komodificiranja nogometnoga kluba ima mnogo idealizma, kao uostalom i

u svakoj borbi protiv kulturne komodifikacije. Zapravo bi nas trebalo čuditi koliko u suvremeno vrijeme komercijaliziranog sporta nogometni i drugi sportski klubovi još uvijek za mnoge imaju poseban status. Očito je to i u često prisutnom privatnom i javnom diskurzu o tome kako igrači igraju ili ne igraju za *dres* te na terenu za *njega* ostavljaju *srce* ili *dušu*. Čest je, upravo zbog toga, izraz navijačkog nezadovoljstva igračima kroz bacanje dresova natrag njima koje su im oni dobacili na kraju utakmice, za što je zadnji primjer vezan za Dinamo s utakmice HNL-a protiv Cibalijske u Vinkovcima odigrane 26. veljače 2017. godine (usp. Hudika 2017). Još je to jedan dokaz navijačkog vezivanja za ovaj klub i demonstracija kako Dinamo (još) nije postao klub *bez emocija* i bez važnosti za zajednicu koja ga okružuje.

U suvremeno doba samo umanjivanje emocija uz klubove razvidno je očekivana pojava, s obzirom na trend umanjivanja navijača koji se prema njima odnose članski te želju samih klubova za razvijanjem navijača-potrošača. Ovakav je proces posljedica modernizacije sporta, očite u njegovu racionaliziranju, u kojemu njegovo društveno značenje i simbolička zadovoljstva atrofiraju, nauštrb rezultata, učinkovitosti i ostalih modernih vrijednosti. Dodatne su se velike promjene u sportu dogodile u ovo naše postmoderno vrijeme, očite ne samo u često naglašavanom velikom utjecaju medija, izrazitoj kulturi potrošnje – gdje stadioni postaju mjesta *fantasy* potrošnje isto kao i zabavni centri, a klubovi veliki *brendovi* – gdje oblici sportske identifikacije postaju vrlo nestabilni i promjenjivi, a razlike *visoke* i *niske* kulture nejasne. Kao bitna značajka postmodernizacije sporta ističe se njegova virtualizacija, tj. njegovo sve učestalije samostalno praćenje, kod kuće i putem ekrana, ne kao slučajna pojava već kao izbor. John Bale (1998) u ovom usmjeravanju više na virtualno praćenje događaja, nego na odlazak na stvarni stadion uočava postmoderni proces na djelu. Upravo zato u zajedničkom praćenju sporta u skupini možemo tražiti tragove predmodernog, kao i u pijenju ili zabavi na nekom javnom prostoru, primjerice gradskom trgu ili u kafiću.

Lash (1990:173) kao bitnu karakteristiku postmodernog vremena ističe umanjivanje, odnosno dediferenciranje granice između autora (ili izvođača) i publike. Dok je sportska modernizacija kategorijalno i prostorno diferencirala publiku i sportaše, postmoderna dediferencijacija prihvaća (marketinški) model po kojemu su gledatelji *dio igre*, pa čak i njezin razlog. Primjeri ostvarivanja ovog modela su dolasci gledatelja na teren u nekim prigodama, odlazak igrača ili maskota među publiku, često prikazivanje publike u televizijskim prijenosima i sl. (usp. Giulianotti 2005:176). Kroz dio razgovora s Dinamovim navijačima čini se da se i u prethodno rečenom krije dio razloga za njihovo nezado-



voljstvo i otpor. Kako se među najangažiranijim navijačima uglavnom radi o mlađim osobama, socijaliziranim u postmoderno vrijeme, trebalo bi biti razumljivo to što im javni diskurs o tome kako su dio igre nije spojiv s trenutnom strukturalnom pozicijom, a upravo kao djeci postmoderniteta nije im prihvatljivo nepropitujuće prihvaćanje autoriteta.

Izuzetne su i promjene koje se uz postmodernu dediferencijaciju zbivaju s identitetom, odnosno njegovom promjenjivošću, a razmatrali su ih značajni dvadesetostoljetni društveni analitičari poput Baudrillarda, Maffesolia i Baumana. Upravo zbog uočene individualizacije, i to kroz konzumiranja sporta, Baudrillard (1983:82) govori o smrti društvenoga, toliko mu se socijalni odnosi čine transformiranima u postmodernitetu. Teško je ne složiti se s njim, no ipak, nije moguće ni previdjeti otpor koji buja kroz pojavu novih oblika društvenosti ili čak povratak u one predmoderne oblike. Primjeri prvog mogu biti brojne aktivnosti putem društvenih medija ili pak djelovanje kroz društvene mreže bez čvrste strukture; a primjeri potonjeg naglašavanje izrazite važnosti lokaliteta i lokalnog. Maffesoli (1996) je vrlo uvjerljivo predstavio kako se društvenost sada očituje kroz postmoderne, tranzitorne i emocionalne zajednice između pojedinaca, koje on naziva plemenima. Maffesolieve koncepte o plemenu preslikane na navijače u Hrvatskoj je osobito razmatrao Benjamin Perasović (usp. 1995 i 2001), dajući nam duboke uvide u kulturu navijačkoga plemena. Uočenu vezu predmodernog i postmodernog tribalizma, i to ne samo terminološku, razmatra Bauman (1992:137), navodeći da se, iako oba vida dijele želju za zajednicom, kao distinktivna karakteristika postmodernoga *neotribalizma* ističe njegova urbana lociranost i konstantne identitetne mijene kroz koje prolaze pripadnici plemena. Brojna istraživanja navijača kao plemena pokazala su kako se njihova jezgra, oni najaktivniji i najviše skloni huliganskom ponašanju, utemeljeno mogu promatrati kao supkultura. Njezini se pripadnici redovito susreću i posjećuju utakmice te progone suprotstavljene skupine, a huliganstvo je važan dio njihova diskursa i općenito kulturnih praksi. Ovi huligani kao supkultura, ili supkulturni huligani, otvaraju neoplemenske, ekspresivne prostore za druge, da ih oni mogu istraživati, neredovito ili privremeno, u različitim oblicima, kroz utakmice, internetsku mrežu ili različite druge prakse. To potvrđuje da je ideja navijača kao supkulture još uvijek važna, jer nam, kako naglašava Giulianotti (usp. 2005:179), pomaže objasniti reprodukciju kulturnih identiteta koja za neke navijačke skupine traje već desetljećima. Identitet vezan za sport je bitno u postmoderno vrijeme razmotriti na još jedan način. Sport je naime postao važan element konstruiranja suvremenog polietničkog ili *postnacionalističkog* identiteta. Budući da su pojedini *nacionalni* timovi polietnički u kompoziciji, a oni su *reprezentacija* nacije, sasvim su sigurno izazov *nara-*



*ciji nacije* utemeljenoj na modernim pretpostavkama o nacionalnom identitetu. Kako naglašavaju simbolički interakcionisti, kultura znakova postmodernizma destabilizira identitete i značenja. Dok se u moderni smatralo da je pripadnost naciji samorazumljiva stvar, u postmoderni je izbor *sportske nacije* subjektivan i fleksibilan, s brojnim konfliktima u procesu donošenja odluke o samo jednoj pripadnosti sportaša. Kompleksnost i problematičnost odabira nacionalne selekcije na studiji o hrvatskim reprezentativcima iz dijaspore zorno je prikazao Tibor Komar (2014). I dok Giulianotti (2005:179) govori kako u sportu stalni kontradiktorni medijski označitelji obično ne uspiju proizvesti dominantni javni identitet za sportaše-zvijezde, čini se vrijednim postaviti pitanje žele li oni to uopće, ili je taj postupak dio strategije stvaranja nadnacionalnog identiteta kako bi zvijezda bila prihvatljiva što većem broju kupaca. Prilikom razmatranja identiteta sportskih zvijezda ne smije se zanemariti ni Baudrillardovo razmišljanje (1998:47-48) kako u sportu *stvarni* identiteti nastaju nakon njihove virtualne invencije i potpuno su sukladni drugim fikcijskim *celebrity* identitetima.

Pri razmatranju nogometnih klubova i njihovih podržavatelja te njihova odnosa u ovo naše postmoderno vrijeme moramo se dotaknuti i klasnog pitanja. Nogomet je, kako nam je poznato iz povijesnih istraživanja (Birley 1995), procvat doživio s povećanom gledanošću, a ona je bila vezana uz ekonomsku moć, odnosno poboljšanje financijskog stanja radničke klase i povećanje dijela populacije koji čini srednja klasa. Nešto se slično zbiva i danas, radnička klasa pomalo nestaje, a srednja se klasa brojem povećava i diverzificira. *Nova srednja klasa*, kako naglašavaju Lash i Urry (1994:164), izrazito se uključuje u proizvodnju, medijaciju i potrošnju simboličkih dobara, no istovremeno je naučena i kritički se odnositi prema potrošačkim dobrima (usp. Giulianotti 2005:180). Kako je već rečeno, ona ni autoritet ne prihvaća na predmoderni način, a i druge njezine značajke mijenjaju poimanje sporta. Iako jest sklona potrošnji, njezine kupovne navike su vezane uz estetizirani potrošački životni stil, dakle uz nešto lijepo i što daje užitak. Tako *nova srednja klasa*, za razliku od supkulturnih skupina, neće ići na nogometnu utakmicu da gleda igru koja nije lijepa i pritom se dosađuje. I sam je njezin habitus kozmopolitski i kritički. Kao njezinu vrlo važnu značajku mora se istaknuti stvaranje pokreta, npr. u Dinamovu slučaju Inicijative za Dinamo, koji nadilaze klasne razlike i vezani su uz jedno pitanje.<sup>2</sup>

<sup>2</sup> U ovom je slučaju to ustrojavanje Dinama kao kluba koji je stvarno u vlasništvu svih svojih članova, a ne samo formalno kao što je trenutno slučaj. Opširnija argumentacija dat će se u sljedećem poglavlju.

Ovakav izmijenjeni kontekst doveo je i do stvaranja novih oblika navijačkih skupina i njihova djelovanja. Sukladno vremenu Giulianotti (2007:40) ih naziva *posthuliganskima*, pritom ne niječe njihovu veliku različitost u rasponu od navijača karnevalskog ponašanja do navijačkih skupina koje su fokusirane na izdavanje fanzina. Diverzifikaciji navijačkih skupina zasigurno je pridonijela izmijenjenost njihove pozicije u popularnoj kulturi i medijima. Iako je još dosta učestalo, osobito u hrvatskom slučaju, njihovo negativno medijsko predstavljanje, sve se više pojavljuju radovi koji ih prezentiraju drukčije dajući navijačku stranu *priče*, kako će se vidjeti i u dvije studije slučaja koje slijede. Na suvremenu percepciju navijača, i njihovo sagledavanje kao pomalo egzotičnog kulturnog dobra za koje postoji širi interes pa ga se isplati komercijalizirati, utječu njihovi prikazi kroz različite medijske prezentacije, npr. filmove (usp. *ZG80*, režiser Igor Šeregi), predstave (usp. *Dobro došli u plavi pakao*, režiser Borivoj Radaković) ili knjige (usp. Prnjak 1997). U dijelu medijskih reprezentacija i dalje se naglašava njihova društvena drugost, *divljaštvo*, pa tako i egzotičnost, što omogućuje antropolozima da diskurs spram njih uspoređuju s diskursom produciranim spram svih skupina koje dovode u pitanje *mainstream* kulturu Zapada, kao i njegovu racionalnost i središnju poziciju, bile one domoroci u nekom zakutku svijeta ili marginalizirana skupina na samom Zapadu. Međutim, još uvijek nam nedostaje, unatoč desetljećima *istraživanja*, detaljan pogled iznutra, odnosno iz samih skupina.

Upravo bi nam pogled iznutra, kako pokazuju inozemna istraživanja (usp. Giulianotti 2007:50-57), a za Hrvatsku ih je još premalo, pokazao koliko su dominantne naracije o navijačima neadekvatne i zastarjele. Iako dio njih funkcionira kao militaristička organizacija, njihovo učestalo predstavljanje na ovaj način, kao što to rade državni represivni aparat i dio medija, vrlo je selektivno, jer mnoga istraživanja pokazuju kako je broj huligana među navijačima i malen i u padu (usp. Spaaij 2006:327). Time se ne želi zanijekati problematičnost njihovog devijantnog ponašanja, već upozoriti na problem negativnog predstavljanja čitave navijačke populacije. Također se propušta dovoljno predstaviti i kodeks navijačkog nasilnog ponašanja, kojeg se, uz rijetke izuzetke, huligani pridržavaju i po kojemu su legitimne mete za nasilje striktno određene (usp. Leeson 2012).

Postmoderno vrijeme omogućilo je i nove načine djelovanja i komuniciranja navijačkih skupina. Internet je primjerice omogućio predstavljanje putem mrežnih stranica (npr. adresa [www.badblueboys.hr](http://www.badblueboys.hr) važan je izvor informacija za svakog Bad Blue Boya, kako tekućih tako i onih koje educiraju sve zainteresirane o BBB-ima), djelovanje putem foruma (npr. na [www.forum.hr](http://www.forum.hr)), prezentaciju vlastitih aktivnosti inoze-

mnoj publici, kao i intenzivniju komunikaciju s njom, putem navijačkih portala (npr. [www.ultras-tifo.net](http://www.ultras-tifo.net) ili [hooliganstv.com](http://hooliganstv.com)), uz to komunikaciji s publikom služe i forumi te e-pisma, a posebno s onim skupinama publike koje se percipiraju kao bliske. I u ovom angažmanu kroz mrežne stranice, kao i kroz pokrenute magazine-fanzine koji, nažalost, nisu zaživjeli, BBB-i koketiraju s postmodernim navijačkim identitetom i do neke mjere intelektualizmom, no ove ćemo tendencije mnogo izraženije naći u skupini Dinamovih navijača koja se naziva *Zajedno za Dinamo*, a u kojoj jesu i neki BBB-i. Samostalno medijsko djelovanje zapazili su i klubovi pa oni (ni Dinamo nije izuzetak) snažnije razvijaju odjele za medije i informiranje sa zasigurno više zadataka: odašiljanje izvorno klupskih poruka medijima, razvijanje medijske slike kluba i novih modaliteta odnosa s lokalnom zajednicom, ali i, među ostalim, odnosa s navijačima. Upravo je iz tih razloga Dinamo u svoj Odjel za odnose s javnošću, odnosno kao „časnika za vezu s navijačima“, angažirao Marka Kužea, sina Josipa Kužea koji je među navijačima iznimno popularan trener (usp. Ničota 2014). Promocijska svrha ovakvih klupskih odjela osobito je vidljiva u njihovu vezivanju i nerijetko zajedničkom djelovanju s komercijalnim sektorom kluba, koji mnogo otvorenije izražava svrhu prodaje klupskih proizvoda i karata navijačima. U nekim je slučajevima vezivanje navijača uz klub, a time i potencijalna kontrola, vrlo izrazito. I dok većina navijača zadržava klupsku neovisnost i sami osnivaju svoje udruge, plaćaju prostorije, organiziraju putovanja ili kreiraju navijačku odjeću, kao što čine gotovo sve udruge Dinamovih navijača, određeni dio zna ući u direktniji odnos s Klubom, pa im on osigurava pomoć za prostorije, financiranje putovanja, a po nekim informacijama i plaće (usp. Kezerić 2015). Antagonizam između ove skupine, koju većina navijača naziva *mamićevci*, i drugih Boysa, koji su *antimamićevci*, znao je biti toliki da je bio središnji antagonizam koji skupina poznaje, pa su se u međusobnim sukobima koristili hladno oružje i pištolji.

