



**UNIVERZITET U SARAJEVU**  
**FAKULTET POLITIČKIH NAUKA**  
**ODSJEK ZA KOMUNIKOLOGIJU**

***MEDIJSKI PRIKAZI NAVIJAČKE***  
***KONTRAKULTURE***

**- magistarski rad -**

**Kandidat:**

Emir Dobrača

**Mentorica:**

Prof. dr. Jasna Duraković

**Broj indeksa:**

822/II-K

Sarajevo, april 2023. godine

## SADRŽAJ

Uvod.....	4
I. NAUČNA I DRUGA SAZNANJA O PREDMETU/ TEMI ISTRAŽIVANJA .....	5
I.1. Polazna saznanja o predmetu istraživanja .....	5
I.2. Fundamentalna pitanja koja proizilaze iz predmeta istraživanja? .....	5
I.3. Koncept mogućih odgovora .....	5
II. METODOLOŠKI OKVIR RADA .....	6
II.1. Problem istraživanja .....	6
II.2. Predmet istraživanja .....	6
II.3. Ključni pojmovi.....	7
II.4. Ciljevi istraživanja.....	8
II.5. Motiv za odabir teme.....	8
II.6. Generalna hipoteza .....	9
II.7. Metode istraživanja .....	9
III. FENOMEN NAVIJAČKIH GRUPA .....	10
III.1. Sociopsihološko posmatranje navijačke kontrakture .....	10
III.2. Nastanak organizovanih navijačkih grupa.....	14
III.3. Navijačka kontrakultura u Engleskoj .....	16
Nastanak navijačke kontrakture u Engleskoj .....	16
Pojava “Firmi”.....	17
Kraj navijačkih nereda na stadionima .....	20
III.4. Navijački Ultras pokret u Italiji.....	20
Nastanak Ultras pokreta u Italiji.....	20
Kraj tradicionalnog Ultra pokreta.....	22
Navijačka kontrakultura u Italiji danas.....	23
III.5. Devijacija među pripadnicima navijačkih grupa – huliganizam .....	23
Nasilje u sportu.....	23
Huliganizam u navijačkoj kontrakтури .....	26
Etimologija pojma Huligan .....	28
Huliganstvo kroz faze razvoja.....	28
III.6. Navijačke grupe u Bosni i Hercegovini.....	30
Nastanak fudbala u Bosni i Hercegovini .....	30

Pojava navijačkih grupa u Bosni i Hercegovini .....	31
Navijači FK Željezničar .....	32
III.7. Rezime prvog dijela.....	35
IV. PRIKAZ NAVIJAČKIH GRUPA KROZ MEDIJE.....	37
IV.1. Navijači kao medij .....	37
Vizualne poruke .....	37
Verbalne poruke .....	41
IV.2. Fanzini.....	42
IV.3. Knjige.....	43
IV.4. Filmovi.....	44
IV.5. Prikaz navijačkih grupa kroz informativne medije .....	45
IV.6. Komercijalizacija sporta i uloga navijača .....	48
IV.7. Rezime drugog dijela .....	51
V ANALIZA SADRŽAJA MEDIJSKOG IZVJEŠTAVANJA ON-LINE IZDANJA MEDIJSKIH PORTALA U BOSNI I HERCEGOVINI NA TEMU NAVIJAČKE KONTRAKULTURE.....	51
Posmatrani period.....	51
Metodologija istraživanja .....	52
Kategorizacija objava .....	52
Novinarska forma .....	52
Autor sadržaja.....	52
Analiza po kontekstu članka.....	52
Analiza objavljenog sadržaja.....	53
Analizirani sadržaj.....	53
VI ANALIZA ANKETE .....	57
VII ANALIZA INTERVJUA.....	65
VIII. ZAKLJUČNA RAZMATRANJA.....	77
IX. BIBLIOGRAFIJA .....	78
Knjige:.....	78
Naučni i stručni članci i tekstovi: .....	78
Internet izvori: .....	79
Časopisi: .....	80

## Uvod

Tema ovog završnog rada je medijski prikaz navijačke kontrakulture. Navijačka kontrakultura ili subkultura stara je koliko i sam sport. Ova kontrakultura je prisutna u svakom dijelu svijeta, ali fokus rada će biti na prisutnost kontrakulture u Evropi, te medijski prikazi iste. Ona je bila predmet raznih analiza kao fenomen koji se može pronaći u svakom društvu, skoro u svim njenim slojevima. Kao što je i fudbal najpopularniji sport na svijetu, tako je i navijačka kontrakultura vezana za ovaj sport najrasprostranjenija u svijetu.

Teško je doći do podatka o tačnom broju fudbalskih kolektiva u svijetu jer se broje samo oni koji imaju prefiks da su profesionalni. Mnogi amaterski klubovi imaju velike navijačke baze, a prefiks profesionalni određuje nivo takmičenja u kojem se nalaze. Ako posmatramo da je prema podatku iz 2019. godine, u FIFA bilo registrovano 3.903 kluba u 187 različitih zemalja (Glušević, 2022), te da svaka od reprezentacija koja se takmiči u FIFA takmičenjima ima svoje navijače, imamo pretpostavku da na svijetu postoji više od 4.000 navijačkih grupa.

U nekim slučajevima, navijači nisu kontrakultura, već imaju obilježje kulture. Navijačima se svakodnevnica crti oko kluba, prema njemu određuju poslove, brakove, uvjerenja. Postoji slučaj da je u Argentini 1998. godine, otvorena „Maradonina crkva“ kao pravac katoličanstva (Tizano, 2018), a u 2021. godini, otvorena je prva takva crkva u Meksiku (Hina/Reuters, 2021). Najzanimljiviji podatak kada je u pitanju „Maradonina crkva“ je možda taj, da je u Zagrebu 2015. godine registrovana Udruga vjernika crkve sv. Maradone.

Cilj rada je objasniti nastanak navijačke kontrakulture, njen razvoj, prisutnost u društvu te osvrtna navijačku kontrakulturu u Bosni i Hercegovini. Fokus rada će biti na predstavljanje kontrakulture u medijima, kako je ona predstavljena te kako je vide različite grupe društva, od samih pripadnika kontrakulture, preko medija do prepoznavanja njenog komercijalnog potencijala. Shodno tome, provedena je anketa među stanovnicima Bosne i Hercegovine, te su provedeni i intervjui sa priznatim sportskim radnicima.

## I. NAUČNA I DRUGA SAZNANJA O PREDMETU/ TEMI ISTRAŽIVANJA

### I.1. Polazna saznanja o predmetu istraživanja

Polaznim saznanjem došli smo do predodžbe da sintagmu medijsko okruženje u Bosni i Hercegovini i svijetu, te njihovi sadržaji koji plasiraju informativne i druge programe, potpomognuti su mnogim novim tehnologijama kao to su društvene mreže, portali i slično, imaju veliku ulogu u procesu izvještavanja i samom kreiranju svijesti društva. Vrlo često se medijski prikaz posmatra površno, kao senzacijska vijest o navijačkim neredima generalizirajući sve pripadnike te navijačke kontrakulture i stavljajući im negativan prefiks, a sve u cilju postizanja čitanosti priloga, pri tome ne vodeći se da li je prilog istinit ili ne, da li je objektivan te bez pretpostavke da svaka priča ima i drugu stranu medalje.

### I.2. Fundamentalna pitanja koja proizilaze iz predmeta istraživanja?

U kojoj mjeri medijski prikaz navijačke kontrakulture ima uticaja na društvo? Kako te vijesti utiču na percepciju ostatka društva prema pripadnicima navijačke kontrakulture? Da li su namjere medija prikazati pravu sliku ove kontrakulture, ili se vode senzacionalizmom?

### I.3. Koncept mogućih odgovora

Provedeno istraživanje će nam dati odgovore da li mediji i medijski prikazi kreiraju sliku o navijačkoj kontrakulturi koju medijsko okruženje usvaja, kako se ona percipira i kakvi su pogledi na ovu kontrakulturu od strane kreatora tih medijskih sadržaja, recipijenta te mišljenje psihologa na odnos pripadnika ove kontrakulture, medijskog izvještavanja o njima te bitnosti te kontrakulture za okruženje u kojem postoje.

## II. METODOLOŠKI OKVIR RADA

### II.1. Problem istraživanja

Osnovni problem ovog istraživanja je analiza medijskih prikaza navijačke kontrakulture, prikaza ponašanja pripadnika te kontrakulture i kako se to reflektuje na društvo. Sama ova kontrakultura je medij za sebe. Često su medijski prikazi ove kontrakulture uzrok antagonizma koji se javlja u društvu prema pripadnicima navijačke kontrakulture, gdje se cijela kontrakultura generalizira prema izvještaju o ponašanju pojedinca ili izvještajem o izolovanom incidentu.

Problemsko pitanje: Kako mediji prezentuju navijačku kontrakulturu?

### II.2. Predmet istraživanja

Predmet istraživanja ovoga rada je prikazati kako različiti mediji prikazuju navijačku kontrakulturu u različitim okolnostima. Navijačka kontrakultura je kompleksan organizam koji svoje korijene vuče iz sredine dvadesetog stoljeća, dominantno na području Velike Britanije. No navijači, i prikazi navijača mogu se pronaći još u Tacitovim zapisima o Pompejima, gdje ovaj Rimski historičar opisuje sukobe koji su nastali tokom gladijatorskih igara, između gledatelja iz Pompeje i onih iz Nucerie. Sukobi su započeli razmjenom kamenica, da bi se završili oružanim sukobom dvije strane što je za epilog imalo zabranu organizovanja gladijatorskih igara. Mediji su ti koji vrlo često senzacionalistički prikazuju navijače stavljajući naglasak na huliganske ispade. Mediji u Bosni i Hercegovini koriste političku klimu te svaki sukob između navijača prikazuje izazvan nacionalnim ili etničkim nabojem, što u većini slučajeva nije u pitanju i to ću u ovom radu prikazati. Također ću se posvetiti razvoju navijačke kontrakulture, od engleskih navijača do Ultras pokreta koji je krenuo iz Italije, a kasnije se proširio na cijeli evropski kontinent. Na kraju, dio rada će biti posvećeno i komercijalizaciji ove kontrakulture, razvoja modnih marki, književne, muzičke i filmske industrije. Istraživanje će biti interdisciplinarno, jer se sama navijačka kontrakultura veže za psihologiju i sociologiju.

### II.3. Ključni pojmovi

**Medij** (lat. medium; engl. mediums), sredstva masovnih komunikacija, masovni mediji. Neko od sredstava prenošenja komunikacija (štampa, TV, radio, internet i sl.). Različite tehnike komuniciranja prilagođene uslovima masovnog društva, kao što su radio i televizija, internet, novine, magazini i časopisi, filmovi, knjige i drugo, uglavnom se smatraju medijima Sredstva masovnih komunikacija prenose poruke široj socijalno-mješovitoj i raspršenoj publici, ljudima koji se međusobno razlikuju u pogledu svog društvenog statusa, kulturnog i obrazovnog nivoa, a pritom su i prostorno udaljeni od izvora komunikacije, kao i između sebe (Lavić, 2014)

**Navijač:** Navijač je osoba koja podržava, favorizira ili navija za pojedinca ili neku organizaciju. Navijati se može za političke partije, sportiste u individualnim sportovima ili za pojedince u kolektivnim sportovima, ali najčešće se uzima definicija navijača nekog kolektivnog sportskog kluba. „Publika je manja ili veća grupa ljudi koja prati neku predstavu, emisiju, koncert, umjetničko djelo, takmičenje, neku sportsku utakmicu, novine, magazine, časopise, online medije, itd. Publika je „konzument“ određenog (ili određenih) događaja i mogu da je čine milioni ljudi koji se međusobno ne poznaju. Postoji manja ili veća grupa ljudi koji su pristalice neke ideje, nekog sportskog tima, neke političke stranke. To je isto vrsta publike koja se naziva „simpatizeri“, „navijači“, „pristalice“. (Novalić, 2018)

**Subkultura / Kontrakultura** (protivkultura) je vid potkulture koji se nalazi u sukobu sa drugim potkulturama u okviru vladajućeg kulturnog sistema. Vladajuće snage u društvu nastoje da prilagode potkulture ukupnoj društvenoj kulturi, bilo unutrašnjom, bilo otvorenom represijom ili nekom formom sofisticirane manipulacije. Kontrakultura ima i uže značenje ukoliko su njeni nosioci delinkventne društvene grupacije koje svojim ponašanjem i djelovanjem direktno ugrožavaju opće priznate društvene i kulturne norme u jednoj zajednici (kriminal, prostitucija, alkoholizam, drogiranje itd.) (Lavić, 2014).

## II.4. Ciljevi istraživanja

Ovo istraživanje ima dva cilja: društveni i naučni.

- II.4.1. Društveni cilj ovog rada je podizanje svijesti o navijačima i navijačkim grupama, prevashodno o onim u Bosni i Hercegovini te približiti ovu kontrakulturu društvu i javnosti. Često su vijesti o ovoj kontrakulturi koje su prisutne na portalima neistinite, poluistinite ili tendenciozno napisane u svrhu prikupljanja klikova. Iako su vrlo česte humanitarne aktivnosti navijačkih grupa, one su rijetko prikazane u medijima te se većinom prikazuju huliganski ispadi. Ako se ovim radom utvrdi da mediji u Bosni i Hercegovini tendenciozno prikazuju dešavanja oko navijačkih grupa, rad može poslužiti kao korektivni faktor u samom izvještavanju u budućnosti.
- II.4.2. Naučni cilj ovog rada je empirijski ispitati i obraditi stavove samih pripadnika ove kontrakulture, o medijskim prikazima navijačkih grupa, njihova mišljenja i odnose prema drugim navijačkim grupama, da li je netrpeljivost i incidenti koji se dešavaju sa drugim navijačkim grupama inspirisana nacionalnom ili etničkom mržnjom i koliko u konačnici imaju povjerenje u medijske natpise o navijačkim izvještajima. Ovim istraživanjem možemo dobiti uvid u posljedice koje tendenciozni natpisi u medijima kreiraju prema ovoj kontrakulturi te kako društvo percipira navijačke aktivnosti.

## II.5. Motiv za odabir teme

Od dvanaeste godine života pratim domaće utakmice FK Željezničar, a od sedamnaeste počeo sam da pratim klub na gostujućim utakmicama. Imam preko dvadeset godina staža na tribinama Grbavice, bezbroj domaćih i gostujućih utakmica, desetak evropskih gostujućih utakmica pa i par utakmica fudbalske reprezentacije Bosne i Hercegovine. Tokom tog navijačkog staža, prisustvovao sam mnogim događajima koji su u medijima potpuno krivo prikazani, motivi izmišljeni i kreirane su senzacionalističke vijesti u medijima gdje u zbilji to uopšte nije bilo tako. Navijači su uglavnom prikazani kao huligani, ali sam tokom dvadeset i kusur godina upoznao ugledne biznismene, advokate, doktore, tužioce, pripadnike MUP, studente, obrtnike i ostale časne pripadnike navijačke grupe koja prati klub sa Grbavice. U dva navrata, bio sam i dio administracije FK Željezničar, a od juna 2022. godine sam član skupštine ovog kluba. Većina mojih životnih odluka bile su pod uticajem navijačke kontrakulture, od načina odijevanja do ceremonije vjenčanja tokom stupanja u brak. Ovim radom želim da dođem do



odgovora na pitanje potkrepljenim empirijskim dokazima, da li su medijski prikazi navijača vrlo često površno obrađeni i prikazani senzacionalistički, bez dublje analize odnosa i načina života pripadnika te kontrakulture.

## II.6. Generalna hipoteza

**Generalna hipoteza:** Medijski natpisi o navijačima nisu odraz pravih motiva i djelovanja pripadnika navijačke kontrakulture u svijetu i u Bosni i Hercegovini.

**Pomoćna hipoteza:** Medijski prikazi navijačke kontrakulture i medijsko okruženje utiču na kreiranje slike društva o pripadnicima ove kontrakulture.

## II.7. Metode istraživanja

Metode koje će se koristiti prilikom istraživanja biće intervju, anketa i analiza sadržaja. Anketa će obuhvati uzorke različitih stepena obrazovanja i različitih profila osoba iz Bosne i Hercegovine, kao i ciljano pripadnike navijačkih grupa u Bosni i Hercegovini. Intervijusani su sportski radnici iz Sarajeva, Mostara, Zagreba te psiholog iz Sarajeva kako bih imao naučno precizne odgovore na postavljenu hipotezu. Analiza sadržaja će biti posmatrani period neposredno prije provođenja ankete, kako bi se došlo do saznanja da li medijski sadržaji utiču na formiranje mišljenja javnosti.

### III. FENOMEN NAVIJAČKIH GRUPA

Navijačka kontrakultura i njeni pripadnici su jako interesantna i dosta proučavana kontrakultura. Kao i sve druge kontrakulture, i ova najčešće ima svoj najmanji sadržilac, a to je fudbal – najpopularniji sport na svijetu. Ukoliko posmatramo ovaj sport od njegovog početka do danas, samo je osnova ostala ista. Sam fudbal je doživio evoluciju u pravilima, dok se ono što prati ovaj sport iznimno promijenilo usljed globalizacije i razvoja kapitalizma. Kao i sam sport, i navijačka kontrakultura se mijenjala i evoluirala, ali ono što uvijek ostaje konstanta je privrženost onome za šta navijaju i isticanju svog identiteta kroz razne navijačke rekvizite. Kroz različite vremenske periode i geografske lokacije, dešavale su se pojave nove forme navijača, od ultras pokreta, casual pokreta, skinhed, hooligan pokreta do onih koji su jako politički angažovani te svoje političke stavove ističu tokom posjete sportskim priredbama.

#### III.1. Sociopsihološko posmatranje navijačke kontrakulture

Organizovanje jedinki u grupe je prirodni nagon svakog čovjeka, od plemenske zajednice do formiranja modernog društva. U pitanju je sociološka komponenta, gdje više jedinki pronalaze zajednički interes, i formiraju zajednicu, odnosno, omasove se oko tog interesa. „U sociologiji masa pojam masovnog društva se dvoznačno određuje; pojava masa izaziva strah, ali oslobađa golemu potencijalnu revolucionarnu energiju. Masa može biti rušilačka ali i emancipacijska sila, koja uspostavlja „novi red istina““ (Horkheimer, 1989, citirano prema Žugić, 1996). U istom djelu, Žugić (1996) navodi da je masa društveni proizvod, te da masa jedinki stvara „iluziju bliskosti i povezanosti, ali upravo ta iluzija predstavlja atomiziranost, otuđenost i nemoć pojedinca“. Jednu navijačku kulturu unutar navijačke kontrakulture, u osnovi per se veže emocija prema klubu te se formiraju „gomile“. O fenomenu gomile su napisane mnoge studije, kao što su one francuskog psihologa Gustav Le Bona ili američkog sociologa Herberta Blumera koji u svom djelu (1951) ističe četiri tipa gomile i to: slučajne, konvencionalne, ekspresivne i aktivne. „Dok su prva dva tipa bliža socijalnom agregatu, što znači da ih čine ljudi koji nemaju jačeg motiva okupljanja osim npr. zajedničkog slušanja glazbe ili gledanja istog filma, druga da tipa imaju čvršću unutarnju strukturu i veći stupanj emocionalne kohezije. Ekspresivna gomila osebujna je zbog svog nastojanja da preko simbola i simboličkih ponašanja izrazi poglede i želje često ritmičkim ponavljanjem određenih postupaka, primjerice, ustajanjem i sjedanjem ili dizanjem i spuštanjem ruku oponašajući gibanje

valova, skandiranjem i sl. Aktivne gomile, utjelovljene u buntovnoj masi, ruše sve što im se nađu na putu – slučajne prolaznike, pokretnu i nepokretnu imovinu – i spremne su na sve, od uništavanja do linča“ (Žugić, 1996).

Prema Blumerovoj klasifikaciji, sve posjetioce sportske priredbe možemo svrstati u dvije grupe. Ukoliko posmatramo tradicionalni raspored navijača, gdje su najvjerniji i najekstremniji navijači smješteni iza golova, njih možemo svrstati u ekspresivne i aktivne gomile, dok oni stariji, tradicionalniji, porodice sa djecom i turisti najčešće sportsku priredbu posmatraju sa tribina koje se nalaze sa bočnih strana terena, tu publiku svrstavamo u slučajne i konvencionalne.

U sociologiji i psihologiji sporta, često spomenute teorije su: 1. teorija zaraznog prijenosa, 2. konvergirajuća teorija kolektivnog ponašanja, 3. teorija nastajućih normi i 4. teorija pridodanih vrijednosti (Mcpherson, 1989; Leonard, 1988).

Teoriju zaraznog prijenosa je razvio Gustav Le Bon, i u svom djelu „Duše gomila“ je analizirao početni stav kolektivne psihologije prema Durkheimanovom djelu „Pravila sociološke metode“ koji glasi: „Društvo nije jednostavan zbroj jedinki, nego sistem izgrađen na osnovi njihovog udruživanja i predstavlja specifičnu stvarnost koja ima svoja vlastita obilježja. Bez sumnje, ne može se ništa kolektivno stvoriti ako nisu dane pojedinačne svijesti. Ali taj nužni uvjet nije dovoljan. Potrebno je još da te svijesti budu udružene, spojene, i spojene na određeni način, rezultat tog spajanja je društveni život i, samim tim, ovo ga objašnjava. Stupajući u društvo, prežimljući se, udružujući se, individualne duše stvaraju jedno biće, psihičko ako hoćemo, ali koje je psihička individualnost nove vrste... Grupa misli, osjeća i djeluje potpuno drugačije nego što bi to činili njeni članovi da su bili izolirani.“ Zoran Žugić (1996) pojašnjava da je Le Bon iz ovog stajališta Durkheimana izveo definiciju „privremenog bića“ koje ima slijedeće osobine: a) gubitak individualnosti, b) zarazno djelovanje, c) opčinjenost voljom vođe ili lidera i d) impulzivnost i sklonost agresiji. Navijačka kontrakultura se savršeno uklapa u Le Bonovu teoriju „privremenog bića“. Pogledajmo prosječnu navijačku grupu kroz ove četiri osobine. Svi individualci se uklapaju u masu, svi stoje iza jedne ideje, jednoglasno pjevaju, ističu iste simbole i boje i homogeno se ponašaju tokom trajanja sportske priredbe. Pojedinaac u gomili sa masom istomišljenika dobija osjećaj neizmjerne moći, osjećaj da je dijelom većeg organizma i lahko pada pod uticaj gomile. Navijačka grupa uvijek ima vođu ili vođu navijanja koja prati njegove komande i navija tokom utakmice, prateći njegove instrukcije za pjesme, šalove i koreografiju. Sklonost agresiji je skoro

uvijek prisutno, praćeno osjećanjem moći kombinovano sa alkoholom i narkoticima koji su nerijetko sastavni dio navijačke kontrakulture.

Najznačajnije sociološke teorije koje se bave ponašanjem navijača, prevashodno onih fudbalskih, prema Laliću (1993) ističu se: 1. subkulturna teorija ritualizirane agresije; 2. klasna teorija ponašanja navijača; 3. sociohistorijska teorija; 4. teorija o svijetu sporta kao svijetu za sebe.

*Subkulturnu teoriju* ritualizirane agresije razvili su britanski sociolozi Peter Marsh, Elisabeth Rosser i Rom Harré. Svoju teoriju su uklopili na osnovu teorije o omladinskoj supkuluri koja se razvila u Velikoj Britaniji sredinom dvadesetog stoljeća, čiji je uzrok pojava industrije zabave, porastom životnog standarda te pojave sve većeg jaza među klasama. Marsh, Rosser i Harré tretiraju navijačku subkulturu kao jednu od značenjskih praksi koja se razlikuje od dominantne kulture, kao mikro društvo unutar globalnog društva. Navijače posmatraju kao pojedince koji svoj izgubljeni status i identitet u novom svijetu pokušavaju pronaći u navijačkoj subkulturi kao prilici za sticanje ličnog statusa u društvu, ugleda i moći.

Zoran Žugić (1996) navodi da je cilj ritualiziranog nasilje zapravo odvaćanje od pravog nasilja jer su akcije navijača usmjerene na to kako poniziti protivnika. U tim neredima vladaju nepisana pravila koja umanjuju mogućnost namjernog ozljeđivanja. Stvarne ozljede, do kojih dolazi u navijačkim okršajima, Marsh, Rosser i Harré pripisuju ili skupinama koje reaguju na policijsku represiju, ili slučajnosti. Medijsko preuveličavanje izgreda i nasilno uredovanje policije samo povećava mogućnost izbijanja ozbiljnijeg sukoba.

*Klasnu teoriju navijačkog* ponašanja razvili su Ian Taylor i John Clark, i temelji se na (neo)marksističkoj proučavanju društva. Slično kao u subkulturnoj teoriji, Taylor navodi da je huliganizam koji se pojavljuje, odgovor ove subkulture koji upućuje matična radnička klasa na globalizaciju i buržuiranje fudbala kao sporta.

*Sociohistorijsku teoriju* navijačkog ponašanja razvili su Eric Dunning, Patrick Murphy, John Williams i svi oni su vezani za Leicestersku školu i Centar za fudbalske studije. Nasuprot teoriji ritualizirane agresije postavljaju tezu da je ponašanje pripadnika ove subkulture temeljeno na sociohistorijskoj osnovi njihovih pripadnika. Autori ove teorije analizirali su krizu u Engleskom fudbalu tokom osamdesetih godina, kada navijački neredi dostižu vrhunac, zatim ukorijenost u

kolektivnim akcijama te analiziraju eskalaciju nasilja u različitim regijama, a koje su uslovene navijačkim klasnim, rasni i dobnim obilježjima.

Posljednja teorija, *teorija o svijetu sporta kao svijetu za sebe*, temelji se na stavovima talijanskog sociologa Alessandra del Lage. On se koncentriše na analizu kulture navijača kao integralnog dijela igre. On govori o „ekologiji stadiona“, o navijačkom okruženju u kojem razlikuje nekoliko tipova publike. Na osnovu ove teorije, kasnije će Lalić u svome djelu *Torcida: pogled iznutra* (1993) definisati glavne tipove navijača na navijačkoj tribini.

