

# “Iden o svom poslu, o Hajdukovom poslu, to je to” - Kvalitativna analiza iskustava pripadnika navijačke skupine “Torcida”

---

**Bradarić, Danijela**

**Master's thesis / Diplomski rad**

**2023**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **University of Zadar / Sveučilište u Zadru**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:162:536671>

*Rights / Prava:* [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-08-08**



**Sveučilište u Zadru**  
Universitas Studiorum  
Jadertina | 1396 | 2002 |

*Repository / Repozitorij:*

[University of Zadar Institutional Repository](#)



zir.nsk.hr



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

Sveučilište u Zadru

Odjel za sociologiju

Diplomski sveučilišni studij sociologije (dvopredmetni)

**Danijela Bradarić**

**“Iden o svom poslu, o Hajdukovom poslu, to je to” - Kvalitativna  
analiza iskustava pripadnika navijačke skupine “Torcida”**

**Diplomski rad**

Zadar, 2023

Sveučilište u Zadru

Odjel za sociologiju

Diplomski sveučilišni studij sociologije (dvopredmetni)

**Danijela Bradarić**

**“Iden o svom poslu, o Hajdukovom poslu, to je to” - Kvalitativna  
analiza iskustava pripadnika navijačke skupine “Torcida”**

Diplomski rad

Student/ica:  
Danijela Bradarić

Mentor/ica:  
izv.prof.dr.sc. Krešimir Krolo

Zadar, 2023



## Izjava o akademskoj čestitosti

Ja, **Danijela Bradarić**, ovime izjavljujem da je moj **diplomski** rad pod naslovom **‘Iden o svom poslu, o Hajdukovom poslu, to je to’ - Kvalitativna analiza iskustava pripadnika navijačke skupine ‘Torcida’** rezultat mojega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na izvore i radove navedene u bilješkama i popisu literature. Ni jedan dio mojega rada nije napisan na nedopušten način, odnosno nije prepisan iz necitiranih radova i ne krši bilo čija autorska prava.

Izjavljujem da ni jedan dio ovoga rada nije iskorišten u kojem drugom radu pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj, obrazovnoj ili inoj ustanovi.

Sadržaj mojega rada u potpunosti odgovara sadržaju obranjenoga i nakon obrane uređenoga rada.

**Zadar, listopad, 2023.**

## Sadržaj

1.	Uvod.....	1
2.	Cilj i svrha istraživanja.....	2
3.	Teorijska polazišta.....	3
3.1.	Fenomen subkulture u sociologiji.....	3
3.2.	Simbolički interakcionizam Ervinga Goffmana.....	4
3.2.1.	Teorija društvene stigme.....	5
3.3.	Socijalni biheviorizam - teorija društvene razmjene.....	6
3.4.	Motivacijski faktori u navijanju.....	7
3.5.	Nasilje u navijačkom svijetu.....	9
3.5.1.	Nasilje - Društvena uvjetovanost.....	10
3.5.2.	Karnevalski navijači i huligani u kontekstu Torcide.....	10
3.6.	Navijačka skupina Torcida.....	11
3.6.1.	Povijest Torcide.....	11
3.6.2.	Dob, spol i obrazovanje članova pripadnika Torcide.....	13
3.6.3.	Identitet navijačke skupine Torcida.....	14
3.6.4.	Udruga Naš Hajduk.....	15
3.6.5.	Navijači kao (uspješni) komunikatori.....	15
4.	Pregled dosadašnjih znanstvenih spoznaja i istraživanja.....	18
5.	Istraživačka pitanja.....	20
6.	Metode i uzorak.....	20
7.	Rezultati istraživanja i razrada.....	21
7.1.	Stigma ili snaga - marginaliziranost navijača pripadnika Torcide.....	21
7.2.	Motiviranost pripadnika navijačke skupine Torcida.....	28
7.2.1.	Stavovi sugovornika o motiviranosti drugih navijača.....	30
7.3.	Isplati li se ili ne? - (Ne)recipročnost navijačkog poziva.....	32
8.	Zaključak.....	37
9.	Prilozi.....	41
10.	Popis literature.....	46

## **“Iđen o svom poslu, o Hajdukovom poslu, to je to” - Kvalitativna analiza iskustava pripadnika navijačke skupine “Torcida”**

### Sažetak

U ovom diplomskom radu predstavljeno je kvalitativno istraživanje iskustava pripadnika navijačke skupine “Torcida”. Cilj navedenog istraživanja bio je istražiti i opisati percepcije stigmatizacije navedene skupine, kao i utvrditi faktore koji doprinose njihovoj motiviranosti za navijanje. S obzirom na multidimenzionalnu ulogu koju u kontekstu šire društvene zajednice obnaša navijačka skupina Torcida, istraživanje je rezultiralo nalazima kojima se potvrđuje da, iako je prisutna, na pripadnike navijačke skupine Torcida stigmatiziranost ne utječe, čak štoviše, intenzivira njihovu koheziju i kolektivnu pripadnost. Također, istraživanjem su utvrđeni esencijalni mehanizmi razmjene, a iskazima sugovornika potkrijepljena je isplativnost navijanja.

Ključne riječi: navijači, Torcida, stigmatizacija, motivacija, mehanizmi razmjene

## **“I mind my own business, Hajduk business, that’s it”- Qualitative analysis of the Hajduk Split supporters group “Torcida”**

### Abstract

This masters thesis represents the qualitative research on the individual stigmatizing experiences of Hajduk Split supporters group “Torcida”. The aim of the aforementioned study was to examine and describe the participants’ perceptual experiences of stigmatization, as well as, to determine the factors which influence and contribute to participants’ level of motivation. Considering the multidimensional nature of the role this specific group performs within the context of a broader social environment, the study resulted in findings which confirm the presence of stigmatization among the participants, however, it does not impact their operations, rather, it intensifies the cohesion and collective belonging among the participants. The study further generated findings related to some of the crucial social exchange mechanisms which answer the initial question of whether or not participants’ fandom pays off at the end of the day.

Key words: football fandom, Torcida, stigmatisation, motivation, exchange mechanisms

## 1. Uvod

Navijači, pleme ili pak huligani? Navijačka subkultura jedna je od najperzistentnijih subkultura u modernom svijetu koja je svoju dugovječnost i integritet gradila kroz iscrpnu povijest sporta i sportskih natjecanja. Nerijetko protagonisti sportskih događanja, navijači svoju bezuvjetnu predanost iskazuju kroz intenzivnu emocionalnu energiju, euforiju i podršku kojom, prije svega, jačaju temelje zajednice kojoj pripadaju, a ujedno i kluba kojem iskazuju vjernost. Determinirani u nakani da svoje vrijeme i emocionalnu energiju usmjere ka štovanom klubu, navijači često bivaju etiketirani kao horda neobuzdanih pojedinaca koji obilaze utakmice isključivo kako bi iskazali besmisleni otpor i prakticirali društveno više-manje neprihvatljive rituale u vidu verbalnog i fizičkog sukobljavanja. U toj crno-bijeloj slici ove pretpostavke nedvojbeno leži i onaj *bijeli* aspekt navijanja – nepresušna strast, ljubav i osjećaj snažne pripadnosti i svrhe.

Kada je riječ o mehanizmima koji dovode do isključenosti specifičnih subkultura, Perasović i Mustapić (2020: 79) navode kako su “individualna i kolektivna iskustva mladih u subkulturnim grupama obilježena osjećajem nesigurnosti naspram društva, ali i jačanjem identiteta i osjećaja pripadnosti subkulturi.” Nesigurnost unutar različitih društvenih scenarija uvjetovana je i akumulacijom društvene moći, bilo ekonomske, medijske ili političke prirode, a manifestira se obrascima isključivanja i stigmatiziranosti mladih pripadnika subkultura (Perasović i Mustapić, 2020). Takvo eksplicitno stvaranje ideje o “opasnim drugima” nužno dovodi do automatiziranih obrazaca usvajanja takvih ideja od strane šireg društva, što za posljedicu neizbježno ima isključenost i stigmatizaciju “opasnih drugih” (Perasović i Mustapić, 2020: 79)

Kompleksnost sporta ogleda se kroz dvije struje, odnosno, istovremeno potiče integraciju i homogeniziranost društvenog potencijala, ali nerijetko i dezintegrira (Lalić i Biti, 2008). S obzirom na marginaliziranost ove specifične subkulture, često se dovodi u pitanje stvarna svrha navijačkog djelovanja. Vrijedi li zaista sav taj altruizam ili će ipak stigma huligana koja prožima njihov kolektivni identitet nadjačati taj viši cilj? Perasović (2001) tvrdi kako je delikvencija *modus operandi* unutar navijačke subkulture – upravo je ta delikvencija kolektivnog karaktera, a uz pomoć nje se postiže solidarnost među članovima i unutargrupna kohezija. Iako Perasovićeva postavka implicira da je reprodukcija nasilja i devijantnog ponašanja kroz grupu nešto što je

inherentno pripadnicima navijačkih skupina, postoji široka lepeza motivacijskih faktora koji utječu na intenzitet i kvalitetu navijanja, a koji nisu u korelaciji s nasiljem i devijantnim djelovanjem.

Navijaštvo kao jedna izrazito kompakta i heterogena subkultura u svojim redovima potiče uključenost kojom se nužno stvaraju i slojevi, priljev sudionika s različitim ciljevima, pobudama i motivima. Usprkos promicanju uključenosti, na makro razini, odnosno, široj javnosti navijački habitus je još uvijek surov i nepojmljiv, a prosječni navijač je gotovo uvijek i huligan. Kao produkt takvih utabanih stereotipa, navijaštvo nerijetko predstavlja sigurnosni problem kako po društvo, tako i institucionalno, u okvirima državnih zajednica.

U fokusu ovog diplomskog rada jest navijačka skupina Torcida koja, osim što je najstarija, nedvojbeno je i najutjecajniji promicatelj navijačke kulture, kako na prostoru Hrvatske, tako i šire. Često praćena epitetom avangardne, navijačka skupina Torcida mnogo je više od pokreta iza kojeg stoji, a tome najbolje svjedoče desetljeća djelovanja u sportskom, socijalnom i mnogim drugim aspektima života. U svrhu proučavanja navedene skupine, ovaj diplomski rad će se, između ostalog, fokusirati na afektivne aspekte subkulturne inkluzivnosti, odnosno, kako navijači pripadnici Torcide kroz svakodnevne interakcije percipiraju potencijalnu stigmatu te kako uslijed epizoda stigmatiziranosti kanaliziraju vlastite emocije i planiraju buduća djelovanja. Paralelno sa stigmatiziranošću, radom će se pokušati utvrditi faktori koji utječu na motiviranost pripadnika Torcide za navijanje i predanost samom pokretu. Naposljetku, radom će se pokušati steći saznanja o tome koliko je iz perspektive sugovornika isplativo biti navijač u današnjem, (hiper)komodificiranom svijetu sporta.



## 2. Cilj i svrha istraživanja

Cilj ovog istraživanja je ispitati i utvrditi samoprocjenu isključenosti pripadnika navijačke skupine Torcida u svakodnevnom životu. Jedan od ciljeva istraživanja je utvrditi elemente koji pripadnike navijačke skupine Torcida motiviraju na ustrajnost u štovanju, kako nogometnog kluba Hajduk, tako i navijačke skupine kojoj iskazuju pripadnost. Posljednji cilj istraživanja je ispitati percepcije pripadnika navijačke skupine Torcida o tome koliko se isplati biti navijač Hajduka te, pomoću navijačkih praksi sugovornika, utvrditi i opisati mehanizme razmjene koji doprinose isplativosti navijanja.

Svrha istraživanja je, u prvom redu, razumjeti isplativost, odnosno, razmjensku prirodu navijačkog poziva te spoznati i osvijestiti dublja značenja vrijednosti i praksi koje pripadnike navijačke skupine Torcida čine jedinstvenima. Svrha ovog istraživanja je ujedno i osvijestiti prisutnost stigmatizacije nad navijačkom skupinom Torcida te, pomoću subjektivnih iskaza sugovornika, spoznati izvore i mehanizme stigmatizacije kako bismo kao društvo bili u stanju objektivno i nepristrano pristupiti analizi socijalnih zbivanja povezanih s djelovanjem navijačke skupine Torcida.

## 3. Teorijska polazišta

### 3.1. Fenomen subkulture u sociologiji

Znanstvena promišljanja subkulture kao socijalnog fenomena sežu u daleke pedesete kada se subkulturu nužno vezalo uz ondašnje klasne strukture. Epitetom devijantne, subkultura je denotirala u prvom redu mlade individualce koji su subkulturnim obrascima iskazivali izostanak društvene mobilnosti iz nižih slojeva ka višim. (Perasović, 2002). Kulturom *škvadre*, kako ju naziva Albert Cohen (1955), uspješno je stvaran mehanizam othrvavanja socio-ekonomskim problemima, dok, antropološki promatrano, kohezija unutar tih subkulutura označavala je cjelokupan stil života pojedinaca, sudionika *škvadre*.

Šezdesetih godina, ideja međuovisnosti klasne pripadnosti i subkulture iščezava pojavom interakcionizma, pod čijim se okriljem fenomen subkulture više nije promatrao isključivo kroz prizmu devijantnih aktera, radije kroz iskustvene procese interakcije te mehanizme etiketiranja i stigmatizacije tih aktera u društvu. Iako teoretičari interakcionizma fenomen subkulture smještaju u nešto drugačije socijalno okruženje nego li pripadnici Čikaške škole, devijantni karakter tog

fenomena nije izostao. Howard Becker (1963), pionir teorije etiketiranja, smatra da je pojedinac taj koji ustvari uči obrasce pripadnosti određenoj subkulturi, a koja se pak revolvira oko devijantnosti. Devijantnim akterima i jest zajedničko devijantno ponašanje, odnosno, *common fate*, zajednička sudbina koja u isto vrijeme udružuje aktere, ali i učvršćuje pripadnost subkulturi (Becker, 1963: 39).

U interakcionističkom spektru promatranja subkulture kao društvenog fenomena, polazi se od simboličkih interakcija čijom dinamikom raste i pripadnost određenoj subkulturi. Erving Goffman, jedan od najznačajnijih predstavnika interakcionizma, u mikro *svijetu* subkulturu ipak promatra kroz širi kontekst te aktera smješta na pozornicu na kojoj se igraju uloge, a akter je taj koji upravlja impresijama i manipulira ulogama koje obnaša. Goffmanov simbolički interakcionizam ogleda se i u proučavanju mehanizama stigmatizacije aktera te će upravo njegova polazišta poslužiti kao primarna u proučavanju pripadnika navijačke skupine Torcide.

Sedamdesetih godina Birminghamska škola vraća se klasi kao indikatoru subkulturne pripadnosti, odnosno, promišlja reperkusije kapitalizma na klase te kako one utječu na afilijaciju aktera unutar pojedinih subkultura (Perasović, 2002). Perasović nadalje objašnjava kako je u to vrijeme subkultura implicirala na "simbolički pokušaj razrješenja proturječnosti koje mladi nasljeđuju i iskušavaju kolektivno u svojoj matičnoj klasnoj kulturi" (Perasović, 2002: 489). Kritika Birminghamske škole odvija se devedesetih kada u *jednadžbu* dolazi rodni karakter subkulturalizacije. McRobbie i Garber (1991) u svojim promišljanjima ženskog položaja unutar specifičnih subkultura ukazuju na konotaciju maskulinizirane prirode fenomena subkulture te kritiziraju pretjeranu orijentiranost znanstvenika ka proučavanju subkultura kroz društvene aktere isključivo muškog spola. Dvadesetih se znanost uvelike deprivira od pojma subkulture, a sve kao posljedica dolaska novog, heterogenijeg, fluidnog poimanja kulture.