Zaključno, i u slučaju Dinamovih navijača mogu se uočiti tendencije drugih europskih navijača, koji su prošli put od huligana preko karnevalskog navijanja i *kazual* stila do politiziranih društvenih pokreta. Ovi stadiji, kako se pokazuje i kod Dinama, nisu međusobno isključivi i nastavljaju paralelno i preklapajuće egzistirati kroz pojedinačne prakse. Zajednička im je značajka egalitarna, demokratska i participativna kultura koju promiču, te opozicija rigidnim hijerarhijskim strukturama i samopodrazumijevajućem autoritetu. Kao društveno alternativna pojava propituju i izazivaju racionalizaciju, birokratizaciju i komercijalizaciju nogometa i modernog sporta, a u posljednje vrijeme angažman prenose i na druga društvena područja, odnosno cijelo društvo.

Nasilje i dalje ostaje bitan dio radikalnije navijačke supkulture, manje kroz ultrase, a više uz huliganske skupine, no njegova primjena jest selektivna. Pritom je posebice zanimljivo opravdanje nasilja u kulturnim ili socijalnim terminima. Već zbog ovoga vidjeti navijače samo kao skupine sklone nasilju radi nasilja samoga tendenciozno je i pogrešno. Argument koji ide tome u prilog jest i njihovo međusobno nenasilje, koje je u hrvatskom slučaju također argumentirano kulturnim terminima, odnosno kao zajedništvo u borbi spram represije kojoj su izloženi, kako vide, kao rezultatu sprege međusobno isprepletenih elita u nogometnom savezu, politici, pravosuđu i ekonomiji.

## 8. Zajedno za Dinamo<sup>3</sup>

Inicijativa *Zajedno za Dinamo* pojavila se u jesen 2010. godine (prvih 11 članova udružili su se u Inicijativu 13.9.2010., a prva objava na društvenim mrežama bila je 23.9.2010., usp. <https://www.facebook.com/pages/Zajedno-Za-Dinamo/152476774785393>), kao građanska inicijativa dijela članova Nogometnog kluba *Dinamo* s ciljem zajedničkog djelovanja na demokratizaciji svojeg kluba, u pravnom smislu udruge građana. Demokratizacija bi se primjerice očitovala u potpunoj informiranosti članova o radu udruge te izbore za njezine dužnosnike u kojima mogu sudjelovati svi članovi, birati i biti birani, pa tako i direktno ili indirektno sudjelovati u određivanju načina rada, ustrojstva i politike udruge građana NK *Dinamo*. Osnivanje Inicijative jasno pokazuje da putem vlastite udruge članovi nisu mogli ostvariti navedene ciljeve, a po javnosti predstavljenim zahtjevima ni neka zakonski zagarantirana prava (primjerice da su potpuno informirani o radu udruge i da njihov glas bude predstavljen u Skupštini udruge).

Pregledno su težnje Inicijative prenijete u pozivu javnosti da ju podrži, pri čemu se navodi da Inicijativa želi:

- „- demokratski ustroj po uzoru na najveće europske klubove,
- demokratski izbor predsjednika i njegovog tima većinom glasova članova kluba, a ne samo nekolicine odabranih, poslušnih i podobnih,
- transparentno financijsko i svako drugo poslovanje kluba,
- klub u kojem se poštuje Statut i zakoni RH,
- klub u kojem su jedini kriteriji pri zapošljavanju stručnost i kompetentnost,

---

<sup>3</sup> Približno jedna trećina ovog poglavlja pojavit će se u izmijenjenom obliku kao dio članka napisanog zajedno s Loïcom Tregouresom o usporedbi inicijativa *Zajedno za Dinamo* i *Naš Hajduk*. Članak je prihvaćen za objavu u časopisu *Soccer and Society* 2017. godine.

- klub u kojem postoji pojam odgovornosti, ali ne postoji pojam nepotizma,
- klub koji sustavno radi na proširenju članstva i okupljanju svih njegovih navijača,
- klub koji poštuje sve svoje legende,
- klub koji će biti ponos svih navijača Dinama, gdje god oni živjeli“ (usp. <http://www.gopetition.com/petition/39807.html>).

Od samog početka *Zajedno za Dinamo* pokazuje da je *drukčija* navijačka pojava i da je njezin središnji put djelovanja pravan i odvija se kroz državne institucije. Iako su joj prethodili pozivi navijačima na humanitarnu akciju i bodrenje kluba, u javnosti se prvim činom Inicijative (usp. Mušlek 2015) percipira pismo poslano Dinamovom nadzornom odboru 28. 10. 2010. godine. Naglasivši u preambuli pisma da članovi udruženi u Inicijativu žele revitalizirati interes za klub i posjete utakmicama, četrdeset članova, u skladu sa zakonskim ovlaštenjima, dopisom odašilje upozorenje Nadzornom odboru i ostatku Dinama o uočenim nepravilnostima u radu kluba te povredama Zakona o udrugama, Zakona o sportu i Statuta NK *Dinamo*. Neki od navedenih primjera su: (1) u Skupštini kluba nalaze se osobe koje uopće nisu njegovi članovi ili su dužnosnici nekog drugog kluba ili nacionalnog nogometnog saveza, (2) budući da članove Skupštine predlaže Izvršni odbor udruge, a Skupština potom odlučuje o upravljačkim tijelima kluba pa i Izvršnom odboru, članovi zapravo nemaju mogućnost sudjelovati u radu svoje udruge.

Kako Klub i Nadzorni odbor nisu odgovorili Inicijativi, a nisu im ni dopustili pristup skupštini u prosincu 2010., unutar Inicijative pokreću se daljnje akcije i motivira članstvo na borbu za zakonom zagaranirana prava. Tu osobito valja istaknuti članski zahtjev Klubu za ostvarivanjem zakonskog prava na obaviještenost o njegovim osnovnim aktima i poslovanju, potom, nakon što ni na jedan zahtjev nisu dobili odgovor, slanje zahtjeva Ministarstvu znanosti, obrazovanja i sporta za nadzorom nad radom Kluba te Gradskom uredu za opću upravu za kontrolom rada udruge građana NK *Dinamo*. Gradski se ured očituje i proglašava nenadležnim za kontrolu rada spomenute udruge, a Ministarstvo se javlja tek nakon intervencije pučkoga pravobranitelja u siječnju 2011. godine i također tvrdi da nije nadležno za Dinamov rad. Kako se ovime pokazuje da se nijedna zakonom određena institucija ne smatra nadležnom za nadzor rada udruge NK *Dinamo*, već prvi mjeseci rada Inicijative otkrivaju da njezina borba nije usmjerena na samo jedan nogometni klub, već je to mnogo šira borba za funkcioniranje hrvatskih institucija i pravnog sistema, što će se potvrđivati i kroz sve buduće

aktivnosti. U proljeće 2011. godine, nakon što je Gradski ured za opću upravu upisao promjene klupskog statuta i rješenja sporne Skupštine NK Dinama, stotine članova šalje žalbu Ministarstvu uprave zbog tog upisa te upozoravaju na nezakonitost održane Skupštine i njezinih pojedinih akata, između ostalog zbog sudjelovanja na njoj zakonski spriječenim osobama, nepozivanja skupštinara te drugih kršenja zakona, statuta i prava članova. Ministarstvo uprave ovu je žalbu odbilo uz obrazloženje da se radi o unutarnjim pitanjima udruge. Inicijativi je ovakav službeni odgovor neprihvatljiv, no ne odustaje od borbe legalnim putem, a za što plodove počinje ubirati tek za nekoliko godina. Naime u travnju 2013. godine Visoki upravni sud u Zagrebu donosi odluku u korist Inicijative u predmetu tužbe protiv Ministarstva znanosti, obrazovanja i sporta te presuđuje da Ministarstvo mora odgovoriti na predstavke građana s legitimnim interesom, kao što su u konkretnom slučaju Dinamovi članovi. Važan uspjeh za Inicijativu predstavlja rješenje Sportske inspekcije MZOS-a iz srpnja 2014., prema kojemu se poništava rješenje Kontrolnog ureda Grada Zagreba iz travnja te godine o prestanku nadzora nad GNK *Dinamo* te se istom klubu naređuje da osigura članovima uvid u opće i pojedinačne klupske akte i drugu relevantnu dokumentaciju neophodnu za obaviještenost o radu kluba. Obveza je Kluba i Statutom propisati načine i uvjete izbora te prava i dužnosti klupskih povjerenika. Dugotrajan je bio put realizacije ovoga rješenja, pa unatoč nerijetkom isticanju Dinamove uprave kako su oni ponajbolje organizirana poslovna jedinica u Hrvatskoj, traženo nisu mogli ostvariti ne samo u zakonskom roku od 60 dana nego su i realizaciji pristupili tek nakon dva zatražena produljenja i sedam mjeseci. Budući da ni novi Statut kluba nije svakom članu osigurao jednakost u udruzi te mogućnost da bira i bude biran, valja očekivati novu reakciju nadzornih državnih tijela i sportske inspekcije. No s obzirom na to da je za prvo obvezujuće rješenje po Klub državnim institucijama trebalo gotovo tri i pol godine, i to nakon što je inicijativa *Zajedno za Dinamo* prijavila nezakonitosti, očekivano je da je borba za demokratizaciju kluba u kojemu bi svi članovi imali ista prava, te za bolji i učinkovitiji rad državnih institucija, još daleko od kraja.

Inicijativa *Zajedno za Dinamo* je tijekom cijele ove pravne bitke razvila i druge aktivnosti svojeg djelovanja. Tako je primjerice (uz napomenu da se sve aktivnosti zbog brojnosti neće moći navesti) na različite načine poticala navijačku privrženost klubu, npr. pozivima na slanje starih i novih fotografija vezanih uz klub, njegove simbole i navijanje; organizirala učlanjivanje i povećanje broja članova kluba; promicala kulturu sjećanja vezanih uz klub, osobito uz njegove bitne događaje i uspjehe, ali i preminule navijače, posebice one stradale u

Domovinskom ratu; promovirala ukrašavanje gradova klupskim simbolima; organizirala mnoge humanitarne akcije; javno upozoravala na financijski sumnjive klupske poslove, netransparentnost potrošnje dobivenih sredstava te ugrožavanje njegovih rezultata i razvoja prodajom jedva punoljetnih igrača; prezentirala različite modele ustroja nogometnih klubova te uspješnost klubova zasnovanih na modelu jedan član – jedan glas; počela organizirati navijanje na jednom dijelu istočne tribine; društveno se angažirala pozivajući na učinkovitiji rad državnih tijela uz svaku sumnju koja se pojavi vezano uz nelegalnost i korupciju; javno osudila svako nasilje (pa tako i spram Kluba i dužnosnika), smatrajući ga i kontraproduktivnim i sramotnim; pozivala na dostojno obilježavanje državnih blagdana, primjerice Dana državnosti, Dana neovisnosti, Božića itd.; promovirala suradnju s udrugama navijača drugih klubova u Hrvatskoj radi ostvarivanja zajedničkih ciljeva demokratizacije hrvatskog nogometa; u zadnje vrijeme osobito poziva na uključenje navijača u MNK *Futsal Dinamo* kao klub kroz koji navijači žele primjerom pokazati kako žele i mogu voditi članski ustrojen nogometni klub, i tako dalje.

Rad inicijative *Zajedno za Dinamo* od početka je medijski praćen i njezini su članovi svoje ideje predstavljali u televizijskim i radio emisijama te novinama i magazinima. Iako ova medijska nazočnost pokazuje uvažavanje i poštivanje ideja, očitovan i u otvorenoj podršci nekih novinara i dijela javnosti, mnogi akteri sportske i javne hrvatske scene Inicijativu nisu blagonaklono dočekali, a osobito GNK *Dinamo* i njemu bliski novinari. Važnu je podršku putem pisma Inicijativa dobila 2011. g. od Hannesa Swobode, tadašnjeg izvjestitelja Europskog parlamenta za Hrvatsku, u tom trenutku zemlju kandidatkinju za ulazak u Europsku uniju, zbog angažmana u „borbi protiv kršenja članskih prava, nedostatka transparentnosti i potencijalne korupcije“. Djelatnost i ideje Inicijative javno su u svibnju 2012. potpisima podržali mnogobrojni hrvatski intelektualci, među kojima se nalaze i mnogi akademici i sveučilišni profesori. I autor ovoga rada je jedan od potpisnika. Inicijativa dobiva podršku i od bivših klupskih igrača, a neki od njih na sličnoj platformi i povezano s njom stvaraju novu inicijativu, *Za naš Dinamo* (nositelji Dario Šimić, Igor Bišćan, Silvio Marić i Tomo Šokota). Dva mjeseca nakon osnivanja, u svibnju 2014. godine, *Za naš Dinamo* pokreće skupljanje potpisa za peticiju kojom se u GNK Dinamu traži uvođenje izbora po načelu jedan član – jedan glas, za što je skupljeno gotovo 50 000 potpisa. Rad ove inicijative, kao i *Zajedno za Dinamo*, pratio je velik dio ne samo navijača već i običnih građana, čega je samo jedan pokazatelj to što je *Facebook* grupa *Zajedno za Dinamo* prestigla brojku od 20 000 članova.



S druge strane u samom Dinamu vrlo negativno gledaju na pojavu i rad inicijative *Zajedno za Dinamo*, i u javnom dopisu iz prosinca 2011. navode ju kao jednu od najvećih izvora negativnosti koje se odvijaju oko kluba (usp. <http://www.jutarnji.hr/prestraseni-zaposlenici-dinamo--kako-bi-ste-se-vi-osjecali-da-ispred-vase-firme-huligani-masunozevima-/993737/>). Vrhunac negativnog tretmana događa se u rujnu 2015., kad se članove Inicijative u jedinom objavljenom komentaru na službenoj Dinamovoj internetskoj stranici naziva huliganima (usp. <http://gnkdinamo.hr/HR/Novosti/Clanak/ferrari-treba-znati-voziti>). Krimen huliganstva naglašavaju i neki televizijski komentatori tijekom prijenosa utakmica te novinari u napisima. Čini se apsurdnim da je Inicijativa koja je javno protiv svakoga nasilja (npr. u postu Inicijative na Facebooku od 14.12.2010. stoji: „osuđujemo apsolutno sve vrste vandalskog ponašanja, fizičkog i verbalnog nasilja“) uopće prozivana za huliganstvo, a i autor teksta, kao podržavatelj Inicijative, može posvjedočiti da ni ne zna za ikoji nasilnički ispad vezan uz njene članove, a niti se sam smatra huliganom niti im pruža podršku. Razlozi za podršku Inicijativi drukčiji su i dijelom se mogu iščitati u iskustvu koje slijedi.