Prema Remziji Šetiću, doktorom psiholoških nauka koji je radio kao sportski psiholog u FK Željezničar i FK Sarajevo, navijačka kontrakultura je prvenstveno vezana za određene sportove, ali ona nema karakteristike koje se vežu za sam sport, ili neki klub, već u cijelom svijetu za navijače se veže niz vrijednosti, uvjerenja, stavova vezanih za mnoga pitanja izvan sporta. Određene unutrašnje vrijednosti, uvjerenja i stavovi u psihološkom smislu pojedinca identificiraju i povezuju sa određenom grupom, kojom sa razlogom pripada. Neminovno je da, kada su prisutne vrijednosti da su prisutne i emocije, a kada se emocijama sve oboji, oda to dobija veliku značajnost za pojedinca u grupi. Pa se tako pojedinac identificira sa državom, gradom, klubom itd. Ponašanje navijača na sportskim događajima je vrh ledenog brijega, ono što je nama vidljivo, a produkt je dešavanja u društvu. Navijači imaju uticaj na društvo i sport, iako ograničen. Navijačke grupe se jako identificiraju sa klubovima, pa i sa državom, pronalaze zajedničke karakteristike, imaju jednak identitet. Koliko je jak taj identitet, toliko su i jaki njihovi uticaju. Ti uticaji mogu biti pozitivni i negativni. Granice unutar navijačke kontrakulture postoje, i one su zasnivane na vrijednostima, uvjerenjima i stavovima. Ukoliko se jedan klub nazove jasno prefiksom određene nacionalne i etničke grupacije (kao HŠK Zrinjski – Hrvatski športski klub) jasno je uspostavljena granica prema navijačkim grupama. Ni to ne mora da bude potpuno smetnja, pa u određenom momentu neko može navijati i za taj klub iako nema istu etničku identifikaciju, ali ima možda regionalnu ili ovu nacionalnu (državnu), a sve zavisi koliko se identificira sa tom karakteristikom. Navijač može navijati za bilo koji klub iz jednog grada ako se identificira sa tim gradom, ili za bilo koji klub iz Bosne i Hercegovine jer se jako identificira sa Bosnom i Hercegovinom, a sve može biti i obrnuto. Granice postoje, one su mentalne, i sadržane su u našim ličnim vrijednostima, uvjerenjima i stavovima. Razvoj navijače kontrakulture zavisi od razvoja društva u cjelini i dešavanja u samom

društvu. Važno je da se održavaju navijačke kontrakulture, ali da one promoviraju što više pozitivnih društvenih vrijednosti, na taj način mogu konstruktivno uticati na društvena dešavanja i obrnuto.

### III.2. Nastanak organizovanih navijačkih grupa

Iako pojmove navijača možemo vezati još za stari Rim prema Tacitovim zapisima o Pompejima, prema autoru Srđanu Vrcanu (2003), prve obrise navijačke subkulture možemo pronaći u 15. i 16. stoljeću u Firenci na Piazza di Santa Croce gdje su nastupale organizovane grupe koje su isticanjem zastava, pjevanjem pjesama i isticanjem različitih rekvizita, sve u navijačkim formacijama. Smatra se da je Engleska začetnik fudbala kao sporta, barem ove moderne verzije koju danas gledamo, gdje je u svojim povojima fudbal bio gruba, prvenstveno muška igra koja nije imala opća jasno definisana pravila. Igrači se nisu posebno odvajali od navijača, a vrlo često su navijači i igrači dolazili iz istog okruženja, što je posebno slučaj za radničke klubove, kao što su željeznički klubovi. Prema autoru Perasoviću (2001), primjetna je urbanizacija navijača sredinom osamdesetih godina dvadesetog stoljeća, i sve otvoreniju i raznovrsniju interakciju između pojedinih rock-subkulturnih scena i navijačkog stila u nastajanju.

„U pristupu novom fenomenu započelo se s historijskim tipovima navijača, od starih, preko dinamičnijih, miješanih oblika u kojima su još »otac i sin« išli zajedno na utakmice, ali se razvijalo aktivnije bodrenje i rast navijačkih rekvizita, do novog oblika koji je generacijski naglasio, i prostorno, na određenom dijelu stadiona, obilježio vlastitu samostalnost. Veoma sličan, ako ne identičan proces, zbivao se u V. Britaniji dvadesetak godina ranije. Kod nas je prvo uočen rast svijesti o sebi. Navijači su u novinama gledali sami sebe i zaključivali o potrebi promjene rasporeda klupskih boja na zastavama, zbog medijske upečatljivosti. Oni su postajali zaseban akter. U tom procesu presudnu ulogu odigrala je razmjena informacija i raznoliki kulturni utjecaji, kako sa stvarnim subkulturnim akterima drugih, ne-nogometnih scena, tako i s medijski posredovanim »repromaterijalom« svjetske urbane pop-kulture. Navijači su počeli izgrađivati svoj vlastiti subkulturni stil“ (Perasović, 2001).

Ispreplitanje navijačke kontrakture sa rokerskim i punk kontraktura donosi preuzimanje mnogih elemenata, koji postaju obilježje identifikacije jednog pripadnika navijačke kontrakture. Perasović (2001) navodi sedam elemenata, a to su:

„1. Svijest o pripadnosti širem ... plemenu. Prepoznavanje uzora „ideal-tipskih“ suplemenika u engleskim navijačima, želja za potpisom, za zajedničkim nazivnikom koji sada simbolički sadržava i britansku zastavu donesenu na stadion, čime se pripadništvo istom plemenu (subkulturi) izražava.

2. Pisanje grafita auto-lak sprejom. Potreba za zidnim oglašavanjem svog postojanja i snage...

3. Upotreba engleskog jezika. Pojava transparenata na engleskom jeziku.

4. Eksperimentiranje s drogom. Dok su alkohol uvijek dijelili, pripadnici rokerskih subkultura u jednom periodu imali su gotovo ekskluzivno pravo eksperimentiranja s drugim drogama, što su od kraja sedamdesetih u Splitu, a od sredine osamdesetih i u drugim gradovima počeli dijeliti i s navijačima, što je mnoge i dalje čudilo.

5. Prisvajanje određenih odjevnih predmeta, tipovi frizure, naušnice u uhu. Neprepoznatljiviji simbol navijačkog identiteta iz tog perioda .... ako zanemarimo klasična obilježja poput kapa, šalova i zastava, predstavlja spitfire jakna („spitka“)..

6. Ples na stadionu. ... Pri izvođenju tog plesa, odrasli promatrači tribine „zapad“ (kao i neki novinari u početku) mislili su da se navijači tuku među sobom.

7. Dolazak navijača, s vlastiti obilježjima, na rituale rock-subkulture i doslovno dijeljenje iste scene na koncertima ili u klubovima“.

Iz talijanske navijačke kontrakture, širi se upotreba pirotehlike, signalnih baklji i dimnih kutija, upotreba „zvučnih“ imena na engleskom jeziku, te specifičnosti kao što je isticanje zastave konfederacijske zastave iz građanskog rata u SAD, kao isticanje odanosti jugu (ovo su u pravilu isticale navijačke grupe koje svoju podršku izražavaju sa južne strane stadiona).

Od mnogih navijačkih pokreta, dva najpoznatija i najdominantnija su pokret u Engleskoj, koji se smatra i samim začetnikom ove kontrakture, te ULTRAS pokret u Italiji, koji je dominantniji na prostorima Bosne i Hercegovine i Balkana.

### III.3. Navijačka kontrakultura u Engleskoj

#### Nastanak navijačke kontrakulture u Engleskoj

Ukoliko govorimo o začecima navijačke kontrakulture u Engleskoj, potrebno se osvrnuti na same početke fudbala kao sporta. Engleska važi za kolijevku modernog fudbala, mjesto gdje je do tada pučka igra, koja je služila isključivo za zabavu lokalnih zajednica počinje oblikovati i dobivati prve obrise onoga što danas možemo nazvati modernim fudbalom. Krajem devetnaestog stoljeća dolazi do formiranja prvih sportskih društava, koje su većinom činile sportske sekcije za kriket i fudbal. Vrlo često, isti pojedinci su činili timove u dva različita sporta. U oktobru 1963., u Londonu je formirana Fudbalska asocijacija Velike Britanije, od strane 13 klubova. Nakon šest održanih sastanaka u četrdeset i četiri dana, dolazi do formiranja saveza sa prvih 13 pravila koja su definisala začetak fudbala kao igre.

Industrijalizacija i razvoj željeznice omogućilo je da klubovi izađu iz lokalne sredine, te da se takmiče sa drugim klubovima iz drugih gradova. U konačnici, to dovodi do formiranja lige 1884. godine u kojoj se takmičilo 12 klubova, te najstarijeg kup takmičenja u svijetu, FA kupa koji je prvi put odigran 1888. godine, a igra se i danas. Slijedilo je masovno osnivanje fudbalskih klubova, kako u Engleskoj, tako i van nje, te je imalo za posljedicu da su mnogim klubovima širom starog kontinenta osnivači upravo bili državljani Engleske, koji su širili pravila o ovoj novoj loptaškoj igri. Tome u prilog govori činjenica da su neki od najstarijih klubova Njemačke, Italije ili Francuske formirani u lučkim gradovima gdje je lokalno stanovništvo oponašalo, a kasnije i ubrzo prihvatilo fudbal kao razonodu. "Britanski trgovci su u lukama velikih evropskih gradova igrali nogomet te su ih počeli oponašati lokalci, a nogomet se počeo širiti iz talijanskih, njemačkih i francuskih luka (Vrcan, 2003). Fudbal postaje isključivo radnički sport, pa tako se radnici željeznice osnivaju klubove, kao što je primjer Manchester Uniteda radnika željezare u Londonu koji osnivaju West Ham.

Popularizacijom fudbala, dolazi do izgradnje prvih sportskih arena, koje sa sobom donose i tribine sa kojih navijači posmatraju sportsku priredbu, a samim time počinje i nadmetanje među navijačima koji podržavaju svoj tim. Bodin (2007) navodi da je je u period od 1894. do 1914. godine evidentirano dvjesto trideset osam velikih incidenata prijavljenih od strane sudaca prema



Engleskom FA. Ovi incidenti su najčešće nastajali nezadovoljstvom odlukom sudaca te sportskog rivalstva koje je publika izražavala bijesom, uvredama i tučnjavom.

### Pojava "Firmi"

Promjenama koje su nastupile u Engleskoj nakon Drugog svjetskog rata, dekolonizacija i postratni period dovode do velikih društvenih promjena u društvu, gdje je najviše pogođena radnička klasa, prevashodno mlađa populacija. Svoje nezadovoljstvo i ogorčenost su ispoljavali na samim utakmicama, izazivajući nered, te postaju prisutni u štampi prilikom izvještaja o neredima na utakmicama. Navijači postaju sve više agresivni te se sve manje zakona i policije, te tako prisiljavaju klubove za angažmanom sve većeg broja redara kao i povećanu policijsku prisutnost na utakmicama.

Modernizacija društva, dostupnost kina i pozorišnih predstava kao i mnogih drugih sadržaja dovode do toga da fudbal nije više jedina zabava za šire narodne mase. Igrači su u većinom bili amateri, bez neke izrazite kvalitete koja bi dovođila publiku na stadion. 1960-ih FA kreće sa profesionalizacijom fudbalskih klubova, klubovi nadograđuju stadione sa tribinama iza golova, popularnim "krajevima" ("ends"). Sve ovo dovodi do ponovne popularizacije sporta i privlači publiku iz različitih društvenih slojeva.

"Dolazi do osnivanja grupa unutar jednog navijačkog korpusa, takozvanih "firmi", krajem šezdesetih godina prošlog stoljeća. U pitanju su huliganske grupe, koje se često izdvajaju iznad kluba i glavni cilj je pokazivanje nadmoći nad suprotnim, najčešće rivalskim firmama. Konačno, postojali su i kulturološki razlozi jer se u Velikoj Britaniji od 1960-tih javljaju brojne adolescentske kulture i subkulture - razbijači, teddy boysi, skinheadsi i pankeri. Nogomet je prestao biti „obiteljska zabava“ pod roditeljskom paskom. Obitelji više nisu išle na nogometne utakmice kao što bi, primjerice, išle u kazalište, kako bi dijelile zajednički entuzijazam koji nije poznavao generacijsku podjelu. „Krajevi“ stadiona postali su teritoriji mladih koji su se počeli grupirati ne samo prema momčadima koje su podržavali nego prije svega po područjima iz kojih su potjecali i subkulturama kojima su pripadali. Počele su se oblikovati zajednice s vlastitim identitetima, ritualima, amblemima, simbolima, osjećajima pripadnosti, znakovima prepoznavanja i načinima odijevanja: elementima kojima su se razvijale navijačke skupine. Od današnjih su se navijačkih skupina razlikovale jedino po tome što nisu imale nazive koji bi ih povezivali s klubovima za koje su navijale. U ovome su stupnju na stadion uvezene i ksenofobne političke ideologije (prije svega

teddy boysa i skinheadsa), a počele su se pojavljivati i bande (skinheadsi i 'razbijači')" (Bodin, et al., 2007).

Klubovi su, u cilju sprječavanja nasilje uveli politiku odvajanja suparničkih navijača, podizanjem visokih ograda unutar stadiona. Ove klupske politike, umjesto da umanje problem, čak je pojačala samo nasilje na stadionima. Samim odvajanjem suparničke publike, započela je teritorizacija tribina, stavila ih u centar pažnje što je uzrokovalo sve veću pojavu rivalstva među navijačkim grupama. Suparnički navijači, željni dokazivanja nadmoći nad suparničkom i pažnjom koja ide uz tu nadmoć pokušava zauzeti suparničku tribinu.

“I dok je uspostava sigurnosnih kordona oko stadiona, zajedno s dizanjem ograda, trebala poslužiti smanjenju razine nasilja unutar stadiona, nasilje se nije uspjelo potpuno eliminirati.

*„Kao posljedica službene politike odvajanja suparničkih navijača - koja je uvedena 60-tih godina u svrhu sprečavanja nogometnog huliganstva, no koja je uspjela jedino ojačati solidarnost navijačkih tribina i izvesti fenomen van stadiona - velike su tučnjave na tribinama postale relativno rijetke tijekom 1970-tih i 1980-tih“ (Elias, 1986).*

Aktivna, organizirana navijačka scena koja se u britanskome nogometu razvila 1960-tih (Broussard 1990) bila je, međutim, prilično drukčija od kulture Ultrasa - francuskih i talijanskih navijačkih skupina. I dok su Ultrasi isticali tifose (raznolike višebojne prikaze i sljedove pokreta), koristeći velike plastične plahte ili oblike od šarenih papira koji su predstavljali njihov klub ili zajednicu, mnogi su britanski navijači pokazivali samo šalove i bedževe, no svoju su potporu izražavali glasno za vrijeme utakmica, uz neprekidno pjevanje i provokativno skandiranje (Bodin, et al., 2007).

Navijači kroz jačanje grupne pripadnosti i želje za dokazivanjem se grupišu, i tako dolazi do formiranja “firmi”, od kojih su danas najpoznatije firma West Hama iz Londona - Inter City Firm, Main Firm iz Cambridga, Service Crew u Leedsu i najbrutalnija Headhunters u Londonu, sačinjeno od navijača FC Chelsea.

“Sportsko se suparništvo spojilo sa suparništvom unutar skupina, a njihova je egzistencija ovisila o prepoznatljivosti. Medijsko praćenje nasilja donijelo je skupinama šire društveno priznanje. Počeo se razvijati tipski imidž tetoviranoga navijača obrijane glave, u čizmama marke Dr Martens i spitfire vjetrovci, po mogućnosti ukrašenog neonacističkim znakovljem - dokonog fanatika s ekstremnim desničarskim stavovima. ICF je bila najzastupljenija i najnasilnija skupina, a njezini

su pripadnici najdalje otišli 1982. godine kada su izboli Arsenalova navijača na izlasku iz stanice podzemne željeznice te na njemu ostavili „podsjetnicu“ s riječima: „Čestitamo. Upravo ste imali posla s ICF-om“ (Bodin, et al., 2007)

Vrhunac nasilja engleskih navijača desio se u maju 1985. godine kada su se u finalu tadašnjeg Kupa Evropskih šampiona sastali Liverpool i Juventus iz Torina na stadionu Heysel u Briselu. Navijači Liverpoola, koji nisu bili na glasu ratobornijih navijača, iako su u martu iste godine evidentirani njihovi okršaji sa navijačima Austrije iz Beča te nekoliko godina prije sa navijačima Rome iz Rime gdje je uhapšeno pedesetak pripadnika navijača Liverpoola, su napali navijače Juventusa na njihovoj tribini. To su bili najnasilniji navijački neredi u kojima su sudjelovali neki navijači iz Engleske. Navijačima oba tima dopušten je raniji ulazak na stadion, gdje su se navijači počeli međusobno provocirati. Kada su navijači Liverpoola ušli u blok Z, koji je bio rezervisan za navijače Juventusa, nastala je panika među talijanima. Guranje navijača iz zadnjih redova prema svojim donjim redovima na ogradu stadiona rezultiralo je smrću 39 talijanskih navijača koji su bili zgnječeni uz ogradu stadiona. Zakašnjela reakcija redara, koji su tek nakon nekoliko dugih minuta otključali kapije u dnu tribine je također doprinijela ovoj velikoj katastrofi.

Odgovor na ovaj incident je došao 19.8.1985. godine, kada je donesena Europska konvencija o nasilju i ponašanju na sportskim priredbama, posebno na fudbalskim utakmicama. Iako je ovo bio zakašnjeli potez u namjerama da se zaustavi ovaj navijački fenomen nasilja, poslužio je kao dio kampanje za uvođenje standarda i mjera nadzora za smirivanje javnosti. Iako je istraga zaključila da odgovornost snose organizatori, jer nije bilo provjere tokom prodaje ulaznica iako su postojale jasna osnovna pravila o sigurnosti na stadionima, javnost je prikazala sve navijače kao huligane, pijane mlade Engleze koji su prije svega neko ko pravi incidente. Javnost se nije bavila da li su postojali dublji korijeni netrpeljivosti između ove dvije grupe i da li je sva odgovornost na navijačima Liverpoola. Mediji su se bavili senzacionalizmom i bombastičnim javnostima koji su za sva vremena cijelu kontrakulturu etiketirali kao huligane. Zbog ove nesreće, Engleski FA je svoje klubove povukao iz svih europskih takmičenja, a kasnije je UEFA ovu kaznu produžila na neodređeno.

### Kraj navijačkih nereda na stadionima

Nova velika tragedija koja se desila u Engleskoj je ponovno vezana za navijače Liverpoola. “Na stadionu Hillsborough, kada je uoči polufinalne utakmice FA kupa između Liverpoola i Nottinghama (1989.) zbog policijskih propusta na tribinu pušteno previše navijača, nastao je stampedo u kojem je poginulo 96 navijača Liverpoola (Begić, 2013). Vlada Marharet Thatcher je prihvatila izvještaj policije Južnog Yorkshirea kojim se sa snaga sigurnosti skida odgovornost, a 96 navijača Liverpoola praktički je proglašeno krivima za svoju smrt. Upravo je Thatcher donijela set zakona kojima je skoro iskorijenila navijačke neredne sa stadiona. Zabranjena je prodaja alkohola na stadionu, presuđene huligane su trpali u zatvore ili kućne pritvore, za vrijeme utakmice morali su se javljati u policiju, a drastično je kažnjavano i paljenje baklji. Nakon ovih zakona, nasilje se preselilo sa stadiona na ulice, i ono je prisutno do današnjeg dana.

### III.4. Navijački Ultras pokret u Italiji

#### Nastanak Ultras pokreta u Italiji

Da bi razumjeli trenutnu Ultra scenu u Italiji, potrebno je posmatrati razvoj kroz historiju cijelog ovog pokreta. Kod većine ovih grupa, još uvijek su prisutni elementi i norme kao i kod njihovog samog nastanka. Ukoliko posmatramo istinski Ultras kulturi na stadionima, onda možemo posmatrati period do 2007. godine, kada je označen početak kraja ovog pokreta zbog strožijih zakona države, i procesa uvođenja navijačkih kartica radi identifikacije što je na kraju dovelo do masovnog bojkota navijačkih grupa, od kojih je najpoznatija navijačka grupa koja je pratila Atalantu. Riječ je o navijačkoj grupi Ultras Bergamo.

Nastanak Ultras pokreta u Italiji se veže za kasne šezdesete i rane sedamdesete godine prošlog stoljeća. Baš kako su Talijani prihvatili fudbalske početke iz Engleske, pomislili bi da su prihvatili i organizovanu navijačku kulturu. No to nije bio slučaj, jer se ovaj pokret u mnogome razlikuje od onog u Engleskoj. Motivi su isti, ali izražavanje podrške je dijametralno različit od otočkog. Kao što se desilo i u Engleskoj, velike društvene i ekonomske promjene nakon Drugog Svjetskog rata su stvorile plodno tlo za osnivanje ovog pokreta. “Početak Ultras pokreta su povezani sa promjenama u društvu, kako su adolescenti u Italiji poslije Drugog Svjetskog rata osjetili potrebu za samoopredjeljenjem i slobodom. Kao rezultat toga, dolazi do pojave različitih subkultura što se

također odrazilo i na samim stadionima. Fudbal postaje sve popularniji što klubovi shvaćaju da mogu ostvariti profit od povećane zainteresovanosti za klubovima” (Apschner, 2018). Naziv “Ultras” predstavlja ekstremno odanog navijača, a pojavljuje se prvi put u talijanskoj štampi nakon što su navijači Torina pratili sudiju utakmice na kojoj je njihov tim poražen, čak do aerodrome nekoliko kilometara van grada, u cilju da se obračunaju sa njim

Prva Ultras grupa je formirana od među pristalicama 1968. godine, takozvana “Fossa di Leoni”( u prijevodu “Lavlja pećina”). Ovo je i dan danas tema rasprava u gradu mode, s obzirom da su pripadnici navijača rivalskog kluba Intera, 1964. godine isticali transparente sa natpisom Ultra, ali nema dokaza o organizovanom djelovanju grupe. Za razliku od ostalih navijačkih grupa tog vremena, “Fosa di Leoni” su imali napredni navijački sadržaj koji je uključivao organizovane koreografije na tribini na kojoj su djelovali. Ostale grupe slijede ovaj primjer, pa su sve više prisutni elementi Ultra navijača i na ostalim stadionima. Ono što razlikuje pripadnike Ultra kontrakulture od one u Engleskoj, je prisutnost bubnja, megafona, šarenih transparenta i zastava te pirotehnike. Dok u Engleskoj navijačkoj kontrakulturi navijanje nastaje spontano, na osnovu pjesme koju može započeti bilo koji pojedinac, u Ultras pokretu postoji jasno definisan vođa, osoba koja vodi navijanje sa megafonom ili u današnje vrijeme sa mikrofonom, koordiniše navijanje i koreografije i skoro je uvijek okrenut leđima prema terenu, kako bi mogao nadgledati pripadnike svoje navijačke grupe. Ultrasi imaju filozofiju da podržavaju svoj tim svih devedeset minuta igre, umjesto prakse da se navijanje uvjetuje dešavanjem na terenu. Ultras grupa ne postoji samo zbog kluba, nego sama zbog sebe i zbog svojih članova. U Italiji, često je grupa iznad kluba, ali nijedan pojedinac nije iznad grupe i svi članovi se moraju ponašati u skladu sa pravilima i normama koja ta grupa ima.

U osamdesetim i devedesetim godinama dvadesetog stoljeća italijanski klubovi dominiraju Evropskim takmičenjima. Ono što je danas Engleska Premijer liga, to je Italija bila krajem osamdesetih pa sve do sredine dvijehiljaditih. Najbolji igrači svijeta su željeli igrati baš u klubovima sa Apenina, te je sva svjetska sportska pažnja bila usmjerena na Italiju. To je rezultiralo i za sve većim brojem pristalica talijanskih klubova. Upravo se ovaj period smatra zlatnim dobom talijanskih Ultrasa. Pojavila se nova generacija Ultrasa, koje su imali nove stavove i ideje. Najveće promjene su dobro koordinisane koreografije te sukobi sa policijom. Autor Geber (2013) navodi

da su još dvije okolnosti i Italiji doprinijeli na popularizaciju Ultrasa- generalne promjene u društvu te promjene u kontrakultura kojima su pripadali mladi ljudi.

Nove snage imaju drugačije poglede od prve generacije Ultrasa, pa uvode nošenje noževa, palica, lanaca i ostalog hladnog oružja u cilju obračuna sa suparnicima, kako na stadionima, tako i van njih. Često su prisutni sukobi među navijačima koji među sobom nemaju antagonizam, već se dešava zbog toga što je jedna grupa ozvaničilo partnerstvo sa rivalima ove druge, vodeći se izrekom - prijatelj mog neprijatelja je moj neprijatelj. Rezultat ovakvog ponašanja su smrtni slučajevi u sukobima navijača. Gabler(2017) navodi da je evidentirano najmanje sedam smrtnih ishoda u periodu zlatnog doba Ultras pokreta. Nasilje u nekim momentima prelazi i najveće rivalstvo, kao što je slučaj iz 1994. godine kada desno orjentisani navijači Ultras Lazio i njihovi najveći rivali navijači AS Roma zajedno napadaju pripadnike policije u Brescia-i. Tom prilikom lokalni zamjenik zapovjednika policijskih snaga je zadobio teške povrede uslijed napada nožem, ali je preživio. Nakon smrti pripadnika Ultra Genoa u sukobu sa navijačima AC Milana, cijela navijačka scena u Italiji je donijela rezoluciju “Basta lame, basta infami” što je u prevodu “Dosta sa noževima, dosta sa sramom”. Ova rezolucija donosi pravila sukoba među grupama, da se izbacila upotreba noževa te da je su dozvoljeni sukobi samo kada je prisutan isti broj pripadnika obje grupe koje sudjeluju u sukobu. Ova rezolucija nije dala mnogo rezultata, jer su je odmah pripadnici navijača klubova iz Rima preimenovali u “Basta infami, solo lame” (dosta sa sramom, samo noževima”. I danas su prisutni sukobi navijača, gdje se često koriste noževi od strane navijača SS Lazio i AS Roma.

### Kraj tradicionalnog Ultra pokreta

Nakon što su 2007. evidentirana dva smrtna slučaja u navijačkim neredima, od kojih je jedna smrt policajca, javnost u Italiji zahtjeva oštrije reakcije vlasti i oštrije zakone za one koji izazivaju ove neredne. Također, u prethodnim godinama došlo je do razvoja rasizma na tribinama, što je kulminiralo odbijanjem transfera tamnoputog francuza Thurama u SS Lazio zbog rasističke politike njihovih navijača. Reakcija vlasti je bila promptna. Zabranjeni su megafoni, bubnjevi, transparenti, zastave, a sve koreografije su morale biti odobrene od strane domaćeg i gostujućeg tima. Najveći udarac koji država zadaje Ultrasima, je uvođenje navijačke kartice. Od tog trenutka, samo navijači koji su registrovani i evidentirani od strane državnog aparata su imali priliku kupiti

ulaznice kako za domaće, tako i za gostujuće mečeve. Ovo za rezultat ima napuštanja velikog broja Ultras pokreta sportskih priredbi.