### 3.2. Simbolički interakcionizam Ervinga Goffmana

Erving Goffman, po mnogima je jedinstven, *sui generis* autor (Atkinson i Housley, 2003: 12). Njegov doprinos suvremenom simboličkom interakcionizmu ogleda se ponajviše u njegovom interesu za proučavanje obrazaca ponašanja u javnosti koju sačinjavaju relativni stranci koji se susreću i zbližavaju. Prema Atkinsonu i Housley (2003), to je moderni svijet prolaznih susreta i dugotrajnih impresija u kojem pojedinci kroz interakciju s drugima učvršćuju svoje sebstvo.

### 3.2.1. Teorija društvene stigme

U svom djelu *Stigma* (1963), Goffman teoriju stigmatizacije potkrepljuje ponajprije činjenicom da je društvo primarni medij kategorizacije pojedinaca. Na mikro razini, pojedinci su ti koji unutar datog socijalnog okruženja vlastitim pretpostavkama anticipiraju karakteristike drugih te ih putem anticipacija i smještaju u kategorije. Goffman (1963:11) smatra da ove bezazlene anticipacije koje stvaramo ipak ukazuju na akumulaciju *normativnih očekivanja*, ukalupljenih u habitus promatrača.

Nadalje, stigmatizirani pojedinac često posjeduje svijest o inferiornosti, čime se automatski javlja i strah od reakcija drugih; iz nepredvidljivosti svakodnevnih interakcija izrasta potencijalno nepoštivanje i diskreditacija nad čime inferiorni pojedinac nema kontrolu. Upravo se gubitkom kontrole nad doživljajima drugih o nama dovodi u pitanje opstanak vlastite svijesti o sebi (Goffman, 1963). Također, "mi normalni" smo ti koji odašiljemo animozitet i diskriminaciju prema inferiornom, stigmatiziranom pojedincu i djelujemo kao da on/ona predstavlja opasnost po društvo (Goffman, 1963:15). Autor (1963) uvodi i distinkciju različitih slojeva stigme, odnosno, obrazaca kanaliziranja stigme. U prvom redu to su fizički nedostaci pojedinca, najčešće tjelesne deformacije na temelju kojih akteri realiziraju stigmatu ka nekome. Nadalje, autor izdvaja stigmatu crta ličnosti pojedinaca koja se manifestira pretjeranim generalizacijama i osudi nečijih navika, primjerice, sklonosti ovisnostima, devijacije u seksualnosti, nezaposlenost, radikalni politički stavovi te mentalni defekti (Goffman, 1963).

Naposljetku, stigma grupnog identiteta implicira kategorizacije *normalnih* naspram pojedinaca različite rase, etničkog podrijetla ili vjeroispovjesti. Autor (1963:14) drži da se ova specifična vrsta stigme prenosi s koljena na koljeno te da "kontaminira" cjelokupno intrafamilijalno okruženje. Važno je razumjeti da se svi prethodno navedeni mehanizmi stigmatizacije kod pojedinaca nužno imaju reperkusije na njihov identitet. Goffman (1963) ovdje također naglašava diskrepanciju između virtualnog i stvarnog identiteta koja automatski destabilizira društveni identitet stigmatiziranog aktera. Poljuljanim identitetom, akteri se nerijetko okreću ka ljudima koji su u stanju simpatizirati s njihovim nedostacima.

### 3.3. Socijalni bihevizizam - teorija društvene razmjene

Teorija socijalne razmjene, u prirodi bihevizistička, poslužit će kao podloga u istraživanju intrinzičnih, odnosno ekstrinzičnih faktora koji utječu na dinamiku pripadnika navijačke skupine Torcida. Bihevizizam je u prvom redu psihologijski pokret kojim se društvo nije promatralo u odnosu na vrijednosti i ideje unutar njega, nego radije kroz to "kako ljudi žive, kako podižu djecu, kako sakupljaju i prerađuju hranu, kako i gdje stanuju, kako se oblače, kakve igre igraju, kako se međusobno odnose, kako upravljaju sobom itd." (Ritzer, 1997: 277, prema Skinner, 1971). Sa sociološkog gledišta, primarni koncept bihevizizma jest koncept potkrepljivanja koji je definiran kao nagrada. Ritzer (1997) tvrdi da predmeti sami po sebi nisu nužno nagrađujući, odnosno, nagrada koja nema nikakav učinak na pojedinca ne smatra se potkrepljivačem. Bili pozitivni ili negativni, potkrepljivači uvjetuju djelovanja aktera u budućnosti. Ritzer (1997) također naglašava važnost pozitivnog i negativnog kažnjavanja u odnosu na potkrepljivanje; mehanizmom kažnjavanja, uz korištenje specifičnih stimulansa postiže se smanjena frekvencija odgovora, odnosno potisnuto ponašanje aktera.

Usprkos orijentaciji jednog od najznačajnijih teoretičara teorije razmjene, Georgea Homansa ka psihologijskim principima, autor aktere ne promatra isključivo kroz prizmu izoliranih entiteta, nego pridaje važnost i društvenom karakteru inherentnom svakom pojedincu. Prema autoru, teorija razmjene "otkriva socijalno ponašanje kao vidljivu ili nevidljivu razmjenu aktivnosti, više ili manje nagrađujuću ili skupu, između dviju osoba." (Homans, 1961, prema Ritzer, 1997: 279). U svom djelu *Elementarni oblici društvenog ponašanja* iz 1961., Homans tvrdi da je razmjena esencijalni princip čovjekovog ponašanja te razlikuje individualno od društvenog ponašanja. Prema Ritzeru (1997), individualno ponašanje označava odnos aktera s okolinom u kojoj se nalazi i ovdje ne postoji reciprocitet u potkrepljivanju. Na drugu stranu, društveno ponašanje je ovisno o konceptu potkrepljivanja, odnosno, djelovanje pojedinca potkrepljuje djelovanje drugog. Homans također implicira na odstupanja u utjecaju normi na specifična ponašanja, posebice u kontekstu grupa; "grupne norme svakako oblikuju konformnost ponašanja mnogih osoba. Pitanje nije u tome postoje li ograničenja ili ne, nego u objašnjenju tih ograničenja (...). Norma automatski ne ograničava ponašanje: onda kada se osoba podvrgava normama, čini to jer ih smatra korisnima za sebe." (Homans, 1961, Ritzer, 1997: 278).

Peter Blau, na drugu stranu, nije vođen isključivo bihevizmizmom pri proučavanju aktera u društvu, a radije se fokusira na promatranje društvenih struktura kroz prizmu socijalnih procesa koji se manifestiraju kroz odnose aktera i grupa. Autoru je bihevizizam poslužio kao komplementarni alat za dostizanje *šireg* cilja - povratak sociološkim temeljima i proučavanju interakcija licem u lice. Blau društvenu razmjenu promatra u odnosu resursa u razmjeni koji su zapravo u funkciji nagrade, pa tako "ako i akter A i akter B vrednuju ono što dobivaju jedan od drugoga, oboje će ulagati još više vlastitih resursa u razmjenu – kako bi više dobili od onog drugog" (Blau 1964, prema Tonković, 2018). Također, ideja društvene razmjene ne leži u strogo definiranim razmjenskim mehanizmima, nego je pojedinac taj koji samostalno determinira uvjete razmjene (Blau, 1964, prema Ritzer, 1997). Shodno navedenom, društvena razmjena ne poznaje jasno definiranu cijenu, što će se kasnije i ispostaviti na primjeru razmjenskih mehanizama navijačke skupine Torcida.

#### 3.4. Motivacijski faktori u navijanju

Svaki pojedinac ili grupa odlaze na sportske događaje iz različitih razloga i stoga je nemoguće odrediti samo jedan motivirajući faktor. Ljudi koji prate sportske događaje mogu se nazvati gledateljima, navijačima, zaljubljenicima u određeni sport, sportašima ili samo ljudima koji imaju motivacije potruditi se prisustvovati određenom sportskom događaju uživo (Wiid i Cant, 2015). Prema stupnju motivacije i uključenosti u sami sportski događaj, sudionici se primarno mogu podijeliti na gledatelje i navijače.

Dobel (2010) gledatelje (eng. *spectator*) definira koristeći korijen latinske riječi od koje sami izraz i nastaje, a znači vidjeti i gledati, ponekad i na nezainteresiran način. Prema njegovom mišljenju, gledatelji mogu biti vrlo sofisticirani, oni poznaju pravila igre i uživaju u njezinoj finoći i finesama tog spektakla. Često ih se može prepoznati dok se nagnju naprijed s napetim pogledom i istraživačkim očima. Ipak, u sportskom kontekstu oni ostaju pasivni u svojoj interakciji s igrom pa tako samo: gledaju, analiziraju i generalno cijene ono što vide, na taj način (p)ostajući samo receptori iskustva što je vidljivo u njihovom korištenju riječi „tim“. S druge strane, prema Dobelu (2010) navijači (eng. *fan*) ruše tu granicu između sebe i sportskog tima te se identificiraju kao jedno pa je njih puno lakše čuti kako koriste riječ *mi* umjesto *tim*. Oni stvaraju i oblikuju doživljaj sporta te nisu isključivo pasivni receptori već (vrlo) aktivni dio same igre. Navijači uvelike utječu i na igru, svojom energijom joj nerijetko mijenjaju tijek i

okreću šanse, a prije svega sudjeluju. Nerijetko navijaju tako glasno da tjeraju sportske timove da nose komunikacijska pomagala ili koriste znakovni jezik kako bi se uspješno čuli na terenu. Pojedinci koji prate sportske timove povezuju aspekt svog identiteta s prisutnošću i djelovanjem svog omiljenog tima - taj se identitet prenosi u pamćenje, ali također utječe na ponašanje izvan terena. Navijači sjede ispred televizora s drugim navijačima koji nose rekvizite i razgovaraju, druže se i vrište na televizor, pate kada njihov tim pati i slave kada njihov tim osvaja (Dobel 2010). S obzirom na intenzivnu angažiranost navijača, postavlja se pitanje o njihovoj motivaciji za tako duboko i predano uključivanje i povezivanje sa omiljenim sportskim timom. Istraživanje motivacije u sportu dovelo je do razvoja Ljestvice motivacije navijača (SFMS, eng. „Sport Fan Motivation Scale“), koja predstavlja 8 glavnih motiva, a to su redom: uzbuđenje, samopoštovanje, bijeg, zabava, estetika, ekonomski dobici, pripadnost grupi i obitelj (Wiid i Cant, 2015: 383).

Prvi motiv Ljestvice motivacije navijača je uzbuđenje (eng. *eustress*), a predstavlja pozitivan stres i uzbuđljivu atmosferu koja se osjeća tijekom praćenja sportskog događaja, bilo uživo ili ne. Wasserberg (2009:13) to naziva „stvaranjem osjećaja psihološke dobrobiti“, a Wann, Schrader i Wilson (1999) potvrđuju da ono obuhvaća vrijednost užitka i zabavu. Napetost i želja pobjede zbog sportskog događaja igraju glavnu ulogu za navijača motiviranog prvenstveno uzbuđenjem.

Motiv samopoštovanja uključuje davanje osjećaja „postignuća“ pojedincima i poticanje njihovog samopouzdanja kada je njihov omiljeni tim/sport uspješan (Wann et al., 1999: 115). Također, neki navijači uživaju u „reflektiranoj slavi“ koju stječu uslijed dobrog rangiranja kluba ili tima za koji navijaju i s kojim se identificiraju što nepobitno utječe na njihovo pozitivno samopoimanje (Wasserberg, 2009: 14). Nadalje, Wann et al., (1999) objašnjavaju kako je motiv bijega usko povezan s motivom zabave jer ljudima pruža priliku da se odvoje od svakodnevnog života i prepuste se hobijskim, razbibrizi ili prošlosti (ukoliko je riječ o ponovnom gledanju sportskih događaja).

Zabava kao društveni motiv ponukati će navijače da prisustvuju ili gledaju sportske događaje, a sve s ciljem, odnosno željom da se to natjecanje završi sretno i za tim ili individualca za kojega navijaju. Navijači, u kontekstu ovog motiva, zapravo žele da im sportaši pruže određeni vid zabave koja je nerijetko povezana sa pojačanom socijalizacijom i druženjem s prijateljima (Wasserberg, 2009).

Visoka razina vještine, odlučnosti i kompetencije koju pokazuju sportaši i sportski timovi temelj je estetskog motiva sportskog praćenja i uključivanja navijača u sportska događanja. Pojedinci su privučeni gracioznošću i ljepotom u određenim sportovima, kao što su npr. balet ili gimnastika, ali i izvođenje različitih taktika sportskih timova (Wann et al., 1999).

Također,, pogodnosti koje nude sportske aktivnosti kao što su kockanje i sportsko klađenje nazivaju se ekonomskim motivima praćenja sporta i razlog su zbog kojeg neki ljudi postaju aktivni pratitelji određenog sporta i/ili kluba. Oni će dosta rjeđe biti istinski navijači, jer im mogućnost financijske dobrobiti može nadjačati osobne i subjektivne želje o pobjedi kluba. Kod takvih pratitelja sporta također dolazi do izostanka identifikacije s igračima ili s cijelim timom te su okvirno manje aktivni u podržavanju svog omiljenog tima (Wann et al., 1999).

Grupnu pripadnost Wasserberg (2009: 15) objašnjava kao potrebu da se „jača i održava društvene veze kroz zajedničko iskustvo posjećivanja sportskih događaja.”. Potreba za provođenjem vremena sa društvenom grupom ili prijateljima može biti glavni pokretač sportske aktivnosti, uključenosti u sportska događanja te predanosti klubu. Slično prethodnom motivu, motiv obitelji karakterizira želja za provođenjem kvalitetnog vremena s članovima obitelji, a praćenje sportskih događaja je jedan od načina na koji se ta želja može ostvariti. Povezivanje s obitelji i provođenje slobodnog vremena s bliskim osobama mogu biti jaki motivirajući faktori, a posebno za one obitelji s malom djecom (Wasserberg, 2009).

### *3.5. Nasilje u navijačkom svijetu*

Uz pojam navijanja nerijetko se veže i nasilno ponašanje, ali nisu svi navijači ujedno i nasilnici, a pogotovo ne u današnjem vremenu. Koji navijači su ujedno i nasilnici? Lalić i Biti (2008: 256) u svom istraživanju uočavaju neka grupna obilježja i navode koji su to profili navijača koji većinom imaju problem s nasiljem: mladi navijači, većinom muškarci, „obični mladići”, a ne oni koji su profilirani kao delikventi iz predgrađa i iz loših obitelji, pripadnici organiziranih sportskih navijačkih skupina, osobe koje više manifestiraju strast za životom nego želju za uništavanjem, dobri poznavatelji sporta koji su doista zaljubljenici u svoj klub, populacija koja će češće konzumirati alkohol i/ili opijate.