Moj susret s Nogometnim klubom *Dinamo* dogodio se spontano, nepromišljeno, kao *prirodna* posljedica inkulturacije u lokalnu sredinu u dječjoj dobi. Jedna od prvih scena plača iz ranog djetinjstva koje se sjećam bila je kad su svi u mojoj ulici u podsljemenskom dijelu grada govorili o nekakvoj važnoj Dinamovoj utakmici, a stariji su se pripremali za odlazak na nju. Među njima i moj otac kojega moje suze kao dječaka u dobi od 4-5 godina nisu natjerale da me odluči povesti sa sobom, pa je dječju agoniju tek sat-dva prije početka utakmice odlučio prekinuti *deda*, odlukom da i sam ode na utakmicu i mene povede. Kroz nekoliko godina već su se u obiteljskom albumu pojavile moje fotografije u Dinamovom dresu i s klupskom zastavom, a tijekom druge polovice osnovne škole, i potom srednje, započeli su odlasci na utakmice sa školskim kolegama, prekinuti ratnih devedesetih kada je policija postala vrlo agresivna i provokativna spram Dinamovih navijača, nevoljnih da prihvate da je njihov klub promijenio ime odlukom državnoga vrha i u javnoj percepciji gotovo postao privatna stvar predsjednika države. Studij, drugi interesi, neugoda policijskih pretresa i sumnjičavih pogleda prije utakmice, stanje u klubu i društvu uzrokovali su da potpuno izgubim interes za nogomet pa sam otad samo iznimno i rijetko bio na stadionu. Ne skrivam da su na to utjecale i činjenice da je klub prvo postao klubom državnoga vrha i vladajuće stranke, potom je čudno privatiziran i došao u vlasništvo odabranih pojedinaca bliskih politici, da bi s propašću te ideje postao udruga građana, u kojoj i

opet glavnu riječ vode odabrani pojedinci, koje je na tu poziciju smjestio netko nepoznat. Sve je to bilo u suprotnosti s mojoj percepcijom tog kluba kao narodnog, zajedničkog, na čije su utakmice zajedno išli inženjeri i zidari, siromašni i imućni, građani skloni nacionalnoj ideji, kao i socijalistički orijentirani građani (baš je blizu moje ulice živio jedan od najboljih Dinamovih direktora iz socijalističkog vremena). Dinamo je kao sportski kolektiv bio zajedničko kulturno dobro svih; pojava koja integrira te sastavni dio identiteta nas Zagrepčana. Selidba i život u prilično udaljenom jadranskom gradu još su me više odvojili od Dinama, no on je zadržao bitno mjesto u mojim sjećanjima. Kad su se u medijima počele pojavljivati priče o inicijativi *Zajedno za Dinamo* i tome što ona želi, nije bilo razloga da imalo dvojim: spremno sam potpisao peticiju kojom podržavam nju i njezine zahtjeve. Isto je bilo i kasnije, kad mi se Inicijativa obratila pismom i upitala o spremnosti da kao dio akademske zajednice podržim njezin rad. Učinio sam to kao i mnogi kolege, pa tako zajedno s njima i drugim članovima Inicijative za Nogometni klub *Dinamo* postao i – huliganom. Iznimno me uvrijedio autorski komentar javnosti nepoznatog Daria Horvata (od čijih se komentara GNK *Dinamo* službeno ograđuje, no čije su komentare jedno vrijeme jedine objavljivali na svojim mrežnim stranicama) kako smo svi mi vezani za *Zajedno za Dinamo* huligani. Eto, tako sam i ja postao huligan, bez da sam ikoga ikad na stadionu vizualnom porukom, verbalno ili fizički napao ili provocirao. Svi susreti s drugima u Inicijativi uvjerili su me da su i ostali takvi, i da su osuđivanja bilo kakvog nasilničkog ponašanja iskrena i u srži ideje Inicijative. Često su mi u susretima i sami članovi naglašavali kako su iznad bilokakvih podjela, da ima tamo i simpatizera lijevoga SDP-a i desnoga HDZ-a, i ekonomista i filozofa, i društvene elite i društveno marginaliziranih. Inicijativa je to bez lidera, u kojoj su svi jednaki, i sve se odluke donose zajednički, a s obzirom na okolnosti, svatko može predstavljati Inicijativu. Sve u Inicijativi ujedinjava samo Dinamo, pa u njoj vidim kakav bi taj klub mogao biti: zajedničko dobro svih i mnogo mi bliži nego ovaj sada sa zatvorenom i isključivom elitom. A s obzirom i na cjelokupnu društvenu korist od postupaka koje je Inicijativa pokrenula, osobno mi se čini nemogućim da ju ne podržim.

*Zajedno za Dinamo*, može se zaključiti iz predstavljenoga, pripada novom tipu navijačkih praksi koji se tijekom zadnjih desetljeća proširio Europom, a koji se, ako je uopće homogen, može nazvati na različite načine, primjerice posthuliganskim (usp. Giulianotti 2007) ili, sukladno vremenu, postmodernim. Njegova je bitna značajka da navijači svoj prostor djelovanja i izražavanja više ne vide samo na tribinama tijekom utakmica, već je njihovo područje angažmana vezano uz klub mnogo

šire i sustavnije pa osnivaju udruge, pokreću publicističku djelatnost, institucionalno se bore za svoja prava i sl. U slučaju inicijative *Zajedno za Dinamo* posebice je zanimljiv širi građanski aktivizam, jer se borba navijača za svoj klub, koja se vodi putem borbe članova udruge NK *Dinamo* za participirajuću demokraciju, zapravo pretvara u borbu za poštivanje i implementaciju nacionalnih zakona i propisa te odgovornije i učinkovitije funkcioniranje institucija na lokalnoj i nacionalnoj razini. Iako po tome jesu specifični u europskim okvirima, po drugim paralelama su vrlo bliski mnogim navijačkim fenomenima u Europi, primjerice težnji navijača da sudjeluju u upravljanju svojim klubovima, ne prihvaćajući modernističku postavku o neupitnom autoritetu i moći s kakve često nastupaju upravljači klubova, a vrlo je izražena i u Dinamovom slučaju, te cjelokupnom angažmanu na dekomercijalizaciji nogometa i otporu njegovom modernom otuđujućem obliku, u kojemu se navijače teži pretvoriti u potrošače (Cricher 1979:170-171). Posebno se zanimljivim čini promatrati ovaj spor navijača i članova udruge s vodstvom kluba kao kulturnu borbu oko značenja nogometnog kluba i njegovog odnosa s lokalnom zajednicom te njezinim identitetom. S jedne strane tako imamo navijače koji na tribinama često znaju staviti transparent natpisa „Mi smo Dinamo“, dakle one koji klub prvenstveno shvaćaju kao identitetnu kategoriju i zajedničko kulturno dobro, a s druge strane klupsku upravu u kojoj neke pojedince javnost i državna tijela sumnjiče za sukob interesa i stvaranje znatne imovinske koristi u poslovima vezanima za klub. Ne prihvaćajući postojeće stanje, kao ni pokušaje Uprave da ih uvjeri da je realitet u kojem je trenutno klub najbolji mogući, Dinamovi navijači, a inicijativa *Zajedno za Dinamo* samo je jedan vid toga, odbijaju biti disciplinirani i odlučuju se za otpor (usp. Foucault 1983:208). Postmoderno vrijeme u kojemu svatko ima mogućnost, primjerice putem različitih internetskih servisa, predstaviti svoj glas te u kojemu je aktivističko organiziranje građana vezano za neku ideju ili društveno pitanje i bez institucionaliziranja (ili je ono vrlo labavo i promiče se egalitarnost) vrlo popularno (usp. Melucci 1988), [jedna varijanta toga bi bilo ono što Maffesoli (1996) zove plemenima, a u kojemu i sam nogomet potiče dediferencijaciju aktera (Lash 1990:173) promičući model da su navijači sastavni *dio igre*], kontekst je koji omogućio nastanak i djelovanje inicijative *Zajedno za Dinamo*, uz sve specifičnosti i problematičnosti hrvatske situacije. Nositelji inicijative *Zajedno za Dinamo*, kao i sličnih navijačkih pojava u Europi, mahom su pripadnici nove srednje klase, intelektualci kozmopolitskog habitusa, udruženi u neovisnu udругu i skloni izazivanju uobičajene političke pasivnosti navijačkih organizacija u odnosima s Klubom (usp. Haynes 1992), pa i otvoreno politički, u smislu izravnoga djelovanja za

*polis* i javno dobro, a ne pripadanja nekoj političkoj opciji (Giulianotti 2007:40). Inicijativu *Zajedno za Dinamo* zato smatram dobrim primjekom onoga što Giulianotti (Ibid.) naziva *posthuliganskim* navijačkim djelovanjem i vidi fazom razvoja navijačkog pokreta, u kojemu pojedinci iz klubova, medija ili politike mogu vidjeti huligane samo zbog instrumentalističkih razloga.

## 9. Futsal Dinamo<sup>4</sup>

Već je spomenuto kako je jedan od oblika otpora navijača nezadovoljnih situacijom u klubu za koji navijaju osnivanje vlastitog kluba. Dinamovi navijači odlučili su se upravo za to osnivajući Malonogometni klub *Futsal Dinamo*, ili točnije preuzevši upravljanje tim klubom koji se danas natječe u prvoj hrvatskoj malonogometnoj ligi. U vrijeme blokade posjećivanja *velikog* Dinama nekoliko puta se više gledatelja i navijača skupilo na utakmicama ovog *malog* Dinama u dvorani, nego na stadionu u Maksimiru. Sam je klub osnovan 2012. godine, a navijači dominantno ulaze u njegovo vlasništvo 2014. godine. O razlozima za to najbolje govore sami na vlastitoj mrežnoj stranici ([www.futsal-dinamo.hr](http://www.futsal-dinamo.hr)): „U proljeće 2014. godine BBB dolaze na ideju osnivanja vlastitog malonogometnog kluba kako bi se na njegovim utakmicama okupljali navijači i nastavila tradicija navijanja za Dinamo u Zagrebu, a s obzirom da su represija i veliki broj zabrana mnoge udaljili sa stadiona Maksimir. S obzirom da je već postojao Futsal Dinamo, dolazi do kontakta sa tada vodećim ljudima kluba koji su i sami navijači Dinama, zbog čega klub i nosi ovo ime. Ubrzo se donosi odluka da će BBB, umjesto osnivanja potpuno novog kluba, preuzeti vođenje ovog kluba u svim segmentima osim sportskog koji je ostavljen Dinamovcima s više futsal iskustva. Mogao se osnovati potpuno novi klub istog imena, ali odabrano je ovo rješenje jer je ideja bila uključiti u rad kluba sve navijače Dinama koji žele biti dio ove priče.“

Na istoj mrežnoj stranici jasno predstavljaju svoj koncept i ciljeve kluba: „Futsal Dinamo je klub navijača Dinama koji se temelji isključivo na entuzijazmu njegovih članova i ljubavi prema Svetinji! Naša je

---

<sup>4</sup> Približno pola ovog rada objavljeno je u izmijenjenom obliku u članku „Ovo je *Dinamo!*“ – *Fenomen Futsal Dinama kao alternativnog navijačkog kluba*, autora G. P. Šanteka i D. Vukušića, objavljenom u Glasniku Etnografskog instituta SANU 64/2, 2016.

vodilja u ovoj priči ideal Dinama i iskrena ljubav prema našem klubu i gradu. Klub je „vlasništvo“ svih članova, bez uvijanja i bez birokratskih/pravnih smicalica i trikova. Klub vode članovi/navijači i on je iznad svakog pojedinca. Onog trenutka kada navijač postane članom on postaje jedan od „vlasnika“ koji ima pravo odlučivati i kreirati razvoj kluba. Smatramo da niti jedan pojedinac ne može polagati isključivo pravo na Dinamo jer klub su njegovi navijači. (...) Glavni cilj kluba je okupljanje svih navijača Dinama i razvijanje ljubavi u mlađim generacijama prema Dinamu i Zagrebu. Što se tiče sportskih ambicija, ime Dinamo i naši članovi nas obvezuju da učinimo sve da budemo – najbolji! S organizacijske strane cilj je da Futsal Dinamo ne ovisi o niti jednom pojedincu već da bude samoodrživ i neovisan.“

Iz kazivanja samih osnivača, koji su dio Dinamovih navijača BBB-a, vidljivo je da su novi klub osnovali kako bi i dalje mogli navijati za Dinamo, s obzirom na to da ih je represivno djelovanje Kluba i države udaljilo sa stadiona. Uočljiva je njihova percepcija kako ih strukturalno moćni žele podvrgnuti sebi, kao i to koliko im Dinamo u identitetnom i emocionalnom smislu znači te kako navijanje za njega smatraju dijelom svoje i gradske tradicije. U isticanju ravnopravnosti svih navijača kao članova kluba pokazuju kakav klupski model žele stvoriti, a posredno i kakav bi htjeli da je GNK *Dinamo*. Kako su misli o neprihvatljivosti da klub ikada postane ovisan o pojedincu i njegova svojina konstantne, jasno je koliko ih smeta javna percepcija o Dinamu kao svojini jednog čovjeka.