### Navijačka kontrakultura u Italiji danas

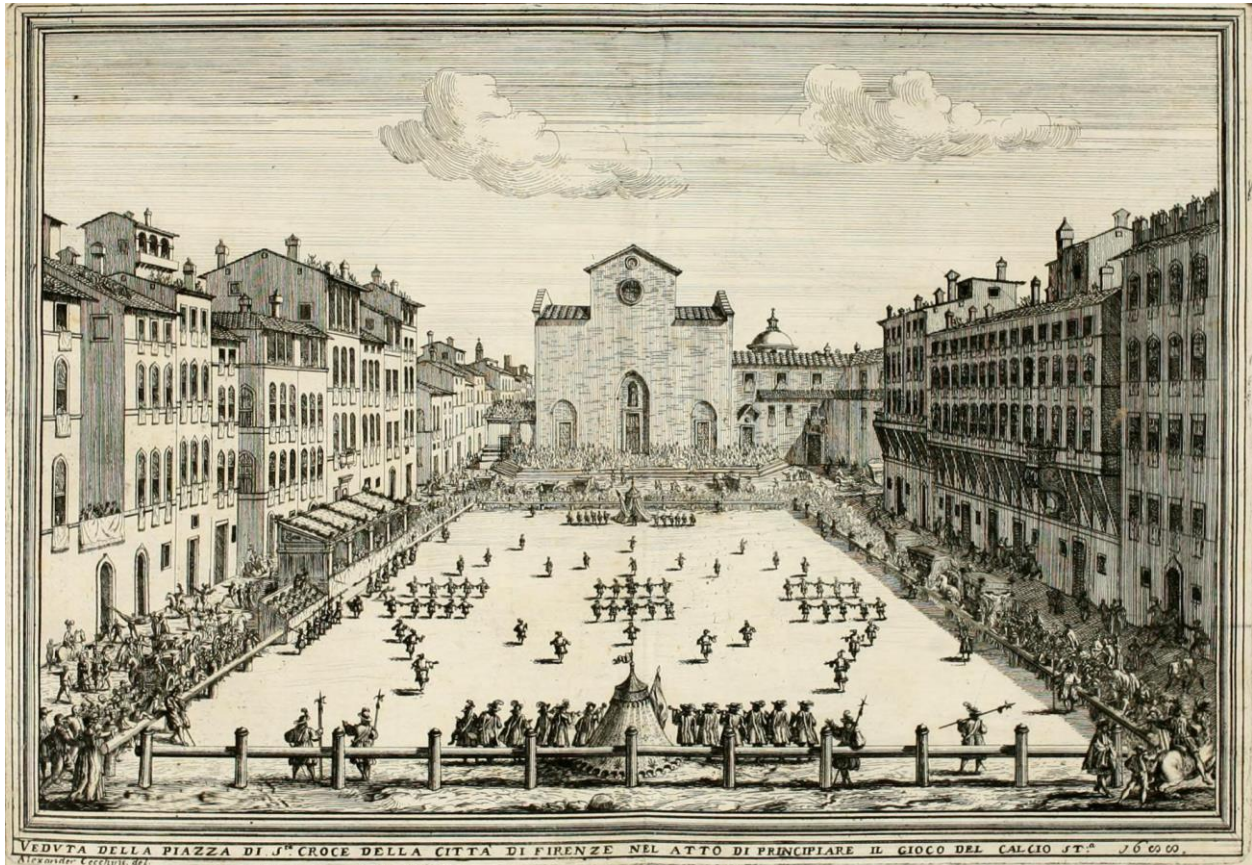
Od represivne reakcije vlasti u Italiji 2007. godine, klubovi nastoje da stvore porodičnu atmosferu na svojim stadionima, mjesto gdje dolazi porodica da uživa u sportskoj priredbi. Navijačka kartica je uvedena 2019. godine, ali je ova praksa napuštena nakon nekoliko godina. Umjesto da se nasilje među navijačima smiri, ono se samo povećalo. Ultras grupe su se dijelile na one koje su prihvatile navijačke kartice, i označeni su kao izdajnici i neprijatelji od strane onih koji su odlučili da ne prihvate nova pravila vlasti. Također, posjeta na stadionima je značajno opala, a samim tim i ekonomska moć klubova i njihova atraktivnost. Nakon ukidanja navijačkih kartica, mnoge Ultras grupe se ponovno aktiviraju, od kojih se izdvaja Ultras Bergamo. Ukidaju se zabrane unošenja megafona i bubnjeva, što rezultira većom posjetom i fanatičnijom atmosferom na stadionima. Danas je prisutna komercijalizacija navijačkih pokreta u Italiji, što je rezultiralo otvaranjem prodavnica navijačkih odjevnih predmeta svim posjetiocima, što je prije bilo ograničeno samo na pripadnike grupe. Iako su i danas prisutni na stadionima, jasno je da je vrijeme Ultras navijača kakvi su zapamćeni prije 2007. godine završeno. Ultras duh još uvijek živi u pojedinim grupama, ali što je važnije za njih, utjecali su na skoro cijeli svijet sa svojim Ultras pokretom, što je za rezultat imalo snažan razvoj Ultras pokreta u Njemačkoj, Austriji, Francuskoj i zemljama Balkana.

### III.5. Devijacija među pripadnicima navijačkih grupa – huliganizam

#### Nasilje u sportu

Iako su navijači najčešće kreatori i učesnici nasilja na sportskim priredbama, potrebno je krenuti od samog sporta kao generatora nasilja. Neki autori zastupaju temu da je korijen samog sporta u nasilju. Samo devijantno ponašanje u sportu vuče porijeklo još iz antičkih igara (korintskih, istamskih, nemejskih i olimpijskih) koje su bile alternativni oblik ratovanja jer se kroz njih potvrđivalo nadmoć jednog grada-države nad rivalskim, Takav primjer je hrvanje grčko-rimskim stilom, koje je nekada rezultiralo i samom smrću boraca. ili primjer antičkog Rima, i gladijatorskih borbi, gdje su se, u cilju zabavljanja širih narodnih masa, gladijatori borili na život ili smrt. U srednjem vijeku, borbe vitezova su također vrsta sportskog takmičenja, gdje je nasilje igralo glavnu

ulogu. Devijantno ponašanje učesnika u cilju postizanje sportskog rezultata je bilo sastavni dio tog sporta. U Italiji, sredinom petnaestog stoljeću, javlja se sport Calcio Fiorentino, iznimno nasilan sport sa loptom, kojeg su isključivo igrali pripadnici bogate aristokracije.



Slika 1- Pietro di Lorenzo Bini (ed.), "Memorie del calcio fiorentino tratte da diverse scritture e dedicate all'altetze serenissime di Ferdinando Principe di Toscana e Violante Beatrice di Baviera", Firenze, Stamperia di S.A.S. alla Condotta

“Primjeri lošeg ponašanja (svađanje sa sucem ili podbadanje protivnika) događaju se redovito, a uobičajeno je i verbalno i simboličko nasilje (uvrede upućene igračima ili sucima ili provokacije suparničkih navijača). Sportašice su nerijetko žrtve zlostavljanja, seksualne ili kakve druge naravi, iako se takvi slučajevi često svjesno zaboravljaju ili prikrivaju . Isključivanje, u bilo kojemu obliku, utječe na mnoge sportaše: neadekvatni rasporedi utakmica i drugorazredno treniranje za sportašice, odbijanje žena u upravi te isključivanje ljudi s invaliditetom, manje talentiranih pa čak i izrazito talentiranih sportaša koji su iz kakva razloga pali iz milosti raznih moćnika. U takvim se slučajevima može čak govoriti o „institucionaliziranome nasilju“. Naravno, najuočljiviji su tjelesni oblici nasilja: slučajevi sportaša koji se ozljeđuju u natjecanjima ili preintenzivnim treninzima, zbog čega ponekada propadaju i karijere, kao u slučaju gimnastičarke Elodie Lussac koja je usprkos



ozljedi bila prisiljena na natjecanje; brojni slučajevi dopinga i smrti među sportašima; divljih sukoba navijača; urušavanja dijelova stadiona uz veliki broj mrtvih i ozlijeđenih te slučajevi krvava gušenja sukoba među navijačima, kao u Moskvi 1984., kada je poginulo 340 ljudi. Sport također pruža priliku i ponovno potiče lokalne, nacionalne i međunarodne antagonizme. U svakoj zemlji postoje sukobi između glavnoga grada i provincije. Sportski susreti između Francuske i Njemačke izrazito rasplamsavaju strasti, a prodaja karata i interes za prijenos nogometne utakmice između SAD-a i Irana na Svjetskome prvenstvu 1998. bila je posve neproporcionalna nogometnom umijeću tih dviju momčadi” (Bodin, et al., 2007)

Moderni sport, koji svoje korijene vuče iz antičkog, pun je nasilja. Orwel u svom eseju “Sportski duh” navodi da sport može postati neiscrpan izvor neprijateljstva i nasilja. “Internacionalna takmičenja često dovode do orgija mržnje. Na internacionalnoj sceni sport je otvoreno oponašanje ratovanja”(Orwell 1983, citirano prema Koković, 1986). Publika, privučena nasiljem, posjećuje sportska borilišta u cilju idenfikovanja sa jednim od učesnika sportske priredbe, kako bi se osjećala dijelom grupe, i u slučaju trijumfa tog učesnika, zajednički slavila uspjeh, kao da su i oni sami zaslužni za njega. To predstavlja svojevrsno bježanje od svakodnevnice i monotonije te ispoljavanje agresije putem posmatranja opasnih sportskih priredbi.

“Na paklene staze Indijanapolisa ili 24 časa La Mana odlazi se sa podsvješću da se doživi nasilje, da se vidi smrt na stazi, a možda i iznad nje (publika). U filmu Ta Amerika prikazana je sva apsurdnost i tamna strana ovog opasnog sporta. Delovi automobile i delovi ljudskih tela leteli su po auto-pisti. Stradala je i publika, a tri puta se startovalo i ništa nike moglo da se preseče, onemogućići takvo takmičenje udruženo sa biznisom i nasiljem” (Koković, 1986).

Devijacije u modernom sportu su legalizovane i ukrašene u vidu sportskog duha u takmičenju. Uzmimo na primjeru trenutno najpopularnije borilačke sportove MMA ili K1, gdje borci ispoljavaju nasilje u ringu ili van njega. Najpoznatije rivalstvo iz UFC (dio MMA divizije) je ono između Khabib Nurmagomedova i Conor Mcgregora. Iako je Nurmagedov jedan od najboljih boraca u historiji ovog sporta, i penzionisao se sa skorom 29-0-0 (u svim mečevima ostvario je pobjedu), irski borac Mcgregor je vrlo često osporavao čečenskog borca, javno ga napadajući na vjerskoj i rasnoj osnovi. Sličan slučaj je bio i par decenija prije, ovaj put u boksu između Muhammed Alija i Joe Fraziera.

“Tako je u sportu ne samo dozvoljeno, nego se pospješuje ponašanje koje je zakonom zabranjeno (npr. u boksu). Ili, tzv. “klizeći startovi” (u fudbalu), namjerno nanošenje teških tjelesnih povreda, “ubistvo sa predumišljajem i najavom kao što je slučaj u boksu”; saučestvovanje u njemu od strane trenera, vlasnika kluba, ili sudija koji podstrekavaju nanošenje teških tjelesnih povreda tako to “poštuju pravila borbe”, i slično, samo su vanjski manifestacioni izrazi postojanja devijacije u sportu. “Nokaut je jedini zakonom dozvoljeni način ubistva nevinog” kaže jedan od velikana sportske medicine u svijetu Ernest Jokl. Jeziv je cilj: potres mozga protivnika. Od godine 1900. u ringu je umrlo oko hiljadu ljudi. I profesionalni bokseri, čak tako sposobni kao legendarni Muhammed Ali, vrte glavom. Najveći bokserski talenat stoljeća ima (1984. godine) 42 godine, drhte mu ruke, hoda nesigurnim korakom, ponekad sjedeći zaspi. Bezbroj puta kaže svojim posjetiocima: “Kad biste dobili u glavu više od 3000 udaraca, kao što sam ih dobio ja, ne znam kako biste se danas osjećali.”” (Kovačević, 2013).

Ukoliko je sport pun nasilja, onda ne treba da čudi pojava nasilja među publikom koja prati sportske priredbe. U fudbalu, idoli navijača često znaju da budu veoma nasilni, a oni su ti koji trebaju poslužiti kao uzor za mlade navijače. Možda najpoznatiji fudbaler današnjice, Sergio Ramos, je trenutno dugi po broju dobivenih crvenih kartona u historiji ovog sporta, kojima se sankcioniše grupa igra. Poznati su još nasilnički ispadi koje je imao Eric Cantona i njegov napad na navijača, ili fašistički pozdravi Di Cania, tokom proslave golova tokom njegove fudbalske karijere.

### Huliganizam u navijačkoj kontrakulturi

Ukoliko bi nastojali pronaći jedan oblik nasilja koji se povezuje sa pripadnicima navijačke kontrakulture, to bi sigurno bio huliganstvo. Ako zanemarimo nasilje uzrokovano željom za pobjedom, poput oštih startova fudbalera, ili naguravanje igrača koji žele riješiti razmirice, huliganizam je jedini prepoznatljiv oblik nasilja. Takva percepcija u društvu izgrađena je zahvaljujući medijskom izvještavanju, koje je u većini slučajeva preuveličavanje određenih događaja. Ranije u radu, spomenuti su slučajevi huliganizma u historiji, od Tacitovih zapisa, do Calcio Fiorentina. No, ukoliko govorimo o modernom huliganizmu, potrebno je krenuti od 1885. godine, od utakmice Preston North End - Aston Villa, kada je evidentiran napad na igrače obje ekipe od strane publike, u kojima su korištene palice, kamenje kao i pesnice. Još jedan zabilježeni incident iz te ere je onaj iz 1909. godine, na derbi utakmici “Old Firm”, škotskog Rangersa i Celtica kada je evidentirano preko 50 povrijeđenih pripadnika policije. Neredi su počeli tako što su sudije

odbile omogućiti dalju igru nakon regularnog vremena, što je bilo dovoljno za pristalice oba tima da izazovu nered. Ovo rivalstvo traje i danas, te osim sportskog ima i religijsko rivalstvo.

Huliganstvo kao društvena pojava ponašanja pojedinca i huliganstvo među navijačima nisu uvijek dva izjednačena pojma. Navijačko huliganstvo ne znači samo događaj ekstremnog tjelesnog nasilja, već je potrebno to ponašanje staviti u kontekst, u geografsku, vremensku i društvenu dinamiku i pokušati interpretirati to ponašanje. Mediji u svojim prikazima izvještavaju i analiziraju konačni epilog, fizičko nasilje ili uništavanje infrastrukture ne ulazeći u uzrok takvog ponašanja. Za primjer, kada su mediji izvještavali o Arapskom proljeću, napad na policiju je prikazan kao borba za demokratiju, no kada su se desili navijački neredi u utakmici četvrtog kola Afričke lige prvaka, u kojem su snage odmjerila dva tuniska kluba, Etoile Sahel i Esperance gdje su povrijeđena dvadeset i dva policajca, mediji su te događaje prikazali kao huliganski ispad. Isti je ishod oba događaja, povrijeđeni pripadnici policije, ali dva različita konteksta. Iako su pojedincima vladali isti osjećaji, društvene norme i drugačiji društveni kontekst daju dva različita prikaza sličnih ponašanja mase.

Bodin u svom djelu "Huliganstvo" (2007) pokušava pronaći uzrok u huliganskom ponašanju unutar navijačke kontrakture i navodi da ti dramatični i zastrašujući događaji svoj uzrok ponekad imaju u sukcesivnom nizu beznačajnih događaja (krađa simbola, vrijeđanje i provokacije). Po njemu, potrebno je složenost problema sagledati u cjelini jer je nasilje samo "izvršenje u praksi", završetak dugog procesa sačinjenog od složenih i suptilnih društvenih odnosa između različitih čimbenika sportskih natjecanja (navijača, čelnika, policajaca, novinara itd.), sportskih rivalstava, provokacija, osveta, koje su pak odraz kulturoloških poimanja vezanih uz identitet. Kada govorimo o kontekstu vremena, ono što danas smatramo nasiljem po društvenim normama našeg vremena, ne bi bilo smatrano nasiljem u drugim društvima ili u prošlim razdobljima.

Danas huliganstvo kao pojavu, mediji vežu isključivo za fudbal i fudbalsku navijačku kontrakulturu, mada je često ovakvo devijantno ponašanje navijača prisutno tokom košarkaških utakmica ( Grčka i Turska) te na utakmicama kriketa u Indiji.

## **Etimologija pojma Huligan**

Sam termin huliganstvo se pojavljuje u medijima u Engleskoj, kada se u izvještaju sa jedne od utakmice na kojoj su evidentirani navijački neredi opisuje ponašanje tih navijača kao “hoolihani”, po irskoj porodici koji su pogubljeni od strane vlasti kraljice Viktorije zbog ekstremnog nasilja tijekom nereda.

“Nitko ne može reći zašto i kada je riječ “hoolihan” promijenjena u “hooligan”, Može se samo nagađati da je riječ o tiskarskoj pogrešci, budući da se na anglosaksonskim QWERTY i na francuskim AZERTY tastaturama slova “h” i “g” nalaze jedno pored drugog. No treba znati da taj pojam Britanci ne koriste te da radije upotrebljavaju riječ *thugs*, koja je u svakodnevnom govoru sinonim za propalicu, razbijača” (Bodin, 2013).

## **Huliganstvo kroz faze razvoja**

Bodin u svom djelu Huliganstvo (2013) identificira šest glavnih etapa razvoja huliganstva u Evropi. To su: Nastanak i razvoj, huliganstvo kao posljedica promjene socijalne slike prostora stadiona, huliganstvo kao posljedica socijalnih problema i klasni fenomen, kulturalistički pristup činjenicama: segmentarne socijalne veze i huliganizam, uloga medija u širenju i poimanju huliganstva te posljednja etapa je širenje huliganstva, raznolikost studija, usklađenost rezultata i mijenjanje huliganstva.

O prvoj etapi, samom nastanku i razvoju huliganstva, koje se odnosi na kraj pedesetih i početak šezdesetih godina dvadesetog stoljeća je prethodno navedeno, kao i sami uzroci. Nasilje je bilo spontano, neorganizovano i u tom trenutku se uopšte nije klasificiralo kao namjerno navijačko nasilje jedne grupe prema drugoj, već kao reakcija na dešavanje na samom terenu.

U drugoj etapi, huliganstvo kao posljedica promjene socijalne slike prostora stadiona, poziva se na društvene promjene koje su uzrokovane raspadom Britanskog carstva, razvojem zabavne industrije te reakcije na pojačanu zainteresovanost publike za fudbalom i reakciju klubova građenjem tribina iza golova, gdje se počinje okupljati publika koja će prerasti u navijačku kontrakulturu.

Treća etapa, huliganstvo kao posljedica socijalnih problema i klasni fenomen je po Bodinu smještena u 1970-e i 1980-e godine, a poziva se na radove Taylora (1982), Clarcka (1978) te Elias i Dunninga (1986). Ekonomsko propadanje Velike Britanije i dolazak na vlast Margaret Thatcher,

te njeno provođenje politike “restrikcije i štenje”, privatizacija i razvoj strogog ekonomskog liberalizma su promjene u društvu koje su imale veliki uticaj u ovoj etapi razvoja huliganstva.

“U Velikoj Britaniji 1960-ih rađaju se brojne kulture i subkulture mladih: rough (mladi potekli iz najsiromašnije radničke klase), mods, teddy boys, skinheads, punks... Nogomet nije više zajednička »obiteljska aktivnost«, koja se odvija bez ispada i pod roditeljskim nadzorom. Tribine ends postaju teritoriji mladih koji se postupno počinju okupljati ovisno o tome za koji klub navijaju, iz koje četvrti dolaze, ovisno o pripadnosti određenoj subkulturi. Okupljajući se na takav način, počinju stvarati zajednice s vlastitim identitetom, ritualima, amblemima, simbolima, solidarnošću, znakovima raspoznavanja i kodeksom odijevanja koje su bile temelj osnivanja navijačkih skupina. Oni također na stadion uvode političke i ksenofobne ideologije (teddy boysi, skinheadsi) i bande razbijača (skinheadsi, rough). Umjesto dotadašnje slavljeničke atmosfere na utakmicama se pojavljuju sportska rivalstva pojačana sociološkim i kulturnim antagonizmima. Taj novi, aktivniji, angažiraniji i bezuvjetni oblik podrške klubu, iskazivanje pripadnosti različitim subkulturama, potaknuo je pojavu huliganstva” (Bodin, 2013).

Četvrta etapa, kulturalistički pristup činjenicama: segmentirane socijalne veze i huliganstvo zasniva se na djelu Elisa i Duninga (1986), koji su na sport primijenili analize glavnog Eliasovog djela o civilizacijskim procesima zapadnjačkih društava. Oni pokazuju da “većina huligana potječe iz rough working class – »tvrde« radničke klase, najnižeg radničkog sloja, i to iz najsiromašnijih dijelova te socijalne skupine: »Na dnu društvene ljestvice jaz se produbljavao između njih i sve siromašnijih nižih radničkih slojeva... A te su skupine »tvrde« radničke klase, čiji se broj povećava u razdobljima krize, one koje se najčešće ponašaju u skladu s modelima stvorenim na osnovi onoga što Suttles naziva uređenom segmentacijom (Bodin, 2013).

Uloga medija u širenju i poimanju huliganstva je peta etapa, zastupa stajalište da su mediji u velikoj mjeri doprinijeli razvoju huliganizma. U prilog tome navodi da su britanski mediji stvorili tzv. thugs league (ligu razbijača). Iako je ovo bilo zamišljeno kao borba protiv devijantnog ponašanja među navijačima, da ukazuje na probleme pojedinih navijačkih grupa, to su navijači iskoristili da bi stekli prepoznatljivost u društvu te je uskoro glavni cilj svake od skupina postao osvajanje prvog mjesta na ovoj ligi. Medije ne označava kao uzrok huliganizma, ali ih identifikuje kao element koji ga pojačava, raspiruje i potiče.

Posljednja, šesta etapa, je širenje huliganstva, raznolikost studija, usklađenost rezultata i mijenjanje huliganstva govori o širenju ovog fenomena na cijelu Evropu, te pojavu evropskih studija koje govore o ovom problemu. Navodi o profiliranju dva vrlo različita pristupa, pretežno francuskom koji se bavi isključivo navijanjem i smatra huliganstvo marginalnim fenomenom, te drugom koji se provode ciljane studije kojima se želi shvatiti i interpretirati huliganstvo na nacionalnoj i lokalnoj razini.

### III.6. Navijačke grupe u Bosni i Hercegovini

Razvoj navijačke scene u Bosni i Hercegovini veže se za osamdesete godine prošlog stoljeća, kada je osnovana većina grupa u Bosni i Hercegovini. Klubovi su od samog osnivanja imali publiku, no ukoliko govorimo o organizovanoj navijačkoj kontrakulturi, onda se to veže za pojavu prvih navijačkih transparenta na sportskim terenima. Zbog geografske blizine i uticaja talijanskog fudbala, u Bosni i Hercegovini prevladava Ultras pokret, mada je prisutna i casual kultura među navijačima.

#### Nastanak fudbala u Bosni i Hercegovini

U Bosnu i Hercegovinu, fudbal dolazi za vrijeme Austro-Ugarske vladavine, tačnije 11.5.1903. godine kada je Bernard Lajhner donio prvu loptu u Mostar iz Budimšpešte. Dvije godine kasnije, dolazi do osnivanja prvih klubova što označava početak organizovanog praktikovanja fudbala u društvu. U Sarajevu se 1908. godine osniva prvi Sarajevski srednjoškolski klub (kasnije preimenovan u Osman), što je ujedno početak fudbalske groznice u glavnom gradu Bosne i Hercegovine. Razvojem društva, osnivaju se sportski klubovi, ali oni svi bivaju jednonacionalni. Srpska Slavija, hrvatski SAŠK, bošnjački Sarajevski SK, dok Jevreji formiraju FK Barkohba. Nasuprot ovom trendu, osniva se 1921. godine fudbalski klub koji nije imao nacionalni predznak. Dimitrije Dimitrijević, zaposlenik željeznica, zajedno sa svojim kolegama osniva Željeznički športski klub Sarajevo, kupuje se i prva lopta te se podnosi zahtjev za prijem u članstvo tadašnjem Sarajevskom sportskom podsavezu. Nakon dvije odigrane prijateljske utakmice, 19.9.1921. godine se uzima kao službeni datum registracije kluba FK Željezničar.

## Pojava navijačkih grupa u Bosni i Hercegovini

Prva navijačka kontrakultura stvorila se oko mostarskog kluba FK Velež. Nakon prolaza u finale Kupa Maršala Tita, 1981. godine, Mostarci su se odlučiti organizovati kako bi što više navijača putovalo na finalnu utakmicu. Prvo ime navijača bilo je Crveni Šejtani. Karavane autobusa, automobila i dva specijalna voza za Beograd dovelo je oko 10.000 Mostaraca na finalnu utakmicu. Nakon što je predstavljena navijačka himna "Rođeni, rođeni", 1986. godine odlučeno je da se ime grupe promjeni u "Crvena armija". Uticaj engleske navijačke kontrakulture dovelo je do toga da ime bude na engleskom jeziku, te se do danas nazivaju "Red army". Agresija na Bosnu i Hercegovinu donijela je prekid u radu ove grupe, ali se njen rad obnavlja u sezoni 1998/99, kada se ponovno obnavlja rad ove grupe. Red Army ima prijateljske veze sa navijačima FK Sarajevo, dok postoji rivalstvo sa navijačima HŠK Zrinjski, te sa navijačima FK Željezničar.

Navijači FK Sarajevo su druga velika navijačka grupa u Bosni i Hercegovini. Kada je 1946. godine tadašnja komunistička vlast odlučila da osnuje FK Torpedo, klub koji je trebao predstavljati saveznu federalnu republiku Bosne i Hercegovine unutar Jugoslavije, u Sarajevu su postojali drugi fudbalski klubovi poput Slavije ili Željezničara. Nakon neuspješne fuzije Torpeda i Željezničara, stanovnici glavnog grada Bosne i Hercegovine su dobili dva kluba koje su pratili. Iako manje popularan, Sarajevo je imalo svoju publiku koja je dobila nadimak "pitari". "Ova grupacija brojala je oko standardnih 300 mladića, a broj bi se povećavao na 1000 ili 2000 na utakmicama sa klubovima "velike četvorke". Nakon jednog incidenta na utakmici sa Crvenom Zvezdom kada je na gostujuću klupu bačen poskok ofarban u bordo bijelu boju, navijači Sarajeva okarakterisani su kao skupina vandala i 1987. godine bivaju premješteni na sjevernu tribinu Koševa. Zbog ove promjene dolazi i do ideje za promjenom imena koja je sprovedena u djelo par mjeseci kasnije. Na sastanku na kojem su o novom imenu odlučivale vođe navijača, izabrano je ime Horde zla. Naziv je došao sasvim slučajno, jer se na stolu našao broj popularnog 'Zagora', a naziv je upravo bio Horde zla." (horde\_zla, bez datuma). Navijači FK Sarajevo veliko rivalstvo imaju sa gradskim rivalima - navijačima FK Željezničar, sa navijačima HŠK Zrinjski - Ultrasima, te veliki antagonizam sa navijačima NK Široki brijeg koje je nastao nakon ubistva navijača FK Sarajevo Vedrana Puljića u Širokom Brijegu.