### *3.5.1. Nasilje - Društvena uvjetovanost*

Unatoč popularnom mišljenju, navijačko nasilje, barem onima koji ga provode, nipošto nije besmisleno i nepotrebno. Potrebno je sagledati kontekst u kojem se to nasilje odvija kako bismo ga uopće mogli shvatiti, a naknadno i analizirati. Prigodno, Srđan Vrcan navodi sljedeće: „To što se političkim, policijskim i nogometnim moćnicima pa i dobro etabliranim građanima može pričiniti da je sadašnje navijačko nasilje bezrazložno i besmisleno, samo je znak da se njihovi vlastiti životni okviri duboko razlikuju od životnih okvira većine pripadnika navijačkih plemena i društvenog, kulturnog i generacijskog kruga iz kojega se oni regrutiraju i u kojem se kreću“ (Vrcan, 2003: 153). Na ovo također valja dodati i kako razni novinari, sportski djelatnici, političari i javne osobe često svojim nastupima potiču nasilje, a nerijetko i ometaju mogućnost razumnog uvida u razlog toga nasilja. Ukoliko šire promotrimo problem nasilja u sportu, shvatit ćemo da to nije samo problem sporta, već i bilo kakvog aspekta društvenog života, budući da se nasilje nerijetko koristi kao vrlo učinkovit način komunikacije između skupina ili pojedinaca (Lalić i Biti, 2008). Na tragu navedenih misli može se zaključiti kako se nasilje unutar navijačkih skupina može shvatiti kao simbolički čin – rijetko kada je cilj usmrtiti ili ozbiljnije ozlijediti suparnika, ali je uvijek cilj poniziti ga. Ipak, to simbolično nasilje, uz lošu ili neprikladnu reakciju policije, ali i zbog pogodne političke ili društvene situacije može mutirati u vrlo ozbiljno i opasno nasilje s teškim posljedicama (Lalić i Biti, 2008). Uz fizičko, odnosno ono vidljivije i najprisutnije nasilje, svakako treba spomenuti i ono latentno. U taj oblik nasilja ubraja se psihičko zlostavljanje, maltretiranje, prisilnu dominaciju, ponižavanje, hegemoniju i slično (Lalić i Biti, 2008).

### *3.5.2. Karnevalski navijači i huligani u kontekstu Torcide*

Unatoč tome što su istraživanja o huliganstvu u nogometu prisutna već neko vrijeme, pojam karnevala prvi uvodi Giulianotti (1991,1995 prema Perasović i Mustapić, 2017:4). Karnevalskim navijačima podrazumijevaju se oni koji vjerno idu na gostujuće utakmice i podržavaju svoj klub, ali na nenasilan i nekonfrontirajući način. Navedena definicija neupitno je dovela do razdvajanja navijača u dvije kategorije bazirane na njihovom sudjelovanju u nasilnim obrascima ponašanja, a to su karnevalski navijači i huligani. Dok se huligani povezuju sa različitim oblicima i intenzitetima nasilja, karnevalski navijači predstavljaju hedonizam, uživanje u sportu i slavljeništvo uz konzumaciju alkohola, a ono najbitnije je da sve to čine bez ikakve



mržnje suparnika (Perasović i Mustapić, 2017). Perasović i Mustapić (2017) pak tvrde kako domaći, hrvatski navijači ne koriste izraz karnevalskih navijača, ali navijače dijele na dvije kategorije: ultrasi (pravi) i derbi navijači (oni koji idu na utakmice da bi se pokazali, biraju samo važne i popularne utakmice, ne znaju sve pjesme, često se nepotrebno kite mnoštvom rekvizita).

Unutar same Torcide moguće je vidjeti više grupa, odnosno slojeva koji su zaduženi za određenu stvar (primjerice koreografiju, navijačke rekvizite, pirotehniku), pa tako postoji i segment koji se bavi rješavanjem sukoba sa protivničkim skupinama i zove se „ulica“. Ono što je zanimljivo, jest činjenica da navijači iz grupe „ulica“ često sjede do i putuju sa ostalim navijačima koji zapravo nemaju ništa s njima, a tako ni s nasiljem. Uvijek će postojati navijači koji se neće lišiti nasilja, ali i oni koji će se samo naći na pogrešnom mjestu i neće htjeti sudjelovati u takvom ponašanju. Ipak, želja za nasiljem pojedinih članova nije nikada razdvojila Torcidu, po čemu se vidi koliko je ona jedinstvena cjelina. I dalje će se svi (i oni koji su se tukli i oni koji nisu) okupiti na drugim utakmicama, zajedno navijati i družiti se, bez podjele na karnevalske i huliganske frakcije. Jedan od mogućih razloga tog zajedništva unatoč svemu je potencijalno i strah da bi kakvo odvajanje moglo pridonijeti slabljenju ili raspadu navijačke skupine. Drugi je to što navijači nasilje smatraju dodanom vrijednošću, adrenalinskim udarom i sredstvom kojim će se intenzivirati pripadnost skupini. Isto tako, većina navijača ne ide na utakmice s predumišljajem niti planiraju nasilje, ali ukoliko se nađu u toj situaciji, branit će se iz solidarnosti prema svojoj grupi, a često i u vidu samoobrane prvi udariti protivnika, što potvrđuje teoriju da u Torcidi nema čiste podjele na huligane i karnevalske navijače (Perasović i Mustapić, 2017).

### *3.6. Navijačka skupina Torcida*

Prema službenim mrežnim stranicama navijačke skupine Torcida, Klub navijača Hajduka Torcida Split je “nevladina, nestranačka i neprofitna udruga građana, osnovana s ciljem očuvanja identiteta, promicanja ugleda i sveukupnog razvitka HNK ”Hajduk” Split, promicanja temeljnih vrijednosti nogometa kao sporta i njegovog socijalnog, kulturnog i edukativnog značaja u razvoju civilnog društva te promicanja i unapređivanja nogometne i navijačke kulture u Republici Hrvatskoj”.

### *3.6.1. Povijest Torcide*

Hajdukovi navijači vode organizirano navijanje još od samog nastanka kluba davne 1911. godine. Neposredno prije derbi utakmice Hajduk-Crvena Zvezda, 28. listopada.1950. osnovana je čuvena Hajdukova navijačka skupina Torcida čije ime ostaje nepromijenjeno do danas. Osnivanje 1950. godine inicirali su pretežno dalmatinski studenti u Zagrebu: Vjenceslav Žuvela, Ante Ivanišević, Ante Dorić i drugi, a sve po uzoru na odličnu atmosferu na brazilskim stadionima tijekom tadašnjeg svjetskog prvenstva. Prema službenim stranicama Torcide, glavni cilj osnivanja navijačke skupine i stvaranja do tad na našem teritoriju neviđenog navijačkog spektakla je bilo pomoći Hajduku i njegovim igračima da dođu do željene pobjede. Upravo to se i dogodilo pa je Hajduk 29.listopada slavio pobjedom 2:1 nakon pobjedonosnog pogotka jednog od svojih legendarnih igrača – Bože Brokete u 86. minuti. Te sezone, nogometna momčad Hajduka osvaja prvenstvo tadašnje države bez ito jedne izgubljene utakmice. Tek nekoliko dana nakon osnivanja Torcide, njeno djelovanje je tadašnja partijska i državna struktura naprasno zabranila. Prema navodima na službenim stranicama navijačkog kluba Torcida, čak je i samo ime „Torcida“ bilo zabranjeno, neki od njenih pripadnika su pritvoreni i/ili se protiv njih pokrenuo krivični postupak. No, ni oštra zabrana, a ni prijetnje privođenjem nisu pokolebale navijače, koji su unatoč tome nastavili aktivno pružati iznimnu podršku svom klubu i njegovim igračima.

U periodu šezdesetih i sedamdesetih navijači Hajduka još uvijek nemaju svoje službeno ime, ali to ih ne sprječava da aktivno prate utakmice, bile one domaćem ili gostujućem terenu. Ovo razdoblje je poznato i po velikim neredima i incidentima, a i po učestaloj upotrebi pirotehnikе među navijačima. Najveća učestalost incidenata je sa srpskim klubovima, dok se prvi veći nasilnički ispad odigrao u listopadu 1961., kada su navijači Hajduka, nezadovoljni suđenjem, pretukli tadašnjeg suca Aleksandra Škorića i pokrenuli tučnjavu na tribinama. Drugi značajniji ispad se odvio 1966. kada su navijači, uslijed Hajdukovog gubitka utakmice započeli masovnu tučnjavu, što je rezultiralo demoliranjem doma, tribina i golova. Sankcioniranje Hajduka u oba je slučaja bilo uvjetovanje igranja određenog broja utakmica na gostujućim terenima. U sedamdesetima se neredi nastavljaju, ali donekle se i mijenja način navijanja. Početkom ovog razdoblja okuplja se manja grupa najvećih navijača i započinju trend okupljanja na sredini istočne tribine na tadašnjem Hajdukovom terenu, Starom placu. Usvajaju razne južnjačke načine navijanja pa počinju nositi veliki broj Hajdukovih zastava i transparentata s kojima uoči, ali i nakon važnih derbija, ponosno marširaju gradom. Osim južnjačkim, navijači su

inspirirani i sjevernjačkim načinom navijanja pa i od tamo uzimaju nekoliko karakteristika: nošenje šalova s obilježjima kluba i pojačano nasilničko ponašanje, najviše upućeno navijačima suparničkih timova. Nasilno ponašanje Hajdukovih navijača se toliko pojačalo u ovom periodu, da su se pripadnici drugih navijačkih skupina nerijetko ustručavali doći na Stari plac, dok su Hajdukovi navijači svoj klub nastavili vjerno pratiti po cijeloj tadašnjoj državi. Prema službenim stranicama navijačkog kluba Torcida, tijekom sedamdesetih se ujedno i rasplamsava nacionalni osjećaj u Hajdukovim navijačima pa koriste zastave koje imaju Hajdukov izvorni grb koji sadrži hrvatski grb unutar plavoga kruga.

Tek 1981. se ponovno dozvoljava korištenje imena Torcida, što je popraćeno još jednom novinom nove generacije navijača, odnosno okupljanjem na sjevernoj tribini, tada novog Hajdukovog stadiona, Poljuda. Prvi transparent Torcide nastaje iste godine, uoči utakmice Hajduk – Stuttgart, a glasi: „Torcida, vaša vira – vaš spas“, a počinju se praviti i grafiti koji veličaju Hajduk i Torcidu. U ovom razdoblju se mahom pripadništvo Torcidi povezuje i sa željom za nacionalnom slobodom i mijenjanjem društvenog poretka. Očit je spoj talijansko-engleskog navijačkog stila, vidljive su karakteristike ultra-grupe, neredi i upotreba pirotehnike su svakodnevica, a Torcida je po mnogo toga avangarda na području bivše Jugoslavije. Krajem osamdesetih vidljivo je da navijačke skupine, a posebno Torcida, predvođe nacionalistički pokret i takozvani hrvatski bunt pa ne čudi što su mnogi njeni članovi otišli u novonastalu hrvatsku vojsku nakon izbijanja rata. Prema službenim stranicama navijačke skupine Torcida, u ratnom vremenu, Torcidu većinom nose mlađe generacije (starije su mahom bile na ratištu) i imaju impresivne brojke na gostovanjima unatoč ratnim uvjetima. Torcida u ovom periodu mijenja svoj imidž iz ultra-grupe u, moglo bi se reći, pravi narodni pokret i formira prijateljski odnos s portugalskom navijačkom skupinom „No Name Boys“.

Sukladno navodima na službenim stranicama navijačke skupine Torcida, krajem devedesetih se formira jedna nova, mlađa ekipa koja se vraća *starim* pravilima iz 1981., a Hajduk podržava prisustvima na utakmicama i šakama. Nastavne godine su pune incidenata, ali su i prekretnica za Torcidu. Masovni upadi na teren i tučnjave s policijom postaju uobičajena stvar. Nakon Tuđmanove smrti Hajduk osvaja prvenstvo, a na posljednju utakmicu s Varaždinom odlazi oko 8000 navijača, dok je u Splitu igrače dočekalo oko 100 000 ljudi. Nova

generacija navijača preuzima i upravljanje Klubom Navijača 2004. godine, čime se i službeno raskida sa starom generacijom navijača, a Torcida taj period pamti kao onaj u kojem napokon vraća pravi navijački mentalitet.

U današnje doba, Torcida igra važnu ulogu u humanitarnim akcijama, pomaganju drugima te su njezini članovi često prvi na frontu kada zatreba donacija, pomoć pri gašenju požara, otklanjanje posljedica elementarnih nepogoda i tako dalje.

### *3.6.2. Dob, spol i obrazovanje članova pripadnika Torcide*

Pripadnici Torcide su uglavnom osobe mlađe životne dobi, odnosno imaju približno od 16 do 30 godina, ali članovi zapravo ne poznaju dobnu granicu pa tako ima i puno mlađih, a svakako i starijih. Ni u obrazovanju i društvenom statusu nema prevelikih granica, ali Perasović i Mustapić (2013) primjećuju kako sama jezgra Torcide pripada radničkoj klasi i njihovoj djeci, od kojih je najviše studenata, učenika, nezaposlenih i sezonski zaposlenih osoba. Autori također ističu kako to nipošto ne znači da Torcida nema i veliki broj visokoobrazovanih članova. Obrazovanje i društveni status nikako nisu determinirajući faktori članova, ali autori navode kako su neka obilježja većini članova zajednička, a to su vrijednosti koje su naslijedili od roditelja: naporan rad, prijateljstvo, grupna solidarnost, ali i muževnost. Upravo ova posljednja vrijednost je vodeći razlog zbog kojeg Torcida ima puno više muških članova. Valja ipak naglasiti kako navijačka skupina Torcida u svojim redovima potiče rodnu jednakost te su na tribini i više nego poželjni svi oni koji podržavaju Hajduk, bez obzira na spol. Svakako, potrebne su recentnije sociodemografske studije kako bi se utvrdila brojnost i angažman žena unutar navijačke skupine Torcida.

### *3.6.3. Identitet navijačke skupine Torcida*

Jezgra identiteta svih članova Torcide sačinjena je od tri markera prema Perasoviću i Mustapiću (2013), a to su Split, Dalmacija i Hrvatska. Smatraju se ključnim za razumijevanje identiteta Hajdukovih navijača, ali svakako nisu jedini. Također valja napraviti distinkciju između sportskih entuzijasta, običnih navijača, onih koji prate nogomet samo jer je takav trend i onih koji to zapravo žive – podržavaju Hajduk, idu na utakmice, skandiraju. Za njih je Torcida dio njihovog identiteta, a i sama Torcida svojim sloganom „Ili jesi ili nisi“ potiče članove da ne budu površni u svojoj predanosti navijačkoj skupini i klubu. Torcida također pazi i na svoj

vizualni identitet, tako da potiče članove na nošenje obilježja navijačke skupine, ali nerijetko i da nose specifične rekvizite i brendove odjeće (npr. *Lonsdale i Fred Perry, Adidas* (stari logo) i *Thor Steinar*; itd.). Kod ove teme se ne slažu svi članovi te nije čudno da će jedan član drugome reći da je lažnjak ili *brendirani* huligan. Ipak, jezgra Torcide je prihvatila neki *casual* imidž po uzoru na ostatak ultras svijeta, a odjeće s obilježjima Torcide i Hajduka ne nedostaje. Osim vizualnog identiteta koji članovi često dijele (na utakmicama nekada zahtijevaju da se nosi određena boja – npr. bijela), postoji i uzorak teritorijalne identifikacije baziranog na gradskim četvrtima, odnosno mjestu rođenja/odrastanja. U intervjuima koje su proveli autori (Perasović i Mustapić, 2013), većina je članova opisala Torcidu kao skupinu koja je izrazito posvećena pohađanju utakmica (bilo domaćih ili gostujućih) i izvrsnoj atmosferi koju stvara na tribinama. Neki od opisa uključivali su i mediteransku strast, određenu ludost, odnosno ludilo i neizostavnu vjernost koju mnogi navode kao glavnu osobinu. Na tom tragu, bitnu ulogu za identitet Torcidaša igra i prije spomenuto, a desetljećima staro prijateljstvo s No Name Boysima - pristašama S.L. Benfica nogometnog kluba, a i sama činjenica da su članovi jedne od najstarijih navijačkih skupina (Perasović i Mustapić, 2013).