Kako mediji još uvijek dijelom žive od čitatelja, a Dinamovih navijača u Hrvatskoj ima mnogo, ne čudi što je Futsal Dinamo od samih početaka dobro medijski praćen (usp. za ovaj odlomak Šantek i Vukušić 2016:294-295). Čim su Dinamovi navijači Bad Blue Boysi preuzeli vođenje Futsal Dinama, već su u novinama (usp. Juranović 2014) izašli napisati o njegovom osnivanju i nakani da postane primjer demokratski vođenog sportskog kolektiva. Prva utakmica futsal kluba očekivano je bila dobro medijski popraćena, a novinari u izvješćima (usp. Tončić 2014) nisu propustili napomenuti kako joj je pristupilo više gledatelja nego što je to na utakmicama *velikonogometnog* Dinama. Javnosti su predstavljeni i razlozi osnivanja Futsal Dinama: „Revoltirani navijači, ignorirani od strane kluba, odlučili su masovnim ućlanjivanjem u ovaj malonogometni klub pokazati javnosti kako njihov željeni članski ustroj po načelu 'jedan član – jedan glas' može uspješno funkcionirati“ (usp. Tončić 2014). Da novi klub nije sam sebi svrha, već da je za navijače značenjski povezan sa starim, željelo se pokazati i datumom odigravanja prve (prijateljske) utakmice. Ona je odigrana 6. rujna jer je istoga datuma 1967. godine NK *Dinamo* ostvario svoj najveći

uspjeh u povijesti osvajanjem Kupa velesajamskih gradova. A i protivnik Futsal Dinamu u ovoj prvoj utakmici bila je momčad *All Stars Dinamo*, sastavljena od bivših uglednih Dinamovih igrača, koji su se i osobno uključili u navijačku inicijativu o uvođenju članskoga modela upravljanja u Dinamu. Dakle i tako se izrazito naglasila veza s *velikim* Dinamom. Mediji ne propuštaju popratiti i kasnije natjecateljske utakmice Futsal Dinama, pri čemu uglavnom hvale broj navijača, koji se kreće oko nekoliko tisuća, dok u isto vrijeme na prvoligaške utakmice GNK Dinama zna doći i samo 500 gledatelja, te se pohvalno izražavaju o navijačima, atmosferi i pokazanim emocijama. Svjedoče o tome npr. naslov i nadnaslov jednoga članka: „BBB-i oduševili. Ovo je čista ljubav, navijačka strast ne može se kupiti novcem” (usp. Delač 2014). Klub se medijski prati i po završetku natjecateljske sezone, a mnogi mediji naglašavaju uspješno poslovanje ovog kluba kojim upravljaju sami navijači. Iznimno zanimljiv etnografski opis jedne utakmice Futsal Dinama dao je Dino Vukušić u članku „*Ovo je Dinamo!*” – *Fenomen Futsal Dinama kao alternativnog navijačkog kluba* (usp. Šantek i Vukušić 2016:295-298), pa se čitatelju preporučuje da ga pročita i tako stekne uvid u atmosferu na utakmici i općenito situaciju oko Futsal Dinama. Kako izgledaju utakmice Futsal Dinama, odnosno kako ga bodre navijači, vidljivo je i na brojim filmovima na *YouTube* portalu, a i sam klub ima tamo svoj službeni kanal (<https://www.youtube.com/channel/UCBWKDV8Bmr8W5oyUAel1Jug>).

Malonogmetni klub *Futsal Dinamo*, da se zaključiti iz predstavljenog, nastao je kao oblik otpora i navijačka alternativa GNK Dinamu, s vrhuncem aktivnosti u vrijeme kad je trajao navijački bojkot tog kluba. Tada je futsal, zapravo, bio jedino mjesto gdje su se okupljali i navijali najangažiraniji Dinamovi navijači. Unatoč različitim problemima, navijači su kroz Futsal Dinamo pokazali da mogu i znaju voditi klub, te koliko je model članski upravljanog kluba prihvatljiv, ne samo za navijače već i motivirajući u vezi s cjelokupnim angažmanom oko kluba. Njegovim osnivanjem i vođenjem navijači pokazuju nove, kreativne i kompleksne, načine otpora društveno moćnima te vrijednost participirajuće demokracije. U osnovi ne griješimo ako njihov spor s klupskom upravom promatramo kao spor društvenih vrijednosti i kulturnih pogleda (usp. Bourdieu 1993). S jedne strane imamo navijače koji naglašavaju demokratičnost, neprofitnost i samosvrhovitost nogometnog kluba, a s druge autokrate te profitu i drugim društvenim funkcijama usmjerena viđenja. Kako je za sve navijače njihov klub jedan od najvažnijih izvora identiteta, bilo lokalnoga, bilo općenito kulturnoga (i to toliko da on za njih postaje i sveta stvar pa je na utakmicama čest transparent „Dinamo – svetinja”), jasno je da oni, kao supkultura koja

uvelike počiva na buntu, moraju izraziti otpor privatizaciji nogometa, bez obzira na to privatizira li ga se ekonomski, politički, ili to čini neka društvena skupina ili čak pojedinac. Specifičnost Dinamove situacije, a time i njegovih navijača, jest da oni moraju osnivati klub, u ovome slučaju *Futsal Dinamo*, da bi njime upravljali, iako za to imaju sve zakonske mogućnosti i u GNK Dinamu, kako je već spomenuto, formalnoj udruzi građana. Zašto tome nije tako već se uvidjelo u prethodnom poglavlju, kao i zašto svaki rad o Dinamu i navijačima dijelom postaje i rad o hrvatskom tranzitivnom društvu. U očekivanju većeg društvenog i političkog angažmana, svjesni da su uzroci i rješenja u širem kontekstu, i sami se počinju društveno i politički angažirati. Očito je to i u pripočenju vezanom uz prekid bojkota u rujnu 2016. godine: „Naša borba u početku možda i jest bila usmjerena protiv jednog čovjeka čija moć u nogometnim i nekim drugim strukturama više nikada neće biti kao prije, ali ona danas ima jasne zahtjeve, glavu i rep i danas su svi svjesni da se postojeće stanje i trenutna situacija mora mijenjati i da navijački pokret u cjelini više neće okretati glavu od loših stvari u nogometu. Meta nije više samo jedan čovjek, već sistem koji je prvi navijački neprijatelj.“ (usp. <http://gol.dnevnik.hr/clanak/rubrika/nogomet/bbb-i-prekidaju-bojkot-i-vracaju-se-na-maksimir---449521.html>).

Osim što su osnivanjem *Futsal Dinama* stvorili teren za vlastito vježbanje demokracije i prostor za stjecanje iskustva u mogućem budućem upravljanju klubom, navijači su uz *Futsal Dinamo*, u trenutku stvaranja i blokade, zapravo stvorili i prostor za svoje djelovanje. Naime navijači bez navijanja nemaju smisla, a kako na *veliki* nogomet nisu odlazili, njihov razlog postojanja i sama bit dovedeni su u pitanje. Osnivanje futsal kluba tako je bilo funkcionalno i s njihove strane, da ih očuva kao društvenu skupinu. Već je rečeno da kad bismo ovakav njihov postupak sagledavali iz Mertonova (1968) viđenja pet načina na koje pojedinci odgovaraju na kulturne ciljeve i institucionalna sredstva, mogli bismo reći da su se BBB-i i svi drugi članovi *Futsal Dinama* odlučili za djelovanje putem inovacije, u kojem pojedinci zadržavaju kulturni cilj (natjecanje u nogometu u okviru Hrvatskog nogometnog saveza), ali iznalaze vlastiti način postignuća (*Futsal Dinamo* umjesto GNK Dinama).

Iz svih postupaka Dinamovih navijača očita je poruka da se ne žele svesti samo na potrošače, odnosno konzumente nogometne igre i kluba koji vole, već da žele biti aktivni sudionici u djelovanju kluba i razvoju nogometa. Iako se mnogi navijači danas u Europi odupiru vlasnicima zbog ugrožavanja klupskoga identiteta, primjerice oni *Hull City A.F.C.-a* i *Cardiff City F.C.-a*, ili u samom Zagrebu navijači Zagreba, *White Angels*, koji su također osnovali vlastiti klub, specifičnost je



Dinamove situacije i njegovih navijača u razini simboličke poruke kluba, koja je nastala u vrijeme socijalizma i koja je u klub upisala značenja koja daleko nadilaze njegov nogometni aspekt. Primjerice u vrijeme kad je svako naglašavanje etničkog moglo značiti odlazak u zatvor, klub je kao prvi i jedini od tada većih klubova u Hrvatskoj u svoj grb stavio hrvatsko znakovlje. Upravo u ovom njegovom nadnogometnom i nadklupskom značaju doista se čini da funkcionira kao nešto *više od kluba*, poput FC Barcelone, i tu se mora tražiti dio razloga navijačkog neprihvatanja upravljačkog i simboličkog prisvajanja Dinama kao javnog dobra, bilo da to čini politička ili društvena skupina, ili pak pojedinac. Svojim djelovanjem za klub navijači pokazuju društveni i politički aktivizam u vrlo širokom rasponu, od karnevalskog ismijavanja uglednika i autoriteta do organiziranog djelovanja na promjeni u društvu ili njegovim segmentima. I prakse navijačkog otpora pokazale su se vrlo različitim, od fizikalističkog huliganskog ponašanja do intelektualističkog pisanja angažiranih publikacija. No unatoč razlikama u praksi i skupinama koje ih izvode, cilj je jasan i zajednički: navijači se bore za pravo da se čuje njihov *glas*, odnosno da u doba postmoderne jednakopravnosti glasova i njihov postane društveno uvažen, te utječe na osmišljavanje polja (sporta, nogometa) (usp. Bourdieu i Wacquant 1992:16) koje je njima osobito značajno. Participirajuća demokracija s kojom se posvuda susreću, odnosno barem zahtjevi za njom kroz pokušaje različitih referenduma i inicijativa u suvremenom hrvatskom društvu, daje im za pravo da i oni na taj način izraze svoje zahtjeve, ako na neki način svojim djelovanjem zapravo nisu bili i avangarda u hrvatskom društvu.

Zbog svega rečenog, borba za Dinamo (usp. za odlomak Šantek i Vukušić 2016:300-301) pokazuje se i borbom za demokratizaciju kluba, vraćanje kluba navijačima, odnosno vraćanje nogometa u stanje u kojemu je nekada bio. Težnja je da klub, kao nekada, bude vezivno tkivo lokalne zajednice [kako Bromberger (usp. 1995, 306-309) kaže, on ima potencijal da kreira zajedništvo], opet postane bitni element njezina samopoimanja i kulturna pojava čiji je razlog postojanja emocionalni, a ne ekonomski ili neki drugi. Zbog različitosti njihovih strukturalnih pozicija, spor Dinamovih navijača i Uprave može se promatrati i kao jedan od izraza borbe i otpora subordinirane društvene skupine, i to ne samo subordiniranih pojedinaca unutar jedne skupine (navijača GNK Dinama), već i šire društvene borbe. Na primjeru angažmana oko Dinama može se zaključiti da je dio mladih ljudi u Zagrebu i Hrvatskoj kroz nogomet našao način da angažirano društveno djeluje i radi na društvenom unaprjeđenju, što društveno može biti samo korisno.



## 10. Etnografske bilješke s (nogometnih) terena

27. 8. 2016., Ljubljana, Slovenija

Nogometni klub Olimpija Ljubljana – Football Club Luka Koper

Karte za ovu utakmicu kao dobar primjer globalizacije prodavao je *Eventim*, njemačka tvrtka preko koje sam već i u Hrvatskoj kupovao ulaznice, no internetska kupovina ovaj put nije bila opcija zbog privremenosti boravka u Ljubljani. Sam je stadion *Stožice* vrlo moderno zdanje, kako sam komentirao s kolegom Teodorom Borisovim, doktorandom suvremene povijesti na sofijskom sveučilištu i novinarom u cijenjenom bugarskom sportskom časopisu *Meridian mač*, zasigurno najljepši nogometni stadion u jugoistočnoj Europi. Stadion je, zapravo, dio sportskog kompleksa *Stožice* izgrađenog 2010. godine i neposredno je povezan sa sportskom dvoranom, natkrivenim parkiralištem s 1300 mjesta i drugim sportskim objektima, a cijena izgradnje ovog gradskog objekta bila je 97,2 milijuna eura (Šport Ljubljana 2016). Stadion bismo prema Baleovoj (1993) podjeli mogli nazvati postmodernim tipom, iako nema toliko dominantne poslovne prostore, a kako i priliči tome tipu stadiona, smješten je na rubu grada, blizu gradske obilaznice i području koje prije nije bilo urbanizirano. Dolazak u *Centar Stožice* nije kompliciran zbog dobrog prometnog usmjerenja iz svih dijelova Ljubljane, a na samom kompleksu put prema stadionu našao sam slijedeći veće ili manje grupice ljudi s prilično vidljivom odjećom s obilježjima nogometnog kluba *Olimpija*, ponajviše klupskim dresovima ili pamučnim majicama. Kako kartu nisam kupio ni preko interneta ni u *Eventim*ovim trgovinama, trebalo je prvo potražiti mjesto za njezinu prodaju. U ovom pokušaju ubrzo sam osjetio kako postmoderni svijet mrežne prodaje pogađa moj modernistički pristup pretpostavljenih funkcionalističkih lokacija prodaje karata za sportska zbivanja. Iako me put do stadiona vodio pokraj dvorane, u kojoj je također bilo sportsko zbivanje, slovenska košarkaška reprezentacija igrala je pripremnu utakmicu, i uz koju sam vidio natpise o „prodaji vstopnic“, *logika* me

je tjerala prema istim takvim mjestima na stadionu. Nakon nekoliko minuta hoda doista sam našao predviđene prostore uz najposjećeniji dio stadiona, njegov istočni sektor, odnosno tribinu C, smještenu nasuprot loža i novinarskih mjesta u zapadnom sektoru A, no oba *kioska* s natpisima o prodaji karata bila su zatvorena. Misao da je sektor A važniji pa da se možda tamo prodaju karte odvela me je i do njega, no osim ulaza za VIP goste ništa slično nisam našao. Nije mi preostalo drugo nego priupitati dolazeće navijače o mjestu za prodaju karata, a prvi je izbor pao na jednoga *veselijeg* navijača sa sinom otprilike srednjoškolske dobi. Nakon što mu se sin zaputio prema dvorani, upitao sam gospodina u vrlo starom Olimpijinom dresu (sin je imao mnogo noviji) gdje se mogu kupiti karte te dodao da sam stranac u Ljubljani koji bi želio pogledati utakmicu Olimpije. Veselje toga gospodina u kasnim pedesetim godinama još se više povećalo, kao i osmijeh, i uz konstataciju „Ispravno“, rekao mi je da samo gledam kamo ide „mulac“ koji je otišao kupiti karte za njih dvojicu. Na kraju su se karte kupovale na šalterima uz *košarkašku* dvoranu, na ne od stadiona vidljivom mjestu, a da se radi o ulaznicama za stadion svjedočio je samo jedan mali, na papiru formata A4 otisnut natpis „NOGOMET“. Cijena je ulaznice bez ikakvog popusta, koji imaju primjerice djeca i umirovljenici, deset eura. Želju za suvremenim poslovanjem Olimpije, u kojemu je prodaja ulaznica dislocirana od kluba, svjedoči i fiskalni račun izdan uz ulaznicu, na kojemu stoji da mi je i kartu uz stadion prodao *Eventim*. Kako nas je na stadionu, prema novinskim izvještajima, bilo oko dvije tisuće, valjda se ova poslovna dislokacija isplati Olimpiji, ali i Eventimu. Na stadion se, kao i na sve suvremene stadione, ulazi silaženjem, a redar koji je kontrolirao kartu samo ju je pogledao i lagano poderao, ne tražeći da se provlači kroz postavljene skenere. Pregled dodirima je bio prilično diskretan i obavio ga je isti redar, a policija, koje nije na stadionu ukupno bilo više od dvadesetak, sve je promatrala samo iz udaljenosti. Već nakon nekoliko desetaka metara od ulaza dolazi se do prostora za sjedenje i otvara se prekrasan pogled na stadion. I tu postmoderna ideja stadiona još jasnije dolazi do izražaja. Odmah je vidljivo da je dolazak na stadion zamišljen i kao estetski doživljaj, sve je ugodno oku, stolice su namjerno u različitim bojama i rade zanimljive zeleno-sive obrasce, čak i krovna konstrukcija veseli oko jer je iznutra izvedena tako da podsjeća na, recimo, saće. Iako sam sjedio u osamnaestom redu, od ukupno dvadeset, ne sjećam se kad sam imao bolji pogled na teren, a znao sam sjediti ili stajati i u prvim redovima hrvatskih stadiona. Važan je razlog za to sigurno što je ovo samo nogometni stadion, i teren se nalazi neposredno iza male ograde tribina. Prema službenim podacima stadion prima 16 038 gledatelja,