Navijačka kontrakultura u Banjaluci se formirala oko FK Borac Banja Luka. Kao i u ostatku Bosne i Hercegovine, u drugoj polovini osamdesetih godina i u Banja Luci dolazi do pravog navijačkog buma. “Po prvi put se na istočnoj tribini pored uobičajenih zastava i šalova pojavljuju i transparenti okačeni na ogradu istočne tribine. Prvi put se transparent sa natpisom Vultures (Lešinari) pojavljuje 18. novembra 1987. godine na kup utakmici sa novosadskom Vojvodinom. Iza tog imena je stajala grupa momaka koja je na malo drugačiji fanatičniji način željela pružati podršku svom klubu. ... U finalu kupa bivše Jugoslavije banjalučki Borac je ukrstio koplja sa Crvenom zvezdom i na iznenađenje brojnih navijača, maja 1988. godine osvojio kup kao prvi drugoligaš u istoriji bivše Jugoslavije kome je to pošlo za rukom. Pored velikog broja Banjalučana koji su došli bodriti svoj tim na južnoj tribini stadiona JNA nalazila se i velika grupa mladića koji su iza transparenta Vultures pružali znatnu podršku svojim ljubimcima” (Anon., bez datuma). Kao i u slučaju Red Army, i banjalučani su izabrali ime na engleskom jeziku. Tokom agresije na Bosnu i Hercegovinu, dolazi do raspada ove navijačke grupe uslijed progona muslimana, te se tokom rata potpuno zamrzava rad grupe. 1995. godine, grupa obnavlja djelovanje pod imenom “lešinari”, te postoje do današnjeg dana. Njihov broj uveliko varira u zavisnosti od rezultata kluba. Od svog osnivanja, imaju prijateljske veze sa navijačima FK Vojvodina, “firmom”, a veliko rivalstvo sa navijačima sarajevskih klubova.

Vrijedno je spomenuti i navijače HŠK Zrinjski koje nose ime “Ultrasi”, navijače zeničkog Čelika - “Robijaše”, navijače FK Sloboda - “Fukare”, navijače NK Široki brijeg - “Škripare” te najbrojniju navijačku grupu, navijače FK Željezničar - Manijake.

### Navijači FK Željezničar

Klub koji je nastao kao suprotnost nacionalnim, tražio je svoje simpatije od stanovnika Sarajeva koji nisu bili dio nacionalnih tabora. Kako su se u vremenu pred Veliki rat i nakon njega, nacionalne tenzije pojačavale, tako je i Željezničar dobijao sve veću podršku među radničkom klasom. Dok je vladajući establišment podržavao klubove sa nacionalnim predznakom, zavisno od etničke pripadnosti, tako su radnici željeznica i ostalih proizvodnih pogona odabrale FK Željezničar kao svoj klub kao neku vrstu otpora prema vladjućoj klasi. Najveći problemi kluba su i dalje bili finansije i nedostatak vlastitog igrališta. U nedostatku svog stadiona, prisiljeni su bili igrati na gradskim igralištima Skenderija i Kovačići. Igranje na tim stadionima je zahtijevalo dodatne



finansijske izdatke pa se sve više razmišljalo o izgradnji vlastitog igrališta, kao nekom planu za budućnost. Vremenom, klub je sve više jačao te se 1926. godine plasirao u viši rang, te od tada počinje stabilizacija kluba. Istovremeno, dok hrvatski SAŠK i srpska Slavija igraju ligu Kraljevine Jugoslavije, kao odabrani klubovi, FK Željezničar stiče sve veću popularnost zbog toga što on nije sve ono što jesu ovi klubovi. Koliku popularnost je dosegao, pokazuje događaj iz 1932. godine, kada se samo jedanaest godina nakon osnivanja, dobrovoljnim radom i donacijama simpatizera, izgradilo prvo igralište u vlasništvu kluba. Nacionalni klubovi u strahu od jačanja FK Željezničar, pokušali su osporiti ovo igralište. Političkim pritiscima dovelo se do toga da Središnje stovarište željeznica (koje je bilo formalni vlasnik zemljišta) osporava i koristi ovo zemljište kao svoje stovarište što donosi neočekivanu reakciju simpatizera kluba. Ovi pritisci samo su dodatno ojačali duh ovog kluba i jedinstvo – karakteristike koje će se u decenijama koje će doći jako često ispoljavati. Sve do početka Drugog svjetskog rata, klub je bio stabilan rezultatski, uprkos finansijskim problemima. Dolaskom ratnih strahota, igrači i članovi kluba umjesto na utakmice i treninge, odlaze na ratišta u borbu protiv stranih agresora i njegovih domaćih kolaboratora.

Postoji vjerovanje da je Valter, koji je branio Sarajevo, bio navijač FK Željezničar. To bi možda bio i najbolji opis kako je FK Željezničar bio doživljen od strane društva u novoj državi, SFR Jugoslavija. Heroj, mali u borbi protiv velikih, koji na kraju unatoč malim šansama i nedaćama na putu dolazi do svog cilja. U prvoj godini nakon rata, FK Željezničar biva okrunjen titulom prvaka Republike BiH, u sklopu republičkog prvenstva koje je trebalo dati učesnike za narednu sezonu državnog prvenstva SFR Jugoslavije. Formiranjem nove države i dolaskom novog režima na vlast, a prateći trendove koji su dolazili iz velikih centara poput Beograda i Zagreba, i u Sarajevu se formira Sportsko rekreativno društvo “Torpedo”. Ovo društvo je bilo politički projekat, nastalo fuzijom postojećih klubova Sloboda i Udarnik. Dekretom Fiskulturnog saveza BiH, naloženo je FK Željezničar da ustupi šest svojih najboljih igrača novoformiranom Torpedu. Jedan od njih, Joško Domorocki, se usudio da odbije postupiti po donesenem dekretu i tako je doživio besmrtnost u historiji ovog kluba i među njegovim navijačima i simpatizerima.

Kako je dolaskom novog režima bilo zabranjeno djelovanje nacionalnih klubova, navijači i simpatizeri tih klubova su prihvatili Željezničar kao novi klub za koji će navijati, te klub još jedanput postaje simbol za otpor režimu i vlasti. Ovaj put, kao otpor jednopartijskom režimu i jednomlju. Klub i dalje ostaje vjeran svojoj filozofiji radničkog kluba, i za razliku od FK Torpedo,

koji kasnije mijenja ime u FK Sarajevo, ostaje klub blizak običnom čovjeku. FK Sarajevo je važio kao klub sarajevske elite i političkog režima.

Usljed pomenutog dekreta i odlaska najboljih igrača, klub bilježi lošije rezultate i u prvoj godini takmičenja ispada iz lige. Reorganizacijom takmičenja, biva degradiran u republičku ligu (tada najniže profesionalno takmičenje). Iako se očekivalo da lošiji rezultati reflektiraju slabiju podršku od publike, klub nasuprot svim očekivanjima bilježi rast popularnosti. Rezultat te popularnosti je izgradnja novog stadiona na Grbavici, gdje se ponavlja historija kada je u pitanju izgradnja stadiona. Od 1949. do 1953. godine, SD Željezničar, radnici željeznica uz pomoć dobrovoljaca iz vojske i stanovnika Sarajeva, rade na izgradnji novog Stadiona Grbavica koji je služio kao borilište za sve sportske sekcije SD Željezničar.

Dobri rezultati na terenu, i pobjede protiv mnogo jačih timova, su učinile da FK Željezničar postane drugi omiljeni klub svih Jugoslovena. Klub je uživao podršku u svim gradovima širom Jugoslavije, i svi su imali simpatije prema plavima sa Grbavice pored timova za koje su navijali. Dolazi do osnivanja drugih klubova koji imaju ime FK Željezničar, u sredinama kao što su Banja Luka ili Leskovac.

Organizovno navijanje se pojavljuje 1987. godine, zajedno sa prvim navijačkom grupom koja je imala naziv "Blue Tigers". Prvi navijački transparenti sa imenom Manijaci se pojavljuju u januaru 1988. U intervjuu u Jugoslovenskom navijačkom časopisu "Ćao Tifo" iz novembra 1990. godine, pripadnici FK Željezničar opisuju nastanak ove grupe. "To je bila sjajna publika koja je aplaudirala i kad Željo primi gol. Njima svaka čast, ali Želji je pored aplaudiranja bilo potrebno i navijanje. I tako je naš klub umesto publike dobio navijače koji takođe poštuju ono pro znaju tuđi igrači, ali koji bodre svoj tim, koji navijaju i kad ne ide! Prvi transparent na kome je pisalo "Maniacs", pojavio se na Grbavici januara 1998. godine. Ispod tog i kasnije još mnogih transparentata na kojima su se navijači deklarirali kao "Manijaci", svrstali su se oni najverniji navijači Želje" (Pavić & Lekić, 1990). Od osnivanja do izbivanja rata, Manijaci su se pozicionirali kao prepoznatljivi navijači koji bodre sarajevske "Plave". Prvi, i kako navijači FK Željezničar kažu jedini, vođa navijača je poginuo kao heroj Sarajeva. Legendarni Dževad Begić Đilda, ostao je simbol Željinih navijača. Tokom agresije na Bosnu i Hercegovinu, manijaci zamrzavaju svoje djelovanje i staju u odbranu svoje domovine.

Nakon potpisa Dejtonskog sporazuma, na stadionu Grbavica odigrala se utakmica FK Željezničar – FK Sarajevo, gdje je navijačka grupa obnovila svoj rad. Od tada pa do danas, FK Željezničar ima najposjećenije utakmice u domaćem prvenstvu, a jedan je od najgledanijih klubova u regionu (reprezentacija.ba, 2021).

Klub je 2016. godine pokrenuo projekte renoviranja stadiona, gdje su još jedanput najveći doprinos dali navijači i simpatizeri kluba. Projekat “Kupi stolicu za Evropsku Grbavicu” i projekat izgradnje istočne tribine dali su za rezultat da stadion Grbavica postane dom reprezentacije BiH. I u ovim projektima, klub je dobio neočekivano veliku podršku od navijača iz BiH i dijaspora, a posebno su ispraćene donacije koje su došle iz susjednih država, kako od pojedinaca tako i od organizacija uz poruke da se klub i dalje prati, i nakon ratnih dešavanja i svih tragedija koje je rat donio. Klub se kao feniks digao iz pepela, a njegov dom je zasjao kao nikada do tada. Krajem 2022. godine, navijači FK Željezničar su pokrenuli jedinstvenu akciju, neviđenu u navijačkom svijetu. U decembru, započeli su prikupljanje novčanih sredstava u cilju da navijači postanu generalni sponzor (raport.ba, 2022).

### III.7. Rezime prvog dijela

Navijačka kontrakultura je veoma specifična. Od svojih početaka i istinskih motiva, a to je podrška sportskom kolektivu, razvijala se paralelno sa sportom i okolinom u kojem je djelovala. Sama kontrakultura ne može biti izolovana, bez primjesa ostalih kontrakultura koje su u nekom periodu razvoja društva imale svoj doprinos na samu kontrakulturu. Koliko je prisutna i uticajna sama kontrakultura govori činjenica da su se mnogi psiholozi i sociolozi bavili upravo ponašanjem pripadnika ove kontrakulture. Te analize izrodile su mnoge pravce posmatranja ponašanja ove kontrakulture kao što su škole Chicago, Leicester, Oxford, francuska škola ili talijanska škola.

Kao i sam fudbal, organizovane navijačke grupe svoj korijen vuku iz Velike Britanije. Od spontane podrške, preko omasovljenja i uticaja društvenih promjena koje su se dešavale u 1950-im i 1960-im godinama, izgradnje tribina i pojave firmi, do uticaja vlasti i kraja jedne ere navijačke kontrakulture na engleskim stadionima.

Jako uticajan pravac u navijačkoj kontrakulturi razvio se u Italiji, koji se vizualno i zvučno mnogo razlikuje od onog u Velikoj Britaniji. Jednako surov, ali sa mnogo većom političkom pozadinom, Ultras pokret se širio iz Milana širom Italije. I u Italiji su uveliko društvene promjene u mnogome uticale na popularnost i razvoj ove kontrakulture. Smrtni slučajevi navijača i pripadnika policije primorale su talijanske vlasti da donesu drastične mjere u borbi protiv najekstremnijih navijača, no iako su privremeno imale uticaj na smanjeno djelovanje pripadnika navijačkih organizacija, pod pritiskom klubova te su mjere umanjene te trenutno svjedočimo ponovnom rođenju Ultras pokreta. U ovom pokretu, mnoge navijačke grupe širom Balkana i Zapadne Europe su pronašle uzore, te je Ultras pokret uveliko zaživio u mnogim drugim društvima.

Nemoguće je huliganizam izdvojiti kao zasebnu pojavu, ne vežući je za pripadnike kontrakulture. Iako je devijantno ponašanje pojedinaca prisutno i u samom sportu, ili u drugim sferama društva, huliganizam se najčešće veže za navijačku kontrakulturu. Iako u većini slučajeva, devijantno ponašanje ima, barem unutar navijačke kontrakulture, opravdane uzroke, medijski prikazi su uvijek jednostrani zbog društvenih normi koje postoje generalno u društvu u kojem živimo.

U Bosni i Hercegovini navijačka kontrakultura je razvijena relativno kasno, u odnosu na ostatak evropskih zemalja. Počeci se vežu za 1980-e godine, te uslijed agresije tokom perioda 1992.-1995. bilo zaustavljeno djelovanje navijačkih grupa. Jako je prisutna nacionalna opredijeljenost među navijačkim grupama, pa tako navijači Borca iz Banja Luke veličaju srpstvo, navijači mostarskog Zrinjskog veličaju hrvaštvo, dok navijači Željezničara, Sarajeva, Veleža i mnogi drugi promoviraju bošnjaštvo, ali u velikoj mjeri i nedjeljivost i suverenitet Bosne i Hercegovine.

## IV. PRIKAZ NAVIJAČKIH GRUPA KROZ MEDIJE

### IV.1. Navijači kao medij

#### Vizualne poruke

Sami navijači su po sebi vrsta medija. Oni, pored što u današnje vrijeme koriste svoje kanale informisanja poput web stranica, navijačkih foruma ili profila na društvenim mrežama, su medij sami od sebe, jer njihovo djelovanje na tribini šalje razne poruke. Sve ono što čini njihov identitet, bilo ono ikonografija na utakmicama, natpisi na transparentima, pjesme koje pjevaju ili ostalo ponašanje, na poseban način šalju poruku koju prima javnost. Dražen Lalić u svom djelu *Torcida* (1993) identifikuje tri vrste rituala, a to su vizualna ekspresija, verbalna ekspresija i tjelesno nasilje. U osnovi, aktivnost navijanja je kombinacija prve dvije vrste ekspresije, dok tjelesno nasilje je u mnogome dio identiteta te navijačke grupe, ali ne u svim slučajevima.

Ukoliko posmatramo vizualni identitet neke od navijačke grupe unutar navijačke kontrakulture, u većini slučajeva može se zaključiti kojem plemenu oni pripadaju. Lalić u istom djelu navodi “Već pukim pogledom na dijelove tribina na kojima se okupljaju pripadnici navijačkih grupa moguće je ustanoviti kako se od drugih segmenata nogometne publike oni razlikuju po tome što svoju podršku momčadi koju simpatiziraju i svoj kolektivni identitet izražavaju, uz ostalo, i korištenjem specifične koreografije”. Dakle, vizualni identitet šalje poruke koje jasno komuniciraju društvu o kojoj se navijačkoj grupi radi. U navijačku ikonografiju spadaju šal, kao osnova, zatim kape, majice, kape, zastave i transparenti. Danas navijačke grupe imaju svoje prodavnice odjeće, koje jasno definišu pripadnost toj navijačkoj opciji, pa se u njima može naći od privjeska za ključeve do zimskih jakni, i sve između. “Cjelina oblika i sadržaja tih poruka uvjetno se može odrediti kao navijačka ikonografija koju čini ukupnost simbola, znakova, odjevnih predmeta, rekvizita i svega onoga čemu navijači pridaju simboličko značenje, i što čini vizualni dio navijačkog rituala” (Lalić, 1993). Nepisano je pravilo da navijač na utakmici oblači odjeću u bojama svog kluba, a nikako onog protivničkog. Danas je među pripadnicima navijačke kontrakulture popularno odijevanje u crno, uniformisanje koje u mnogome otežava identifikaciju policiji ukoliko dođe do nereda. Često je to kombinacija sličnih modela jakni i pantolona, te ponekad i tenisica. Na to je uveliko imala uticaj casual kultura. Postoje slučajevi kada unutar jedne navijačke grupe, postoje podgrupe koje svoju pripadnost izražavaju posebnim stilom oblačenja, kao što je bio slučaj sa takozvanim spitfire jaknama, po uzoru na engleske skinhedse.

Jako važan element navijačke kontrakulture su i transparenti, i kako su oni napravljeni te poruke koje stoje na njima. U navijačkom svijetu, transparenti se ističu na onom dijelu tribine na kojem ta grupa stoji. Bilo da se radi o imenu grupe, imenu podgrupe, mjesta iz kojeg dolazi grupa navijača i slično. Iako javnost često poistovjećuje transparent i “parolu”, te oboje naziva istim imenom transparent (iako je u biti ispravno), iz navijačkog ugla su to dvije potpuno različite vrste medija.

Transparent je obilježje pojedinca ili grupe i u navijačkom svijetu ona predstavlja najsvetiju relikviju. Na njoj je obično napisano ime grupe kojoj pripada, ime podgrupe, ili naziv grada ili naselja. Transparentni su često motiv koji pokreće nasilje unutar navijačke kontrakulture. Dok jednima predstavlja potvrdu identiteta, drugima je to legitimna meta kojima će dokazati nadmoć nad tom grupom. Na to nasilje, skoro u pravilu se odgovara nasiljem.

Natpisi na papirnim, najlonskim ili u nekim slučajevima platnenim podlogama se u navijačkom svijetu naziva “parola”. Ona je medij za iskazivanje stavova grupe, slanje poruka prema klubu, društvu ili suparničkim navijačima. Ona se u pravilu upotrebljava samo jedanput, i uvijek je dominantna. Na taj način članovi ove kontrakulture šalju svoje poruke tokom trajanja utakmice.

Dražen Lalić (1993) navodi rezultate svog istraživanja navijačke grupe Torcida Split, koja prati NK Hajduk iz Splita. On ističe da se tokom 1989., 1990. i 1991. godine pojavilo 168 različitih transparentata i parola na 58 različitih utakmica. Na osnovu njihovog sadržaja podijelio ih je na šest tipova i to na:

1. poruke koje se isključivo odnose na Torcidu,
2. poruke koje se odnose isključivo na Hajduk,
3. Poruke koje se tiču kombinacije poruka vezanih uz Torcidu i Hajduk,
4. poruke koje se odnose na kombinaciju poruka vezanih na Torcidu i neke političke teme,
5. poruke koje se odnose isključivo na političke teme i
6. poruke koje se tiču kombinacije poruka vezanih uz Hajduk i neke političke teme.

Navodi da je najviše poruka bilo vezanih za Torcidu ( 45,86%), Hajduk (27,97%), a kombinacija Hajduka i Torcide (2,38 %), politike (5,95%) te ostale poruke koje predstavljaju kombinaciju Torcida, Hajduka i politike.

Nuredinović i Vukušić (Nuredinović & Vukušić, 2021) su izvršili istraživanje verbalnih poruka navijačke grupe BBB (Bad Blue Boys) koja prati utakmice HNK Dinamo, te je u periodu

istraživanja između 2010. i 2020. godine obuhvaćeno 387 poruka koje su se pojavile u režiji ove navijačke grupe. Korištena su dva metoda, pregled arhivskih fotografija na službenim glasilima grupe, te drugi – aktivno učestvovanje u ritualima grupe tokom posmatranog perioda. Autori su poruke podijelili u slijedeće grupe:

1. poruke u službi proslave kolektivnog identiteta;
2. poruke solidarnosti
3. poruke kao provokacije ili vrijeđanje protivnika
4. poruke kao komentar političkog i društvenog stanja u okolini; protestno-aktivističke
5. i poruke mobilizacije (usmjerene prema svojim članovima, navijačkoj zajednici).

#### Poruke solidarnosti

Poruke solidarnosti u ovom su istraživanju najviše zastupljene sa 28,94%. Najviše su prisutne u sezoni 2014./2015. u vrijeme otvorenih sukoba na ulicama Zagreba između navijača i frakcije bliske upravi kluba. Poruke su upućene sankcionisanim pripadnicima grupe, nedavno preminulim uglednim članovima grupe ili sjećanje na davno preminule i njihove zasluge.

#### Protestno-aktivističke poruke

Poruke najčešće usmjerene protiv klupskog rukovodstva, Zdravka Mamića i HNS-a. Zastupljenost poruka varira od sezone i okolnosti koje se dešavaju u klubu, pa tako je prisutno od 12,5% u sezoni 2018/19 do 55% u sezoni 2011/12.

#### Poruke kolektivnog identiteta

Ove poruke su najpopularnije u navijačkoj ikonografiji BBB, i iznose 26,8% u promatranom periodu. Poruke koje veličaju grupu, a ne pojedinca sa različitom tematikom, bilo da se radi o stavovima grupe po pitanju upravljanja klubom, političke poruke, poruke kojima se proslavlja godišnjica grupe i slične poruke.

### Poruke provokacija i uvreda

Iako je u navijačkom svijetu popularno isticati poruke koje sadrže provokacije za suparničke grupe, u istraživanju BBB, autori pronalaze samo 5,68% ovakvih sadržaja. Kao objašnjenje za ovako mali broj poruka, autori navode ujedinjenost navijačke scene protiv rukovodstvo HNS-a i primirje između navijačkih grupa.

### Političke poruke

Iako su tradicionalno političke poruke bile sastavni dio repertoara BBB, u posmatranom periodu su pronađene samo dvije poruke.

### Mobilizacijske poruke

Ova vrsta poruka je poziv članovima grupe i ostalim akterima na stadionu da uzmu učešće u akcijama koje grupa provodi, kao što su odlasci na utakmice, učlanjenje u klub, grupu i sl. Pronađeno je 3,87% poruka sa ovakvim ili sličnim sadržajem.

Drugi važan segment vizualne identifikacije su navijačke zastave. One su pogotovo dominantne kod navijačkih kontrakultura koje su slijedile talijanski Ultra pokret. Zastave kao barjaci ili zastave na dva štapa, na kojima se ističe simbol vezan za identitet te navijačke grupe. Primjer je isticanje zastave Republike Bosne i Hercegovine sa motivima ljiljana na svim domaćim utakmicama FK Željezničar, među navijačkom grupom Manijaci, kao slanje poruke da su pripadnici te navijačke grupe patriotski orjentisani, na nedjeljivost i suverenost Bosne i Hercegovine.

Početakom 1990-ih, naročito je bilo popularno isticanje državnih zastava, prije raspada SFR Jugoslavije. Na tribinama su se tako mogle primijetiti zastave Hrvatske, Bosne, Srbije, Makedonije, u zavisnosti iz koje Republike je taj tim dolazio. Zabilježen je slučaj na utakmici FK Željezničar, čime su isticali jedinstvo političkih partija SDA-HDZ 1991. godine.

U ostale segmente navijačke ikonografije spadaju šalovi, kape, male zastave i ostala vizualna pomagala. Šal kao osnova svakog navijača, spada u obaveznu opremu. Na njima su obično ispisani



ime kluba ili grupe. Šalovi su svoje mjesto u navijačkoj kontrakulturi prvo pronašli među navijačima iz Velike Britanije, a na prostoru SFR Jugoslavije 1970-ih godina kada je stupila na snagu zabrana unosa štapova za zastave. Danas su popularni i ostali odjevni predmeti sa motivima kluba ili grupe, poput majica, šorceva, jakni, torbica itd.

Jako važan medij za slanje poruka u navijačkoj kontrakulturi su koreografije, bilo one u slikama ili uz korištenje pirotehnike koja je nezaobilazna među pripadnicima navijačke kontrakulture. Ovo je poseban izraz slanja poruke, gdje se u slikama šalje poruka ostalim akterima utakmice. "...britansko nogometno navijaštvo gotovo ne zna za priređivanje vatrometa na utakmicama - nogometni stadioni i vatrometi ne idu zajedno, dok, naročito u Italiji navijaštvo uključuje pripremu i izvođenje vatrometa - neko vrijeme gotovo da nije bilo pravih utakmica bez navijačkih vatrometa" (Vrcan, 2003). Dovodi se zaključak da je upotreba koreografija i pirotehnike nasljeđe Ultra kulture koje je danas nezaobilazno na stadionima širom Evrope, izuzev na stadionima Velike Britanije.

### Verbalne poruke

Samo prisustvo sportskoj priredbi podrazumijeva slanje verbalnih poruka, u osnovi kao podrška svom timu i učesnicima same sportske priredbe. Posmatrajući publiku na stadionu, lahko je uočiti veliku razliku između pripadnika navijačke grupe i ostalih navijača po verbalnim porukama koje dolaze od njih. Dok se većina publike povremeno uključuje u slanje verbalnih poruka, vrlo često kao reakcija na dešavanja na terenu, pripadnici navijačkih grupa kontinuirano pjevaju pjesme iz svog repertoara, skandiraju ili zvižducima reaguju na dešavanja na terenu. Vrlo često su to pjesme čiji su autori upravo pripadnici tih navijačkih grupa koje se pjevaju na melodije nekih pjesama iz pop kulture. Lalić (1993) dijeli verbalne poruke na pozitivne i negativne. Pozitivne su one koje izražavaju podršku svome timu, a negativne su one koje podrazumijevaju prijetnje i uvrede, najčešće prema protivničkim igračima i navijačima ili sudijama. Na osnovu istraživanja koje je proveo od 1989. - 1991. godine, podijelio je sadržaje pjesama na osnovu sadržaja na pjesme koje imaju tematiku:

- a) klubova i igrača
- b) Navijačke grupe
- c) nacije
- d) politike

- e) religije
- f) regije
- g) sudija
- h) policije i
- i) ostala tematika.

U prosjeku, 79,2 različite poruke su odaslane na 56 odigranih utakmica. Poruke su bile u trajanju od deset sekundi do nekoliko minuta, zavisno od teme poruke koja se verbalno ističe.

## IV.2. Fanzini

Navijački časopisi ili fanzini, svoj začetak imaju kao i sama kultura imaju u Velikoj Britaniji. Pod uticajem Punk časopisa “Sniffin Glue”, nastaju časopisi “Snipe”, “Off The Ball”, “Foul” i “When Saturday Comes”. Svi ovi časopisi su počeli izlaziti 1980-ih godina. Sadržaj tih časopisa je bio raznolik, od izvještaja o fudbalskim utakmicama, igračima i informacija o klubovima, do izvještaja i fotografija sa nereda, listi uhapšenih navijača i slično. Koliko je ovaj vid medija postao prihvaćen, pokazuje činjenica da danas skoro svaka navijačka grupa u Engleskoj ima svoj fanzin. “Red News” navijača Manchester Uniteda, “The Lion Roars” navijača Milvola, “The Mag” navijača Newcastlea, “Chelsea Independent” navijača Chelsea su samo neki od njih. Huliganske ekipe na ostrvu su sredinom 90-tih pokrenule fanzin “Ultra!”, koji je zabranjen nakon izlaska petog izdanja ovoga magazina.