Unatoč tome što s njom dolazi i velika doza spontanosti, Torcida je nevladina organizacija koja ima formalni organizacijski okvir koji nije samo ograničen na Split, već i druge, kako dalmatinske, tako i one udaljenije gradove. Formalna hijerarhija Torcide se ogleda u strukturi KN Torcide Split, ali postoje i mnogi važni pojedinci izvan službene strukture, a pripadaju različitim generacijama navijača. Torcida tako ima mnoge podružnice i prijateljska društva, čijih je članova ponekad toliko mnogo da ih na gostujućim utakmicama ima podjednak broj kao i članova Torcide (Perasović i Mustapić, 2013).

Kada je riječ o strukturi navijača, Lalić (2011) je u svom istraživanju podijelio tadašnje navijače u četiri kategorije bazirane na obrascima njihovog ponašanja i motivacije. prva strukturna skupina jest *navijač-navijač*. Ova skupina usredotočena je na užu smisao navijanja. Često pomaže u izradi navijačkih rekvizita (zastave, natpisi itd.), a glavni cilj navijanja je podržati voljeni klub kojeg često gleda kao simbol svoga grada i regije. Ova skupina istinskih navijača pazi kako interesi navijačke skupine i kluba nikada ne bi bili sukobljeni. Uvijek postoji određeni broj navijača koji to zapravo istinski nisu, već sudjeluju u svim procesima i radnjama samo zato što je to trenutno popularno. Lalić (2011) ih naziva *navijačima iz trenda* te tvrdi da će oni rjeđe oklijevati sudjelovati u nasilju, ali većinom neće biti inicijatori, a nerijetko koriste

alkohol i druge opijate. *Navijač-nasilnik*, kao što i sam naziv skupine kaže, vrsta je navijača koji gotovo nikad nije lišen sudjelovanja u agresivnim obrascima ponašanja, a pod izlikom navijanja zapravo afirmira svoju nasilnost i na taj način se nada zadobiti (straho)poštovanje unutar grupe. Lalić također ističe kako je u svom istraživanju primijetio kako većina ovakvih navijača potiče iz obitelji niskog socijalnog statusa. Zadnja vrsta navijača prema Laliću (2011) jesu *navijač-politički aktivist*, oni koji koriste svoju poziciju unutar navijačke skupine kako bi širili svoja politička uvjerenja i ukazali na probleme u društvu. Ovakve navijače često se može zateći u neredima, a najčešće su glavni inicijatori napjeva koji sadrže nacionalne konotacije.

Perasović i Bartoluci (2007) u svom radu ističu kako je Lalićevo istraživanje pisano u dosta politički turbulentnom dobu za Hrvate pa njegovu podjelu treba i uzeti s rezervom u današnje, modernije doba. Na primjer, nogomet je danas popularniji nego ikada i obrazac nasilništva, iako i dalje prisutan, svakako nije dominantan. Čini se da će politika zauvijek biti vezana uz sport, ali ni taj tip navijača više nije tako vidljiv. Pitanje je koliko je *pravih* navijača, a koliko onih koji su to naizgled, samo radi trenda, ali Torcida se trudi odmaknuti klub Hajduk od politike i svega što nije proizašlo iz čistih namjera.

#### 3.6.4. Udruga Naš Hajduk

Hajduk 2008. godine mijenja svoju strukturu iz udruge u sportsko dioničko društvo i samim time dobija novu priliku kako bi stabilizirao svoje poslovanje, ali pada u još veći ponor i nalazi se pred gašenjem. Članovi Torcide 2011. godine organiziraju udругu Naš Hajduk i time spašavaju svoj klub. Voditelji udruge tada su se uspješno izborili za pravo izbora čak 7 članova Nadzornog odbora Hajduka, čime omogućuju da od tada nadalje, Hajduk funkcionira prema socios modelu što ispunjava kratkoročni cilj ovog projekta. Dugoročni cilj je prikupljanje dionica kako bi sami navijači postali vlasnici kluba. Udruga takav model financiranja, koji podrazumijeva potpunu uključenost članova i neovisnost od političke scene smatra jedinim održivim modelom poslovanja. Prema podacima dostupnima na službenoj stranici udruge Naš Hajduk, poslovanje kluba se konsolidiralo, financije kluba dugo nisu bile u boljem stanju nego što su sada, a broj članova raste iz dana u dan impresivnom brzinom. Financijski model ove neprofitne organizacije bazira se na članstvu (jednogodišnje), ali i na različitim mogućnostima donacija, partnerstva, crowdfundinga, loyalty programa i sličnim pothvatima. Sukladno informacijama dostupnim na web stranicama udruge Naš Hajduk, udruga ovisi o svojim

volonterima, kojih, sudeći po objavama na službenoj stranici, nikako ne nedostaje. Aktivni članovi i svi ostali volonteri su podijeljeni u grupe, a u njih su podijeljeni ovisno o obrazovanju, struci, afinitetima i predispozicijama, dok najvažnije odluke donosi uže vodstvo udruge demokratskim putem.

### 3.6.5. Navijači kao (uspješni) komunikatori

Još jedna bitna karakteristika navijačkih skupina je njihova komunikacija, a u sklopu nje može se istraživati već spomenuta motiviranost, hijerarhija unutar skupine, ključne poruke koje se žele iskomunicirati, a dobra podloga za analizu su i navijački napjevi (Rogina, 2018). Jedan od često suptilnih i previdjenih, ali definitivno jakih komunikacijskih alata je *kodeks*. Kodeksom se smatraju nepisana, to jest neslužbena pravila ponašanja unutar skupine, ali i prema drugim skupinama kojeg se navijači pridržavaju kako bi ispoštovali i ostvarili zajednički cilj grupe. Rogina (2018) ističe kako je razina poslušnosti i uvažavanja pravila u navijačkim skupinama zaista zadivljujuća. Neka od ključnih pravila su svakako vjernost grupi, neiznošenje internih problema van grupe, poštivanje načela *svi za jednog – jedan za sve*, a posebice solidarnost. U trenutku navijanja trebale bi nestati sve individualne razlike, stupanj obrazovanja, političke preferencije i druge životne okolnosti te se treba fokusirati samo na očuvanje imidža grupe. Ipak, ni na timinama nema baš potpune demokracije budući da noviji i mlađi članovi i dalje moraju slušati one iskusnije navijače koji su se kroz prošlost dokazali i zavrijedili poštovanje pa ne čudi što postoji i vođa navijanja čija je uloga često od ključne važnosti. Upravo se njegova verbalna i neverbalna komunikacija treba prelići na cijelu grupu i garantirati uspješnost navijanja (Rogina, 2018). Korteo je jedan od značajnih alata kojima se postiže zajednički duh navijačke skupine i jača njena povezanost. Predstavlja organiziranu povorku navijača glavnim ulicama grada koje vode sve do stadiona njihovog kluba. Ono što ga karakterizira je iznimno glasno navijanje, razne dogovorene koreografije i upotreba pirotehničkih sredstava. Osim što se navijači koriste korteom kako bi izrazili svoju podršku klubu, a i jačanje zajedništva, često ka koriste i kako bi javno iznijeli svoje stavove vezane za politiku kluba (Rogina, 2018).

Poruke, transparenti i druga vizualna sredstva mogu imati različite namjene, a Rogina (2018) ističe neke najvažnije. Prva i najočitija je iskazivanje pripadnosti, ljubavi i podrške svom klubu ili gradu iz kojega je sami klub. Druga upotreba takvih komunikacijskih alata je uzdizanje i hvalisanje svoje navijačke skupine, a i (skoro uvijek) vrijeđanje suparničke. Isto tako nerijetko

se mogu vidjeti i kritike prema vodstvu kluba ili ukazivanje na probleme u istome. One pozitivnije i svakako ljepše su poruke posvećene preminulim članovima, bitnim datumima u prošlosti kluba, grada ili države. Ono što poruku, bila ona pozitivna ili negativna, čini uspješnom su jednostavnost, šaljivost, sarkazam i/ili dosjetljivost, a kako bi navijači postigli upravo to, često koriste usporedbe i rime, ali i stihove poznatih pjesama, pogotovo ako su iz istog podneblja kao i klub.

Napjevi koji se pjevaju na tribinama prije, tijekom, a nerijetko i neposredno nakon utakmica od iznimne su važnosti i dio su navijačkog folklor. Svaka navijačka skupina ima određenu „bazu“ pjesama koju koristi na svakoj utakmici i koja postaje dijelom identiteta te skupine, ali uz njih koriste i nove pjesme koje mogu ovisiti o prigodi i poruci koju žele poslati, ali i tome komu ju žele poslati. Posljednjih godina se, više nego prije, u pjesme ubacuju određeni motivi, a to su: *borba, bitka, sami protiv svih, do posljednjeg čovjeka, ili jesi ili nisi* (Rogina, 2018). Autor (2018) također ističe kako takvi motivi uopće ne čude kada se uzme u obzir da navijači sebe nerijetko percipiraju kao jedne od zadnjih boraca za sport bez politike i igara trenutnih moćnika. Postoje dvije verzije navijanja, a to su talijanski (*sotto voce* pjevanje na mahove, brojne zastave i transparenti i mnoštvo koreografija) i engleski (fanatično i glasno navijanje cijelo trajanje utakmice). Ono što je najbitnije je da sve što rade, rade složno, ujednačeno i srčano, kako bi u svakom trenutku pokazali snagu skupine i izazvali poštovanje i divljenje (Rogina, 2018).

#### 4. Pregled dosadašnjih znanstvenih spoznaja i istraživanja

Na temelju analizirane literature, navijačka subkultura proučava se multidimenzionalno, a obuhvaća pretežito obrasce percipiranja navijača kroz njihove rituale u odnosu na društveno prihvatljiva ponašanja, kao i mehanizme otpora kojeg navijači pružaju u svrhu izgradnje što čvršćeg i ekspresivnijeg kolektivnog identiteta. Sociološka istraživanja nogometnih navijača na području Hrvatske u sponu su bila 80-ih godina, nakon čega je uslijedilo mirovanje. Za to vrijeme, svijet sporta, pa tako i navijački svijet, prolazi kroz značajne promjene koje su uvelike potpomogle budućim istraživačkim prilikama. Perasović (2015: 170) navodi kako su političko-ekonomske prilike, umreženost društva, komercijalizacija te rađanje *korporacijskog* nogometa upravo faktori koji su doprinijeli kvalitetnijem pristupu ka proučavanju navijačke subkulture, kao i samoj evoluciji nogometnog navijanja.



Benjamin Perasović i Marko Mustapić su u sklopu projekta MYPLACE (*Memory, Youth, Political Legacy and Civic Engagement*) 2012. proveli etnografsko istraživanje na uzorku od 21 ispitanika, pripadnika navijačke skupine Torcida, rodnom iz Splita. Korištena je metoda polustrukturiranih dubinskih intervjua. Autori su tijekom istraživanja zapazili različite oblike sudjelovanja članova u određenim ritualima navijanja, od vođenja samog navijanja, do pripreme pirotehnike, koreografije – uloge su to koje pojedini navijači obnašaju i tako doprinose kolektivu i jačanju simboličkih temelja pojedine skupine. Izuzev tehničkih uloga, Perasović (2015) navodi kako s ulogom navijača dolazi i ispreplitanje postignutih i prepisanih identiteta, borba spontanosti i organizacije, uz jasno isticanje pripadnosti široj kulturnoj strukturi. Autor (2015) također navodi i *Ultras* pripadnike, najvjernije pripadnike navijačkih skupina koji su cijeli svoj život posvetili štovanju i potpori kluba i skupine s kojom se identificiraju. Perasovićevo istraživanje je iznjedrilo zanimljive nalaze koje je moguće interpretirati kroz prizmu teorije razmjene; Sugovornici su prijavili izostanak pravih emocija u navijačkim krugovima, kao i sve transparentniju prisutnost korporacijskog nogometa koji navijačima ne donosi nikakvo zadovoljstvo. Iako je recipročnost ovdje izostala, sugovornici ne dovode u pitanje vjernost klubu.

Nadalje, Mathidza i Jere u svom istraživanju iz 2014. donose presjek motivacijskih faktora koji utječu na posjećenost nogometnih natjecanja Južnoafričke Premier lige nakon FIFA Svjetskog prvenstva 2010. Teorijska podloga bila je upravo teorija socijalne razmjene a istraživanje kvantitativne prirode, u obliku upitnika, obuhvatilo je 70 ispitanika, državljana Južnoafričke Republike. Nalazi su sljedeći; najveći broj ispitanika tvrdi da ih za posjećivanje utakmica motivira ljubav prema nogometu, kao i prilika za socijalizaciju s prijateljima i drugim navijačima, opuštanje i upražnjavanje slobodnog vremena. Autori istraživanja (2014) navode kako se nalazima istraživanja afirmira postavka da ljubitelji nogometa u svoje štovane klubove u prvom redu investiraju vlastitim emocijama, bez obzira na poraze ili pobjede kluba.

Slična studija provedena je 2004., od strane Larryja Neale i Daniela C. Funk koji su istraživanjem obuhvatili 820 navijača Australijske Nogometne Lige, s ciljem utvrđivanja motivacijskih faktora koji utječu na individualnu lojalnost navijača u pohađanju utakmica kluba kojeg podržavaju. Pri ulasku na stadion ispitanicima je dodijeljen upitnik, a u svrhu randomizacije uzorka, tek svakom četvrtom ispitaniku je uručen upitnik. Nalazi idu u prilog inicijalnoj hipotezi da navijače na posjećivanje nogometnih utakmica najviše motivira identifikacija s timom, a nasuprot tome, identifikacija, odnosno, zanimanje za igrače je u

negativnoj korelaciji s lojalnošću posjećivanja (Neale, Funk, 2006). Drugi najznačajniji faktor motivacije jest socijalizacija s drugim navijačima, kako prije, tako i nakon utakmica.

Darabi i Aghaei Shahri (2020) su u svom istraživanju iz 2020., na uzorku od 400 navijača koji podržavaju klubove Iranske Premier Lige utvrdili pozitivnu vezu između navijačke motivacije i agresije na nogometnim susretima. Usprkos nalazima kojima je potvrđena visoka razina motivacije za navijanje kod ispitanika, kontekstualni faktori poput utjecaja medija, konflikta unutar i van tima te generalno nepovoljne sociokulturne prilike, faktori su koji su ujedno i prekursori agresivnog ponašanja ispitanika tijekom i nakon nogometnih susreta (Darabi i Aghaei Shahri, 2020).