koji bez obzira gdje se na njemu nalazili imaju dobar pogled na igrače i zbivanja na terenu, a čak i ako počne padati kiša ne moraju brinuti jer su svi pod krovom. Sjedalice su također dobre kvalitete i otvaraju se na preklop, pa su me i tako više podsjetile na one u dvoranama nego uobičajene na nogometnim stadionima. Iz SAD-a je prenijeta i ideja puštanja glasne glazbe preko zvučnika, valjda da zabavlja ljude ako se ne mogu sami, no ovdje se audio služba malo opustila pa je glazba treštala i kad je utakmica već počela, što se ne bi smjelo događati. Sama je utakmica igrom bila mizerna, gostujući klub *Luka Koper* nije pokazivao nikakve ambicije za igru, pa je jedan od njihovih boljih veznih igrača Ibričić gotovo cijelo prvo poluvrijeme proveo na poziciji koju inače igraju stoperi. Olimpija je imala nešto više želje, no samo toga, kreacija je bila slabašna i poluvrijeme je prošlo bez prave izrađene akcije. No i ovako je skoro došlo do gola kad je jedan udarac s 20-ak metara prvo pogodio prečku, pa golmana Kopra u leđa i potom se nekom čudnom zaigranošću lopta odlučila malo prošetati uz gol crtu, ali je ne prijeći. Drugo poluvrijeme bilo je slično, igra na sigurno obje momčadi, s gotovo svim predvidljivim potezima i dodavanjima igrača, koje je zato bilo lako neutralizirati, no Koper ipak nešto ambiciozniji u kontranapadima, a Olimpija i dalje sa slabašnim pokušajima izrade akcija. Na kraju je jedna uspješno izvedena kontraakcija urodila golom Kopra, da je bilo više znanja napadača moglo je biti još golova, no ipak je više prilika za gol propustila Olimpija, posvjedočivši i na taj način sadašnju razinu svojih igrača. Tim jedinim golom pobjedu je odnio Koper, koji je u sastavu imao više stranih nego domaćih igrača (sedam od jedanaest, od toga tri Hrvata), a Olimpijini igrači (dva stranca, od toga jedan Hrvat) prilikom pozdravljanja publike na kraju su ispraćeni glasnim zvižducima. Najviše su zviždali iz Olimpijine skupine ultrasa - *Green Dragons*, njih otprilike 150-ak, koji su cijelo vrijeme vrlo glasno, uz pomoć ritam sekcije, bodrili igrače, motivirali ostale gledatelje na stadionu, izvodili koreografije sa šalovima i zastavama, sve iza svojih natpisa među kojima je središnji bio „GDLJ“, iako su se pored vidjela imena i drugih slovenskih mjesta. Bez prevelikoga žamora, vjerojatno i pod utjecajem depresivne igre i rezultata, navijačka masa udaljila se od stadiona, a velik dio prema garažama koje su dio kompleksa, kako se na ovakvom, amerikaniziranom tipu stadiona i očekuje.

6. 11. 2016., Split, Hrvatska

Radnički nogometni klub Split – Građanski nogometni klub Dinamo

**K**arte za ovu utakmicu ne samo da se nisu mogle kupiti na internetu, što organizator uopće ne predviđa, nego se nisu mogle kupiti ni na samom stadionu tri sata pred početak utakmice. Kad sam obišao stadion i sve u betonu uočene prozorčice s rešetkama iznad kojih je pisalo „BLAGAJNA“, nije preostalo ništa drugo nego otići na objed i pokušati sljedećih dva i pol sata iskoristiti korisno, a čitanje jednog diplomskog rada, sasvim prikladno okolnostima na temu nogometa, pokazalo se upravo takvim. Vrijeme je zahvaljujući i radu brzo prošlo, a prostor za blagovanje omogućio mi je svjedočiti zanimljivim razgovorima, primjerice jednog mlađeg oca koji, reče, baš i ne ide na utakmice i ne zanimaju ga, no otići će na ovu radi prijatelja, te četvorice Hajdukovih navijača u već zrelih tridesetim godinama koji su sanjarili kako bi im bilo lijepo da sad naiđu na nekoga Bad Blue Boysa, iscipelarili bi ga s guštom, kako kazaše. Oko 16.30 sati s parkirališta obližnjega trgovačkog centra *Joker*, jer stadion svoje nema, krenuo sam prema najvećoj zapadnoj tribini stadiona *Park mladeži*. Blagajna je sada bila otvorena i ljubazna prodavačica, dobro sakrivena iza debelog sloja betona i rešetaka, prodala mi je kartu za sektor C, uz VIP sektor ponajbolji prostor na tribinama. Za razliku od Slovenije, ovdje je na karti pisalo moje ime, jer prema hrvatskim propisima ulaznice za utakmice HNL-a moraju biti personalizirane. Praksa uvedena da se smanje *problemi* s navijačima nije urodila osobito pozitivnim rezultatima, možda baš zbog takvog pristupa. Prodavačici se prezime Šantek učinilo vrlo zanimljivo, odmah je zaključila da je sa sjevera, skoro me pokušala uvjeriti da kupim kartu za tribinu s gostujućim navijačima, da budem, reče, „među svojima“, iako je u osobnoj uočila da živim u Zadru. Srećom, nije bilo mnogo ljudi pa taj naš razgovor nije privukao znatniju pažnju, a gospođi sam zahvalan jer sam u tu minutu saznao vrlo zanimljive informacije o odnosu navijača Splita prema Hajduku, Dinamu i Zagrebu, koji nije toliko negativan po *sjever* kako bi se možda očekivalo.

Ulaznica za utakmicu bila je sličnija običnom računu nego kartama s kakvima sam se dosad susretao, obično tiskanima, s oznakama klubova koji igraju, često ukusno dizajniranima. Pregled za ulaz bio je vrlo pristojan, a osim čuvanja dijela ulaznice za sebe redar ju je i provukao kroz skener, vjerojatno je HNS na taj način došao do podatka o 756 gledatelja koji su promatrali utakmicu. Na početku televizijskog prijenosa navedeno je da utakmicu gleda 250 gledatelja, a i meni se činilo da ih je manje od službene brojke, negdje oko 500. Doista otužno

izgleda hrvatska liga s tako malim brojem gledatelja na utakmicama, primjerice u ovoj se radilo o utakmici hrvatskog prvaka u drugom najvećem gradu u zemlji, no s obzirom na kasnije pokazanu igru, možda slaba posjeta utakmicama i jest realna. Upravo taj mali broj gledatelja mogao bi biti zaslužan što me je jedan sportski časopis istaknuo u foto-grafskoj reportaži s ove utakmice, doista je bilo zanimljivo kako vjetar vije moju kabanicu, čime sam na neki način i sam postao promatrani od promatrača.

Da stadion *Park mladeži* nije dovršen, jasno je na prvi pogled, i zapravo, uz recentno uređenje klupske uprave, ima formu dobivenu krajem 1970-ih. Zapadna tribina dugačka je otprilike kao igralište, a visoka toliko da ima osam redova sjedala. Istočna je dužine otprilike pola igrališta, a na južnu tribinu stane približno jednako gledatelja kao i na istočnu. Ako je ona za gostujuće navijače, jasno je da domaćini ne očekuju veliki broj svojih gledatelja, uostalom to svjedoči i kapacitet stadiona od 4075 sjedećih mjesta. Sve ostalo na stadionu što okružuje teren su travnate površine, odnosno zemljani nasip.

Balevom tipologijom je teško odrediti ovakav stadion, a možda nije ni potrebno. U zemljama o kojima Bale piše on bi vjerojatno bio teren za trening i odigravanje pripremnih utakmica, no u našoj je kapacitetom i infrastrukturom sasvim dostatan za najvišu nogometnu ligu. Najzanimljiviji do početka utakmice bili su navijači. Na istočnoj, tribini najzagriženijih Splitovih navijača, skupilo ih se pedesetak, no aktivnih u navijanju, bubnjanju i mahanju zastavama bilo je njih jedva desetak. Na južnoj, gostujućoj tribini bilo je tek troje navijača, ostali su stigli dosta vremena nakon početka utakmice. Vjerojatno su kasnili zbog policijskog praćenja i smještanja u gradske autobuse kojima su dovezeni do stadiona. BBB-ima je po dolasku trebalo neko vrijeme da se saberu, organiziraju, izvjesu transparente i slično, pa su s navijanjem započeli otprilike nakon tridesete minute utakmice. Njih gotovo stotinjak lako je nadglasalo Splitove *ultrase* i zapravo su navijali vrlo korektno, s izuzetkom skandiranja protiv svojeg neprijatelja, klupskog savjetnika Mamića, te potpuno bezrazložnog započinjanja pokliča o ubijanju *tovara* i njihovu vezivanju uz spolne organe. S razlogom je to izazvalo negodovanje, prije i poslije toga, vrlo korektno i tolerantno splitske publike.

O samom nogometnom susretu, nažalost, nije potrebno mnogo pisati. Komentari u medijima redom su govorili o slaboj igri, a u naslovima je snažno istaknuto obećanje Dinamovog bugarskog trenera Ivayla Peteva kako će Dinamova igra ubuduće biti bolja. Utakmica je to iz koje se teško sjetiti nekog dobrog, lijepog poteza ili sjajne akcije. Domaćin

se osjetio inferiornim i nije želio riskirati, a Dinamo je nešto želio, no igrači nisu niti mogli niti znali to htijenje opredmetiti i učiniti stvarnim. Zapravo, teško i može biti drukčije kad se protiv zadnjeg na tablici igra s dva defanzivna vezna, pa se i formalno sedam od jedanaest igrača nalaze u obrambenom dijelu momčadi. Jedini gol na utakmici postignut je u prvom dijelu, a ostaje otvoreno pitanje je li ga postigao Dinamov branič ili si je loptu nespretnom intervencijom rukama sam u mrežu zabio vratar Splita. I ovaj slučajni gol pokazao se najvećom razlikom ove dvije momčadi, iako je jedna sa samoga začelja, a druga pri samom vrhu prvoligaške ljestvice. Kiša, vjetar, a ništa manje prikazana igra, razlozi su što je kraj utakmice dočekan s olakšanjem, i to utakmice koja nikoga neće potaknuti da više zavoli nogomet. Svjesni su toga bili i igrači i gledatelji, koji su se, s iznimkom BBB-a koje su došli pozdraviti igrači Dinama, šutke iskrali u splitsko kišno jesensko predvečerje.



20. 11. 2016., Vinkovci, Hrvatska  
Hrvatski nogometni klub Cibalia – Nogometni klub Osijek

Stadion Cibalie smješten je uz južni rub Vinkovaca i od stare gradske jezgre dijeli ga rijeka Bosut. U osnovi je izgrađen 1966. godine, kao dio novog sportskog centra Vinkovaca. Na obližnjem dječjem vrtiću, zadnjoj zgradi na putu iz grada prema stadionu, lijepo je uređen zid s crtežom navijača Cibalie – ultrasa sa šalom i grbom HNK *Cibalia* te natpisom „Život prolazi, Cibalia ostaje“. Razvidno je koliko su Ultrasi svjesni važnosti simbola za zajednicu, da se kroz njih ona ostvaruje i živi, te nastavlja postojati i kad pojedinaca koji je sad tvore više ne bude. Jasno je da je nogometni klub *Cibalia*, vjerojatno i ne samo za Ultrase, viđen kao jedan od središnjih simbola grada. S obzirom na sunce koje je poslijepodne ovog kasnojesenjeg dana činilo prilično ugodnim, ali i obilnu kišu koja me je to jutro ispratila u Dalmaciji i čije sam posljedice još osjećao, odlučio sam se smjestiti na višoj i manje prestižnoj, no zato osunčanoj istočnoj tribini. Kapacitet je ove tribine oko 3000 sjedećih mjesta, razdijeljenih u 20 redova, a cijelog stadiona oko deset tisuća mjesta. Jedina natkrovljena tribina na njemu je zapadna, na kojoj uz VIP i službene prostore ima oko 700 sjedećih mjesta. Sjeverna i južna tribina nalaze se uz zavoje atletske staze i nisu velike, imaju oko pet redova, a jedino su na južnoj, namijenjenoj prihvatu gostujućih navijača, postavljena sjedala. Inače je stadion pravo modernističko zdanje u kojemu je funkciji dana prednost pred estetikom, a arhitektonski je najzanimljivija zapadna tribina, koja izgledom i krovnom konstrukcijom donekle podsjeća na predmoderne stadione u Engleskoj. Pred početak utakmice na stadionu se je skupilo oko 2000 gledatelja, najviše na istočnoj tribini, a navijača Osijeka, Kohorte, bilo je oko 300 pa su se mogli ravnopravno verbalno natjecati s domaćim Ultrasima. Inače su ove skupine prilično neprijateljski raspoložene i siječanjsku utakmicu ova dva kluba u Osijeku pratili su žestoki ulični sukobi navijača. Pri ulasku na tribinu redar je poderao moju nepersonaliziranu kartu i brzo me pregledao, stječe se dojam, s nelagodom što to mora raditi, no sudeći po tome što su me pri uspinjanju na tribinu u trku pretekla tri ultrasa (jedan se poslije ispričao zbog guranja) i potom se nezadovoljno vratili od istog redara ne prošavši ga (možda zbog nekoliko interventnih policajaca iza njega) čini se da ovakvi pregledi nisu jednaki za sve. Kako je utakmica bila dva dana nakon središnjeg državnog dana sjećanja na žrtve koje je u Domovinskom ratu pretrpio obližnji grad Vukovar, započela je sa simboličkim gestama društvenog sjećanja. Tako su predstavnici navijačkih skupina, Ultrasi i Kohorta, ispred spomen-obilježja na zapadnoj tribini stadiona položili vijence i zapalili svijeće, a igrači obje momčadi su na teren izašli s majicama posvećenim sjeća-