U Italiji se odmah nakon Velike Britanije pojavljuju navijački fanzini. Oni svoje korijene imaju u fudbalskim fanzinima koji su unutar svog sadržaja imali sekciju posvećenu navijačima, kao što je “Guerin Sportivo” ili “Tutto BC”. Zbog ovog sadržaja, ovi fudbalski fanzini su bilježili velike tiraže, da bi 1986. godine izašao prvi navijački fanzin pod nazivom “SUPERTIFO”. Do 1994. godine izlazi kao mjesečni magazin, a nakon toga izlazi svakih 14 dana. Teme ovog fanzina su bile vijesti, reportaže, fotografije te nezaobilazna pisma navijača koja su ga i učinile popularnim. Ostali navijački fanzini koji su se pojavili u Italiji su bili “Hooligans” i “Ultra”, ali su se zbog nepopularnosti brzo i ugasili. Posljednji vrijedan spomena je onaj “Fans Magazine” koji svoje izdanje ima i danas.

U ostatku Evrope, pojavljuje se veliki broj navijačkih fanzina, pa se sredinom 1990-ih pojavljuje u Španiji “Super Hintacha”, u Portugalu “Super Ultra”, u Poljskoj “Szalikowcy”, u Francuskoj “Authenik Ultras” i “Super Mag”, u Mađarskoj “3. Felido”, a u Njemačkoj “Match Live”. Danas su prisutni u Poljskoj “To my kibice”, u Njemačkoj “Elrebnis Fussball”, u Francuskoj “Generation Ultra”, dok se većina prethodno pobrojanih ugasila. Pored ovih fanzina, većina velikih navijačkih grupa u Evropi ima svoj navijački fanzin po uzoru na one u Velikoj Britaniji.

Na prostorima SFR Jugoslavije prvo je bio popularan fudbalski fanzin pod nazivom “Tempo”, koji je u sebi imao sekciju posvećenu navijačkoj kontrakulturi, a prvi časopisi pod uticajem punk kontrakture su se pojavili 1970-ih godina. Prvi magazini su bili “Autopsia”, “Urbana Gerila”, “Indigo”, “Corpus Delicti”, Vrtnevi Otpisanih”, Zagrebački trubač”, “Van Kontrole” i drugi. Upravo su pripadnici navijačke kontrakture bili njihova publika, i ovi časopisi su imali veliku uticaj na kasnije pojavljivanje navijačkih fanzina u Jugoslaviji.

Ono što se pojavljuje kao presedan u tadašnjoj štampi, je reakcija jednog beogradskog navijača u časopisu “Tempo” na intervju pripadnika hrvatskog MUP-a 1988. godine, što je bila prva interakcija navijača prema društvu u jednom izdanju Jugoslovenske štampe. Nakon toga, “Tempo” uvodi praksu objavljivanja reakcija navijača i uvodi posebnu rubriku u svom izdanju. Prvi navijački fanzin je bio “Ćao Tifo” koji svoje prvo izdanje bilježi 1990. godine i svoje izdanje je imao jednom mjesečno.

### IV.3. Knjige

Nakon što su u Velikoj Britaniji, engleski huligani dobili na reputaciji zbog svojih ispada, javnost se počinje interesovati o ovoj kontrakulturi. Krajem osamdesetih godina prošlog stoljeća pojavljuju se naslovi “Steaming In” Ward Colina i “Among The Thugs” od Bifford Billa. Ove dvije knjige su prve koje prikazuju navijačku kontrakulturu, ali ne kao naučno posmatranje već opisuju život pripadnika ove kontrakture. “Steaming In” se smatra kao prva ovakva knjiga, koja govori o životu jednog navijača Arsenala unutar navijačke kontrakture.

Ovaj žanr je postao instant uspjeh. Do danas je napisano na stotine knjiga, a pojedini autori su objavili više knjiga u samo par godina. Naravno, vođeni komercijalnim uspjehom ovih knjiga, i dalje se nastavlja izdavaštvo knjiga koje se bave prikazom navijača. Braća Eddy i Dougie Brimson

su poznati autori koji su opisivali svoj život kao navijača Watforda, kluba iz Londona. Iako među navijačima Watforda nikada nisu prihvaćene njihove knjige, one su doživjele velike komercijalne uspjehe. Neke od ovih knjiga su postale osnov po kojima su se snimali filmovi, a najpopularnija od njih je knjiga “Cass”, priča jednog od rijetkih huligana crnaca, koji je postao vođa jedne od najozloglašnijih navijačkih firmi u Velikoj Britaniji - ICF.

“Engleska sportska knjižara Sportpages nedavno je sprovela anketu i objavila najnoviju listu najboljih huliganskih knjiga prema ocenama kupaca. Od ukupno 262 glasača njih 63 su na prvo mesto stavili „Blades Business Crew,, Stevea Cowensa. Potom slede: „Soul Crew,, Tonya Riversa, „Guvnors,, Mickeya Francisa, „Congratulation, You Have Just Met the ICF,, Cassa Pennanta i već spominjana „Steaming In,,.” (Karaburma, 2013)

Knjige sa ovom tematikom postala su navijačka lektira za pripadnike ove kontrakulture, te ujedno su uspjeli približiti život navijača čitaocima koji žele razumjeti motive njihovog ponašanja.

#### IV.4. Filmovi

Nakon velikog uspjeha literarnih radova koji su prikazivali navijačku kontrakulturu, na red su došli i filmovi. Često su u pitanju ekranizacije uspješnih knjiga, kao što je to slučaj sa filmom “Cass”, koji je urađen po istoimenoj knjizi. Televizija, koja je sredinom devedesetih bila najdominantniji medij, počela je aktivno da predstavlja ovu kontrakulturu. U fokusu su još uvijek bili neredi krajem prošlog desetljeća koji su izazvali engleski huligani. Popularizacija fudbala, TV prenos utakmica evropskog i svjetskog prvenstva u fudbalu, te sve češći internacionalni sukobi navijača, kreirali su podlogu za snimanje mnogih dokumentaraca.

Jedan od najpoznatijih, koji je u mnogome približio navijačku kontrakulturu iznutra je dokumentarni film u produkciju BBC, koji prikazuje navijačku grupu “Headhunters” koji prate FC Chelsea iz Londona. U tom dokumentarcu, prikazana je sva surovost i nasilje koje je sastavni dio huliganske kontrakulture. Uspjeh ovog dokumentarca slijedili su i dokumentarni filmovi kao što su “Hooligans The Untold Story” ili “Football Hooliganism- The dark side of Football” te serijali “The real football factory” ili “Ross Camp on Gangs”. Problem kod ovih dokumentaraca je što

imaju za cilj istaknuti nasilje i devijantno ponašanje navijača, zbog samog senzacionalizma i zarade koje donose ove teme, a koje su postale popularne u društvu. U dokumentarcima skoro nikada nisu istaknuti pozitivni primjeri koji proizlaze iz navijačke kontrakulture, već je uvijek akcenat na nasilju.

Sa prvim književnim uspjesima književnih radova o navijačkoj kontrakulturi, počeli su se snimati i igrani filmovi. Čak je i veoma uspješni glumac, Gary Oldman, 1989. godine tumačio glavnu ulogu u filmu "The Firm", koji govori o životu navijača West Hama. Međutim, kina nisu pristajala da promoviraju ovaj žanr filmova, pa su svoju publiku tražili preko VHS kasete. Značajni trag iz ove ere ostavili su još filmovi "Ultras" iz 1991. godine i "I.D" iz 1995. godine Međutim, pravu ekspanziju ovakvi prikazi doživljavaju početkom 21. stoljeća. Razvoj interneta i CD industrije omogućila je lakšu distribuciju ovih žanrova širom svijeta. Respektabilni glumci prihvataju uloge u filmovima, što postaje interesantno kino industriji za projekciju. Tako su početkom 2000-ih godina, zapažen uspjeh ostvarili "Green Street Hooligans" sa Eliah Wood u glavnoj ulozi, "Football factory" koja je kasnije doživjela i dokumentarni serijal, "Cass" koji je snimljen po istoimenoj knjizi, "The Firm" i mnogi drugi. Ovi filmovi prikazuju i psihološku te socijalnu komponentu likova koji su prikazani u njima, te možda zbog toga su zabilježili velike uspehe. Gledalac se mogao identifikovati sa protagonistima u priči, razumjeti da su to ljudi koje svakodnevno sreće, doktori, profesori, radnici u banci, poštari, koji svoju strast izražavaju odlaskom na utakmice te ponekad i nasiljem.

#### IV.5. Prikaz navijačkih grupa kroz informativne medije

Navijačke grupe, iako u pravilu imaju do sada navedene karakteristike nasilja, političkog djelovanja i negativnog konteksta, vrlo često imaju i pozitivno djelovanje u društvu. Nebrojani su pokazatelji humanosti i spremnosti za pomoć ovih osoba za pomoć društvu u kojem žive i gdje djeluju. Potresi u Petrinji (Hrvatska) su pokazale spremnost svih organizovanih navijačkih grupa u Hrvatskoj, kada su upravo navijači bili prve organizovane grupe koje su se stavile na raspolaganje stanovništvu stradalom uslijed potresa. U BiH, najčešće svoj doprinos društvu iskazuju pripadnici navijačkih grupa FK Željezničar i FK Sarajevo, koji redovno daruju krv, organizuju humanitarne akcije prikupljanja pomoći ili na neki način stavljaju na raspolaganje svoje resurse stanovništvu

BiH. Navijači FK Željezničar, Manijaci, su uslijed poplava i situacije korona virusa u martu 2020. izdali saopštenje za javnost, kojim su se stavili na raspolaganje cijelom građanstvu. „Navijačka grupa The Maniacs 1987 obavještava cjelokupnu bosanskohercegovačku javnost, Krizni štab i sve ostale nadležne državne institucije da ćemo i ovog puta biti tu, kako bi doprinijeli što prijem povratku naše države u prijašnje stanje.“ (Sport\_Centar, 2020).

Navijačka kontrakultura sa svojim odlikama su nepresušna inspiracija za medijske natpise, bilo da je riječ o detaljnim opisima nereda izazvanih od strane navijača i nasilja ili izvještavanja o pozitivnim aktivnostima koje navijačke grupe provode. Često se navijači u medijima prikazuju kao grupu sklonu incidentima i targetiraju se kao jedan od glavnih problema u društvu. Negativni naslovi koji imaju rezultat moralne panike. Ovaj termin, moralna panika, prvi je upotrijebio Jock Young 1971. a kasnije ga je popularizirao Stanley Cohen. Young ovaj termin koristi u kontekstu pretjerane reakcije medija i policije, a samim tim i javnosti, na devijantnost omladinskih kontrakulturnih grupa. Kada mediji društvu nameću naslove iz kojih oni konzumiraju haotične situacije, javlja se strah i prezir. Iako je dosta ovakvih i sličnih natpisa, nije sve tako negativno kako se kreira slika u medijima. Mnoge navijačke grupe, iako rivalske, se ujedine kada se za to iskaže potreba. Primjeri za to su poplave 2014. godine, kada su se ujedinite sve navijačke grupe u BiH, ili primjeri potresa u Hrvatskoj kada navijački rivali svoje rivalstvo stavljaju po strani.

Pitanjem prikaza navijača u medijima se bavi i Faruk Zametica u kolumni za portal radiosarajevo.ba, gdje se autor bavi izvještavanjem medija u BiH na primjeru derbi utakmice sarajevskih klubova. „Sve je prošlo tiho. Zašto? Zato što se u Bosni i Hercegovini od dobrih vijesti ne pravi senzacija. Ona je rezervirana isključivo za crnu hroniku. Nema brige, kada se u budućnosti dese neki navijački neredi, što je neminovno, opet ćemo gledati ovaj gore dobro utvrđeni scenarij.“ (Zametica, 2015).

Mediji se u svom izvještavanju sve manje stavljaju na objektivnu stranu dešavanja, a sve više stavljaju na jednu ili drugu stranu vinovnika nereda. Srećko Mihajlović u svom eseju “Rat je počeo 13. maja 1990.” (1997) obradio je izvještavanje hrvatskih i srbijanskih medija o dešavanju sa nikada odigrane utakmice između Dinama iz Zagreba i Crvene Zvezde iz Beograda, koji su opisali navijačke nereda. “I u javnim glasilima, mora se priznati, raste broj navijača. A u njihovim rukama je snažno oružje. Stigli smo dotle da se unapred, bez čitanja i slušanja, tačno može znati ko koga brani i ko se zašta zalaže. Dovoljno je samo videti iz kog kraja stiže “istina”. Retki poslenici javno

uspevaju da sačuvaju dostojanstvo svoje proesije. Besomučno optuživanje druge strane najmanje je arčenje papira i vremena, već mnogo više dolivanje ulja na vatru naših dubokih podela i mržnje”.

Zaista se postavlja pitanje koliko su mediji odgovorni u kreiranju medijske slike o dešavanjima na sportskim priredbama i kreiranju medijske slike o pripadnicima navijačke kontrakulture. O uticaju medija u širenju i poimanju huliganstva pisao je i Bodin (2013) kao o jednoj od šest glavnih etapa koje su doprinijele razvoju huliganizma u Evropi. “Mediji su u žaru izvještavanja ponavljali bez prestanka interpretacije o britanskom huliganstvu i time uvelike doprinijeli stvaranju kolektivne predodžbe o huliganstvu: huligan je bio sustavno zamišljen kao mlad Englez, loše integriran u društvo, delikvent u svakodnevnom životu i dobro pod utjecajem alkohola.” Nakon katastrofe na Heyselu, mediji se nisu bavili uzrokom nereda, propustima u organizaciji same utakmice i ostalih činjenica koje su uzrokovale stradanja navijača, već su se utrkivali da senzacionalistički okrive jednu stranu i etiketiraju sve prisutne navijače kao uzrok strašne nesreće. Mediji su bili ti koji su u Velikoj Britaniji kreirali “ligu razbijača” čime su uveliko doprinijeli ka razvoju nasilja i podstakivanju huligana ka činjenju nereda. Sličan slučaj je zabilježen i u Francuskoj kada je pokrenut navijački magazin “Sup’Maga” čiji je inicijalni cilj bio ocjenjivanje navijačkih izdanja. Rangiranjem navijača, rodio se animozitet i osjećaj suparništva među grupama, nakon kreiranje službene rang liste u ovom časopisu. Medijski prikazi su uveliko element koji ima mogućnost da smanji ili pojača tenzije među pripadnicima navijačke kontrakulture.

Mediji su proizvođači interpretacije receptora vijesti, pa su oni ti koji svojim kreacijama, dodavanjem ili oduzimanjem činjenica unose osnovne tonove u tumačenju onoga što se stvarno desilo. “Uostalom, mediji su, kako kaže Steve Redhed, u posljednjih 30 ili 40 godina doveli do toga da se fudbal posmatra kroz prizmu nasilja (1991). Prema tome, mediji su proizvođači “moralne panike”, Doduše, oni jednom samo prenose druge kreatore, a drugi put i kreiraju i edituju”(Mihajlović, 1997). Dunning i saradnici su također upozoravali na “domete” medijskog izvještavanja o navijačkim neredima. Oni rast nereda u Velikoj Britaniji sredinom pedesetih i početkom šezdesetih godina objašnjavaju i promjenom obrasca medijskog izvještavanja, sa naglaskom prikaza u tabloidnoj štampi. Mihajlović u svom eseju (1997) navodi i primjer koji je istakao Peter Marsh, kada mediji “naduvavaju” sukob navijača na utakmici. Naveden je slučaj kada je u medijima opisan sukob dvije navijačke grupe, koji se desio pod drugačijim okolnostima od onih opisanih u izvještaju.

Veliku pažnju kod kreiranja ovih izvještaja ima i tabloidna štampa, koja za cilj ima prodaju štampanih primjeraka, kreiranjem senzacija. Tabloidi često sebe pokušavaju prikazati kao proroke, time što prognoziraju nered, a ukoliko se dese neredi sebe prikazuju kao dobro obavještene prognozere.

Slučaj sukoba navijača Dinamo Zagreb i Crvene Zvezde iz Beograda, prikazani su na dva dijametralna načina, u cilju kreiranja izvještavanja koji odgovaraju njihovim čitaocima. Izvještavanje u beogradskoj "Politici" od 14.5.1990. je glasilo: "Sadističko divljanje sa jasnim ciljem da se "neprijatelj" liši života ili teško povredi, po žestini prelazi i slike sa Hejsela, Tirgu Mureša i sličnih poprišta." Zagrebački Magazin sport u izdanju od 16.5.1990. donosi "„divlji ples "gostiju iz Beograda"". Rat medijskih uredništava samo je bio nastavak političke arene i okolnosti koje su se dešavale u to vrijeme. Hrvatski i srbijanski mediji su u narednim danima kreirali priče kojima su usmjeravali vodu na svoj mlin, odnosno hrvatski su tvrdili da su navijači CZ započeli incident, a mediji iz Srbije su tvrdili da su domaći navijači započeli sukob. Kao dokaze, navodili su svjedoke koji su davali iskaze u štampi te analizirali situacije sukoba, svako sa svojim činjenicama. Može se reći da je ovo izvještavanje bio poligon za izvještavanje koje će potrajati narednih pet godina, tokom sukoba između srpske i hrvatske strane. Ovo je bio idealan trenutak da pojedini novinari iskažu svoju vjernost prema režimima, prikažu svoje umjeće pristrasnog izvještavanja i najave ono što će se kasnije dešavati. Ova utakmica je, kako navodi Lalić u svom djelu "Nogomet i politika"(2018) citirajući novinara Jamesa Montaguea, jedna od pet utakmica koje su "promjenile svijet".

#### IV.6. Komercijalizacija sporta i uloga navijača

Sport je postao više od samog natjecanja učesnika u nekoj utakmici, meču, borbi ili trci. Sport je postao marketinško-propagandni kanal prodaje branda proizvođača, u koji kompanije ulažu sa ciljem povrata uloženi sredstava. Možda je najbolji pokazatelj koliko je snažna ova industrija, sada već historijski ugovor američke kompanije Nike sa Jordanom, koja je platila 1987. godine, tada vrtoglavih 500 hiljada američkih dolara za saradnju sa košarkašom koji još uvijek nije izgradio ime u NBA. Poređenja radi, taj iznos je bio trostruko viši od onog koji su zarađivale tadašnje NBA zvijezde. Nike je planirao zaradu od tri miliona dolara, ali su samo u prvoj godini, prihodi na



osnovu prodaje tenisica sa imenom Jordan dosegle 126 miliona dolara. Ovaj marketinški dogovor je bio prekretnica u poslovanju kompanija koje se bave proizvodnjom sportske opreme. Danas, se kompanije međusobno takmiče koja će potpisati kojeg sportaša kao zaštitno lice ili neki sportski kolektiv u cilju povećanja prodaje svojih proizvoda i jačanju prepoznatljivosti samog branda.

Kada je David Beckham 2003. godine potpisao ugovor sa Real Madridom, klub je do tada oborio sve rekorde prodaje iako su mnogi kvalitetniji igrači postajali dio ovog kolektiva. „Prvog dana prodano je više od 8.000 dresova, dok je primjerice nakon što je za Real potpisao Ronaldo prodano "svega" 2.000 dresova. Još slabiji učinak je imao Zinedine Zidane koji je prodao tek 300-tinjak dresova prvog dana boravka u Realu. Dodajmo kako je cijena jednog dresa 78 eura ili 587 kuna. "Vjerujem kako ćemo samo od prodaje dresova s Beckhamovim imenom zaraditi više od 30 milijuna eura," kazao je predsjednik Real Madrida, Florentino Perez.“ (index.hr, 2016)

Real Madrid godinama važi za jedan od najpopularnijih klubova u svijetu. Ovaj klub je ulaskom u posljednji milenij odlučio da gradi tim koji je, pored sportskog kvaliteta, imao medijsku popraćenost koji je napravio brand od samog tima. Dolaskom superzvijezda, klub je dobio nadimak Galacticosi. Doba prvih Galacticosi uključuje vrijeme od 2000. do 2007. to jest, od dolaska Luísa Figa 2000. do odlaska Davida Beckhama na ljeto 2007. Dovedeni su igrači poput Figa, Zidana, Ronalda i Beckama koji su klubu donijeli veliki prihod od prodaje dresova na tržištima u cijelome svijetu, a ne samo u Španiji i Madridu. Druga era Galacticosi smatra se period od 2009. godine, koja je započela dolaskom super zvijezda poput igrača Kaka i C. Ronaldo, i ta era je završila 2018. godine, sa odlaskom C. Ronalda.

Periodi Galacticosi su bili ispunjeni i sportskim uspjesima, ali ne svake godine. Međutim, sportski uspjesi nisu bili presudni za činjenicu, da je Real u ovim periodima i dalje bio jedan od najpopularnijih klubova u svijetu. Real Madrid je 2014. godine ostvario transfer Jamesa Rodrigueza, kolumbijskog igrača koji je iste godine osvojio nagradu „Zlatna kopačka“ svjetskog prvenstva u Brazilu, što je značilo pored prodaje dresova na postojeća tržišta i prodor na tržište Kolumbije. Te godine, Real Madrid je ostvario prihod od nestvarnih 1,4 miliona godišnje, samo od prodaje dresova. „Kraljevski klub“ godišnje proda dresove koliko i Manchester United, a prepoznatljiva 'bijela' garnitura mogla bi nadmašiti broj od 1,4 milijuna s obzirom da pojačanje James Rodriguez je u samo nekoliko dana od dolaska donio rekordnu prodaju njegovih dresova. Real zna da dresovi donose mnogo novca te im je cilj svake sezone dovesti atraktivne igrače poput Kolumbijca. 'Los

blancosi' koji igraju u Adidasu prodaju najviše dresova od Cristiana RONALDA, Casillasa, Ramosa, Di Marije, Modrića i mnogih drugih.“ (Vuletić, 2014)

I sami klubovi su postali distributeri proizvoda, suvenira i odjeće sa svojim motivima kroz klupske prodavnice suvenira. Klubovi čak otvaraju ovakve vrste prodavnica na drugim kontinentima. Tako je engleski velikan, Manchester United donio odluku za proboj na tržište Azije otvaranjem fan shopova u Južnoj Koreji, a tome je prethodila kupovina reprezentativca ove zemlje Ji-sung Parka. Klubovi ove proizvode danas najčešće plasiraju putem on-line šopova.

Nastup sportista ili sportskog kolektiva na nekoj sportskoj priredbi praktično se nikada ne odvija bez reakcije gledalaca. Prisustvo gledalaca, da li fizički ili uz male ekrane, koji podržavaju ekipu ili pojedinca i njihov odnos prema njima znatno imaju uticaj na odvijanje krajnjeg raspjeta te aktivnosti. Posebno je to vidljivo u fenomenu „domaćeg terena“ gdje sportista ili klub koji nastupa u zemlji ili gradu iz kojeg dolazi, ima psihološku prednost zbog navijača koji ga podržavaju, odnosno vrše pritisak na protivnika. „Fenomen publike – kao ovaploćenja sportskog rituala („ritual poroda“) i sportskog prizora- dobio je u aktuelnosti sa pojavom tzv. „masovnog društva“, gde sport poprima obležje spektakla“ (Koković, 1986). Navijači, u cilju izražavanja pripadnosti određenom klubu, ili izražavanjem sklonosti prema nekom sportisti kupuju proizvode sa motivima ovih klubova ili sportista. Izloženi stalnoj propagandi, navijač modernih sportista ili klubova suočen je sa stalnim konzumerizmom. Navijači kupujući proizvode sa obilježjem njihovog omiljenog kluba ili sportiste žele da pokažu svoju povezanost i privrženost tom klubu ili sportisti.

U posljednjih dvadeset godina, tržište je prepoznala i filmska industrija, te je došlo do hiper produkcije filmova sa navijačkom tematikom, od kojih se izdvajaju „The Football factory“, „Green street hooligans“, „CASS“ i mnogi drugi, kao i izdavačka industrija knjiga sa naslovima autora bivših pripadnika navijačkih grupa, posebno iz Engleske. Globalizacija je donijela i dostupnost sportskog sadržaja, pa je moguće putem kablovskih operatera ili putem internet platformi gledati bilo koji sportski sadržaj, za koji u većini slučajeva potrebno platiti naknadu. Posljednji primjer u Bosni i Hercegovini, je slučaj sa kanalima ArenaSport, gdje je oko 10.000 korisnika odlučilo da raskine ugovor o korištenju usluga jednog operatera, i prešlo kod konkurencije zbog prekida emitovanja ovih sportskih kanala u sklopu ponuđenog paketa.

#### IV.7. Rezime drugog dijela

Navijači su sami po sebi medij. Oni koriste verbalne i vizualne poruke, kako bi iskazali svoje stavove, pripadnost i svoju kulturu navijanja. Iako su tokom svog nastajanja, medijski sadržaji kao što su fanzini, knjige i filmovi, nastali upravo zbog navijača i kreirani da budu privlačni toj publici, globalizacija i komercijalizacija su doprinijele da se sada ti sadržaji kreiraju za širu publiku, od one kojoj je prvobitno namijenjena.

Mediji vrlo često izvještavaju tendenciozno, sa jako malo ili nimalo objektivnosti. U nekim slučajevima, mediji su advokati, koji zauzimaju jednu ili drugu stranu učesnika navijačkih nereda, kao što je prikazano na primjeru utakmice Dinamo – Crvena zvezda.

Sama komercijalizacija promijenila je bit sporta i fudbala, navijači su za svoje klubove prije svega konzumenti, pa onda sve ostalo. Cilj je prodati što više proizvoda i formirati što veću bazu u cilju gomilanja dodatnih prihoda. I sami navijači prate taj trend, te i oni formiraju svoje prodavnice odjeće sa obilježjima te navijačke grupe.

### V ANALIZA SADRŽAJA MEDIJSKOG IZVJEŠTAVANJA ON-LINE IZDANJA MEDIJSKIH PORTALA U BOSNI I HERCEGOVINI NA TEMU NAVIJAČKE KONTRAKULTURE

U posmatranom periodu, u fokusu je bilo Svjetsko fudbalsko prvenstvo u Kataru, te u Bosni i Hercegovini akcija prikupljanja sredstava navijačke grupe Manijaci u cilju postizanja generalnog sponzora svoga kluba. Potrebno je uzeti u obzir da nije bilo takmičenja u ovom periodu u nacionalnim prvenstvima, te da su u ovom periodu aktivnosti navijača značajno smanjene.

#### Posmatrani period

Portal klix.ba je najčitaniji online portal u Bosni i Hercegovini, a avaz.ba je drugi najčitaniji news portal u Bosni i Hercegovini, prema istraživanju alexa.com za 2020. godinu. Portal je dio Avaz grupacije, koja u svom vlasništvu posjeduje najtiražniji BH list, Dnevni avaz.