## **5. Istraživačka pitanja**

Ovim radom se želi odgovoriti na sljedeća istraživačka pitanja:

1. Koja su neposredna iskustva stigmatizacije pripadnika navijačke skupine Torcida?
2. Kako stigmatiziranost utječe na kolektivno djelovanje navijačke skupine Torcida?
3. Koji elementi pripadnosti navijačkoj skupini Torcida utječu na individualnu motiviranost za navijanje?
4. Kako pripadnici navijačke skupine Torcida percipiraju recipročnost navijačke uloge i koja značenja pridaju resursima i nagradama?

## **6. Metode i uzorak**

Istraživanju na kojem se temeljio diplomski rad pristupilo se kvalitativnom metodologijom, korištenjem polustrukturiranih intervjuva, kako bi se prikupile što subjektivnije i relevantnije informacije od sugovornika o iskustvima pripadnosti navijačkoj skupini Torcida. S obzirom na potencijalnu zatvorenost specifične grupe i nepripadnost istraživača istoj, inicijalno zamišljeno etnografsko istraživanje u vidu promatranja sa sudjelovanjem nije bilo ostvarivo te su se intervjui otvorenog tipa nametnuli kao najprihvatljiviji.

Uzorak je bio namjerni te obuhvaća ukupno šest sugovornika, od kojih je svih šest muškog spola, u dobi od 28 do 41 godinu, s područja gradova Sinja, Splita i Zagreba, a koji su aktivni pripadnici navijačke skupine Torcida. Tri od ukupno šest sugovornika pripadnici su navijačke skupine Torcida više od dvanaest godina, dok je prosjek pripadnosti preostalih sugovornika

sedam godina. Uzorak je prikupljen korištenjem *snowball* metode uzorkovanja, uz pomoć kruga poznanika u poslovnom i privatnom okruženju. Nestandardizirani protokol unaprijed je kreiran te je bio podijeljen u ukupno četiri segmenta; *Pripadnost i samoidentifikacija, rituali i prakse, subjektivni faktori motiviranosti za navijanje te percepcije i iskustva stigmatizacije*. Svim sugovornicima su unaprijed i detaljno predstavljene predmet i svrha istraživanja, nakon čega je bilo potrebno potpisati suglasnost o istraživanju. Intervjui su provedeni tijekom srpnja i kolovoza 2023. godine, od čega su četiri intervjua snimana mobilnim uređajem, dok su preostala dva intervjua evidentirana ručno, u pisanom obliku. Intervjui su održani u trajanju od najmanje 29 do najviše 58 minuta. Identitet sugovornika je u potpunosti anoniman i poznat isključivo istraživačici, a zvučni materijali osigurani od potencijalnog doticaja s javnošću. Intervjui su potom transkribirani i kodirani. Obzirom na etičnost i moralnu svijest istraživačice prema istraživačkom predmetu, a i na zahtjev sugovornika, pojedine informacije o delikatnijim, intragrupnim događajima i iskustvima sugovornika neće biti predstavljene u diplomskom radu.

Kao glavna limitacija povodom inicijalnog uzorkovanja nametnula se teškoća pronalaska sugovornika koji su bili spremni sudjelovati u istraživanju uslijed nepovjerenja te sumnje u etičnost i nakane istraživačice. Dvoje uzorkom predviđenih sugovornika koji su prvotno potvrdili sudjelovanje, naknadno su ipak odbili sudjelovati iz njima poznatih razloga. Također, dvoje sugovornika koji su prihvatili sudjelovati odbili su snimanje mobilnim uređajem, što je znatno osiromašilo istraživački produkt. Štoviše, tijekom provođenja nekoliko intervjua, sugovornici su oklijevali nastaviti razgovor, odnosno, promišljali su se oko toga što reći te zahtijevali da se pojedini dijelovi iskaza ne predstavljaju u radu. Još jedno od ograničenja istraživanja je izostanak rodne heterogenosti uzorka s obzirom da je uzorak neintencionalno, ali ipak u potpunosti sačinjen od sugovornika muškog spola.

## **7. Rezultati istraživanja i razrada**

### *7.1. Stigma ili snaga? - marginaliziranost navijača pripadnika Torcide*

Usprkos činjenici da navijači nisu izrazito homogena skupina te da unutargrupno postoje raznoliki slojevi pripadnosti, jedinstveni cilj im je "da se snagom svoje kolektivne volje suprotstave dominantnoj kulturi starijih i moćnijih, koja ih frustrira i marginalizira, simbolički mijenjajući tu kulturu u dane odigravanja utakmica." (Lalić, 2011: 23). Stigma kojom su

popraćeni navijači nije isključivo atribut koji im je dodijeljen pukim okolnostima, nego produkt društvenih odnosa koji ih okružuju. Istraživanje u sklopu ovog rada je glede stigmatizacije pripadnika Torcide iznjedrilo zanimljive nalaze - pojedini sudionici prijavili su kako nikad nisu bili izloženi stigmatizaciji niti socijalno osuđivani zbog pripadnosti skupini, čak štoviše, u ljudima *izvana* probudili su interes i znatiželju.

*Ma nisan stigmatiziran nikako, nekih puno prijatelja je, al' opet ti ovisi o samome tebi, o samoj firmi, okolini, i to. Mene su više propitkivali o tome kako je to, interesirali se. (S\_2)*

*Nisan nikad doživio da me je neko krivo pogleda jer san navijač, možda dok san iša u srednju, profe i to, malo san picava, (smijeh), ali sada u odraslim godinama, ljudi me često ispituju o tome, pa kako, pa di, pa šta će bit, kako vi to, zanimljivo im je čut našu priču i onda svate da mi nismo samo navijači, oni s televizije i iz Slobodne, jel (...) čak se masu ljudi nekako i zaljubilo u to kad bi čuli naše priče, pa aj dođi koji put družit se i tako bi se nekako infiltrirali. (S\_6)*

Jedan od sugovornika na upit o vlastitim iskustvima stigmatiziranosti daje objašnjenje kako u poslovnom okruženju dosad nije nailazio na isključenost od strane kolektiva, a pripisuje to isključivo mirnom nastupu s kojim ulazi u navijanje. Također, sugovornik S\_1 osvrnuo se na iskustva van posla gdje je ipak bio stigmatiziran i etiketiran kao huligan:

*Osobno nisan nikad ima problema, s obzirom na navijanje, s obzirom na tetovaže. Tu svakako meni ide u prilog šta sam mirniji, šta nisam u nekom agresivnijem dijelu navijača. Poznajen ljude koji su imali problema, čak i da nisu napravili nikakav eksces, nikakvu scenu, su bili pod povećalom samo zato jer su navijači Hajduka i članovi Torcide. (...) Doživio san puno puta van posla da te se gleda drugačije zato jer se vidi da si navijač jer te se odma smatra huliganom i ne znam kakvim. (S\_1)*

Iz prethodnog iskaza može se iščitati i svijest sugovornika o fizičkim obilježjima poput tetovaža, koji bi potencijalno mogli utjecati na sliku drugih o njima samima. Na drugu stranu, tetovaže s obilježjima Hajduka i Torcide označavaju specifičan ikonografski obrazac iskazivanja vjernosti i pripadnosti Hajduku.

Mirni pristup kao antagonist stigmatizacije je prisutan i kod sugovornika S\_5, koji tvrdi kako je način pristupanja ljudima *izvana* krucijalan za uzajamno razumijevanje, kao i za razumijevanje cjelokupnog pokreta.

*U životu treba bit normalan i jednostavno to onda pomaže i drugim ljudima da možda to lakše shvate i prihvate ili barem ne osuđuju, znači, korak da postigneš to da neko ne osuđuje nešto šta ni ne razumi, to je već ionako pobjeda, a sad oće li oni razumit zašto se neko potuka na nekoj ledini u srid Like, ni ne moraju razumit, zašto bi razumili. (S\_5)*

Imajući na umu da su akteri društvenog djelovanja podložni intencionalnim modifikacijama ponašanja i djelovanja u datoj situaciji, Goffman tvrdi da potencijalno stigmatizirani akteri *kalkuliraju* svoje izvedbe isključivo kako bi utjecali na impresije drugih o njima samima (Goffman, 1959, prema Ritzer, 1997). Ovaj obrazac djelovanja autor naziva samopredstavljanje, odnosno, samoprezentacija. Svakako, kalkulacije se odvijaju i na nesvjesnoj razini, u trenucima kada su pojedinci već podmaklo usvojili obrasce ponašanja kojima bi mogli potencijalno manipulirati dojmovima drugih o sebi. Prema Goffmanu, rukovođenje impresijama nužno je kako bi se spriječili “nenamjeravani pokreti, neoportuni prekidi i pogrešni koraci” (Goffman, 1959, prema Ritzer, 1997: 199). O tome koliko uspješno sugovornici manipuliraju impresijama govori iskaz sugovornika S\_6:

*Znaš kako ti je, svak od nas ima taj neki plašt koji služi da, amo reć, zamaskiramo taj naš cili identitet, čak ne zamaskiramo nego zaštitimo od tih šporkih jezika. Mislin, da se razumimo, nije da mi tu išta tribamo maskirat, ja san ponosan na to šta san i nikad neću zbog nekoga drugoga umanjit svoju reakciju na primjer, al' isto nekad nesvjesno potisneš te neke stvari, kako ću reć, prišutiš masu puta šta bi reka da ne ispadneš kreten, neki naši stavovi većinu vrimena nisu dobrodošli u javnosti pa te tako nekako okolnosti prisile da digod radije mučiš ili ako ćeš već reć da kažeš neku, neku amo reć anuliranu verziju priče. (...) A ne moraju oni ni znat ništa naše, kad imaš taj sklop u glavi lakše ti je sve. (S\_6)*

“Maskiranje” identiteta koje navodi sugovornik S\_6 upravo je ekvivalent Goffmanovom konceptu *kalkulacija* i upravljanja impresijama, dok *plašt* koji sugovornik ima možemo

poistovjetiti s Goffmanovim konceptom izvedbi, odnosno prednjeg i stražnjeg plana. *Front*, odnosno prednji plan, je onaj dio performansa koji funkcionira regularno; ustaljen i generalan proces izvedbe kojom akteri definiraju situacije - 'ekspresivni' alat koji nužno uključuje određenu pozornicu (Goffman, 1959: 14). Plašt je u kontekstu sugovornika S\_6 alat kojim se koristi kako bi taj prednji plan učinio što reprezentativnijim u situacijama kada ocijeni da neće naići na odobravanje od šireg društva. Na drugu stranu, plašt je za sugovornika isključivo superficijalan alat iza kojeg se nalazi jedan izuzetno čvrst, stvaran i istinski identitet.

Klub navijača Hajduka "Torcida Split" i Udruga "Naš Hajduk" u zajedničkom autorskom djelu Naš Hajduk navode kako se upravo medijskim djelovanjem stvara slika o Hajduku te cjelokupnom pokretu. Tom slikom se lokalnoj ali i široj javnosti predstavlja jedna uigrana perspektiva kojom se pokušava dezintegrirati Hajduk i sve ono iskonsko što se stvaralo i još uvijek se aktivno stvara zajedno s Hajdukom.

Sukladno navedenom, sugovornik S\_1 se nadovezuje na stigmatizaciju pripadnika Torcide kroz medije te navodi kako upravo mediji imaju najveću ulogu u konstantnom isključivanju navijačkog kolektiva, konkretno, Torcide:

*Stvar je medija, trenutno kako se ovo dogodilo s Boysima u Grčkoj, navijači su pod velikim povećalom. A onda opet, ne gleda se isto na Boyse u Grčkoj k'o šta se gledalo na Torcidu kad ih je policija pucala na Desincu ili kad ih je policija pucala u srid Splita ili kad je policija pribila nedužnog navijača isto u srid Splita. Tad je bio veliki medijski linč, tad je bilo otvoreno, sazvana je Vlada, došli su u Split samo da bi riješili huligane ili šta već ne, dok na primjer za Boyse, ministri idu u Grčku (...), nebitno, to je sad druga tema, ali je stvar da se Torcidu uvik gledalo puno puno negativnije, šta je stvar i medija i Hrvatske općenito, gledaju nas kao južnjake divljake. (S\_1)*

*To je opet ona stvar, interes ili javno mnijenje, ili neka plaća. Novinarstvo je kod nas jedna lipa branša, da se razumimo, jako važna stvar i segment društva, svakodnevnica i proširenje vidika i svega toga, ali ka' i u svemu ima i zloupotrijebljenih stvari, je li, teledirigiranih iz raznih interesa, plaćeništva i svega. Gledan na njih da postoji jako dobrih novinara, objektivnih, svakakvih, ali takvi nažalost ne dolaze do izražaja, budu marginalizirani ili im se minjaju teme ili im se ne puštaju članci. Recimo, Slobodna*

*Dalmacija, ka' medijski partner Hajduka, to je najgora novina na svitu, gori su od svih ostalih, ono, zato šta očekuješ da je to jedna lokalna priča, medijski partner, sponzor si bia, lalala, ali oni samo rovale, truju, stalno neke upljuvke bacaju, baš zločesto, znači to su ono, moje mišljenje, a ja san siguran da je to namjerno rađena stvar jer nekome nešto ne paše, to je to. (S\_2)*

Medijska pažnja usmjerena ka navijaštvu može za posljedicu imati pozitivne, ali jednako tako i detrimentalne učinke po ciljane skupine. Nerijetko se mediji služe neprofesionalnim, površno generalizirajućim deskriptivnim obrascima kojima se nepoželjne akcije poduzete od strane jednog pojedinca pripisuju cijelom kolektivu. Medijski prikazi takve vrste, ukoliko su učestali, potencijalno prerastaju u široko prihvaćena društvena uvjerenja i prakse (Krolo, 2019). O navedenom svjedoči i sugovornik S\_6 koji medije naziva "škovacama" koje ne doprinose stvaranju pozitivne slike o Hajduku i pokretima nastalim iz njega, štoviše, rade na tome da se cjelokupnu zajednicu predstavi u jednom specifično negativnom, površnom i socijalno marginaliziranom svjetlu.