nju na Vukovar. I publika je sudjelovala u komemoriranju minutom šutnje, a neke nestašne pojedince koji nisu šutjeli verbalno su ukorili sami navijači, što je dobar primjer samonadzora na tribinama. I ova je utakmica u nogometnom smislu bila slaba, kako je novinar Sportskih novosti u izvješću napisao „bez baruta“. Cibalia, klub s dna ljestvice, protiv Osijeka, kluba s vrha ljestvice, nije željela riskirati i igrala je vrlo oprezno, a ni Osijek nije pokazao preveliku inicijativu, a trener nije igračima dao slobodu da pokažu svoju uočljivu igračku superiornost. U izjednačenoj igri prilika za gol bilo je tek nekoliko, uglavnom iz poluizrađenih akcija. Navijačima slaba igra nije omela raspoloženje te su i Ultrasi i Kohorta razvili zanimljivo natjecanje na tribinama, u kojemu su poklici i pjesme više provocirali drugi klub i navijače nego što su bodrili svoj tim. U drugom poluvremenu navijanje i provociranje stavili su na još višu razinu, na momente efektno subverzivirajući suparnike, npr. kad je Kohorta skandirala „Osijek“, a Ultrasi u pauzu ubacivali „za k...“. Estetski dojam odlazi na stranu Ultrasa, ponajviše zbog paljenja dimnih bombi u različitim bojama, odatle možda onaj neuspjeh pokušaj ulaska trojice ultrasa na moj ulaz na tribinu, no vrlo je uspjela i akcija Kohorte kojom je cijelo prvo poluvrijeme ispred njih na tribini stajao veliki natpis „Vukovar“, a tek su ga na poluvremenu zamijenili s uobičajenim „Kohorta“. Drugo poluvrijeme igrački je bilo na razini prvog, Osijek toliko suzdržan da je slabija Cibalia čak odlučila s pojačanjem napada pokušati iz utakmice izvući više od boda. No jedna njezina pogreška u napadu, nakon koje je uslijedilo brzo izvođenje slobodnog udarca Osijekovog igrača duboko na svojoj polovici (zapravo, nepravilno jer lopta nije u igri puštena s mjesta prekršaja), omogućila je kontranapad Osijeka u kojemu nesigurna obrana Cibalie nije mogla spriječiti postizanje pogotka. Osijek je nadalje nastavio s istim načinom igre, no Cibalia je više pokušavala naći načine za pogodak, ali s pokazanom razinom kreativnosti u napadu teško se to moglo ostvariti. I u jednom pokušaju na samom kraju utakmice Osijek je izbacio jednog igrača u kontranapad, što se činilo bezazlenim jer je golman Cibalie bio mnogo bliži lopti od napadača Osijeka. No nekim čudnim spletom okolnosti vratar Cibalie neshvatljivo nogom promašuje loptu pa napadaču Osijeka ne preostaje drugo nego ju napucati u mrežu. Dovoljno za veliko slavlje Osijekovih navijača i pobjedu u slavonskom derbiju, a običnim ljubiteljima nogometa dovoljno i za pitanje zašto uopće pokušavati igrati, kad rezultat i pobjednika više određuju protivnikove greške nego vlastita kvaliteta. Nakon ovakve pogreške svojeg vratara domaći navijači počeli su napuštati stadion i velika većina nije na njemu dočekala kraj utakmice. Preostalima nije ostalo drugo nego prisjećati se nekih boljih vremena, kao jedan alkoholizirani gospodin

pokraj mene koji je kritizirajući ovakav Osijek govorio kako bi ga ona *strašna* Cibalia iz 1982. godine sredila bez ikakvih problema. Ovakav rezultat Cibaliu je uz Split učvrstio kao najozbiljnijega kandidata za drugu ligu, no i u njoj će vjerni navijači biti uz klub, jer kako grafit na stadionu navodi: „Druga liga, baš nas briga“. Očito su oni tu zbog Cibalie i Vinkovaca, a ne rezultata.

26. 11. 2016., Pula, Hrvatska

Nogometni klub Istra 1961 – Radnički nogometni klub Split

Stadion Nogometnoga kluba *Istra 1961* vjerojatno je najljepši stadion u Hrvatskoj namijenjen igranju samo nogometa. Sadašnji oblik dobio je nakon temeljite rekonstrukcije starog stadiona 2011. godine pa se može govoriti o potpuno novom stadionu. Ovaj, kako mu je službeno ime, Gradski stadion *Aldo Drosina* koštao je oko 47 milijuna kuna (usp. za ovaj i druge podatke o stadionu mrežnu stranicu Grada Pule: <http://www.pula.hr/uprava/rad-gradske-uprave/projekti/repozitorij-novosti/projekti-prikaz-single/article/nogometni-stadion-aldo-drosina/>), kapaciteta je 9800 mjesta, a kako je na hrvatskim stadionima najčešće, i ovdje je zapadna tribina jedina natkrivena. Stadion je izvrstan spoj funkcionalnosti (kojoj su jedinoj težili arhitekti većine hrvatskih stadiona) i estetskog doživljaja, koji se primjerice daje putem izbora boja za stolice i ograde, krovštem u obliku valova te polukružnim završecima tribina, koji upravo takvi tvore jedini hrvatski stadion s potpuno spojenim tribinama. Postmoderni su i pokušaj ostvarivanje veze sa starim stadionom *Aldo Drosina*, primjerice pomoću *valova* na krovštem, te shvaćanje stadiona kao polivalentnog objekta i mjesta potrošnje. Najočitiije je to ovdje i kroz pokušaj da se stadionski prostori iskoriste za poslovne svrhe, posebice izraženo kroz sjevernu tribinu do koje se prvo dolazi cestom iz središta grada. Začudilo me što se tu nije našlo mjesto za prodaju karata, nego se one kupuju na kiosku udaljenom pedesetak metara od stadiona, koji, s obzirom na to da sam dolazio s južne strane, nisam ni uočio, pa sam o mjestu prodaje karata priupitao navijače. Iako nas je bilo malo u redu, prodaja je sporo tekla. Vjerojatni je razlog otiskivanje ulaznice, koja ne izgleda kao obični račun poput onih od Cibalie i Splita, već je lijepog dizajna, otisnuta na vrlo luksuznom papiru i personalizirana na moje ime. Redari na ulazu nisu tražili da se ulaznica skenira, samo su ju pokidali, a i pregled je bio prilično pristojan. Na razglasu su se za zagrijavanje atmosfere puštale navijačke pjesme, neke i dio repertoara Demona, Istrinih ultrasa. Kako se i njih skupilo možda pedesetak, čini se da će ovakvo bodrenje kluba i stvaranje *štimunga* putem razglasa, u kontekstu sve manjega broja posjetitelja nogometnih utakmica, postati neizostavno (iako nisam pristalica amerikanizacije nogometa i na ovaj način).

*Istra 1961* je nogometni klub koji vrlo pomno radi na svom istarskom imidžu, jedna od parola na mjestu za prodaju karata im je primjerice: „Svaki pravi Istrijan navija za Istru 1961“. No isto tako rade i na svom socijalnom imidžu, odnosno vezi s lokalnom zajednicom. Na ovoj se utakmici to moglo primijetiti kroz kutije uz koje su stajali osnovnoš-

kolci i u koje su gledatelji pozvani ubaciti donacije za njihovu kolegicu i teško oboljelu košarkašicu Saru Bećirović. I tijekom poluvremena puštali su se video spotovi s igračima Istre i pozivima na donaciju i dolazak na utakmicu, a klub je odlučio pola prihoda od prodaje karata donirati za akciju *Trica za Saru*. No ni ova akcija nije značajno usmjerila zaljubljenike nogometa na ovu utakmicu, pa ih se na njoj prema službenim podacima skupilo 692. Istrinih ultrasa na sjeveru bilo je najviše pedesetak, Splitovih *đavola* na jugu pet ili šest, a ukupno je tamo bilo dvanaestak gledatelja, što znači da su uz pedesetak gledatelja na istoku, svih ostalih gotovo petsto gledatelja bili smješteni na zapadu, vjerojatno i da se zaštite od moguće kiše. Atmosferu su, s obzirom na broj, prilično uspjelo pokušavali stvarati Demoni, a u nekim trenucima njihova zatišja mogli su se čuti povici i bubnjanje Splitovih navijača. Demoni su uspjeli povremeno motivirati i zapadnu i istočnu tribinu da ih podrže u navijanju, što je bilo i potrebno s obzirom na slabu igru obje momčadi. Potonje nisu propustili istaknuti ni novinari u televizijskom prijenosu i novinskim napisima. Unatoč slaboj igri i nepovezanim akcijama, Split je čak djelovao povezanije na terenu, no Istra je u prvom poluvremenu došla do vodstva. Jedan centaršut s boka njezinog igrača Splitov obrambeni igrač je u konačnici sam ubacio u svoju mrežu. Nakon toga je igra ponešto živnula, Split je počeo igrati s mnogo više igrača u napadu, no nisu uspjeli iskoristiti čak ni one prigode u kojima su napadači bili sami ispred vratara. I Istra je imala još koju ozbiljniju prigodu do kraja, no kako je napisao novinar Glasa Istre (str. 32, 27. 11. 2016.) neće se utakmica pamtiti po ničem drugom nego pobjedom kojom se Istra dodatno odmiče od momčadi s dna tablice, gdje Split ovim porazom i dalje čvrsto ostaje. Korektna pulska publika (jedini incident koji sam uočio bilo je kad je jedan gledatelj zapalio cigaretu, a redar je brzo došao do njega i zamolio ga da je ugasi) zadovoljno je napustila stadion, a i vrlo žurno pošla kući jer su se veoma tmurni oblaci skupili u njegovoj blizini. Jedan od mlađih *demoni* ipak je našao vremena da na električne stupove u blizini stadiona lijepi naljepnice svoje skupine.

27. 11 .2016., Split

Hrvatski nogometni klub Hajduk – Nogometni klub Inter

Split je sportski grad, nema sumnje. Uvjerio sam se u to već pri Dizlasku s autoceste na naplatnim kućicama, kad mi je službenik prilikom naplate cestarine rekao: „Oprosti prijatelju, ali izgledaš kao Omeyer, najveći neprijatelj Hrvatske.“ Što mi je preostalo, u Dalmaciji sam se naučio da je sasvim normalno ovakvo obraćanje na „ti“, nego odgovoriti mu da srećom još nitko nije primijetio da sličim ovom velikom francuskom rukometnom vrataru, koji je Hrvatsku koštao mnogih medalja, zadnji put na početku ove godine. Već na kilometar-dva od stadiona količina ljudi koja se kretala prema Poljudu pokazivala je da se nešto tamo zbiva, a kako se dolazilo do samoga stadiona dotad izdvojene grupice stapale su se u rijeku ljudi. Neupućeni posjetitelj hrvatskih stadiona pomislio bi da se radi o nekom posebno važnom meču koji Hajduk igra u ovo nedjeljno predvečerje, no Hajduk je igrao s momčadi iz donjeg dijela ljestvice i ne osobito atraktivnim Interom iz Zaprešića. Očigledno je dakle da nogomet, a osobito Hajduk, u Splitu još uvijek ima posebno značenje. O tome, uostalom, svjedoče i službeni podaci o broju gledatelja na utakmicama MaxTv prve lige, prema kojima je Hajduk daleko najposjećeniji klub na domaćim utakmicama. Ni na ovom stadionu karte se ne prodaju u nekom prostoru koji je njegov sastavni dio, već u kućicama u blizini. Lako ih je bilo detektirati zbog ljudi u redovima, a odmah nakon što sam stao u jedan od njih prišao nam je neuredni mladić s ponudom da kupimo ulaznicu za *Zapad*. Ulaznicu je na kraju uspio prodati za smanjenu cijenu, a profitirali su i kupac i prodavač, koji je ulaznicu dobio, kako je na njoj pisalo, gratis. Izgubio je jedino Hajduk, no vjerojatno u klupskoj upravi znaju kome distribuiraju besplatne ulaznice. I ovo je preprodavanje ulaznica svjedočilo da se očekivao interes gledatelja za utakmicu, a to je potvrdila i posjeta stadionu, na kojemu nas se skupilo nešto više od šest i pol tisuća. Stadion, inače, opravdano nazivaju i Poljudskom ljepoticom. Doista je riječ o uspjelom arhitektonskom djelu iz 1979. godine napravljenom za Mediteranske igre, zbog čega i nije samo nogometni već i atletski stadion. S obzirom na namjenu, stadion je morao biti izrazito funkcionalan, malo gdje je funkcionalni aspekt tako dobro spojen s estetskim kao na njemu. Iako je dio arhitekture slobodnih oblika koja je težila bijegu od shema, ljepota mu se zasigurno krije i u simetričnosti njegove školjke, a ostavljanjem nebetoniranoga tribinskoga prostora na južnom dijelu za zelenilo i fontanu, izrazito je naglasio svoj postfunkcionalistički aspekt i anticipirao suvremene arhitektonske ideje, primjerice o izražavanju i umjetničkog i prirodnog, uočljive pri suvremenom kreiranju stadiona za najveće svjetske sportske pri-

redbe kao što su Olimpijske igre ili svjetska prvenstva u nogometu. Uostalom, i čuvena školjka arhitektice Zahe Hadid za Svjetsko prvenstvo u Kataru 2022. godine mogla bi se iščitati kao nastavak ove sjajne ideje arhitekta Borisa Magaša iz 1970-ih. Hajduk se, svjestan popularnosti i broja navijača koji dolaze na njegove utakmice, pobrinuo da im vizualnu pažnju ne privlači samo stadion, već i sveprisutne reklame, s kojima se, rekao bih, otišlo i u krajnost. Nigdje naime još nisam uočio da se na semaforu, za vrijeme utakmice, preko cijeloga ekrana vrte reklamne poruke. I tako minutama. Čak i u SAD-u, u kojemu je komercijalizacija profesionalnog sporta dovedena do savršenstva, ovakvog nečeg nema. Sama utakmica bila je neočekivano zanimljiva jer Inter nije igrao zatvoreno, ni blizu nekakvoga *bunkera* ili *parkiranja autobusa*, kako se obično nazivaju zatvorene obrambene formacije. Prepustio jest dominaciju Hajduku, no igrao je vrlo organizirano, iznimno se kvalitetno transformirao u napad za svake osvojene Hajdukovke lopte ili greške, i cijelo se vrijeme vidjelo da momčad ima dobar plan igre te zna što želi u svakoj situaciji. Hajduk jest dominirao, imao i prilika, no jasno mu je nedostajalo stvaralaštva u napadu, a i općenitog odmaka od šablonizirane igre. Zaslužna je za to sigurno i trenerova koncepcija po kojoj su prilično povučeno, gotovo u krilu obrane, prečesto stajala dva vezna igrača. Jasno je da uz toliko težišta prema svojem голу nije moglo biti osobito uspješne igre prema protivničkom голу. No stvari su se promijenile kada je za jedne, ne previše opasne, akcije hajdukovac Kožulj pušten da slobodno puca na gol Intera s 14 metara, što je on iskoristio više preciznim, nego snažnim udarcem. Interova obrana djelovala je iznenađeno, no sve je mogla iznenaditi i njezina opuštenost za vrijeme ove akcije. Drugi je gol pao nešto kasnije. Stekao se dojam da Gkentsoglou, kao i počesto tijekom utakmice, nije znao što bi s loptom pa se odlučio na snažni udarac iz prilične daljine, bar s 30-ak metara, i na njegovu sreću, udarac je Interov golman kratko odbio, taman da do lopte prije njega dođe Hajdukov napadač i zapravo ju ugura u mrežu. Nakon ova dva pogotka prednosti Inter se otvorio igrom, no nije se činilo ni da sam vjeruje u toliki preokret u gostima, a Hajduk se vratio starom obrascu kreiranja akcija u napadu koje su teško mogle uroditi plodom, pa su najveće prigode imali u kontrana-padima. Za neke je i čudno što ih nisu iskoristili, no i Inter je mogao smanjiti rezultat jer je izrazito dominirao u zadnjoj četvrtini utakmice. Glavna je zvijezda utakmice zapravo za neutralne navijače mogla biti Torcida. Skupilo ih se na istočnoj tribini (njihova uobičajena južna je bila zatvorena zbog nedoličnog prijašnjeg navijanja) najmanje tisuću, i cijelo su vrijeme vrlo aktivno bodrili svoju momčad, naglašavajući ogromnu ljubav spram kluba i grada. Nisu, ipak, propustili uputiti poruke HNS-u o njihovu uništavajućem vođenju hrvatskog nogometa, ali ni