U posmatranom periodu od 1.12.2022. do 31.12.2022. godine, na portalu [www.avaz.ba](http://www.avaz.ba) objavljeno je 44 teksta, koji se mogu svrstati da obrađuju teme navijačke kontrakulture, a na portalu klix.ba devet tekstova na istu temu.

## Metodologija istraživanja

Kako bi se ostvario postavljeni cilj istraživanja, izvršena je kvantitativna analiza sadržaja objavljenih tekstova na internet portalima [www.klix.ba](http://www.klix.ba) i [www.avaz.ba](http://www.avaz.ba). Kvantitativna analiza sadržaja utvrđuje ponavljanje i učestalost ključnih riječi, rečenica, tema, slika ili ostalih zapisa u nekom tekstu. Ova analiza je opisana kao način kojim se nastoji napraviti objektivan, kvantitativan i opravdan pristup opisu sadržaja. Jedna od važnih karakteristika kvantitativnih istraživanja je to da je sam proces prikupljanja podataka odvojen od njihove analize.

## Kategorizacija objava

### Novinarska forma

Posmatrane tekstove sa portala [www.klix.ba](http://www.klix.ba) i [www.avaz.ba](http://www.avaz.ba), možemo svrstati u jednu kategoriju novinarske forme. Od objavljenih 9 članaka na portalu klix.ba, svi su kategorisani kao vijest. Također, i na portalu avaz.ba, svaki od 44 članka su kategorisani kao vijest.

### Autor sadržaja

Od 9 objavljenih članaka na portalu klix.ba, svi su potpisani sa inicijalima autora.

Od 44 objavljenih članaka na portalu avaz.ba, također su svi potpisani sa inicijalima autora.

### Analiza po kontekstu članka

Sadržaj je kategorisan po kontekstu u četiri grupe, članci koji su fokusirani na sport i navijače, članci koji imaju političku pozadinu, članci iz crne hronike koji govore o ispadima navijača i članci koji su vezani za jet-set i navijače.

Pet članaka je imalo političku pozadinu, dva su bila vezana za jet-set i navijače, osam je imalo kontekst crne hronike a 38 su bili u kontekstu vijesti o sportu i navijačima.

Kontekst	Broj članaka
crna hronika	8
jet set	2
Politika	5
Sport/ navijači	38

### Analiza objavljenog sadržaja

Svi medijski prikazi su bili u formi vijesti, potpisani inicijalima. Kako je fokus bio na Svjetskom prvenstvu, a niti jedan portal nije imao akreditovane novinare na ovom prvenstvu, sve se isključivo svodilo na prenošenje vijesti sa drugih portala i društvenih mreža, iako nigdje to nije navedeno u tekstovima.

Tekstovi sa političkom pozadinom, su uglavnom oni između Srbije i Hrvatske, jer su te dvije zemlje imale svoje reprezentacije na prvenstvu.

Afirmativne vijesti su one o novogodišnjim akcijama i akciji koju su proveli navijači FK Željezničar.

### Analizirani sadržaj

Datum	Medij	Link	Novinarska forma	Izvor	Kontekst
16.12.2022.	klix.ba	<a href="https://www.klix.ba/sport/nogomet/manijaci-novi-generalni-sponzor-fk-zeljeznicar-otvoren-pozivni-broj-za-akciju-podrske/221216117">https://www.klix.ba/sport/nogomet/manijaci-novi-generalni-sponzor-fk-zeljeznicar-otvoren-pozivni-broj-za-akciju-podrske/221216117</a>	Vijest	Inicijali	Sport/ navijači
16.12.2022.	klix.ba	<a href="https://www.klix.ba/sport/nogomet/navijaci-hajduka-zestoko-vrijedjali-luku-modrica-tokom-utakmice-protiv-schalkea/221216140">https://www.klix.ba/sport/nogomet/navijaci-hajduka-zestoko-vrijedjali-luku-modrica-tokom-utakmice-protiv-schalkea/221216140</a>	Vijest	Inicijali	Sport/ navijači
17.12.2022.	klix.ba	<a href="https://www.klix.ba/sport/nogomet/sirom-hercegovine-slavi-se-uspjeh-hrvatske-oglasila-se-i-crkvena-zvona-u-grudama/221217092">https://www.klix.ba/sport/nogomet/sirom-hercegovine-slavi-se-uspjeh-hrvatske-oglasila-se-i-crkvena-zvona-u-grudama/221217092</a>	Vijest	Inicijali	Sport/ navijači
21.12.2022.	klix.ba	<a href="https://www.klix.ba/sport/nogomet/haos-na-kraju-slavlja-u-buenos-airesu-zestok-sukob-policije-s-navijacima-ima-i-mrtvih/221221034">https://www.klix.ba/sport/nogomet/haos-na-kraju-slavlja-u-buenos-airesu-zestok-sukob-policije-s-navijacima-ima-i-mrtvih/221221034</a>	Vijest	Inicijali	Sport/ navijači

25.12.2022	klix.ba	<a href="https://www.klix.ba/sport/nogomet/horde-zla-nastavljaju-borbu-protiv-klupskog-menadzmentaniste-dostojni-sarajeva/221225014">https://www.klix.ba/sport/nogomet/horde-zla-nastavljaju-borbu-protiv-klupskog-menadzmentaniste-dostojni-sarajeva/221225014</a>	Vijest	Inicijali	Sport/ navijači
26.12.2022	klix.ba	<a href="https://www.klix.ba/sport/nogomet/manijaci-ne-odustaju-od-cilja-skupili-gotovo-trecinu-sredstava-pokrenute-brojne-aktivnosti/221226133">https://www.klix.ba/sport/nogomet/manijaci-ne-odustaju-od-cilja-skupili-gotovo-trecinu-sredstava-pokrenute-brojne-aktivnosti/221226133</a>	Vijest	Inicijali	Sport/ navijači
28.12.2022	klix.ba	<a href="https://www.klix.ba/sport/nogomet/navijaci-psg-a-uoci-utakmice-iznenadili-mbappea-poslali-mu-snaznu-poruku/221228197">https://www.klix.ba/sport/nogomet/navijaci-psg-a-uoci-utakmice-iznenadili-mbappea-poslali-mu-snaznu-poruku/221228197</a>	Vijest	Inicijali	Sport/ navijači
29.12.2022	klix.ba	<a href="https://www.klix.ba/sport/nogomet/bh-fanaticosi-poklonima-obradovali-malisane-potvrdili-su-osjecaj-za-drustvenu-odgovornost/221229133">https://www.klix.ba/sport/nogomet/bh-fanaticosi-poklonima-obradovali-malisane-potvrdili-su-osjecaj-za-drustvenu-odgovornost/221229133</a>	Vijest	Inicijali	Sport/ navijači
30.12.2022	klix.ba	<a href="https://www.klix.ba/sport/nogomet/kisa-od-14-000-plisanih-igracaka-betisovi-navijaci-humanitarnom-akcijom-odusevili-svijet/221230170">https://www.klix.ba/sport/nogomet/kisa-od-14-000-plisanih-igracaka-betisovi-navijaci-humanitarnom-akcijom-odusevili-svijet/221230170</a>	Vijest	Inicijali	Sport/ navijači
1.12.2022.	avaz.ba	<a href="https://avaz.ba/sport/nogomet/790575/navijaci-hrvatske-stigli-pred-hotel-reprezentacije-razvili-ogromnu-zastavu">https://avaz.ba/sport/nogomet/790575/navijaci-hrvatske-stigli-pred-hotel-reprezentacije-razvili-ogromnu-zastavu</a>	Vijest	Inicijali	Sport/ navijači
25.12.2022	avaz.ba	<a href="https://avaz.ba/sport/kosarka/796312/ekipa-za-koju-dodik-navija-savladala-igokeu-u-domacinskoj-atmosferi-partizan-u-laktasima-stigao-do-nove-pobjede">https://avaz.ba/sport/kosarka/796312/ekipa-za-koju-dodik-navija-savladala-igokeu-u-domacinskoj-atmosferi-partizan-u-laktasima-stigao-do-nove-pobjede</a>	Vijest	Inicijali	politika/sport
16.12.2022	avaz.ba	<a href="https://avaz.ba/sport/nogomet/794154/vucic-u-utakmici-za-trece-mjesto-navijat-cu-za-maroko">https://avaz.ba/sport/nogomet/794154/vucic-u-utakmici-za-trece-mjesto-navijat-cu-za-maroko</a>	Vijest	Inicijali	politika/sport
14.12.2022	avaz.ba	<a href="https://avaz.ba/sport/nogomet/793834/sjecate-li-se-saudijca-koji-je-provocirao-mesija-sada-navija-za-argentinu">https://avaz.ba/sport/nogomet/793834/sjecate-li-se-saudijca-koji-je-provocirao-mesija-sada-navija-za-argentinu</a>	Vijest	Inicijali	Sport/ navijači
9.12.2022.	avaz.ba	<a href="https://avaz.ba/vijesti/region/792697/kolinda-ponovo-navija-jedno-srce-jedan-san-idemo-do-kraja-vatreni">https://avaz.ba/vijesti/region/792697/kolinda-ponovo-navija-jedno-srce-jedan-san-idemo-do-kraja-vatreni</a>	Vijest	Inicijali	politika/sport
9.12.2022.	avaz.ba	<a href="https://avaz.ba/sport/nogomet/792635/ibrahimovic-otkrio-za-koga-i-zasto-navija-u-kataru">https://avaz.ba/sport/nogomet/792635/ibrahimovic-otkrio-za-koga-i-zasto-navija-u-kataru</a>	Vijest	Inicijali	Sport/ navijači
7.12.2022.	avaz.ba	<a href="https://avaz.ba/sport/nogomet/792193/navijac-hrvatske-iz-dohe-postao-hit-moja-zena-vjerojatno-rada-ona-neka-rodija-ostajem-dalje">https://avaz.ba/sport/nogomet/792193/navijac-hrvatske-iz-dohe-postao-hit-moja-zena-vjerojatno-rada-ona-neka-rodija-ostajem-dalje</a>	Vijest	Inicijali	Sport/ navijači
6.12.2022.	avaz.ba	<a href="https://avaz.ba/sport/nogomet/791991/navijac-maroka-jedva-prezivio-penal-hakimija-za-pobjedu-allahu-ekber">https://avaz.ba/sport/nogomet/791991/navijac-maroka-jedva-prezivio-penal-hakimija-za-pobjedu-allahu-ekber</a>	Vijest	Inicijali	Sport/ navijači
6.12.2022.	avaz.ba	<a href="https://avaz.ba/vijesti/region/791990/aleksandar-vucic-cestitao-hrvatima-pa-otkrio-za-koga-je-navijao-u-duelu-vatrenih-i-japana">https://avaz.ba/vijesti/region/791990/aleksandar-vucic-cestitao-hrvatima-pa-otkrio-za-koga-je-navijao-u-duelu-vatrenih-i-japana</a>	Vijest	Inicijali	politika/sport

4.12.2022.	avaz.ba	<a href="https://avaz.ba/sport/nogomet/791338/navijaci-hrvatske-iz-novog-travnika-otputovali-u-katar-za-hrvatsku-se-dise-hvala-nasim-zenama">https://avaz.ba/sport/nogomet/791338/navijaci-hrvatske-iz-novog-travnika-otputovali-u-katar-za-hrvatsku-se-dise-hvala-nasim-zenama</a>	Vijest	Inicijali	Sport/ navijači
3.12.2022.	avaz.ba	<a href="https://avaz.ba/sport/nogomet/791161/haos-na-ulicama-beca-navijaci-srbije-vrijedali-albance-ubij-zakolji">https://avaz.ba/sport/nogomet/791161/haos-na-ulicama-beca-navijaci-srbije-vrijedali-albance-ubij-zakolji</a>	Vijest	Inicijali	crna hronika/ navijači
3.12.2022.	avaz.ba	<a href="https://avaz.ba/sport/nogomet/791127/navijaci-srbije-napali-svicarske-navijace-zbog-kosovske-zastave">https://avaz.ba/sport/nogomet/791127/navijaci-srbije-napali-svicarske-navijace-zbog-kosovske-zastave</a>	Vijest	Inicijali	crna hronika/ navijači
2.12.2022.	avaz.ba	<a href="https://avaz.ba/avaz-tv/ostalo/790972/video-pitali-smo-sarajlije-za-koga-ce-navijati-srbija-ili-svicarska">https://avaz.ba/avaz-tv/ostalo/790972/video-pitali-smo-sarajlije-za-koga-ce-navijati-srbija-ili-svicarska</a>	Vijest	Inicijali	Sport/ navijači
18.12.2022.	avaz.ba	<a href="https://avaz.ba/sport/nogomet/794733/vatreni-u-otvorenom-busu-stigli-na-trg-bana-jelacica-docekalo-ih-oko-80-000-navijaca">https://avaz.ba/sport/nogomet/794733/vatreni-u-otvorenom-busu-stigli-na-trg-bana-jelacica-docekalo-ih-oko-80-000-navijaca</a>	Vijest	Inicijali	Sport/ navijači
18.12.2022.	avaz.ba	<a href="https://avaz.ba/showbiz/jet-set/794749/dragan-bjelogrljic-i-enis-beslagic-zajedno-u-sarajevu-gledali-finale-mundijala-otkrili-i-za-koga-su-navijali">https://avaz.ba/showbiz/jet-set/794749/dragan-bjelogrljic-i-enis-beslagic-zajedno-u-sarajevu-gledali-finale-mundijala-otkrili-i-za-koga-su-navijali</a>	Vijest	Inicijali	jet-set / navijači
18.12.2022.	avaz.ba	<a href="https://avaz.ba/sport/nogomet/794751/dalic-se-obratio-na-trgu-bana-jelacica-i-porukom-izazvao-odusevljenje-navijaci-skandirali-dalicu-majstore">https://avaz.ba/sport/nogomet/794751/dalic-se-obratio-na-trgu-bana-jelacica-i-porukom-izazvao-odusevljenje-navijaci-skandirali-dalicu-majstore</a>	Vijest	Inicijali	Sport/ navijači
19.12.2022.	avaz.ba	<a href="https://avaz.ba/sport/nogomet/794851/navijaci-lacija-pjesmom-i-bakljama-ispratili-mihajlovic-kocev-a-arnautovic-i-stankovic-ga-poljubili">https://avaz.ba/sport/nogomet/794851/navijaci-lacija-pjesmom-i-bakljama-ispratili-mihajlovic-kocev-a-arnautovic-i-stankovic-ga-poljubili</a>	Vijest	Inicijali	Sport/ navijači
19.12.2022.	avaz.ba	<a href="https://avaz.ba/sport/nogomet/794864/navijaci-zeljeznicara-obezbijedit-ce-300-000-km-i-zakupiti-mjesto-generalnog-sponzora-kluba">https://avaz.ba/sport/nogomet/794864/navijaci-zeljeznicara-obezbijedit-ce-300-000-km-i-zakupiti-mjesto-generalnog-sponzora-kluba</a>	Vijest	Inicijali	Sport/ navijači
19.12.2022.	avaz.ba	<a href="https://avaz.ba/sport/nogomet/794948/iz-zeljeznicara-objavili-vijest-koja-ce-obradovati-navijace-dug-nije-povecan-ni-za-jednu-km">https://avaz.ba/sport/nogomet/794948/iz-zeljeznicara-objavili-vijest-koja-ce-obradovati-navijace-dug-nije-povecan-ni-za-jednu-km</a>	Vijest	Inicijali	Sport/ navijači
19.12.2022.	avaz.ba	<a href="https://avaz.ba/sport/nogomet/794971/jeziva-tragedija-na-proslavi-titule-argentine-navijaca-udavila-zastava">https://avaz.ba/sport/nogomet/794971/jeziva-tragedija-na-proslavi-titule-argentine-navijaca-udavila-zastava</a>	Vijest	Inicijali	crna hronika/ navijači
21.12.2022.	avaz.ba	<a href="https://avaz.ba/sport/nogomet/795252/argentinsko-slavlje-se-pretvorilo-u-haos-navijaci-se-sukobili-s-policijom-ima-i-mrtvih">https://avaz.ba/sport/nogomet/795252/argentinsko-slavlje-se-pretvorilo-u-haos-navijaci-se-sukobili-s-policijom-ima-i-mrtvih</a>	Vijest	Inicijali	Sport/ navijači
22.12.2022.	avaz.ba	<a href="https://avaz.ba/sport/nogomet/795662/hiljade-navijaca-docekalo-zlatka-dalica-u-rodnom-livnu">https://avaz.ba/sport/nogomet/795662/hiljade-navijaca-docekalo-zlatka-dalica-u-rodnom-livnu</a>	Vijest	Inicijali	Sport/ navijači
23.12.2022.	avaz.ba	<a href="https://avaz.ba/sport/nogomet/795864/navijaci-izabrali-najljepsi-gol-mundijala-u-kataru">https://avaz.ba/sport/nogomet/795864/navijaci-izabrali-najljepsi-gol-mundijala-u-kataru</a>	Vijest	Inicijali	Sport/ navijači

23.12.2022	avaz.ba	<a href="https://avaz.ba/sport/nogomet/795868/ne-lici-na-pravog-mesija-navijaca-ismijavaju-zbog-tetovaze">https://avaz.ba/sport/nogomet/795868/ne-lici-na-pravog-mesija-navijaca-ismijavaju-zbog-tetovaze</a>	Vijest	Inicijali	Sport/ navijači
24.12.2022	avaz.ba	<a href="https://avaz.ba/sport/nogomet/796170/albanac-na-stadionu-zaprosio-djevojku-izazvao-odusevljenje-navijaca-i-javnosti">https://avaz.ba/sport/nogomet/796170/albanac-na-stadionu-zaprosio-djevojku-izazvao-odusevljenje-navijaca-i-javnosti</a>	Vijest	Inicijali	Sport/ navijači
24.12.2022	avaz.ba	<a href="https://avaz.ba/sport/kosarka/796182/jezive-scene-u-egiptu-urusile-se-tribine-povrijedeno-desetine-navijaca">https://avaz.ba/sport/kosarka/796182/jezive-scene-u-egiptu-urusile-se-tribine-povrijedeno-desetine-navijaca</a>	Vijest	Inicijali	crna hronika/ navijači
28.12.2022	avaz.ba	<a href="https://avaz.ba/sport/nogomet/796932/navijaci-razocarani-izgledom-novog-dresa-reprezentacije-italije">https://avaz.ba/sport/nogomet/796932/navijaci-razocarani-izgledom-novog-dresa-reprezentacije-italije</a>	Vijest	Inicijali	Sport/ navijači
31.12.2022	avaz.ba	<a href="https://avaz.ba/sport/nogomet/797752/fk-zeljeznicar-akcija-navijaca-vazi-do-ponoci-pozovite-17045">https://avaz.ba/sport/nogomet/797752/fk-zeljeznicar-akcija-navijaca-vazi-do-ponoci-pozovite-17045</a>	Vijest	Inicijali	Sport/ navijači
16.12.2022	avaz.ba	<a href="https://avaz.ba/sport/nogomet/794351/manijaci-se-oglasili-nakon-sto-su-postali-generalni-sponzor-zeljeznicara-javio-se-i-dzeko">https://avaz.ba/sport/nogomet/794351/manijaci-se-oglasili-nakon-sto-su-postali-generalni-sponzor-zeljeznicara-javio-se-i-dzeko</a>	Vijest	Inicijali	Sport/ navijači
4.12.2022.	avaz.ba	<a href="https://avaz.ba/sport/nogomet/791392/fifa-grupnu-fazu-u-kataru-pratilo-je-vise-navijaca-nego-u-rusiji-2018">https://avaz.ba/sport/nogomet/791392/fifa-grupnu-fazu-u-kataru-pratilo-je-vise-navijaca-nego-u-rusiji-2018</a>	Vijest	Inicijali	Sport/ navijači
4.12.2022.	avaz.ba	<a href="https://avaz.ba/sport/nogomet/791427/fudbaleri-srbije-se-vratili-u-beograd-docekalo-ih-tek-nekoliko-navijaca-sutra-obracanje-piksija">https://avaz.ba/sport/nogomet/791427/fudbaleri-srbije-se-vratili-u-beograd-docekalo-ih-tek-nekoliko-navijaca-sutra-obracanje-piksija</a>	Vijest	Inicijali	Sport/ navijači
5.12.2022.	avaz.ba	<a href="https://avaz.ba/showbiz/jet-set/791661/hrvatica-zaludjela-mnoge-na-svjetskom-prvenstvu-navijaci-slikali-sa-ivanom-knoll">https://avaz.ba/showbiz/jet-set/791661/hrvatica-zaludjela-mnoge-na-svjetskom-prvenstvu-navijaci-slikali-sa-ivanom-knoll</a>	Vijest	Inicijali	jet-set / navijači
7.12.2022.	avaz.ba	<a href="https://avaz.ba/vijesti/crna-hronika/792260/turski-mediji-ubici-navijaca-crvene-zvezde-15-godina-zatvora">https://avaz.ba/vijesti/crna-hronika/792260/turski-mediji-ubici-navijaca-crvene-zvezde-15-godina-zatvora</a>	Vijest	Inicijali	crna hronika/ navijači
10.12.2022	avaz.ba	<a href="https://avaz.ba/vijesti/region/792795/pogledajte-kako-su-makron-i-celnici-eu-navijali-za-hrvatsku">https://avaz.ba/vijesti/region/792795/pogledajte-kako-su-makron-i-celnici-eu-navijali-za-hrvatsku</a>	Vijest	Inicijali	politika/sport
10.12.2022	avaz.ba	<a href="https://avaz.ba/sport/nogomet/792959/navijaci-maroka-sirom-svijeta-proslavljaju-historijski-plasman-pogledajte-fotografije-iz-berlina-dohebejruta-rima">https://avaz.ba/sport/nogomet/792959/navijaci-maroka-sirom-svijeta-proslavljaju-historijski-plasman-pogledajte-fotografije-iz-berlina-dohebejruta-rima</a>	Vijest	Inicijali	Sport/ navijači
11.12.2022	avaz.ba	<a href="https://avaz.ba/sport/nogomet/793082/policija-u-parizu-privela-108-osoba-tokom-slavlja-navijaca-maroka">https://avaz.ba/sport/nogomet/793082/policija-u-parizu-privela-108-osoba-tokom-slavlja-navijaca-maroka</a>	Vijest	Inicijali	crna hronika/ navijači
12.12.2022	avaz.ba	<a href="https://avaz.ba/sport/nogomet/793143/ko-ce-imati-vecu-podrsku-stizu-novi-navijaci-hrvatske-ali-najave-iz-argentine-su-nevjerojatne">https://avaz.ba/sport/nogomet/793143/ko-ce-imati-vecu-podrsku-stizu-novi-navijaci-hrvatske-ali-najave-iz-argentine-su-nevjerojatne</a>	Vijest	Inicijali	Sport/ navijači



13.12.2022	avaz.ba	<a href="https://avaz.ba/sport/nogomet/793601/bez-slavlja-i-pjesme-navijaca-u-zagrebu-ostaje-borba-za-trece-mjesto-i-nada">https://avaz.ba/sport/nogomet/793601/bez-slavlja-i-pjesme-navijaca-u-zagrebu-ostaje-borba-za-trece-mjesto-i-nada</a>	Vijest	Inicijali	Sport/ navijači
14.12.2022	avaz.ba	<a href="https://avaz.ba/sport/kosarka/793616/navijaci-zvezde-skandirali-argentina-argentina-a-nakon-mecase-oglasio-njihov-igrac-iz-te-drzave">https://avaz.ba/sport/kosarka/793616/navijaci-zvezde-skandirali-argentina-argentina-a-nakon-mecase-oglasio-njihov-igrac-iz-te-drzave</a>	Vijest	Inicijali	Sport/ navijači
15.12.2022	avaz.ba	<a href="https://avaz.ba/sport/nogomet/793887/koristena-i-pirotehnicka-sredstva-zestok-sukob-navijaca-francuske-i-maroka-u-monpeljeu">https://avaz.ba/sport/nogomet/793887/koristena-i-pirotehnicka-sredstva-zestok-sukob-navijaca-francuske-i-maroka-u-monpeljeu</a>	Vijest	Inicijali	crna hronika/ navijači
15.12.2022	avaz.ba	<a href="https://avaz.ba/sport/nogomet/793898/navijaci-maroka-pravili-probleme-na-ulicama-brisela-uhapseno-ih-oko-100">https://avaz.ba/sport/nogomet/793898/navijaci-maroka-pravili-probleme-na-ulicama-brisela-uhapseno-ih-oko-100</a>	Vijest	Inicijali	crna hronika/ navijači
17.12.2022	avaz.ba	<a href="https://avaz.ba/sport/nogomet/794534/popunjene-tribine-stadiona-al-jasim-brojni-navijaci-obje-reprezentacije-na-stadionu">https://avaz.ba/sport/nogomet/794534/popunjene-tribine-stadiona-al-jasim-brojni-navijaci-obje-reprezentacije-na-stadionu</a>	Vijest	Inicijali	Sport/ navijači
17.12.2022	avaz.ba	<a href="https://avaz.ba/sport/nogomet/794579/vatromet-u-mostaru-navijaci-hrvatske-slave-trece-mjesto-na-svjetskom-prvenstvu">https://avaz.ba/sport/nogomet/794579/vatromet-u-mostaru-navijaci-hrvatske-slave-trece-mjesto-na-svjetskom-prvenstvu</a>	Vijest	Inicijali	Sport/ navijači
17.12.2022	avaz.ba	<a href="https://avaz.ba/sport/nogomet/794592/haos-na-derbiju-melburna-navijaci-utrcali-na-teren-i-napali-golmana-pogodili-ga-kantom-u-glavu">https://avaz.ba/sport/nogomet/794592/haos-na-derbiju-melburna-navijaci-utrcali-na-teren-i-napali-golmana-pogodili-ga-kantom-u-glavu</a>	Vijest	Inicijali	Sport/ navijači

## VI ANALIZA ANKETE

Izvršeno je anketno ispitivanje ispitanika u cilju izrade magistarskog rada pod nazivom “Medijski prikazi navijačke kontrakture”, a služilo je za ispitivanje stavova stanovnika Bosne i Hercegovine o pripadnicima navijačke kontrakture.

Istraživanje je prikazalo kakve stavove ispitanici imaju o navijačima, kako se ti stavovi formiraju i koje medijsku formu konzumiraju.

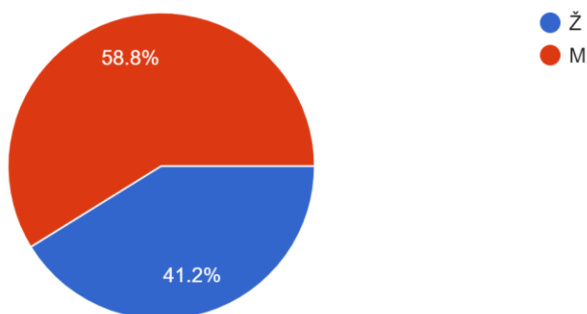
Postavljena generalna hipoteza koja je glasila “Medijski natpisi o navijačima nisu odraz pravih motiva i djelovanja pripadnika navijačke kontrakture u svijetu i u Bosni i Hercegovini” djelimično je dokazana.