*Iskreno, to nisu mediji nego škovace, mediji zvuči pregospodski za tako jedan sramotan list ka šta je Slobodna. (...) aj reci kad si vidila zadnji put da je nešto dobro i korisno napisano o Hajduku, o Našem Hajduku, svemu šta radimo i šta smo dosad uradili.. ja to više ne gledan jer znan da se neće ništa prominit, zna se k'o ima monopol nad tim i da je sve dirigirano i unaprid se zna šta će se napisat, a šta neće. Ja ne čitan, ali čitaju drugi ljudi kad uđu ujutro pročitat novinu, i eto kako se stvaraju krive slike. (S\_6)*

Gotovo svi sugovornici su u kontekstu stigmatiziranosti naveli medije kao najveći izvor marginaliziranja navijaštva, ali sugovornici tu isključenost ne promatraju isključivo kao slabost. U manjoj mjeri se na stigmatu osvrću kao na nešto što su doživjeli na vlastitoj koži, a više u kontekstu toga kako ona utječe, odnosno, ne utječe na cjelokupnu navijačku skupinu Torcida. Dakle, sugovornici se u prvom redu identificiraju sa skupinom, a sporedno je u kojoj mjeri im smeta ukoliko individualno bivaju stigmatizirani. Na pitanje kako doživljava činjenicu da se navijače Hajduka i pripadnike Torcide uvriježeno etiketira kao huligane, jedan od sugovornika spremno odgovara:

*Kome se Torcida ima šta opravdavati, mislim da je dovoljno jaka subkultura i faktor u društvu, Dalmaciji i u životu, da ne treba se nikome pravdat. Ma znaš šta, meni ti nije šteta da su takvi prema nama, jer ja se nadam da je to samo naša snaga i da je dokaz da smo trn u oku svima i da se svi boje Torcide. (...) Ona se ne treba nositi s nikim, mislim da se svi trebaju nositi s Torcidom, ma Torcida je avangarda, ta rečenica je odavno izgovorena i stat će zauvik, jer je puno puno ispred svega. (S\_2)*

Link i Phelan (2001: 377), vođeni Goffmanovim postavkama, za stigmatu tvrde da ‘postoji kada se elementi označavanja, stereotipiziranja, razdvajanja, gubitka statusa i diskriminacije zajedno događaju u situaciji koja im to dopušta’. Sukladno iskazu sugovornika S\_3, nebrojeno puta se pronašao u situaciji gdje je prosuđivan na temelju pripadnosti skupini, a samom činu stigmatizacije je doprinio upravo situacijski kontekst, odnosno, prelazak državnih granica. Intenzitet isključivanja u ovom slučaju je povećao i subjekt koji usmjerava stigmatu ka sugovorniku, odnosno, netko s *one* strane zakona.

*Kako uđeš u taj sustav pa te sustav maltretira, tipa dobiješ neku prekršajnu kaznenu prijavu u tom svitu, ja kako san često prelazio granicu uvijek su me ti granični policajci znali jer san iša tuda na utakmice, ono, uvijek bi bilo ‘aj sa strane’, pregledavanja, maltretiranja, ovo, ono, bespotrebno, razumiš, tako da, ali opet treba bit realan, nisu navijači cvječke, ne ide svak radi Hajduka na utakmice, neko ide jer ima potrebu sakrit se iza grupe, neko ide zato šta se fura na huliganstvo, njima je gušt, ne znan, razbit nečiji inventar, meni to nije gušt. (S\_3)*

Iz prethodno navedenog iskaza vidljiv je i stav sugovornika o nasilju, odnosno, o reproduciranju istog kroz pripadnost grupi. U kontekstu obilježja ekstremnih navijača, akteri koji svojim navijačkim djelovanjem i aktivnostima poput druženja, odlazaka na gostovanja, održavanja ikonografskih sadržaja itd. više naginju ka *erosu*, strasti za životom, nasuprot *thanatosu* koji implicira strast za smrću i destrukciju (Lalić i Biti, 2008). Također, globalno usvojena generalizacija da su svi navijači huligani ovdje je pobivena, jer se sugovornici nisu bili u stanju identificirati s huliganima niti podržavaju nasilje koje je uzrok isključivo nečijeg hira, a ne stvarnih pobuda deriviranih iz ljubavi prema Hajduku. Brimson (2006: 51) u kontekstu parole da



su svi navijači huligani slikovito dočarava huliganstvo navodeći kako “nogometni huligani ne žive ispod zemlje i nemaju istetovirano RAZBIJAČ nasred čela.”

Slično kao i sugovornik iz prethodnog iskaza, sugovornik S\_5 osvrće se na situacije u kojima nisu nužno poduzete ikakve društveno ili zakonski neprihvatljive akcije ili radnje koje će aktera potencijalno dovesti u neposrednu opasnost, ali usprkos izrazitoj neosnovanosti stigmatizirajućih praksi, ona se ipak odvija.

*Postoje situacije u kojima ne moraš zapravo ništa loše napraviti, al' možeš bit sankcioniran, a to može utjecati i na tvoj i privatni i profesionalni život, tako da je to teško nekome objasniti da ti ideš na utakmicu Hajduka u Zagreb i da se vraćaš i da na povratku policija nekoga upuca ili zatvori i sad ti imaš svoj posao i trebaš bit u ponedjeljak na poslu a ti si u nekom pritvoru i čekaš šta će se desiti a nisi ništa napravio. (S\_5)*

Na drugu stranu, jedan od sugovornika iznosi svoje viđenje nasilja te u jednu ruku pruža uvid u to koliko je nasilje zapravo sastavni dio sporta, odnosno jedan jako, koliko god surov, toliko i izravan ekspresivni alat komunikacije između aktera i skupina kojima pripadaju naspram suparničkih skupina.

*Razumim i nasilje i ne bižim nešto od njega, niti se nešto od njega pretjerano ograđujem, to je jednostavno nešto šta ide u tom, to je tako, to su neke zadatosti... al' znači taj sportski segment, to je jedna stvar, a navijačka subkultura je druga stvar. (...) tu dosta gledaš kako neki navijači reagiraju u određenim situacijama, kakav je njihov odnos, ovoga, idu li na gostovanja, ako idu u kakvom su izdanju, znači nije sve jesu li se oni potukli pa nekoga istukli, pa ko je jači taj je bolji, nego jednostavno ta neka, pokazivanje te neke privrženosti i spremnost da se naprave neke stvari. (S\_5)*

Prosječni promatrač, netko tko nije *unutra*, nasilje će nužno uvijek okarakterizirati kao usmjereno ka šteti, napadu i nanošenju ozljeda, zbog čega se na kraju dana navijačke skupine i smješta u kategoriju huligana. Koliko god paradoksalno, sugovornik nasilju pripisuje jedan vid estetike koju nije u stanju uvidjeti nitko izvana, a nasilnim praksama pridaje simbolički karakter, naspram zbiljskog. Tezi da navijačko nasilje nije nužno zbiljsko samo po sebi doprinosi i

činjenica da na prostoru Hrvatske u sukobima navijačkih skupina nije poginula niti jedna osoba (Lalić i Biti, 2008).

## *7.2. Motiviranost pripadnika navijačke skupine Torcida*

Postoji široka lepeza motivacijskih faktora koji utječu na intenzitet djelovanja navijaštva. Svakako, potrebno je najprije razgraničiti o kojoj vrsti navijača je riječ te s kojim ciljevima se upuštaju u navijačke prakse. Na specifičnom primjeru navijačke skupine Torcida, motiviranost za navijanje može se promatrati kroz dva aspekta, emocionalni i racionalni. Usprkos činjenici da su emocije i racionalnost gotovo uvijek na suprotstavljenim stranama, u kontekstu navijaštva se itekako isprepliću i konsolidiraju u jedan skladan i dinamičan mehanizam koji navijačku skupinu Torcida i čini jedinstvenom. Na jednu stranu, afektivne prakse kvalitetan su prekursor integrativnosti i kohezije na mikro razini, među članovima skupine, dok se pak racionalnost ogleda u težnjama ka osnaživanju kolektivnog identiteta skupine te etabliranju svog položaja u okvirima šire zajednice.

U osvrtu na iskaze sugovornika, kao primarnu motivaciju, svi sugovornici su, u prvom redu, izdvojili ljubav prema Hajduku. Samim korištenjem izraza ‘ljubav’, racionalnost je u drugom planu, a upravo su emocije te koje intrinzično motiviraju i doprinose jačanju pripadnosti. Na pitanje što ih najviše motivira na navijanje, sugovornici navode sljedeće:

*Najviše ljubav prema Hajduku, tu ti imaš više toga, ja san volio to navijaštvo, ali prvo i osnovno san volio Hajduk, Hajduk mi je prva i posljednja ljubav. A poslije su me neki socijalni elementi vukli tome, društvo je tu, doša san k'o dite, iz sela u grad, tražio san se, bio san uredno dite, borili smo se uvijek za egzistenciju, (...), i onda taj neki revolt prema sistemu se stvorio u meni i onda san se naša u toj grupi ljudi koji su uvijek u nekoj revoluciji. (S\_3)*

*Pa sami Hajduk, i njegovo ime, značenje njegovog imena, šta predstavlja za Split i Dalmaciju i generalno doživljavan Hajduk ka' neki društveni pokret koji može pomicati stvari. Naš Hajduk, to je po meni ideja koja je 30-40 godina ispid ovoga društva, mislin da je to toliko napredno i progresivno, kako bi cila ta priča mogla imat i širi utjecaj, je li*

*to vid neke demokracije, poštenja, transparentnost, stručnost, kodeks, famozni kodeks Hajduka je za mene sveto pismo. (S\_2)*

Dominique Bodin (2013) u svojim se nalazima osvrće na postmodernu sliku navijača koji kroz sam čin navijanja stvaraju mnogo dublje veze nego što se to zaista čini. Emocije i zajedničke interese nesebično dijele s pripadnicima skupine, a upravo je to ono što gradi društvene veze koje se sve teže grade pod utjecajem destruktivnog društva. Sugovornici su učestalo tokom intervjua implicirali na socijalizaciju kao integralnu komponentu navijanja; kako kroz zajedničke prakse i rituale, tako i generalno, u kontekstu Hajduka kao društvenog pokreta koji spaja. Akteri tog pokreta su pod utjecajem navijačke skupine izgradili vlastitu pripadnost zajednici, a unutargrupnim interakcijama samo dodatno učvrstili i aktivno učvršćuju temelje zajednice.

*Tu mi se skupia nogomet, i neki taj društveni aktivizam, plus naravno prijatelji i obitelj, sve sta je povezano s tim, infišan u to ludo, jel, za ručkon se mora komentirat, za dobro jutro, prvo šta se pogleda, pogleda se ima li šta novo o Hajduku. (...) Sva ta pripadnost i energija koja se osjeti oko toga, kad ti vidiš koliko ljudi priko svog posla, kroz familije, kroz ovo, kroz ono, svaki dan traže neki komad načina kako dat ruke Hajduku, kako da Hajduk bude bolji. (S\_2)*

*Osin tog našeg ludila za Hajdukon, dosta nas drži skupa to sve, ne bi moga zamislit da neman u životu taj aspekt, da neman Hajduka i sve te ljude koji dile sa mnom istu ljubav i vjeru. To je čudo, i znaš šta, da se kroz godine nije održa taj neki društveni moment cilog našeg pokreta, mislin da bi sve nekako bilo na tankom ledu, šta se kaže. Mislin, postoja bi i Hajduk i Torcida, da se razumimo, ali ove mase ljudi, koliko smo mi jedinstveni, mi smo svi jedno kad je u pitanju Hajduk. (S\_6)*

Motiviranost za navijanje se implicitno ogleda i kroz identifikaciju s vrijednostima koje promiče i zagovara sam pokret. Internaliziranjem vrijednosti pokreta, satkani su i identiteti pripadnika Torcide. Shodno tome, vrlo je vjerojatno da će onaj pripadnik koji je usvojio vrijednosti pokreta, te vrijednosti aplicirati i kroz segmente života odvojene od navijaštva. Sugovornici o vrijednostima s kojima se identificiraju navode sljedeće:

*Ljude najviše motivira to šta je Hajduk narodni klub, šta je Hajduk klub svih navijača i šta svak' ko navija za Hajduk osjeća nekako, može se poistovjetit s klubom, šta zbog toga šta je pošten, šta zbog toga šta se bori protiv nepravde. Mislin da je to ono šta najviše motivira za dat podršku Hajduku, bar ako gledamo van terena i van nogometne igre. (S\_1)*

*Nama koji živimo s njim, koji ga pratimo i to je onda malo, ulaziš i gledaš povijest kluba, on jednostavno zagovara te neke vrijednosti uz koje se meni lako vezat, zvuči patetično, al' prkos moćnome, zaštita slabome, kad to rečen, evo sad san se naježia, ali to je nešto šta je, to je to. (S\_5)*

#### *7.2.1. Stavovi sugovornika o motiviranosti drugih navijača*

Obzirom da se tijekom godina znanstvenih promišljanja usmjerenih ka utvrđivanju različitih slojeva navijaštva ustanovilo da nisu svi navijači isti, nedvojbeno postoje i diskrepancije u motiviranosti za navijanje. Polazeći od Lalićevog modela podjele navijaštva, kod navijača Hajduka itekako je vidljiva distinkcija između navijača-navijača i navijača iz trenda, kao i ultras naspram derbi navijača. Shodno navedenom, sugovornici su kroz intervju iskazivali jasne stavove o navijačima s kojima ne dijele jednaku motivaciju za navijanje i podršku Hajduku:

*Imamo grupu ljudi koja ce dolazit samo kad je derbi, samo kad je europska utakmica, samo kad je Hajduk dobar i samo kad znaju da će Hajduk pobijedit. Od prošle godine, kako je Hajduk uveo da samo članovi Hajduka imaju pravo prvi kupit karte, postoji još jedna klasa ljudi koji se učlanjuju da bi mogli ić na derbije, onda se učlane, kao članovi su, ali su članovi samo da bi kupili kartu, a ne iz nekog svog moralnog osobnog razloga. (...) nije njihovo nemoralno, nego nisu iz ponosa tu nego samo da bi mogli kupit kartu, dat će 100 kuna prije, ili sad 20 eura da bi mogli uzet kartu za derbi i uzet misto nekome ko je stvarno istinski tu cilu godinu. (S\_1)*

Sugovornik S\_1 navodi moralne i osobne razloge kao subjektivno ispravne razloge kojima se svaki navijač treba voditi. Iako tvrdi da njihovi motivi nisu nužno nemoralni, prema sugovorniku

S\_1, kod nekonzistentnih navijača izostaje element ponosa i istinska predanost. Isti sugovornik se nadovezuje na to kako takozvani "samoprozvani" navijači reagiraju na poraze te kako je njihova motiviranost uvelike determinirana sportskim uspjehom.

*Velik dio navijača ili samoprozvanih navijača demotiviraju porazi, pa makar Hajduk, evo sad, pobijedio je Dinamo, pobijedio je Rijeku, s Paokom je igra dobro, izgubio od Paoka i odma je bilo ništa ne valja, sve je loše, neću ja ić na iduću utakmicu, kidan pretplatu ili člansku, šta već..da bi onda dobili Slaven Belupo i tad je sve super jer smo dobili dvi utakmice za redom. (S\_1)*

Na drugu stranu, gotovo svi sugovornici osvijestili su važnost masovnosti kada je riječ o podržavanju Hajduka. Kroz iskaze sugovornika je također vidljivo izdvajanje ultras grupe kojoj i sami pripadaju od ostatka navijaštva, što je ujedno i indikator izrazito snažne identifikacije sugovornika s navijačkom skupinom. Sugovornik S\_2 navodi kako apsolutno podržava navijače koji nisu ultras, ali ujedno smatra da trebaju postojati granice u njihovom djelovanju s obzirom na to što je predviđeno njihovom, ne tako "all in", ulogom.