politici i potrebi da se navijačima da sloboda. Kako su često optuživani zbog malicioznosti, u jednom su trenutku teren ispred sebe performativno zasuli cvijećem, nazivajući ovo cvijeće, ako su oni takvi, valjda *cvjetovima zla*. Moć u klubu i na stadionu torcidaši su demonstrirali i kada se na njihov poziv da im se priključe na njihovom dijelu tribine (ponovljen kad su vidjeli da to ne rade svi), odazvao veći dio navijača na najposjećenijem Istoku. U mojoj blizini su na zapadnoj tribini sjedili i neki očevi igrača, jedan je tribine napustio istog trena kad mu je sin zamijenjen, no i nekoliko mladih parova koji su cijelo vrijeme pušili cigarete, no stadionske redare to nije nimalo zanimalo, pa čak nijedno, doista slučajno, izbacivanje sjedalice iz položaja na stadionskom betonu. Završetak utakmice donio je veselje Hajdukovim navijačima koji su se sada kao rijeka izlivali u druge dijelove grada, a jedinu negativnost u vezi s odigranom utakmicom čuo sam od prodavačica u obližnjim dućanima koje su uočile da dio tinejdžera u njih nije ušao s namjerom da nešto kupi, već ukrade. Osobito su kritične, na temelju viđenog mogu reći s pravom, bile prodavačice u trgovini čija se reklama nalazi na *svetom* dresu ovih dječaka. No s pravom se može i konstatirati da Split kao malo koji grad živi za svoj klub i nogomet.



3. 12. 2016., Koper, Slovenija

Football Club Luka Koper – Nogometni klub Aluminij Kidričevo

Stadion Kopra dio je sportsko-rekreacijskoga centra *Bonifika*, koji je smješten na novourbaniziranom rubu grada, uz koji se primjerice nalazi nekoliko trgovačkih centara te novi željeznički i autobusni kolodvor. S obzirom na lokaciju, stadion je očekivano koncipiran u skladu s idejama kakve Bale u svojoj klasifikaciji naziva postmodernima. Radi se o stadionu koji je samo nogometni, i koji nizom detalja, osobito na dvije natkrovljene tribine, pokazuje da gledatelju želi dati i estetski doživljaj. Ponajbolji su primjer toga reflektori koji osvjetljavaju zid iza gledatelja na zapadnoj tribini i pri tome u dobro prilagođenom ritmu mijenjaju boju zida, to je detalj koji nije funkcionalan i jedini mu je razlog pojavnosti želja za estetskim doživljajem stadiona. I boje sjedalice izabrane su tako da svojim razlikama tvore zanimljive forme, a prijatelj Marko me upozorio i da reflektori nisu slučajno nakošeni, i to je napravljeno kako bi stadion bio drukčiji, zanimljiviji. Uz zapadnu, natkrovljena je još sjeverna tribina na kojoj se u prizemlju nalaze svlačionice i uz njih povezane prostorije, primjerice za suce, masažu, i sl., a na prvom se katu nalaze prostorije klupskih službi i uprave stadiona te prostori za VIP goste s ložom. Istočna i južna tribina su malene, djeluju improvizirano, no postoje planovi da se i one povećaju te da se kapacitet stadiona znatno poveća od sadašnjih 2500 sjedećih mjesta. Broj nazočnih na ovoj utakmici 20. kola (kroga) Prve lige Telekom Slovenije, (dakle pravci komercijalizacije slični su kao i u Hrvatskoj) jasno je govorio zašto klub i grad Koper nisu izgradili veći stadion, naime utakmici je pristupilo nešto više od stotinjak gledatelja, što je najmanji broj gledatelja kojemu sam ikada svjedočio na nekoj utakmici prve lige. Gotovo svi gledatelji bili su na zapadnoj tribini, na istočnoj ih je bilo četvero, a nekoliko desetaka na sjevernoj. Prilično je uočljivo da Koper nema svoje ultrase, odnosno navodno ih ima no oni su u sukobu s klupskom upravom pa bojkotiraju njegove utakmice. Sukob je, kako sam informiran, započet promjenom imena kluba, tada se navodno smanjio i ukupni broj navijača na stadionu, a vrhunac je postigao nakon što su ultrasi oštetili autobus koji im je Klub osiguravao za putovanja na gostujuće utakmice. Čini se da su nakon toga u Klubu i gradu počeli biti percipirani kao izraziti huligani, „pijanice i drogeraši“, kako neki rekoše, pa je odlučeno da im se uskrati svaka podrška zbog „sramoćenja kluba i grada“. Kako je na stadionu bilo malo navijača, razglas je opet iskorišten za stvaranje atmosfere. No ona je svejedno sveukupno bila prilično komorna, jedino su od sredine drugog poluvremena iznenadili deseci navijača, uglavnom srednje dobi, na zapadnoj tribini, koji su počeli vrlo aktivno bodriti svoj klub

i na momente proizvesti vrlo glasna skandiranja „Koper, Koper“, toli-ko da su podsjetili na ultrase i, kako reče jedan trener Kopra, uspjeli značajno podignuti igrače. Možda treba tražiti djelomične razloge za ništa posebno kvalitetnu igračku predstavu u prvom poluvremenu i u tome što je bilo prilično hladno, nekoliko stupnjeva iznad nule i dosta oblačno. Kako su obje momčadi u utakmicu ušle u lošoj seriji s nizom poraza, igralo se dosta oprezno i sa samo jednim pravim napadačem. No bliskost pozicije na tablici i brzo uočena ravnopravnost momčadi na terenu, omogućila je da kasnije ipak gledamo meč protivnika koji se usude poći po pobjedu. Nešto je više prilika imao Koper, no i Aluminij je mogao doći do vodstva, uglavnom iz brzih transformacija iz obrane u napad. Ono što je bilo uočljivo jest da momčadi nisu imale igrače koji bi svojom kvalitetom, lucidnošću, varkom ili potezom iznenadili protivnika i uputili pravo dodavanje koje stvara vrhunsku priliku. Tako su predvidljiva dodavanja redovito rezultirala predvidljivim završetkom akcija. Slično je bilo i u drugom poluvremenu, u kojemu su si momčadi dopustile još više rizika, pa je opet bilo više izglednijih prilika za Koper, no i Aluminij je svojim prilikama mogao doći do pogotka. I kad je već izgledalo da će utakmica završiti bez golova, tj. neriješeno, potpuno u skladu s disponiranošću igrača, jedna se lopta nakon dobre akcije Kopra malo dulje zadržala u kaznenom prostoru Aluminija, što je kvalitetno iskoristio Koprov igrač koji je u igru ušao u drugom poluvremenu i rutinirano loptu odaslao u mrežu. Tek se tada igra otvorila na način na koji ljubitelji nogometa priželjkuju od početka, no kako je do kraja ostalo desetak minuta nije bilo dovoljno vremena da se promijeni rezultat. Zapravo, čak je i bilo vremena, no igrači, osobito Kopra, nisu pokazali dovoljno umijeća i sabranosti da postignu još koji pogodak. Domaći igrači i navijači radosno su dočekali kraj utakmice, a okupljeni dječaci, njih tri-četiri na Istoku, pohitali su prema sjevernoj tribini i mjestu izlaska igrača s terena. Molili su domaće igrače za dresove s utakmice, a nakon što je nedavno angažirani hrvatski igrač Danijel Pranjić dao svoj jednome od dječaka, svjedočio sam jednom od najvećih izljeva radosti u životu. Lice desetogodišnjeg dječaka sjalo je od ozarenosti i u, činilo se, stanju transa trčao je tribinom mašući dresom i vičući da mu je „dal dres, dal dres“, dok nije ushićen završio u zagrljaju nasmijanog oca. Diraljiva Pranjićeva gesta, koju danas igrači sve rjeđe prakticiraju zbog obaveze da klubu plate dres koji ne vrate nakon utakmice. Poslije utakmice, s obzirom na to da sam zahvaljujući pomoći prijatelja i kolege iz FC *Luka Koper* dobio status VIP posjetitelja utakmice i imao pristup u gotovo sve klupske prostorije, mogao sam se uvjeriti koliko je riječ o međunarodno koncipiranom klubu, u kojemu su treneri i igrači iz Slovenije, Hrvatske, Bosne i Hercegovine, Španjolske,

Argentine, Švedske, Koreje i Gane, a fizioterapeut iz Bugarske, te kako je unatoč primjernoj profesionalnosti stručnih službi kluba, u njemu nazočna obiteljska atmosfera.

## LITERATURA

- Abercrombie, Nicholas i Brian J. Longhurst. 1998. *Audiences: A Sociological Theory of Performance and Imagination*. London: Sage.
- Alt, John. 1983. Sport and Cultural Reification. *Theory, Culture, and Society* 1/3, 93-107.
- Althusser, Louis. 1971. *Lenin and Philosophy and Other Essays*. London: New Left Books.
- Antonijević, Goran. 2016. *Navijači, huligani, prosvjednici i teroristi, bolja Hrvatska i nogometna Hrvatska*. Nogometplus.net. <http://www.nogometplus.net/nogometplusnet/tekst/TabId/98/ArtMID/508/ArticleID/15938/Navijaci-huligani-prosvjednici-i-teroristi-bolja-Hrvatska-i-nogometna-Hrvatska.aspx>
- Arbena, Joseph. L. 1986. Sport and the study of Latin American history. *Journal of Sport History* 13/2, 87-96.
- Armstrong, Gary i Malcolm Young. 1997. Legislators and Interpreters: The Law and „Football Hooligans“. U: *Entering the Field: New Perspectives on World Football*, ur. Gary Armstrong i Richard Giulianotti. Oxford: Berg.
- Aronowitz, Stanley. 1973. *False Promises*. New York: McGraw-Hill.
- Bale, John. 1993. The Spatial Development of the Modern Stadium. *International Review for the Sociology of Sport* 28/2-3, 121-133.
- Bale, John. 1998. Virtual Fandoms. U: *Fanatics!*, ur. A. Brown. London, Routledge.
- Bale, John. 2000. Sport as power. U: *Entanglements of Power*, ur. J.P. Sharp, P. Routledge, C. Philo i R. Paddison. London: Routledge.
- Baudrillard, Jean. 1983. *In the Shadow of the Silent Majorities*. New York: Semiotext(e).
- Baudrillard, Jean. 1998. *Paroxysm*. London: Verso.
- Bauman, Zygmunt. 1992. *Intimations of Postmodernity*. London: Routledge.
- Birley, Derek. 1995. *Land of Sport and Glory: sport and British society, 1910-45*. Manchester: Manchester University Press.
- Bourdieu, Pierre. 1978. Sport and Social Class. *Social Science Information* 17/6, 819-840.
- Bourdieu, Pierre. 1984. *Distinction: A social critique of the judgement of taste*. London: Routledge & Kegan Paul.

- Bourdieu, Pierre. 1986. The Forms of Capital. U: *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, ur. J. Richardson. New York: Greenwood.
- Bourdieu, Pierre. 1990. *In Other Words*. Stanford: Stanford University Press.
- Bourdieu, Pierre i Loic J.D. Wacquant. 1992. *An Invitation to Reflexive Sociology*. Cambridge: Polity.
- Bourdieu, Pierre. 1993. *Sociology in Question*. London: Sage.
- Bourdieu, Pierre. 1998. *Acts of Resistance*. New York: New Press.
- Bourdieu, Pierre. 2000. *Pascalian Meditations*. Cambridge: Polity.
- Bromberger, Christian. 1995. Football as World-View and as Ritual. *French Cultural Studies* 6:293-311.
- Castells, Manuel. 1997. *The Power of Identity*. Oxford: Blackwell.
- Clarke, John i Charles Critcher. 1985. *The Devil Makes Work*. Basingstoke: Macmillan.
- Clement, Jean-Paul. 1995. Contributions of the sociology of Pierre Bourdieu to the sociology of sport. *Sociology of Sport Journal* 12, 145-57.
- Conn, David. 2013. *How Qatar became a football force: from Barcelona to PSG and World Cup*. The Guardian. <https://www.theguardian.com/football/2013/nov/18/qatar-barcelona-psg-world-cup-2022>
- Critcher, Charles. 1979. Football since the war. U: *Working Class Culture*, ur. J. Clarke, C. Critcher i R. Johnson. London: Hutchinson.
- D.S. 2012. *Šuker: Dinamo su napokon gledali pravi navijači*. Tportal.hr. <https://www.tportal.hr/sport/clanak/suker-dinamo-su-napokon-gledali-pravi-navijaci-20121026>
- Dasović, Tomislav. 2015. *Rasizam i pirotehnika u padu, ali i broj gledatelja u HNL-u*. Večernji list. <http://www.vecernji.hr/nogomet/hrvatski-helsinki-odbor-rasizam-i-pirotehnika-u-padu-1010886>
- De Certau, Michel. 1984. *The Practice of Everyday Life*. Berkeley: University of California Press.
- Delač, Hrvoje. 2014. *Ovo je čista ljubav, navijačka strast ne može se kupiti novcem*. Večernji list. <http://www.vecernji.hr/nogomet/ovo-je-cista-ljubav-navijacka-strast-ne-moze-se-kupiti-novcem-966733>
- Deloitte. 2017. *Deloitte Football Money League 2017*. Deloitte. <https://www2.deloitte.com/uk/en/pages/sports-business-group/articles/deloitte-football-money-league.html>

- Deželić, Vanja. 2014. *Dinamo nikad u povijesti nije igrao pred ovako malo gledatelja*. Večernji.hr. <http://www.vecernji.hr/nogomet/dinamo-nikad-u-povijesti-nije-igrao-pred-ovako-malo-gledatelja-979222>
- Dreier, Fred. 2011. *MLS passes NBA as third best-attended American sport*. Sportingnews.com. <http://www.sportingnews.com/soccer-news/205972-mls-passes-nba-as-third-best-attended-american-sport>
- Dunning, Eric, Patrick Murphy i John M. Williams. 1988. *The Roots of Football Hooliganism: An Historical and Sociological Study*. London: Routledge and Kegan Paul.
- Durkheim, Emile. 1964. *The Division of Labor in Society*. New York: Free Press.
- Eichberg, Henning. 1995. Stadium, Pyramid, Labyrinth. U: *The Stadium and the City*, ur. J. Bale and O. Moen. Keele: Keele University Press.
- Elias, Norbert. 1982. *The Civilizing Process: The History of Manners*. Oxford: Blackwell.
- Fifa World Cup All Time Statistics. 2016. *Fifa Tournaments*. <http://www.fifa.com/fifa-tournaments/statistics-and-records/worldcup/index.html>
- Finn, Gerry P. T. 1994. Football Violence: A Societal Psychological Perspective. U: *Football, Violence and Social Identity*, ur. Richard Giulianotti, Norman Bonney i Mike Hepworth. London: Routledge, 90-127.
- Fiske, John. 1993. *Power Plays, Power Works*. London: Verso.
- Foucault, Michel. 1977. *Discipline and Punish*. London: Peregrine.
- Foucault, Michel. 1983. The subject and power. U: *Michel Foucault*, ur. H.L. Dreyfus i P. Rabinow. Chicago: University of Chicago Press.
- Futsal-Dinamo. 2016. *Neka moja pjesma tebi snage da*. <http://www.futsal-dinamo.hr/vijesti/klub/>
- Gaines, Cork. 2014. *Soccer Popularity Is On The Rise In The US, But English Football Is Benefiting More Than MLS*. Business Insider. <http://www.businessinsider.com/soccer-popularity-english-football-mls-2014-7>
- Gibson, Owen. 2015. *China's focus on football could tilt the global game on its axis*. The Guardian. <https://www.theguardian.com/football/2015/sep/08/china-focus-football-global-game>
- Giulianotti, Richard, Norman Bonney i Mike Hepworth, ur. 1994. *Football, Violence and Social Identity*. London: Routledge.