Anketa je kreirana 24.12.2022. i trajala je 7 dana. Za to vrijeme, 85 ispitanika je uspješno odgovorilo na anketu.

## 1. Spol

Vaš spol?

85 responses



Od 85 ispitanika, 50 njih su muškarci, odnosno 58,8 %, a 35 su žene, što ih čini 41,2 % ispitanika. Kako su navijači na utakmicama dominantno muška publika, važno mi je bilo dobiti što veći odgovor ženske populacije, kako bi se stvorila što realnija slika viđenja navijačke kontrakulture u medijima.

## 2. Dob ispitanika?

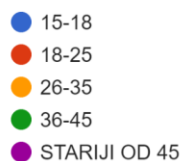
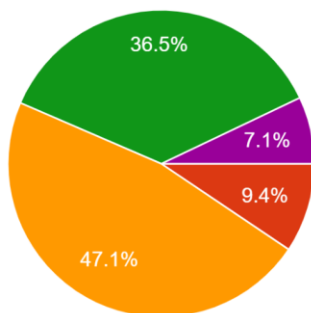
Vaša dob?

- 15-18
- 18-25
- 26-35
- 36-45
- STARIJI OD 45

Najviše ispitanika, njih 40, spada u dobnu grupu od 26 - 35 godina, i čini 47,1 % ispitanika.

Vaša dob?

85 responses



### 3. Stručna sprema ispitanika

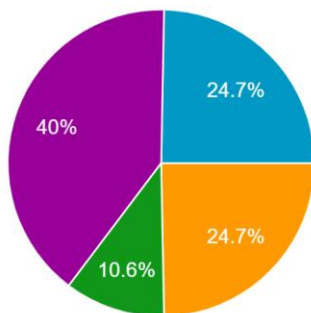
Vaša stručna sprema? \*

- NK ili PKV
- KV
- SSS ili VKV
- VŠS
- VSS
- MASTER, DOKTORAT ili SPECIJALIZACIJA

40 % ispitanika, odnosno njih 34 spadaju u grupu sa višom stručnom spremom.

Vaša stručna sprema?

85 responses



## Radni status ispitanika:

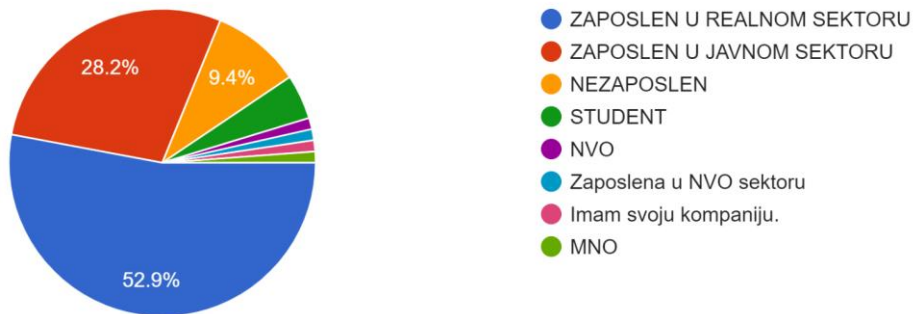
Vaš radni status? \*

- ZAPOSLEN U REALNOM SEKTORU
- ZAPOSLEN U JAVNOM SEKTORU
- NEZAPOSLEN
- STUDENT

Od 85 ispitanika, samo 12 ih nije u radnom statusu. 8 je nezaposlenih ispitanika i 4 studenta. Većina ispitanika zaposlena je u realnom sektoru, njih 52,9 %.

Vaš radni status?

85 responses

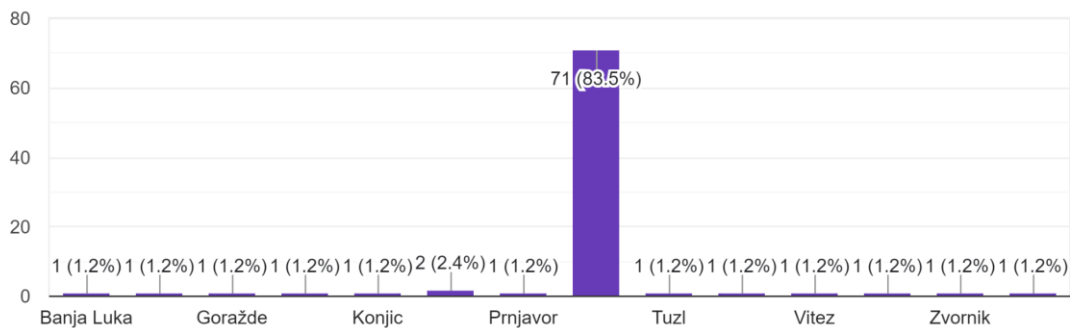


## Lokacija ispitanika.

Na otvoreno pitanje, da ispitanici navedu grad, 83,5 % ih je navelo da su iz Sarajeva.

IZ KOJEG STE GRADA?

85 responses



Praćenje sporta od strane ispitanika:

PRATITE LI SPORT KROZ MEDIJE? \*

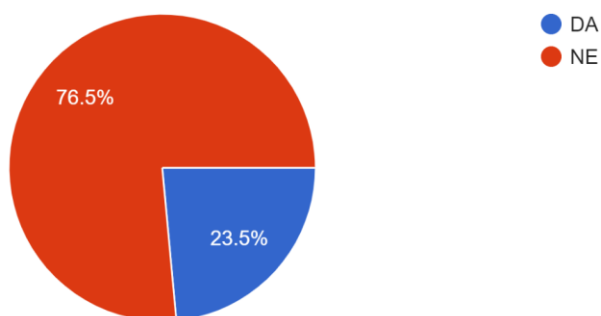
DA

NE

Čak 85,9% ispitanika odgovorilo je da prati sport kroz medije, čime je stvorena pretpostavka za analizu hipoteze.

DA LI SE VAŠA SLIKA O NAVIJAČIMA KREIRA NA OSNOVU MEDIJSKOG PRIKAZA?

85 responses



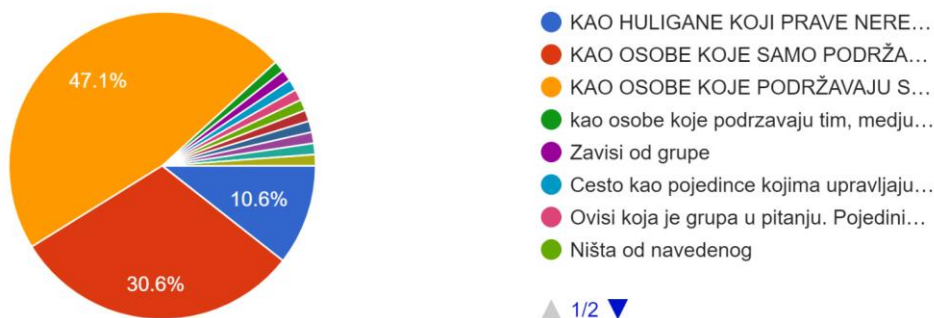
76,5% ispitanika, odnosno 65 njih potvrdilo je negativno na pitanje da li kreiraju sliku o navijačima na osnovu medijskog prikaza.

Percepcija navijačke kontrakture:

Na pitanje kako ispitanici vide navijače, 47,1% je odgovorilo kao osobe koje podržavaju svoj tim i kao grupu koja često doprinose društvu. 30,6% je odgovorilo da navijače vidi kao osobe koje samo podržavaju svoj tim, dok je 10,6% njih ( 9 ispitanika) odgovorilo da vidi navijače kao huligane koje prave nered.

## KAKO VIDITE NAVIJAČE?

85 responses

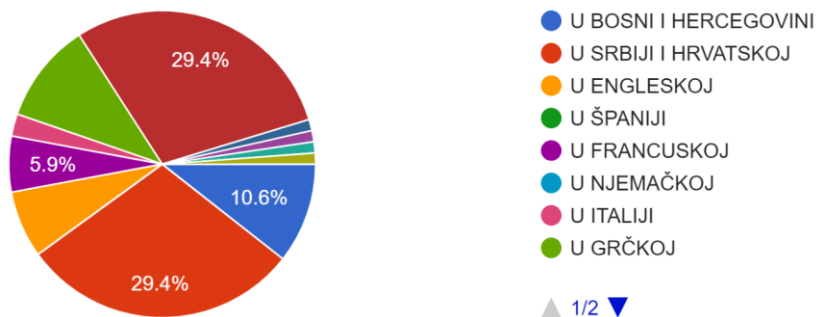


Percepcija ispitanika u većini ipak nije formirana na osnovu medijskih natpisa, već na osnovu sopstvenih zaključaka i iskustava.

Na pitanje u kojoj zemlji je najviše prisutno izazivanje nereda od strane navijača, ispitanici su dominantno iskazali mišljenje da je to u susjednim zemljama, Hrvatskoj i Srbiji, dok je identičan broj njih - 25 ispitanika, odabralo opciju da nemaju stav.

## PO VAŠEM MIŠLJENJU, U KOJOJ ZEMLJI JE NAJVIŠE PRISUTNO IZAZIVANJE NEREDA OD STRANE NAVIJAČA?

85 responses



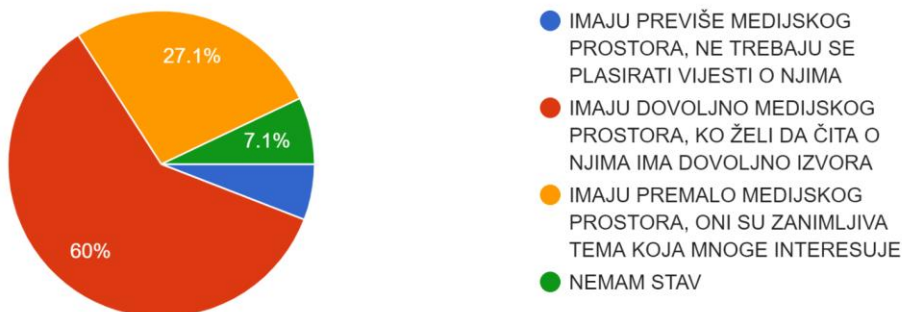
9 ispitanika tvrdi da u Bosna i Hercegovina zemlja u kojoj su najviše prisutni neredi izazvani od strane navijača.

Medijska zastupljenost.

Ispitanicima je postavljeno pitanje: koje je Vaše mišljenje o medijskoj zastupljenosti vijesti vezanih za navijače?

#### KOJE JE VAŠE MIŠLJENJE O MEDIJSKOJ ZASTUPLJENOSTI VIJESTI VEZANE ZA NAVIJAČE?

85 responses

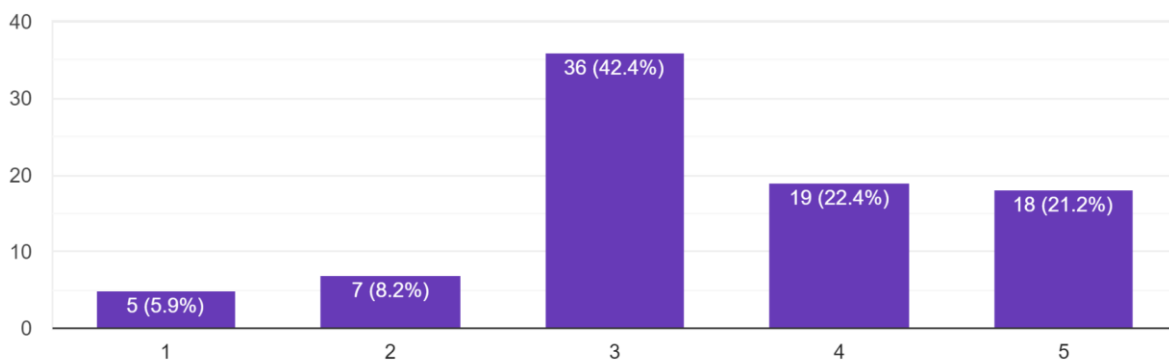


Većina ispitanika smatra da imaju dovoljno medijskog prostora, i da postoji dovoljno izvora. 27,1% ispitanika smatra da nisu dovoljno zastupljene vijesti kada su u pitanju navijači.

Ispitanici su trebali na skali od 1 do 5 da ocjene tvrdnju da se navijači ponašaju po nekom kodeksu.

#### SLAŽETE LI SE SA TVRDNJOM DA SE NAVIJAČI PONAŠAJU PO NEKOM KODEKSU?

85 responses

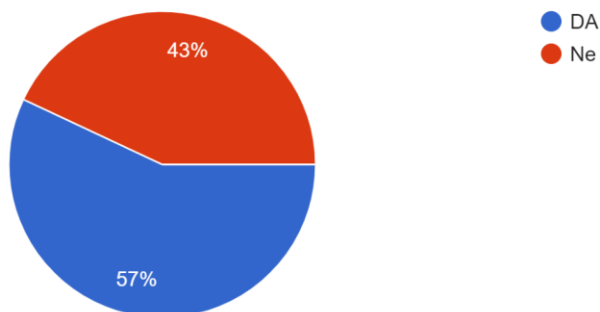


Prema prikupljenim odgovorima, može se zaključiti da ispitanici više smatraju da je tvrdnja tačna, ili da nemaju stav.

Prema odgovorima na pitanje, da li su čitali knjige, časopise ili gledali filmove o navijačkoj kontrakulturi, 57% ispitanika je odgovorilo potvrdno.

### DA LI STE ČITALI KNJIGE, ČASOPISE (FANZINE) ILI GLEDALI FILMOVE O NAVIJAČKOJ KONTRAKULTURI?

86 responses

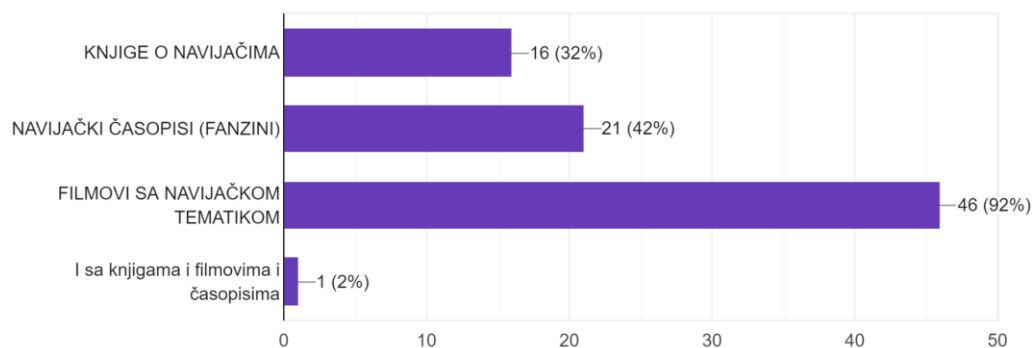


Iz ovih odgovora, možemo zaključiti da postoji prisutnost literature i filmova i u Bosni i Hercegovini sa temom navijačke kontrakulture.

Posljednje pitanje je bilo sa čime su se ispitanici najčešće susretali, a odgovor je bio sa filmovima sa navijačkom tematikom.

### UKOLIKO JE VAŠ ODGOVOR NA PRETHODNO PITANJE DA, SA ČIME STE SE SUSRETAI?

50 responses



Zaključak na kraju ankete možemo kazati da su ispitanici imali dodira sa medijskim predstavljanjem navijačke kontrakulture, ali da se njihova percepcija o navijačima ne formira na osnovu tog predstavljanja. Mediji u Bosni i Hercegovinu nemaju dovoljnu snagu za kreiranje



narativa na temu navijača, a odgovor na to je možda u tome što većina stanovništva u nekom trenutku posjećuje sportske priredbe i formira mišljenje na osnovu ličnog iskustva.

Također, prisutnost medijskog sadržaja o navijačkoj kontrakaturi je odraz globalizacije i dostupnosti iste putem interneta. Danas na klik miša možete pronaći filmove, knjige ili vijesti vezane za navijačku kontrakaturu.

<b>Pomoćna hipoteza:</b> Medijski prikazi navijačke kontrakulture i medijsko okruženje utiču na kreiranje slike društva o pripadnicima ove kontrakulture.
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Na osnovu dobijenih odgovora, možemo reći da ova hipoteza nije potvrđena. Ukoliko posmatramo broj medijskih natpisa neposredno prije kreiranja ankete i tokom trajanja iste, niti one negativne nisu loše uticale na rezultate ankete.
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## VII ANALIZA INTERVJUA

Tokom izrade ovog rada, izvršena su četiri intervjua kako bi što bolje razumjeli medijsko prikazivanje navijačke kontrakulture, te kako bi potvrdio hipotezu i pomoćnu hipotezu koju sam postavio na početku rada.

Izvršeni su intervjui sa renomiranim sportskim novinarima iz Sarajeva, Mostara i Zagreba, te sa psihologom Remzijom Šetićem, kako bi dobili pogled sa psihološkog aspekta.

Saša Ibrulj rođen je 1984. godine u Mostaru. Kao slobodni novinar sarađivao je s mnogobrojnim medijima u regiji i inostranstvu, a stalni je saradnik zagrebačkog Telegrama, te časopisa Josimar i World Soccer. Njegove priče objavljuvane su, između ostalih, i u Guardianu, ESPN-u i The Blizzardu, a prevedene su i na španski, talijanski, njemački, švedski, perzijski, japanski i portugalski jezik. Koautor je knjige Zmajevi - osamnaest godina reprezentacije Bosne i Hercegovine (2014). Autor je dvije knjige, Igrač za raju (2018) i Velež – priča o 100 godina mostarskih rođenih.

**P: Kako vidite navijačku kontrakulturu u svijetu?**

Saša: Koliko god fudbal bio zanimljiv kao sport, iskreno vjerujem da su navijači generalno to što mu daje istinsku vrijednost u društvenom smislu. Razlike i specifičnosti navijača po sebi imaju najveću ulogu u izgradnji identiteta klubova, pa u krajnjem slučaju i reprezentacija kroz istoriju. U međuvremenu se u većem dijelu svijeta iz te ogromne baze ljudi stvorila i posebna kontrakultura koja u odnosu na svoje početke, pa možda i već dosegnuti vrhunac, djeluje donekle prilagođena modernom nogometu, ali i dalje ima posebno i važno mjesto kada je u pitanju taj identitet.

**P: Kako vidite navijačku kontrakulturu u BiH?**

Saša: Ono što je možda najvažnije je da je ona i dalje živa. Navijačka kontrakultura u BiH ima solidnu tradiciju i ima veliku važnost, pogotovo za klubove koji također imaju tradiciju. Ima neke svoje specifičnosti, neke od njih su i jako negativne, ali ako podvučemo crtu, ona je jedan od važnih faktora za generalni razvoj fudbala u BiH, samim tim što svoju smisao nalazi izvan onoga što je realno nogometni mainstream, a što BiH nije. Od devedesetih do danas ogroman uticaj na njen razvoj ima dnevna politika, nacionalizam, kao i povezanost dijela navijača sa kriminalom, međutim njena suština je i dalje pozitivna stvar, a to je lojalnost lokalnim klubovima i domaćem fudbalu.

**P: Poredeći navijačku kontrakulturu u BiH sa onom u svijetu, da li pronalazite odstupanja u ponašanju pripadnika ove kontrakulture, da li su ona velika?**

Saša: Svaka lokalna verzija navijačke kontrakulture ima neke svoje specifičnosti i pravila, pa je jasno da ih mora imati i bh. verzija. Rekao bih da je jedna od najvećih razlika koje su možda sami navijači najmanje svjesni veličina samih grupa, odnosno njihov utjecaj na klubove. S druge strane, koliko god da je politika sastavni dio većine tribina svuda na svijetu, činjenica je da je društvo u BiH posebno kada je to u pitanju, a to se odražava i na navijačke grupe. Ali generalno, mislim da odstupanja nisu prevelika i da osim nekih lokalnih "pravila" nema prevelikih razlika.

**P: Koliki uticaj ova kontrakultura ima na sport i društvo?**

Saša: Donekle sam se već dotaknuo toga, mislim da je povezanost, ili ako hoćete uticaj ogroman, ali i dvosmjernan. Društvo utiče na razvoj kontrakulture, a ona kroz svoje ponašanje na društvo. Ili u slučaju sporta, na identitet klubova.

**P: Da li su medijski prikazi navijača u BiH pravi prikaz te kontrakulture?**

Saša: Na prvu bih, kao neko ko je mnogo vremena proveo na tribinama, rekao da nisu. Međutim, to bi zvučalo kao traženje krivca u medijima, odnosno javnosti, a opet mislim da je krivica na obje strane. Najveći dio te kontrakulture su zapravo obični navijači kojima je jedini cilj podrška klubovima, što s druge strane šira javnost ne razumije, a ne razumije zato što joj pažnju odvlače svi oni negativni faktori koji dolaze iz te kontrakulture. Dakle, rekao bih da je slika malo iskrivljena - iako ne uvijek - ali da tome doprinosi i dio pripadnika navijačkih grupa svojim negativnim ponašanjem.

**P: Koji su motivi kreiranja navijačke kontrakulture u BiH?**

Saša: U korijenu oni su kristalno jasni - podrška klubovima s kojima su povezani na ovaj ili onaj način u skladu s pravilima kontrakulture. Razlozi zbog kojih se pojedinci priključuju navijačkim grupama mogu biti različiti, ali sami motiv kreiranja je, po mom mišljenju, neupitan.

**P: Da li trendovi koje nameću korporacije (odjeća, obuća, ishrana) imaju uticaja na navijačku kontrakulturu?**

Saša: Naravno, kao i u svakoj drugoj kontrakulturi. U prilog tome govori činjenica da se s vremenom ti trendovi mijenjaju, čak i to da nisu isti za različite regije. Ali svakako da postoje i neki zajednički trendovi za čitavu kontrakulturu i da imaju veliki uticaj na nju, što je uostalom s vremenom postao i svojevrsni znak raspoznavanja.

**P: Da li postoji uticaj izdavačke, filmske i muzičke industrije na navijačku kontrakulturu?**

Saša: Mislim da je odgovor isti, da je to ustvari način na koji se trendovi šire i razvijaju, te stvaraju specifičnosti te kontrakulture.

**P: Postoji li jasna granica između pripadnika navijačke kontrakulture sa drugima, ili su to osobe koje pripadaju različitim kontrakulturama?**

Saša: Iako postoje neke specifičnosti, mislim da ipak ne postoji jasna granica koja bi razdvojila pripadnike te kontrakulture od nekih drugih, koje se uostalom često miješaju, ali i generalno od fudbalskih navijača.

**P: Kako vidite dalji razvoj navijačke kontrakulture u BiH i svijetu?**

Saša: Teško je reći, obzirom da je razvoj modernog fudbala otišao u smjeru koji nikako ne odgovara onome što navijačka kontrakultura predstavlja. Ona se prilagođava, razvija i nemam sumnje da će tako i nastaviti, ali koliki će biti njen uticaj teško je reći, pogotovo kada je BiH u pitanju.

Emir Delić radi za Al Jazeera Balkans kao sportski novinar i reporter. Novinarstvom se bavi od 1999. godine. Karijeru je počeo u listu "Dnevni avaz", u kome je proveo šest godina. Radio je u prvom bh. sportskom listu "Sport", sedmičnom magazinu "Dani" i na televiziji Hayat. Predsjednik je Asocijacije sportskih novinara FBiH.

**P: Kako vidite navijačku kontrakulturu u svijetu?**

Emir: Navijanje za sportske klubove postoji praktično od kada postoje organizovana udruženja koja se takmiče u određenim sportovima. Navijačka podrška je zapravo oblik ponašanja koja korijene ima u dalekoj prošlosti. U Engleskoj, kao kolijevci fudbala, začete su organizovane navijačke grupe. Na Otoku se, zapravo, uvodio trend ponašanja na tribinama, ali i navijanje kao stil života. Strast prema sportu i odanost klubu, zapravo su određivali ponašanje i navijačke postulate. Sjedinjene Američke Države kao sportska nacija na poseban način se navijački odnose prema klubovima i sportistima. Utakmice se shvataju kao svojevrsan show. Odlazak na stadione je ritual sličan odlasku u kino ili na pozorišnu predstavu. Uživanje u ljepoti sporta, gdje se ne gleda tragično na poraz, kao u nekim drugim zemljama, gdje mentalitet ljudi umnogome određuje i način navijanje i pogled na sport.

**P: Kako vidite navijačku kontrakulturu u Bosni i Hercegovini?**

Emir: Kao i sve što dolazi sa zapada, tako je i navijanje kao oblik kulture u BiH prolazilo kroz faze. Odlazak na sportske predstave sa zastavom u odjelu i leptir mašni, mahom odraslih ljudi, zamijenili su posebno dizajnirana navijačka odjeća, jedva punoljetnih dječaka uz rekvizite kao što su petarde, baklje... Navijački obračuni na ulicama, dogovorene tuče, prijete da eskaliraju u još gore situacije koje mogu izmaći kontroli. Činjenica je da je Bosna i Hercegovina kao država sastavljena od tri naroda i dva entiteta i da su nacionalne podjele velike na svim poljima, pa tako i među navijačima.

**P: Poredeći navijačku kontrakulturu u BiH sa onom u svijetu, da li pronalazite odstupanja u ponašanju pripadnika ove kontrakulture, da li su ona velika?**

Emir: Ponašanje mladih navijača je jedan od specifičnih oblika kolektivnog ponašanja. Nešto što dolazi sa Zapada kao imitacija stvarnog života. Navijačka scena u BiH umnogome podsjeća na scenu iz regiona. Nažalost, sve više je delikventna, sa policijskim dosjeima među onim vatrenim navijačima, koji svojim ponašanjem na stadionu, utječu na dolazak tzv. običnih navijača koji žele bodriti svoj klub dlanovima i grlom. Nekada su se navijači širom bivše države upoznavali kroz rubrike u časopisima (pisma navijača u sedmičniku Tempo ili u magazinu Čao Tifo), dok je sada taj vid socijalizacije potpuno zapostavljen, pa se navijači uglavnom gledaju „preko nišana“, na taj način pokazujući privrženost klubu i snagu u navijačkom svijetu.

**P: Koliki utjecaj ova kontrakultura ima na sport i društvo?**

Emir: Navijači u BiH po uzoru na one u regionu, imaju ogroman utjecaj na sport, sportske klubove i pojedince koje upravljaju kolektivima. Činjenica da se žele prikazati kao dobrotvori, navijači ponekad gube kompas i prelaze granicu dozvoljenog. Zbog određenih navijačkih stavova i djela, dešava se da u klubove i sportske saveze ne žele ulaziti firme koji bi djelovali kao sponzori. Svjedoci smo u nekoliko navrata posljednjih godina navijačkih obračuna sa smrtnim ishodom, koji neminovno imaju utjecaj na društvo. Nažalost zbog malog broja navijača s devijacijama, onaj daleko veći broj nema priliku da se izrazi onako kako želi.