*Nije svakome misto tu u svakom momentu, ali mislin da taj đir ljudi, isto nosi klub naprid, ne može bit 100-200-500 tisuća ultrasa, postoji core ljudi koji su all in u tome, ostalo neka bude, meni to ne smeta osobno niti očekujen od njih, ali u drugu stranu, ne očekujen ni zviždanja i vikanja i napadanja ljudi koji su ipak skroz u tome. Svak ima neki svoj smjer, svak nešto zna, ali ultras grupa je ipak dala, ti ljudi većinu svoga života, podredili tome, našli se u tome, pa mislin da nije okej da neko sa strane dođe i pljuca bez razoga. Bila to bengalka, tebi dušo smetala, ne smetala, ona je ipak tu jedna tradicija i jedan simbol otpora i svega i svačega. (S\_2)*

Usprkos eksplicitnoj razdiobi ultras grupe od ljudi "sa strane", sugovornici ni u jednom trenutku nisu iskazali animozitet prema njima, niti smatraju da su takvi navijači nepoželjni na stadionu. Štoviše, svatko tko podržava Hajduk na bilo koji način je ujedno i dijelom šireg pokreta koji dolazi s Hajdukom. Jedan od sugovornika za sebe tvrdi da je takve prolazne navijače mogao shvatiti tek u onom trenutku kada je sazrio dostatno da spozna da ne trebaju svi jednakim

intenzitetom živjeti za Hajduk, niti uopće živjeti za Hajduk. Za veliki dio šireg navijačkog kruga, najveći doseg angažmana jest kupnja ulaznice i posjećivanje derbi utakmica.

*Živciralo me to tipa šta bi se ti ljudi u jednom momentu na tribini našli kraj mene, šta bi, ne znan, pijan počeo neke svoje filmove provodit, to bi me nerviralo, a ono, derbi navijači, sad tek shvaćan u ovim godinama da ljudi vole nogomet, da dođu pogledat nogomet, s takvim ljudima sad nemam nikakvih problema, i ti ljudi će podignit tu koreografiju, i oni nešto u tom momentu daju, ali ne mogu ih nazvat navijačima, to nisu navijači, to su gledatelji. (S\_3)*

*Mislin da, tribaju se ljudi uključit, jer ja smatran da svi ti ljudi imaju neku vrstu svoga znanja, pa nađu malo i volje, pa makar to bia selfi, postavljanje na društvene mreže, i to je Hajduku reklama, i to pusti glasnu vijest, sve to može bit sutra nešto, i njihovih potrošenih 20 eura u fan shopu isto je Hajduku korak naprid. (S\_2)*

### 7.3. Isplati li se ili ne? - (Ne)recipročnost navijačkog poziva

Navijački poziv, za *outsidere* pretežito uzaludan i s prizvucima *donquijotovskog*, jedan je istinski kompleksan skup uloga koje pojedinci obnašaju kako bi iskazali beskompromisnu vjernost skupini i klubu s kojim se identificiraju. Kada je riječ o porazima te u kojoj mjeri navijače pripadnike Torcide demotiviraju gubici Hajduka, sugovornici determinirano naglašavaju kako nije bitno hoće li Hajduk pobijediti ili ne; ono što je pokretač njihove ljubavi i strasti nije ekstrinzičnog karaktera jer zauzvrat ne dobivaju ništa opipljivo, a daju mnogo. Sugovornici djeluju altruistično i ne propituju što će dobiti zauzvrat, sve dok je strast za Hajdukom živa i opipljiva.

*Većina Torcide, pa čak i ja, mi nikad nismo doživili veliki Hajduk, mi nismo nikad doživili da je Hajduk bio jak, nikad nije bio moćan, nije to bio europski klub, mi nismo tu radi rezultata ili nečeg takvog, to je opet amo reć, ta manja grupa koja bi bila prva klasa, koja je tu da bude i kad je Hajduk prije 4 godine bio peti, i ove godine kad će Hajduk bit prvi. (S\_1)*

Postojanje neopipljivih razmjenskih sredstava poput emocija ide u prilog promatranju navijača iz perspektive teorije razmjene, kao i Homansovoj postavci koja nalaže da, što je pojedincu vrijedniji ishod neke akcije, to je veća vjerojatnost da će tu akciju izvoditi češće (Homans, 1961, prema Ritzer, 1997). Ova postavka u kontekstu navijačkih skupina za cilj ima uspostavljanje kontinuiteta i snažnije veze pojedinca s navijačkim pokretom kojem pripada. Zajedništvo, emocionalna energija i konstantna vjera u Hajduk, bez pretjeranog preispitivanja smisla pripadnosti je za sugovornike potkrepljivač, odnosno nagrada. O tome u kojoj mjeri emocije i privrženost doprinose habitusu pripadnika Torcida govore sljedeći iskazi:

*Ti neki momenti euforije šta mi je vezano za Hajduk se mogu usporedit sa nekim najlipšim stvarima šta su mi se u životu dogodile. Mislin, glupo je da ja sad to uspoređujem s nekim stvarima, ali taj neki moment i ta emocija koju u meni Hajduk može izazvat, ne može izazvat niko. Mislin, dite, žena, to ti je najbitnije, al jedine emocije koje mi može izazvat obitelj može mi izazvat i Hajduk, ovo ostalo ništa. (S\_3)*

*Ta privrženost di su ljudi spremni napraviti svašta, to je dosta subjektivno šta ko radi i sta bi bija spreman napraviti, često je to i neracionalno, ljudi koji nisu u tome ne razume, ali najosnovnija stvar koju neko može napraviti je cilu godinu putovati za Hajdukom, sa Hajdukom unatoč i policijskoj represiji i mogućnosti upadanja u probeme, ali i dalje to, doći na utakmicu, bit na utakmici je cilj broj jedan. To je ta privrženost, spremnost ljudi da osobno snose neke posljedice koje mogu i ne moraju utjecati na njihov osobni i profesionalni život, a da su spremni reći da ih nije briga, (...) ljudi često kalkuliraju, ali kad se radi o Hajduku onda nekako emocije nadvladaju razum. (S\_5)*

Pripadnost Hajduku i tako rasprostranjenoj zajednici zasigurno iziskuje i određena odricanja. Reciprocitet navijačkog poziva ogleda se u svakom najmanjem dijelu kojeg navijači čine i daju od sebe kako bi Hajduk bio bolji, a iz iskaza sugovornika jasno je da bez velike žrtve nema ni velikog Hajduka. Na pitanje je li se potrebno odricati nečega kako bi istinski pripadali Hajduku, sugovornici navode sljedeće:

*Onaj ko misli da ne treba žrtva, nije nikad istinski bio unutra, to se čoviku izvanka čini da je lagodno bit navijač, da je to ka neki trend, hobi, mislin, i je na kraju dana, ali kad živiš to sve istinski, treba dosta dat od sebe, al znaš kako, nekako kad u glavi imaš taj sklop to ni ne vidiš ka neku žrtvu nego ti je skroz normalno živit s njim i davat od sebe. (S\_6)*

*Mi kao Naš Hajduk, kad je bila prva akcija donacija, to je bilo za imena na dresu, bio je tada crni dres sa imenima svih ljudi koji su donirali, donacija je bila 1911 kuna i u tih par dana je pet tisuća ljudi doniralo cili iznos i to je ta grupa ljudi koja će donirat bilo šta. Kad je park krenulo otvaranje isto tako je par tisuća ljudi odma uložilo i par tisuća ljudi odma platilo, tako da, bilo šta da Hajduk izda, da bilo šta naprave s Hajdukovim grbom, znaju da će par tisuća ljudi kupit to. To je ta neka uža grupa koja je toliko luda, na pozitivan način, da će napraviti bilo šta. (S\_1)*

Materijalni izdaci su nerijetki kada je u pitanju prakticiranje navijanja za Hajduk, kao što je vidljivo iz iskaza sugovornika S\_1, koji tvrdi da, dok je god Hajdukovog grba, bit će i materijalnih ulaganja, a sve za viši cilj. Nasuprot tome, izostanak materijalnih resursa u nekim trenucima za pojedine sugovornike je također bio izazov, ali ‘‘odi je neka stvar koja je, ni kune, ni ovoga ni onoga.’’,

*Onaj moment di na benzinskoj stojimo, iman jedan sendvić, gladni smo svi k'o pasi, nas 12-13 u kombiju, dilimo jedan sendvić. Tu mi je već bilo ono, aha, e odi je neka stvar koja je ni kune, ni ovoga ni onoga, svi se kombiniraju. (S\_2)*

*Na domaće bi iša stalno, a na gostovanja bi iša kad bi ima novaca, s tim da bi se mi krpili, tipa sad ti nemaš, ovaj ti prijatelj ima, ideš s deset kuna, pa priživljavaš taj put. (S\_3)*

*Bilo je masu puta da ne bi moga opće skrpit pare za otić na neko gostovanje, dok smo bili mlađi malo pomogne baba, mater, al' generalno nije da san moga ić na baš sve utakmice i tu dosta igra jesi li dobrostojeći, a moji nisu bili (...) iako na kraju uvijek nekin čudom odeš na tu utakmicu, ko oće nać će način a sad koji su sve načini bili u igri, o tom potom. (S\_6)*



Odricanja se također ogledaju u svakodnevnom životu, kroz obiteljske, prijateljske i poslovne odnose. Sugovornici su osvijestili koliko su svog vremena podredili Hajduku pa je često potrebno balansirati između *stvarnog* života i života za Hajduk. Sudeći prema iskazima sugovornika, najveću prepreku, koju su ujedno uspješno i premostili, predstavljala je upravo obitelj i potencijalne teškoće održavanja odnosa s bližnjima, a ponajviše partnerskih odnosa.

*Gostovanja, sada se ode koliko se može, ipak je tu i familija, moraš i na vikend mislit, nemoš svaki, prečesto je Hajduk, ali ode se u devetom misecu ženine trudnoće u Ženevu na juniore, sve to se nekako iskombinira, (...) sve ti je to danas stvar i mogućnosti, i vremenske i novčane, puno toga utječe.(...). Kad je Hajduk, pusti me stat i to je to, iden o svom poslu, o Hajdukovom poslu, i to je to. (S\_2)*

*U to vrime san ima curu koja mi je sad žena, ona je znala da je moj meni vikend za Hajduk, drugi dan eventualno za nju, prvo je ona se morala odricat uz mene, drugo šta san se triba odricat nekog povjerenja roditelja, odnosno roditelja u mene. (...) To je baš odricanje, uđe ti k'o stil života, podrediš sve tome, sve ti se vrti oko toga, s tim da kad si ti aktivan navijač 7-24, to nije samo vikend, imaš svoje i ponediljkom i sridom i petkom, i svašta nešto, nije to samo kad je utakmica. (S\_3)*

*Kroji se životni kalendar po rasporedu Hajduka, mislin, neko ti se ženi pa onda izabere dan kad igra Hajduk, ženi se samo u reprezentativnoj pauzi ili kad je kraj sezone, u šesti misec. (S\_5)*

U kontekstu altruističkih pobuda prisutnih kod sugovornika, humanitarnost je stavka koju su tri sugovornika navela kao nešto esencijalno, inherentno core-u navijača. Torcida je u suradnji s udrugom Naš Hajduk, HNK Hajdukom, ali i brojnim Društvima prijatelja Hajduka pokrenula projekt pod nazivom Bilo Srce. Taj projekt posvećen je samo jednoj stvari – a to je humanitarnost i pomaganje. Svi članovi, navijači, veterani kluba, a i svi volonteri i simpatizeri su pozvani pomagati u sklopu ovog projekta koji je odgovoran za brojne humanitarne akcije diljem države.

Dva sugovornika istaknula su svoju ulogu u projektu Bilo Srce te navode sljedeće:

*Najviše me motivira put kojim sam klub već ide zadnji desetak godina. Put čistog obraza, bez politike. Svatko ima pravo na svoj odabir i svoje mišljenje. Ja sam mišljenja da klubu uvijek treba dati, a ne uzimati. Aktiviram se za skoro svaku humanitarnu akciju koju pokreće Bilo Srce ili neki od DPH-ova. (S\_4)*

*Ta cila naša uloga i je humanitarna. Ja se ne volim hvaliti okolo da volontiran jer mislin da bi svak ko istinski štuje Hajduka triba doprinositi nekako svemu tome. Nije dovoljno samo imati člansku, Hajduk je više od članske. Pogledaj samo Bilo Srce, koliko se tu učinilo otkad se pokrenilo, ja guštan u svemu tome i iako ima dana da po cili dan proveden u udruzi, nije mi teško i nikad neće biti. (S\_6)*

Na drugu stranu, navijači gotovo da su zavezanih ruku pred institucijama poput uprave klubova, no to ih ne priječi da se suprotstave dominantnom režimu i iskažu otpor prema istom. Takav otpor može se promatrati i kroz koncept moći kojim Blau objašnjava kako diskrepancije u moći nužno imaju reperkusije po djelovanje onih manje moćnih; ‘‘Kada postoji nejednakost u razmjeni, pojavljuje se razlika u moći unutar asocijacije.’’ (Blau, 1964, prema Tonković, 2018). Ovakav vid nejednakosti također rezultira prisilom, pa time i indirektnom podređenošću. Koliko god navijački glas bio intenzivan i transparentan, njihovo djelovanje, apeli i ciljevi neće uvijek naići na odobravanje niti podršku. Još jednom troškovi nadilaze korist, no korist koja je jedina relevantna za navijače jest ona emocionalne prirode. Sve interakcije koje rezultiraju eventualnim sukobima i neredima kod njih samo jačaju zajedništvo i kolektiv kojem pripadaju. Sugovornici su spontano inicirali razgovor o *mafiji* u Hrvatskoj te načinu na koji se više instance vlasti odnose prema navijačkoj skupini Torcida, pa tako jedan od sugovornika tvrdi sljedeće:

*Navijači su tvrdi, tvrdi i ne popuštaju i imaju neke svoje ideale za koje žive, i ta priča o orjunašima, mislin, to je bio viši cilj koji običan narod ne može shvatiti ako nije u tome, mislin, mi smo prvi koji su tili jednu vrstu mafije u Hrvatskoj iskorijeniti, koji su stali, kako ću ti reći, ušli u ring s jednom vrstom mafije, i kako ćete vi najlakše, napad je najlakša obrana, jel, vi ćete u vrijeme Svjetskog prvenstva kad su svi navijači, svi vole Hrvatsku, ka, sad u kockicama, sutra na cajke, i tako to, takvi profili ljudi, najlakše je*

*plasirat priču da smo mi orjunaši, da bi ta ista Kolinda rasprodala sve šta je Hrvatsko (...) ali ona je u tom trenu bila gospa, a mi smo bili debili. (S\_3)*

U kontekstu obračunavanja navijača s mafijom, Lalić i Biti (2008: 250) poziciju navijača naspram *viših* struktura objašnjavaju metaforom (ne)razmrsivog klupka - "klupka nadzemnog navijačkog i drugog nasilja te podzemnog (prikrivenog) strukturalnog nasilja kriminalaca, tajkuna, pripadnika političkih klanovi drugih materijalnim probitcima i stjecanjem moći motiviranih aktera; klupko je to koje već godinama zapetljava i pogoršava stanje u hrvatskom sportu, pa i u političkom i društvenom životu u cijelosti."