- Giulianotti, Richard. 1995. Football and the politics of carnival: an ethnographic study of Scottish fans in Sweden. *International Review for the Sociology of Sport* 30/2: 191-220.
- Giulianotti, Richard. 2002. Supporters, followers, fans and flâneurs. *Journal of Sport and Social Issues* 26/1: 25-46.
- Giulianotti, Richard i Gary Armstrong. 2002a. Avenues of Contestation. *Social Anthropology* 10/2: 211-38.
- Giulianotti, Richard. 2005. *Sport: A Critical Sociology*. Cambridge: Polity Press.
- Giulianotti, Richard. 2007. *Football: A Sociology of the Global Game*. Cambridge: Polity Press.
- Goffman, Erving. 1959. *The Presentation of Self in Everyday Life*. Harmondsworth: Penguin.
- Goffman, Erving. 1967. *Interaction Ritual: Essays in Face-to-Face Interaction*. Chicago: Aldine.
- Gramsci, Antonio. 1971. *Selections from the Prison Notebooks*. London: Lawrence & Wishart.
- Hall, Stuart. 1978. The treatment of football hooliganism in the press. U: *Football hooliganism*, ur. R. Ingham. London: Inter-Action.
- Haynes, Richard. 1992. *The Football Imagination*. Aldershot: Arena.
- Herbert, Ian. 2015. *Manchester City to sell £265m stake to China Media Capital to narrow Manchester United gulf*. The Independent. <http://www.independent.co.uk/sport/football/premier-league/manchester-city-receive-265m-investment-from-china-media-capital-to-narrow-gulf-to-manchester-united-a6755411.html>
- Hoch, Paul. 1972. *Rip Off the Big Game*. Garden City: Doubleday.
- Hudika, Drago. 2017. *Boysi vratili igračima dresove! Je li ovo bio jedanaesterac za Dinamo?* Večernji list. <http://www.vecernji.hr/nogomet/boysi-vratili-igracima-dresove-je-li-ovo-bio-jedanaesterac-za-dinamo-1152349>
- Edwards, Harry. 1973. *Sociology of Sport*. Homewood: Dorsey Press.
- Jameson, Frederic. *The Political Unconscious, Marxism and Form*. New Jersey: Princeton University Press. 1971.
- Jamison, Bryan. 1996. The Sandgate handicap riot. *Sporting Traditions* 12/2, 17-48.
- Jary, David, John Horne i Tom Bucke. 1991. Football Fanzines and Football Culture: a successful case of cultural contestation. *Sociological Review* 39/3: 581-598.

- Juranović, Tomislav. 2014. *BBB-i osnovali svoj Dinamo. „Izbori, legende i pune tribine su naš odgovor praznom Maksimiru“*. Jutarnji list. <http://www.jutarnji.hr/sport/bbb-i-osnovali-svoj-dinamo-izbori-legende-i-pune-tribine-su-nas-odgovor-praznom-maksimiru/691402/>
- Jutarnji.hr. 2014. *Prazan stadion, a opet najgledaniji*. Jutarnji.hr. <http://www.jutarnji.hr/sport/nogomet/prazan-stadion-a-opet-najgledaniji-hajduk-na-prvom-mjestu-po-broju-gledatelja-uhnl-u/578407/>
- Kantar Media. 2014. *2014 FIFA World Cup Brasil Television Audience Report*. [http://resources.fifa.com/mm/document/affederation/tv/02/74/55/57/2014fwcbrasilvaudiencereport\(draft5\)\(issuedate14.12.15\)\\_neutral.pdf](http://resources.fifa.com/mm/document/affederation/tv/02/74/55/57/2014fwcbrasilvaudiencereport(draft5)(issuedate14.12.15)_neutral.pdf)
- Kezerić, Ana-Maria. 2015. *Navijače nakon obračuna zvao šef osiguranja Dinama*. Večernji.hr. <http://www.vecernji.hr/hrvatska/navija-ce-nakon-obracuna-zvao-sef-osiguranja-dinama-1005003>
- Komar, Tibor. 2014. *Konstrukcija nacionalnog identiteta hrvatskih nogometnih reprezentativaca iz dijaspore*. Doktorska disertacija. Zagreb: Filozofski fakultet.
- Korte, Gregory. 2015. *Obama: Women's soccer team showed what 'playing like a girl' really means*. USA Today. <http://www.usatoday.com/story/news/politics/theoval/2015/10/27/obama-womens-soccer-team-showed-what-playing-like-girl-really-means/74662714/>
- Lalić, Dražen. 2011. *Torcida. Pogled iznutra*. Zagreb: Profil.
- Lash, Scott. 1990. *Sociology of Postmodernism*. London: Routledge.
- Lash, Scott i John Urry. 1994. *Economics of Signs and Space*. London: Sage.
- Leeson, Peter T., Daniel J Smith i Nicholas A. Snow. 2012. *Hooligans. Review d'Economie Politique*. January 23, 2012.
- Lesički, Alen. 2016. *Senzacionalna vijest iz Maksimira: Boysi prekida ju bojkot*. Sportske novosti. <http://sportske.jutarnji.hr/nogomet/navijaci/senzacionalna-vijest-iz-maksimira-boysi-prekidaju-bojkot-navijaci-se-vracaju-na-sjever-protiv-juventusa-da-vracamo-se-a-evo-i-zasto/4677947/>
- Lynch, Rob. 1992. *A symbolic patch of grass. ASSH Studies in Sports History* 7, 44-68.
- Lyng, Stephen. 1990. *Edgework: A Social Psychological Analysis of Voluntary Risk Taking. American Journal of Sociology* 95/4, 851-856.



- Lyng, Stephen i Rick Matthews. 2007. Risk, edgework, and masculinities. U: *Gendered Risks*, ur. K. Hannah-Moffat i P. O'Malley. Milton Park: Routledge-Cavendish, 75–98.
- Maffesoli, Michel. 1996. *The Time of the Tribes*. London: Sage.
- MaxTv Prva liga. 2016. *Statistika. Dinamo – Slaven Belupo 2:1*. MaxTv Prva liga. <http://prvahnl.hr/matches/271221/dinamo-sla-ven-belupo-2-1/>
- McPherson, Barry D., James E. Curtis i John W. Loy. 1989. *The Social Significance of Sport*. Champaign: Human Kinetics.
- Merton, Robert K. 1938. Social structure and anomie. *American Sociological Review* 3/6, 672-82.
- Merton, Robert K. 1968. *Social Theory and Social Structure*. New York: Free Press.
- Melucci, Alberto. 1988. Social Movements and the Democratization of Everyday Life. U: *Civil Society and the State: New European Perspectives*, ur. J. Keane. London: Verso.
- Milkanović, Ivan. 2014. *Porazni podatci o posjeti gledatelja na prvoligaškim terenima 1. HNL*. SportNews.hr. <http://www.sportnews-hr.info/1hnl/1-hnl-seniori/1-hnl-vijesti/1031-porazni-podatci-o-posjeti-gledatelja-na-prvoligakim-terenima-1-hnl.html>
- Mušlek, Ivan. 2015. *Zajedno za Dinamo – dugogodišnja borba protiv moćnika koji zaobilaze zakone*. nogometplus.net. <http://www.nogometplus.net/mobile/TabId/164/ArtMID/756/userid/361/ArticleID/5267/Zajedno-za-Dinamo-dugogodisnja-borba-protiv-mocnika-koji-zaobilaze-zakone.aspx>
- Nakamura, Jeanne i Mihaly Csikszentmihalyi. 2002. The concept of flow. U: *Handbook of positive psychology*, ur. C. R. Snyder i Shane J. Lopez. New York: Oxford University Press, 89-105.
- Ničota, Tomo. 2014. *Novo pojačanje. Mamić „Sin pokojnog Josipa Kuže biti će naš časnik za vezu s navijačima”*. Jutarnji.hr. <http://www.jutarnji.hr/sport/nogomet/novo-pojacanje-mamic-sin-pokojnog-josipa-kuze-biti-ce-nas-casnik-za-vezu-s-navijacima/848611/>
- Nogometplus.net. 2014. *HNS izbrisao Murićev profesionalni ugovor*. Nogometplus.net. <http://www.nogometplus.net/nogometplusnet/tekst/tabid/98/ArticleID/242/ArtMID/508/Default.aspx>
- Oriard, Michael. 1993. *Reading Football*. Chapel Hill: University of North Caroline Press.
- Perasović, Benjamin. 1995. Navijačko pleme: do nacije i natrag. *Erasmus* 11: 61-67.

- Perasović, Benjamin. 2001. *Urbana plemena: sociologija supkultura u Hrvatskoj*. Zagreb: Hrvatska sveučilišna naklada.
- Pilz, Gunter A. 1996. Social factors influencing sport and violence: On the "problem" of football hooliganism in Germany. *International Review for the Sociology of Sport* 31/1, 49-66.
- Premierleague.com. 2015a. *A growing fan base*. <http://www.premierleague.com/content/premierleague/en-gb/about/a-growing-fan-base/>
- Premierleague.com. 2015b. *The worlds most watched league*. <http://www.premierleague.com/content/premierleague/en-gb/about/a-growing-fan-base/>
- Prnjak, Hrvoje. 1997. *Bad Blue Boys - prvih deset godina. Društveni fenomen navijača Nogometnog kluba Dinamo*. Zagreb: Marjan Express.
- Raić Knežević, Ana. 2015. *Telegram analiza: Prelazak Dinama iz tvrtke u udrugu omogućio je višegodišnje krađe u tom klubu*. Telegram. <http://www.telegram.hr/politika-kriminal/prelazak-iz-tvrtke-u-udругu-omogucio-je-visegodisnje-krađe/>
- Rigauer, Bero. 1981. *Sport and Work*. New York: Columbia University Press.
- Sansone, David. 1988. *Greek Athletics and the Genesis of Sport*. Berkeley: University of California Press.
- Sinovčić, Dean. 2002. Navijački teror zavladao maksimirskim klubom. Dinamov smrtni strah od huligana. Nacional. <http://arhiva.nacional.hr/clanak/13153/dinamov-smrtni-strah-od-huligana>
- Smolčić, Pero. 2009. *Neduzni Dinamo: Više od 120 milijuna kuna duga isparilo s nestalom Croatijom*. Slobodna Dalmacija. <http://www.slobodnadalmacija.hr/sport/domaci-nogomet/clanak/id/46927/neduzni-dinamo-vise-od-120-milijuna-kuna-duga-isparilo-s-nestalom-croatijom>
- Spaaij, Ramon. 2006a. Aspects of Hooligan Violence. A Reappraisal of Sociological Research into Football Hooliganism. *ASSR Working Paper Series* 2/6, 1-42.
- Spaaij, Ramon. 2006b. *Understanding Football Hooliganism. A Comparison of Six Western European Football Clubs*. Amsterdam: Vossiuspers Uva.
- Šantek, Goran Pavel i Dino Vukušić. 2016. „Ovo je Dinamo!“ – Fenomen Futsal Dinama kao alternativnog navijačkog kluba. *Glasnik Etnografskog instituta SANU* 64/2, 289-302.

- Šport Ljubljana, Center Stožice. 2016. *O Centru Stožice*. [http://www.sport-ljubljana.si/O\\_centru\\_Stozice/](http://www.sport-ljubljana.si/O_centru_Stozice/)
- Taylor, Ian. 1969. Hooligans: soccer's resistance movement. *New Society* 358, 7 August, 204-206.
- Taylor, Ian. 1970. Football mad: a speculative sociology of soccer hooliganism. U: *The Sociology of Sport*, ur. E. Dunning, London: Frank Cass, 352-377.
- Taylor, Ian. 1971. Soccer consciousness and soccer hooliganism. U: *Images of Deviance*, ur. S. Cohen, Harmondsworth: Penguin.
- Tončić, Lovro. 2014. *Na Maksimiru pustoš, na Šalati 3000 navijača podržalo „novi“ Dinamo*. Večernji list. <http://www.vecernji.hr/nogomet/na-maksimiru-pustos-uz-novi-dinamo-3000-ljudi-959631>
- Turner, Elliott. 2014. *MLS vs the major leagues: can soccer compete when it comes to big business?* The Guardian. <https://www.theguardian.com/football/2014/mar/12/mls-soccer-nfl-nba-mlb-nhl-epl-business>
- Urry, John. 1990. *The Tourist Gaze*. London: Sage.
- Vrcan, Srđan. 2002. The Curious Drama of the President of a Republic versus a Football Fan Tribe. *International Review for the Sociology of Sport* 37/1, 59-77.
- Williams, Raymond. 1961. *The Long Revolution*. New York: Columbia University Press.
- Zovko, Ante. 2012. *Dinamove vitrine sve punije, maksimirske tribine sve praznije*. Sportnet.hr. <http://www.hrsport.net/mobile/analize/440607/nogomet-1-hnl/dinamove-vitrine-sve-punije-maksimirske-tribine-sve-praznije/>