**P: Da li su medijski prikazi navijača u BiH pravi prikaz te kontrakulture?**

Emir: Zapravo mislim da se navijači sami prikazuju u javnosti kroz online platforme, društvene mreže, forume, tako da mediji vrlo malo ili nikako učestvuju u prikazivanju navijačke kontrakulture. Mediji su se ranije bavili fenomenom navijačke kontrakulture, ali vremenom se

promijenio interes. Navijače koji redovno dolaze na stadione, koji prate svoje klubove na gostovanjima i kod kuće, kolokvijalno počeli svrstavati u jednu grupu – huligani, valjda zbog svojih akcija kako na stadionima, tako više na ulicama. Navijači generalno imaju loš imidž iako se mnogi u BiH trude forsirati prave vrijednosti (pomoć klubu, humanitarni rad, pomaganje infrastrukturnih projekata...)

**P: Da li trendovi koje nameću korporacije (odjeća, obuća, ishrana...) imaju utjecaja na navijačku kontrakulturu?**

Emir: Takav utjecaj sam primjećivao mnogo ranije, prije 30 i više godina jer su navijači koji su dolazili na utakmice bili gotovo pa jednoobrazno obučeni. Spitfajerka s dva lica, leviske i starke na nogama. Muzika je imala veliki utjecaj na ponašanje, pa su se navijači u bivšoj državi, a tako i u BiH, dijelili na pankere, metalce, skinheadse... Sada ne vidim utjecaj korporacija na navijačku kontrakulturu.

**P: Postoji li jasna granica između pripadnika navijačke kontrakulture sa drugima, ili su to osobe koje pripadaju različitim kontrakulturama?**

Emir: Mislim da postoji jasna granica sa osobama iz navijačke kontrakulture sa drugima. Radi se o potpuno različitim pogledima na život.

**P: Kako vidite dalji razvoj navijačke kontrakulture u BiH i svijetu?**

Emir: U BiH će se neminovno pratiti navijački trendovi i ponašanje iz Evrope i regije. Sve više nogomet kao sport broj jedan postaje sport čije praćenje mogu priuštiti samo bogati. Ulaskom u vlasničke strukture milijardera, korporacija, podižu se cijene ulaznica, pa luksuz da uživo gledaju utakmice, imaju samo oni privilegovani s debljim novčanikom. Takvo vrijeme dolazi i u BiH. Oni navijači koji žele imati utjecaj u upravljačkim strukturama će koristiti stanje u državi da izgrade još veću moć i želju da indirektno upravljaju procesima i postanu faktor bez kojeg se ne može zamisliti život kluba. Ne znam koliko je to dobro. Smatram da svaki navijač pomaže klubu kupovinom ulaznica, rekvizita (šalova, dresova, majica, zastava...) te da svoje eventualno nezadovoljstvo treba iskazivati isključivo na tribinama. Navijački glas treba da se čuje, ali na jedan pozitivan način koji neće praviti štetu klubu, kao što to imamo prilike da gledamo u susjedstvu (Hrvatskoj i Srbiji).

Tomislav Juranović je ugledni hrvatski novinar i kolumnista. Zaposlen je u Jutarnjem listu i Hanza media, a iskustvo je sticao radeći na Radio Marija te Sportskim novostima. Tomislav Juranović važi za jednog od najboljih poznavalaca navijačke kontrakulture u Hrvatskoj.

**P: Kako vidite navijačku kontrakulturu u svijetu?**

Tomislav: Dolazi do velikog kopnjenja njene snage, galopirajućim dolaskom "amerikanizacije" sporta, pa i nogometa, koji se sve izraženijim kapitalizmom i konzumerizmom pretvara u oblik lake zabave, što dokazuje sve veći porast performansa uoči utakmica, na poluvremenima, te kraju utakmica. Dodatno, rastu cijene ulaznica, što prilično mijenja i profil prosječnog gledatelja na tribinama. Iako, valja, naglasiti, da je snaga nogometa ujedno i izgrađena na temeljima navijačke kontrakulture i povezivanja klubova s lokalnim zajednicama.

**P: Kako vidite navijačku kontrakulturu u RH?**

Tomislav: Slojevito: dok negdje klubovi brižno paze na taj odnos, kao na primjeru Hajduka i Torcide, u Dinamu su se, recimo posljednjih deset godina silom pokušavali odvojiti od BBB-a. Pitanje (navijačke) kontrakulture u Hrvatskoj, po meni, u korelaciji je s društvenim zbivanja i beznađem, ali i još uvijek svježim ratnim sjećanjima, gdje klinci vole jasno strukturirane grupe, s kojima se mogu povezati na više razina. Upravo stoga, navijačka kontrakultura, ona klupska, i dalje je prilično jaka u RH.

**P: Poredeći navijačku kontrakulturu u RH sa onom u svijetu, da li pronalazite odstupanja u ponašanju pripadnika ove kontrakulture, da li su ona velika?**

Tomislav: Navijačka kontrakultura u samoj je srži vrlo slična, neovisno o meridijanima i paralelama, a razlikuje se u okolnostima i vremenu u kojima "živi" i djeluje. Odstupanja su mala - ako pogledamo "život" navijačke kontrakulture u Južnoj Americi i Europi, recimo, bit je ista - pasionirana ljubav prema klubovima, "gostovanja", navijanja, transparentata, želje za destrukcijom (tuče, sukobi), ali i potrebe da ostane važna. Razlike su pritom minorne.

**P: Koliki uticaj ova kontrakultura ima na sport i društvo?**

Tomislav: Kao što istaknuo, nogomet je velikim dijelom i emocionalno izgrađen na postulatima navijačkih kontrakultura, koji su sportu dale uobličen okvir i osjećaj snažne pripadnosti, koja je u nogometu najizraženija. Recimo, nemoguće je pojmiti da u nogometu kao u američkim sportovima postoje franšize, pa se, recimo. Man. United preseli u London, ili Dinamo u Rijeku, ili Bayern u Augsburg, ili Barcelona u Bilbao. Pripadnost naroda s klubovima oblikovala je mahom, po meni, i viziju lokalpatriotizma u državama u kojima je nogomet i više od igre.

**P: Da li su medijski prikazi navijača u RH pravi prikaz te kontrakulture?**

Tomislav: Medijski su prikazi vrlo ekstremni i prilično isključivi - kada nastane sukob, oni su kriminalci, koje treba svrstati u zatvor, a kada nastane neki kaos, poput potresa, požara ili nečeg trećeg, tada navijači u očima medija postaju "heroji nacije".

**P: Koji su motivi kreiranja navijačke kontrakulture u RH?**

Tomislav: Osjećaj pripadnost, dokazivanja, značenja u društvu općenito, ali i na mikro-razinama. Postoji, konačno, i povijesni aspekt koji nipošto nije zanemariv: najveće navijačke skupine u Hrvatskoj (BBB, Torcida, Kohorta, Armada, Ultrasi itd.), neizbrisiv su dio života unutar lokalnih zajednica, mjesto u kojem se mladi pronalaze, ali i dio viših sfera: u još uvijek svježim poratnim okolnostima, u kolektivnoj svijesti strši činjenica da su upravo prvi ratni dobrovoljci mahom stizali iz navijačkih redova.

**P: Da li trendovi koje nameću korporacije (odjeća, obuća, ishrana) imaju uticaja na navijačku kontrakulturu?**

Tomislav: Sve više i više. Industrija, pogotovo modna, shvatila je odavno da postoji kontrakultura kojoj se može ponuditi asortiman, koji pak sa sobom veže jasnu uniformiranost. Devedesetih su to bile spitfire jakne (popularne spitke), ali dosad su već izgrađeni brendovi koji se definiraju navijačkim stilom odijevanja. Što se tiče ishrane, zapravo se radi o pivarskoj industriji, kao



glavnom navijačkom "asortimanu", no za to nije potreban dodatni marketing, s obzirom da se radi o "prirodnoj kohabitaciji".

**P: Da li postoji uticaj izdavačke, filmske i muzičke industrije na navijačku kontrakulturu?**

Tomislav: Jasno. Mnogi su bendovi "nastali" na navijačkim pjesmama (Pips, Chips&Videoclips, primjerice s Dinamo ja volim), Jonathan Wilson kao autor nebrojnih knjiga na sebe je skrenuo pozornost pišući o navijačkim kontrakulturama, a svako smo malo svjedoci i filmova koji se baziraju upravo na tom fenomenu. Sve to ujedno kreira i potrebu klinaca da u formativnim godinama svoju utjehu, dom ili osjećaj pripadnosti nađu upravo u tom miljeu.

**P: Postoji li jasna granica između pripadnika navijačke kontrakulture sa drugima, ili su to osobe koje pripadaju različitim kontrakulturama?**

Tomislav: U osnovi, kontrakultura ima korijen koji je jednak neovisno o kojem se "žanru" kontrakultura radi, međutim, to je samo baza neke pripadnosti i osnovnog načina života - stila odijevanja, mjesta i vrste izlazaka, afiniteta upravo u glazbenoj, filmskoj, izdavačkoj ili modnoj industriji, no kontrakulture se razlikuju po svome djelovanju - od pacifističkih do rabijatnijih, od smislenijih do besmislenijih. Ono što je, po meni, važno jest da za razliku od neke, recimo, muzičke kontrakulture, fenomen navijačke traje: klinci će kao tinejdžeri biti pankeri, na primjer, ali će odrastajući napuštati taj svijet, dok konstrukt navijačke kontrakulture ima svoju snagu i u zrelijim godinama, što se jasno očituje na ovim prostorima, ili Velikoj Britaniji, gdje i danas ozbiljni poslovni ljudi preko vikenda postaju dio navijačkih skupina.

**P: Kako vidite dalji razvoj navijačke kontrakulture u RH i svijetu?**

Tomislav: Na prostorima gdje navijačka kontrakultura nije jako izražena i nema povijesni kontekst, vrlo će vjerojatno doći do daljnje amerikanizacije i festivalizacije sporta, pa i nogometa, no na prostorima gdje je ta kontrakultura jaka - poput naših prostora, istoka Europe, Njemačke, Nizozemske, Velike Britanije, Pirinejskog poluotoka, Francuske te Južne Amerike, ideja nogometnih, navijačkih kontrakultura mislim da neće položiti "oružje". Preduboko je ukorijenjena. Jedino postoji prostor za pacifikacijom, gdje će glavnu ulogu igrati i uloga vlasti, odnosno postrožavanje zakona.

Remzija Šetić je doktor psiholoških nauka i uposlenik JU Dom zdravlja Sarajevo. U toku svoje karijere radio je u nekoliko sportskih kolektiva, te iza sebe ima ogromno iskustvo u struci.

**P: Kako vidite navijačku kontrakulturu u svijetu?**

Remzija: Navijačka (sup)kultura je prvenstveno vezana za određene sportove. Međutim, ona nema samo karakteristike koje se vežu za sam sport, ili neki klub, već u cijelom svijetu za navijače se veže niz vrijednosti, uvjerenja, stavova, vezanih za mnoga pitanja izvan sporta. Zapravo, određene naše unutrašnje vrijednosti, uvjerenja i stavovi nas u psihološkom smislu identificiraju i povezuju sa određenom grupom, kojom sa razlogom pripadamo. Naravno, kada su tu vrijednosti neminovno je da postoje i emocije, a kada emocijama sve ovo obojite onda to dobiva veliku značajnost za pojedinca i grupu. Pa se tako identificiramo sa državom, klubom, sportom, itd.

**P: Kako vidite navijačku kontrakulturu u Bosni i Hercegovini?**

Remzija: Navijačka (sup)kultura u Bosni i Hercegovini se može vezati određeni sport, klub, ali neke lokalne karakteristike poput grada, regije, mahale, ulice, itd. Uz to navijačke grupe kod nas se dodatno mogu karakterisati i nacionalnim, etničkim, vjerskim i drugim karakteristikama pojedinca ili grupa. Zapravo, naša navijačka scena ima dugu tradiciju i vezana je za nekoliko klubova koji su ostvarili neku prepoznatljivu identifikaciju sa svojim navijačima. Uglavnom se to radi o manjim navijačkim grupama, izuzev kod nekoliko klubova, a na sportskim događajima prisustvuje često i veliki broj gledalaca ali je pitanje šta su njihovi motivi. Posebno, šta su motivi i koje vrijednosti brane i zastupaju određeni pojedinci koji se predstavljaju navijačima, a koji prave incidente. Razumjeti navijačko ponašanje kod nas je jako teško, treba poznavati puno toga o samim navijačkim grupama i njihovim obilježjima.

**P: Koliki uticaj ova kontrakultura ima na sport i društvo?**

Remzija: Ponašanje navijača na sportskim događajima je vrh ledenog brijega, ono što je nama vidljivo, a produkt je dešavanja u društvu. Navijači imaju svoj ograničen utjecaj na društvo i sport. Navijači su ti koji kod nas u mnogim klubovima imaju jak utjecaj i direktno utiču na sportske rezultate. Navijačke grupe se jako identificiraju sa klubovima, pa i sa državom, pronalaze

zajedničke karakteristike, imaju jednak identitet. Koliko je jak taj identitet, toliko su i jaki njihovi utjecaji. Ti utjecaji mogu biti pozitivni i negativni.

**P: Da li su medijski prikazi navijača u BiH pravi prikaz te kontrakulture?**

Remzija: Navijačka scena u BiH se često predstavlja u negativnom svjetlu, a ona zapravo nije samo to,

ona je puno više od huliganstva. Neophodno je navijače odvojiti od huligana, a sami navijači moraju raditi na stvaranju ugodnog ambijenta na utakmicama, prvenstveno mislim na smanjenje stope agresivnih ponašanja pojedinaca i grupa. Zaista, navijači su u BiH priredili najdivnije događaje u posljednjih 30 godine, sjetite se nekih proslava i akcija koje su spasile određene klubove. Kod nas problem postoji u klubovima koji se odmaknu od svog sistema vrijednosti, koji pokušavaju da prave nešto što nema dugoročnu viziju. Vi ako hoćete nešto da pravite kod nas onda morate poznavati sistem vrijednosti koji posjeduju ljudi koji grade taj klub, te navijače, tu reprezentaciju. Svi ti ljudi unose svoj sistem vrijednosti koji postaje (ne)svjestan sistem kolektivne vrijednosti. To se može mijenjati, a za to treba razvijati strategiju na dugoročnom nivou.

**P: Da li trendovi koje nameću korporacije (odjeća, obuća, ishrana) imaju uticaja na navijačku kontrakulturu?**

Remzija: Postoji utjecaj raznih industrija, posebno sportske industrije na kontrakulturu navijača, ali ona je ograničena. Na navijačku kontrakulturu veći utjecaj ima opća društvena klima.

**P: Postoji li jasna granica između pripadnika navijačke kontrakulture sa drugima, ili su to osobe koje pripadaju različitim kontrakulturama?**

Remzija: Granica unutar kontrakulture navijača postoje, i one su zasnovane na vrijednostima, uvjerenjima i stavovima. Ukoliko jedan klub nazove jasno prefiksom određene nacionalne i etničke grupacije, jasno ste postavili granicu prema navijačkim grupama. Ni to ne mora potpuno da bude smetnja, pa u određenom momentu neko može navijati i za taj klub iako nema istu etničku identifikaciju, ali ima možda regionalnu ili ovu nacionalnu (državnu), a sve zavisti koliko se identificira sa tom karakteristikom. Mogu navijati za bilo koji klub iz Sarajeva jer se jako

identificiram sa gradom Sarajevom, ili za bilo koji klub iz Bosne i Hercegovine jer se jako identificiram sa državom Bosnom i Hercegovinom, a sve ovo može biti i obrnuto. Granice postoje, one su mentalne, i sadržane su u našim ličnim vrijednostima, uvjerenjima i stavovima.

**P: Kako vidite dalji razvoj navijačke kontrakulture u BiH i svijetu?**

Remzija: Razvoj navijačke kontrakulture zavisi od razvoja društva u cjelini i dešavanja u samom društvu. Važno je da se održavaju navijačke kontrakulture, ali da one promovišu što više pozitivnih društvenih vrijednosti, na taj način mogu konstruktivno uticati na društvena dešavanja, ili obrnuto.

Iz ova četiri intervjua, može se zaključiti da je generalna hipoteza „Medijski natpisi o navijačima nisu odraz pravih motiva i djelovanja pripadnika navijačke kontrakulture u svijetu i u Bosni i Hercegovini“ djelimično dokazana. Kako je g. Tomislav Juranović naveo, u jednom trenutku su navijači u očima medija najgori huligani, dok su u drugom heroji nacije. Također, g. Delić Emir je dao dobro opažanje, da se medije ne može kriviti za kreiranje slike, jer iako prenose selektivno vijesti, to je ipak odraz ponašanja navijačke kontrakulture.

## VIII. ZAKLJUČNA RAZMATRANJA

Navijačka kontrakultura je jako kompleksna, i kroz historiju oblikovana je društvenim uticajima koji su i oblikovali ovu kontrakulturu. Ona je odraz društva u cjelini, refleksija svih dešavanja u društvu i njen rezultat. Tacitovi zapisi su pružile prve prikaze onoga što bi danas mogli nazvati navijačka kontrakultura, kao i oni srednjovjekovni izvještaji o igri Calcio Fiorentino, te to možemo posmatrati kao prve medijske prikaze navijačke kontrakulture.

Razvoj fudbala u Engleskoj donio je rađanje moderne navijačke kontrakulture, a upravo su mediji bili ti koji su najviše doprinijeli za razvoj ove kontrakulture. Od divljenja i najvećih kritika, preko nehotećnog podstrekivanja kroz kreiranje "lige razbijača", strogog osuđivanja i tendencioznog prikazivanja, do današnjeg marginalizacije ove kontrakulture u medijima Velike Britanije, mediji su igrali važnu ulogu u njenom životnom ciklusu.

Današnji medijski prikazi navijačke kontrakulture su diktirani globalizacijom i monetizacijom, pa se medijski prikazi navijača kreiraju za široku publiku, a sve u cilju sticanja materijalne koristi. Kreiranje filmova, hiperprodukcija knjiga, i sama komercijalizacija sporta, dovode do toga da pripadnik navijačke kontrakulture ima sliku u javnom diskursu kao huligan, koji primarno ima zadatak da nasiljem nastupa u svakom momentu, da je praćenje svog tima sekundarno. Pri tome, navijači u novijim medijskim prikazima, po pravilu nose markiranu odjeću kao što su Napapijri, Adidas, Stone island, Aquascutum, Burberry, C.P. company i ostali modni brandovi.

Danas, informativni mediji i dalje imaju jak uticaj na kreiranje javnom mnijenja kao što su to imali i u prošlosti kada je protok informacija bio znatno ograničen, no i dalje se taj uticaj svodi kada se kreira vijest o devijantnom ponašanju. Pozitivne aktivnosti navijačkih kontrakultura nisu zastupljene u onoj mjeri kao što se piše o navijačkim ispadima koji se ispoljavaju nasiljem. Društvene mreže i svakodnevno "bombardovanje" informacijama dovele su do toga da recipient selektuje izvore informacija te ih prerađuje i poredi sa drugim izvorima. I samo okruženje te pristup sportskim priredbama omogućavaju pojedincu da na osnovu ličnog iskustva formira svoje stavove o navijačkoj kontrakulturi.

## IX. BIBLIOGRAFIJA

### Knjige:

1. Bodin, D., 2013. *Huliganstvo*. Zagreb: Agencija za odgoj i obrazovanje,.
2. Bodin, D., Robene, L. & Heas, S., 2007. *Sport i nasilje u Europi*. Zagreb: Knjiga trgovina.
3. Elias, N. & D. E., 1986. *Sport and Civilization: Mastered Violence*. Pariz: Fayard.
4. Koković, D., 1986. *Sport bez igre*. Beograd: NIO "Univerzitetska riječ", Titograd; Centar za marksističko obrazovanje "Milun Božović", Titograd.
5. Kovačević, B., 2013. *Kultura i kontrakultura*. Banja Luka: EDC.
6. Kovačević, B., 2014. *Društvo i sport*. Banja Luka: Evropski defendologija centar za naučna, politička, ekonomska, socijalna, bezbjednosna, sociološka i kriminološka istraživanja, Banja Luka.
7. Lalić, D., 1993. *Torcida - pogled iznutra*. Zagreb: AGM.
8. Lavić, S., 2014. *Leksikon socioloških pojmova*. Sarajevo: Fakultet Političkih Nauka, Univ..
9. Mihailović, S., 1997. *RAT JE POČEO NA MAKSIMIRU, govor mržnje u medijima, grupa autora*. 1 ur. Beograd: Medija centar.
10. Novalić, D., 2018. *Leksikon pravosudnih i medijskih pojmova u Bosni i Hercegovini*. Sarajevo: NIK Denameda d.o.o..
11. Perasović, B., 2001. *Urbana plemena*. Zagreb: Hrvatska sveučilišna naklada.
12. Vasilj, M., 2014. *Sportsko novinarstvo*. Zagreb: Synopsis d.o.o. Zagreb.
13. Vrcan, S., 2003. *Nogomet, politika, nasilje - Ogledi iz sociologije nogometa*. Zagreb: Naklada Jasenski i Turk: Hrvatsko sociološko društvo.
14. Žugić, Z., 1996. *Uvod u sociologiju sporta*. Zagreb: Fakultet za fizičku kuluru sveučilišta u Zagrebu.

### Naučni i stručni članci i tekstovi:

1. Nuredinović, A.-I. & Vukušić, D., 2021. 2021. Soc. ekol. Zagreb, pp. 427-454.
2. Apschner, J.-A., 2018. *Ultras : elements of identity creation, linguistic creativity and the role of English*. Klagenfurt: Alpen-Adria-Universität Klagenfurt.

#### Internet izvori:

1. Anon., n.d. *FK Borac*. [Mrežno]  
Available at: <https://fkborac.net/navijaci>  
[Pokušaj pristupa 15 1 2023].
2. Begić, V., 2013. *večernji.hr*. [Mrežno]  
Available at: <https://www.vecernji.hr/vijesti/celicna-ruka-celicne-lady-jedina-je-obuzdala-nogometne-huligane-537722>  
[Pokušaj pristupa 10 1 2023].
3. Glušević, D., 2022. *Zurnal.rs*. [Mrežno]  
Available at: <https://www.zurnal.rs/sr/clanak/135612/fudbal/znete-li-koje-dve-zemlje-imaju-najveci-broj-profesionalnih-fudbalera>
4. Hina/Reuters, 2021. *NI.rs*. [Mrežno]  
Available at: <https://rs.n1info.com/lifestyle/maradonska-crkva-otvorena-u-meksiku/>
5. horde\_zla, n.d. *hordezla.ba*. [Mrežno]  
Available at: <https://hordezla.ba/2020/12/05/historija/>  
[Pokušaj pristupa 15 1 2023].
6. index.hr, 2003. *index.hr*. [Mrežno]  
Available at: <https://www.index.hr/sport/clanak/rekordna-prodaja-beckhamova-dresa/146625.aspx>  
[Pokušaj pristupa 20 12 2021].
7. index.hr, 2016. *index.hr*. [Mrežno]  
Available at: <https://www.index.hr/sport/clanak/rekordna-prodaja-beckhamova-dresa/146625.aspx>  
[Pokušaj pristupa 15 2 2020].
8. Karaburma, 2013. *Alcatraz Beograd*. [Mrežno]  
Available at: <https://alcatrazbeograd1970.blogspot.com/2013/03/navijacka-literatura.html>  
[Pokušaj pristupa 20 1 2023].
9. raport.ba, 2022. *raport.ba*. [Mrežno]  
Available at: <https://raport.ba/prica-obisla-planetu-kako-manijaci-spasavaju-zelju/>  
[Pokušaj pristupa 15 1 2023].

10. reprezentacija.ba, 2021. *reprezentacija.ba*. [Mrežno]  
Available at: <https://reprezentacija.ba/346742-zeljeznicar-treci-najgledaniji-klub-u-regionu-tri-bh-kluba-u-top-5>  
[Pokušaj pristupa 27 12 2023].
11. Slater, C., 2019. *Manchester Evening News*. [Mrežno]  
Available at: <https://www.manchestereveningnews.co.uk/sport/football/man-city-kit-manchester-united-16513748>  
[Pokušaj pristupa 20 12 2021].
12. Sport\_Centar, 2020. *Sport Centar*. [Mrežno]  
Available at: <https://scsport.ba/predivan-gest-manijaci-se-stavili-na-raspolaganje-u-borbi-protiv-korona-virusa/>  
[Pokušaj pristupa 5 1 2021].
13. Tizano, R. M., 2018. *vice.com*. [Mrežno]  
Available at: <https://www.vice.com/sr/article/mb4qvq/upoznajte-zvanicnu-crkvu-dijega-armanda-maradone>
14. Vuletić, L., 2014. *goal.com*. [Mrežno]  
Available at: <https://www.goal.com/hr/news/6958/klubovi/2014/08/08/5018608/evo-kojih-10-klubova-proda-najvi%C5%A1e-dresova>  
[Pokušaj pristupa 20 12 2021].
15. Zametica, F., 2015. *radiosarajevo.ba*. [Mrežno]  
Available at: <https://radiosarajevo.ba/sport/nogomet/navijaci-pokazali-da-znaju-i-mogu-zasto-pozitivne-vijesti-nisu-dobrodosle-u-medijima/186700>  
[Pokušaj pristupa 5 1 2021].

#### Časopisi:

1. Pavić, Z. & Lekić, S., 1990. 1990. *Čao Tifo*, 3, pp. 58-69.





Naziv odsjeka i/ili katedre: Odsjek komunikologija, odnosi sa javnošću

Predmet: Magistarski rad

## IZJAVA O AUTENTIČNOSTI RADOVA

Ime i prezime: Emir Dobrača

Naslov rada: „Medijski prikazi navijačke kontrakture“

Vrsta rada: Završni magistarski rad

Broj stranica: 80

Potvrđujem:

- da sam pročitao/la dokumente koji se odnose na plagijarizam, kako je to definirano Statutom Univerziteta u Sarajevu, Etičkim kodeksom Univerziteta u Sarajevu i pravilima studiranja koja se odnose na I i II ciklus studija, integrirani studijski program I i II ciklusa i III ciklus studija na Univerzitetu u Sarajevu, kao i uputama o plagijarizmu navedenim na web stranici Univerziteta u Sarajevu;
- da sam svjestan/na univerzitetskih disciplinskih pravila koja se tiču plagijarizma;
- da je rad koji predajem potpuno moj, samostalni rad, osim u dijelovima gdje je to naznačeno;
- da rad nije predat, u cjelini ili djelimično, za stjecanje zvanja na Univerzitetu u Sarajevu ili nekoj drugoj visokoškolskoj ustanovi;
- da sam jasno naznačio/la prisustvo citiranog ili parafraziranog materijala i da sam se referirao/la na sve izvore;
- da sam dosljedno naveo/la korištene i citirane izvore ili bibliografiju po nekom od preporučenih stilova citiranja, sa navođenjem potpune reference koja obuhvata potpuni bibliografski opis korištenog i citiranog izvora;
- da sam odgovarajuće naznačio/la svaku pomoć koju sam dobio/la pored pomoći mentora/ice i akademskih tutora/ica.

**Mjesto, datum**

Sarajevo, \_\_\_\_\_ .2023.

**Potpis**

\_\_\_\_\_