Otpor u navijačkom svijetu odgovor je na sraz prethodno navedenog podzemlja i nadzemlja, a može se potkrijepiti i konceptom *otpora kroz ritual* (Hall i Jefferson, 1975, prema Lalić i Biti, 2008). Jedan od sugovornika ističe kako je upravo tribina taj ritual koji je ujedno i simbol bunta prema nametnutom političkom režimu;

*Politici tribaju poslušne ovce, njima tribaju ovce za klanje, međutim, mi smo taj dio društva koji je neposlušan. Tribina je to misto, bar u Hrvatskoj, di se neke stvari jedino smiju reć, neke zabranjene stvari, i to njima smeta, znači, mi smo njima trn u oku iz tog razloga. (S\_3)*

## 8. Zaključak

“Iako svi navijači neće postati huligani, svi su huligani istinski navijači.”, rečenica kojom Dominique Bodin oslikava huliganstvo ostavlja dva utiska (2006: 25). U prvom redu, huliganstvo gotovo uvijek ima prizvuke devijantnog, problematičnog i ugrožavajućeg po društvo dok, na drugu stranu, huliganstvo je samo pejorativ kojim se istinske, ekstremne navijače karakterizira u svakodnevnom svijetu, u nedostatku prihvaćanja i informiranosti. Huliganom će ekstremno predanog navijača nazvati svaki pojedinac koji se nije u stanju poistovjetiti s praksama inherentnim navijačkim skupinama. Također, huliganom će nerijetko biti okarakteriziran prosječni navijač van terena, u privatnim i poslovnim segmentima života odvojenim od navijaštva.

Subkultura navijača zasigurno je jedna od najintenzivnije pogođenih stigmom, a upravo je ovaj, sve globalniji društveni problem ujedno i predmet istraživanja ovog diplomskog rada. Kada je riječ o prisutnosti svijesti sugovornika o stigmatiziranosti, nalazi istraživanja su dvosmjerni. Na jednu stranu, iako su sugovornici prijavili da su na svojoj koži ipak osjetili barem neki vid stigme s obzirom na navijačku pozadinu, nadovezali su se i na pozitivna iskustva, prihvaćanje i zanimanje od strane društva. Uloga navijača kao subjekta koji je promatran i prosuđivan na temelju pripadnosti Torcidi ovdje je značajna - sugovornici tvrde da, ukoliko se promatračima, onima izvana, pristupi dovoljno informativno, reakcije neće nužno biti usmjerene ka isključivanju. Usprkos činjenici da pojedinci nisu u potpunoj kontroli nad stigmom koju reproducira šire društvo, ipak postoje mehanizmi kojima se sugovornici služe kako bi spriječili ili makar umanjili osudu.

Kao najveći izvor, a ujedno i “krivac” za stigmatizaciju usmjerenu ka navijačkoj skupini Torcida sugovornici navode medije. Medijski utjecaj u kontekstu navijaštva oduvijek je bio moćan, a medijska moć se, prema sugovornicima, najviše ogleda u plasiranju jedne specifično ugrožavajuće slike koja navijače Hajduka, pa i sami Hajduk, segregira i smješta u kalup devijantnosti, huliganizma i divljaštva. Kod sugovornika je prisutan gotovo pa identičan stav o tome koliko neizbježno negativnog utjecaja po navijačku zajednicu, a i šire društvo, imaju mediji. Posebice se istaknuo lokalni medij, Slobodna Dalmacija, za koju su sugovornici mahom izražavali razočaranje i gnjev.

Nadalje, svi sugovornici su stavove o stigmati i marginaliziranom položaju u društvu, iskazivali primarno na razini navijačke skupine Torcida, a ne polazeći isključivo od osobnih iskustava. Iz navedenog se jasno može primjetiti snažna identifikacija sugovornika s navijačkom skupinom i s cjelokupnim pokretom iza kojeg stoji Hajduk. Prema Critcheru (1979: 170), navijači koji se smatraju članovima kluba, stvaraju specifičan identitet koji je ukorijenjen u jednu neraskidivu, recipročnu vezu između navijača i kluba. Autor (1979) drži da je takav identitet strukturiran kroz obaveze i dužnosti putem kojih navijači održavaju reprezentativan status kluba, ali ujedno i identitet kojim se gradi participativna demokracija unutar samog pokreta. Valja se, međutim, osvrnuti na samopercepcije navijača kao članova kluba i konstatirati da one nisu uvijek stabilan, niti nužno validan indikator lojalnosti i pripadnosti, nego potencijalno iluzoran, prijetvoran vid identifikacije s klubom. Uzorak na kojem se temeljilo istraživanje unutar ovog rada sačinjavaju isključivo ultras pripadnici navijačke skupine Torcida iza kojih je jedan izrazito čvrst i etabliran identitet kojim se paralelno gradi i identitet samog nogometnog kluba Hajduk.

Istraživanje je, između ostalog, za cilj imalo utvrditi motiviranost sugovornika za navijanje, odnosno, što ističu kao najznačajnije motivacijske agense kada je riječ o navijanju za Hajduk. Teorijskim dijelom ovog rada predstavljene su ljestvice i parametri kojima se empirijski pokušava utvrditi navijačka motiviranost, a revolviraju se pretežito oko čimbenika poput uzbuđenja, uspjeha kluba, zabave, estetike, ekonomskih dobitaka, itd. Svakako, valja istaknuti da je raznolikost motivacijskih čimbenika veća što je slojevitiji navijački korpus, a razlog tomu je itekako transparentna distinkcija navijača unutar pojedine navijačke skupine. S obzirom na uzorak istraživanja koji sačinjavaju isključivo ultras pripadnici navijačke skupine Torcida, motivacijski faktori poput ekonomskih dobitaka, zabave, uspjeha kluba i estetike nisu bili prisutni u iskazima. Kao najveću motiviranost za navijanje svi sugovornici su naveli neiscrpnu i bezuvjetnu ljubav prema Hajduku. Ovaj čimbenik motiviranosti vidljiv je i kroz sami diskurs sugovornika gdje, koristeći se verbalnim česticama poput "On", "Za njega", "S njim", pokazuju iznimnu predanost koja im je ujedno i primarna motivacija. Među ostalim čimbenicima koji utječu na motivaciju, sugovornici su izdvojili socijalne elemente koji su ih inicijalno i privukli Hajduku i Torcidi, kao i vrijednosti pokreta poput transparentnosti, poštenja i časti, s kojima se sugovornici mogu poistovjetiti kroz privatnu i profesionalnu svakodnevicu.

Naposljetku, svi prethodno navedeni nalazi nam pružaju odgovor na pitanje u kojoj mjeri se isplati biti navijač. Kada bi se troškovi i koristi navijanja stavili na vagu, troškovi bi prevagnuli naspram koristi, no u slučaju uzorka na kojem se temeljilo istraživanje, ne postoje dovoljno skupi troškovi naspram toga što Hajduk pruža sugovornicima. Vođeni prije svega istinskom emocijom, ali i razumom i svijesti, sugovornici niti u jednom trenutku nisu preispitali isplativost navijanja za Hajduk. Unatoč odricanjima te poteškoćama usklađivanja privatnog i profesionalnog života sa životom za Hajduk, razmjena koja se odvija između sugovornika i Hajduka jedan je zaista specifičan mehanizam koji Hajduku i osigurava prominentnost. Stigmatiziranost, osuda i dezintegracija prisutni su i svakako opipljivi čimbenici, međutim, sukladno iskazima sugovornika, nikad neće u većoj mjeri utjecati na navijačko djelovanje.

## 9. Prilozi

### *Popis sugovornika*

<b>Šifra sugovornika</b>	<b>Datum provedenog intervjua</b>	<b>Dužina provedenog intervjua</b>	<b>Dob sugovornika</b>	<b>Mjesto stanovanja</b>
S_1	13.08.2023	29 minuta	30	Split
S_2	18.07.2023	38 minuta	31	Split
S_3	26.07.2023	33 minute	36	Split
S_4	04.08.2023	41 minutu	41	Zagreb
S_5	04.08.2023	58 minuta	32	Split
S_6	16.08.2023	43 minute	28	Sinj

### **Pripadnost i samoidentifikacija**

1. Koliko dugo traje vaša ljubav prema Hajduku? Koliko dugo ste službeni član navijačke skupine Torcida? Postoji li neki upečatljiv događaj koji vas je nagano na učlanjenje u skupinu?
2. Kako biste opisali sebe kao navijača? Koje su po vama najbitnije odlike navijača?

### **Rituali i prakse**

1. Koliko često pohađate domaće, a koliko često gostujuće utakmice?
2. Možete li ukratko opisati kako izgleda jedna prosječna utakmica na domaćem terenu iz perspektive navijača? Kako se pripremate taj dan, bez kojih rituala i navika ne biste mogli zamisliti jednu utakmicu?
3. Smatrate li da su za istinsku pripadnost Hajduku potreba određena odricanja? Jeste li ikad tijekom navijačkog ‘staža’ doživjeli da niste bili u mogućnosti biti potpuno predani Torcidi?
4. Provodite li svoje slobodno vrijeme s drugim navijačima? Kako izgledaju vaši susreti? Smatrate li da se bolje slažete s navijačima nego s onima koji ne dijele vašu strast?
5. Sudjelujete li unutar Torcide podjednako u donošenju odluka? Dolazi li ponekad do neslaganja i razmirica među članovima?
6. Kako se nosite sa suparničkim navijačkim skupinama? Kako gledate na nasilje na nogometnim susretima?

### **Subjektivni faktori motiviranosti za navijanje**

1. Što vas najviše motivira na navijanje i predanost Hajduku?
2. Smatrate li da su navijači Hajduka jednako motivirani i da imaju jednake pobude i ciljeve? Kakva ponašanja smatrate neprihvatljivima unutar navijačke zajednice?
3. Kako se nosite s porazima Hajduka? Utječu li porazi na kvalitetu i dinamiku navijanja? Demotiviraju li vas porazi kao zajednicu?
4. Angažirate li se van Torcide? Jeste li aktivni član neke od udruga koje podržavaju Hajduk?



5. Smatrate li da ćete zauvijek biti jednako motivirani i predani navijanju i Hajduku?

### **Percepcije i iskustva stigmatiziranosti**

1. Ukratko opišite čime se bavite i kakva je priroda vašeg radnog mjesta. Jeste li u prošlosti imali problema sa zaposlenjem zbog pripadnosti grupi?
2. Kako vaši kolege gledaju na vašu pripadnost Torcidi? Jeste se ikad susreli s osudama od strane radnih kolega ili nadređenih?
3. Kako vaši prijatelji i bližnji shvaćaju vašu predanost? Odobravaju li vaše aktivnosti?
4. Nailazite li ponekad na nerazumijevanje od strane vaših bližnjih povodom vaše pripadnosti skupini? Sprječavaju li vas životne obveze u pohađanju utakmica?
5. Kako se nosite s potencijalnim osudama od strane drugih ljudi, onih koji nisu *unutra*? Ukoliko ste se ikada susreli s osudama, ukratko obrazložite.
6. Kako gledate na novinske napise o navijačima? Smetaju li vam stereotipi i etiketa huliganima?

## *Obavijest o istraživanju*

Poštovani,

Pozvani ste sudjelovati u istraživanju za potrebu izrade diplomskog rada, pri Odjelu za sociologiju Sveučilišta u Zadru. Istraživanje provodi studentica Danijela Bradarić, pod vodstvom izv. prof. dr. sc. Krešimira Krole. Tema istraživanja su iskustva pripadnika navijačke skupine Torcida.

Intervju će biti sniman mobilnim uređajem i transkribiran. Ako želite, moći ćete ga dobiti na uvid kako biste mogli utvrditi vjerodostojnost navedenih odgovora. Također, možete dobiti audio zapis našeg razgovora.

Vaš identitet i povjerljivost Vaših odgovora bit će u potpunosti zaštićeni. Vaš identitet će znati samo osoba s kojom ste razgovarali. U bilo kojim pisanim materijalima koji će se temeljiti na razgovoru s Vama, bit ćete predstavljeni pod pseudonimom. Ako želite, na uvid ćete moći dobiti izvještaj istraživanja, kao završni diplomski rad.

Za bilo kakve daljnje informacije, možete me bez oklijevanja kontaktirati na broj mobitela: \_\_\_\_\_ ili putem elektronske pošte \_\_\_\_\_. Možete kontaktirati i mentora diplomskog rada izv.prof.dr.sc.. Krešimira Krolu na [kkrolo@unizd.hr](mailto:kkrolo@unizd.hr).

*Suglasnost za sudjelovanje u istraživanju*

Ime sugovornika/ice:

Istraživač/ica:

1. Pristajem sudjelovati u istraživanju. Obaviješten/a sam o pojedinostima istraživanja i o njima posjedujem odgovarajuće pisane i usmene informacije.

2. Ovlašćujem istraživača/icu da koristi podatke dobivene putem intervjua.

3. Potvrđujem da:

a) Razumijem da je moje sudjelovanje dobrovoljno i da se mogu povući u bilo koje vrijeme bez navođenja razloga i bez ikakvih posljedica.

b) Podaci intervjua bit će korišteni isključivo u svrhu ovog istraživanja.

c) Povjerljivost podataka zajamčena mi je prema etičkim pravilima znanstvenog rada.

d) Obaviješten/a sam da će intervjua biti sniman mobilnim uređajem i transkribiran.

e) Razumijem da nijedan dio razgovora koji će biti korišten za publikacije neće sadržavati podatke koji bi mogli ukazivati na moj identitet.

f) Razumijem da će podaci iz razgovora (transkripti i audio snimke) biti sigurno pohranjeni na primjeren način.

Potpis \_\_\_\_\_

(Sugovornik/ca)

Mjesto i datum: \_\_\_\_\_

Potpis: \_\_\_\_\_

(Istraživač/ica)

## 10. Popis literature

Atkinson, P.A., Housley, W. (2003). *Interactionism*. London: SAGE.

Barišić, F. (2017). ‘‘Nogometni navijači kao društveni akteri – primjer Torcide’’. Diplomski rad, Sveučilište u Zagrebu, Zagreb, 19.

Becker, H. S. (1963). *Outsiders: Studies in the sociology of deviance*. New York: Macmillan.

Bodin, D. (2013). *Huliganstvo*. Zagreb: Agencija za odgoj i obrazovanje.

Brimson, D. (2006). *Tajne nogometnog huliganizma: Kako se mijenjala slika nogometnog nasilja*, Zagreb, Celeber.

Cohen, Albert K. (1955). *Delinquent Boys : The Culture of the Gang*. Glencoe: The Free Press.

Critcher, C. (1979). ‘‘Football since the war’’ In J. Clarke, C. Critcher, & R. Johnson (Eds.), *Working class culture: Studies in history and theory*, London: Hutchinson, 161-184.

Darabi M., Aghaei Shahri, M.S. (2020). ‘‘Football Fans: Investigating the Relationship Between Fan Motivation and Aggressive Behaviours’’ in *Journal of Research in Sport Management and Marketing*, Volume:1 Issue: 1, Autumn 2020, 28 - 36.

Dobel, J. P. (2010). ‘‘The Difference between Fans, Spectators and Audiences’’. URL: <http://pointofthegame.blogspot.com/2010/04/spectators-audiences-and-fans.html> (preuzeto 02.08.2023.)

Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. London: Harmondsworth.

Goffman, E. (1963). *Stigma: Notes on the management of spoiled identity*. London: Penguin.

Jere, M., Mathidza, S. (2014). ‘‘Investigating Motivational Factors that Influence Football Match Attendance in the South African Premier Soccer League Post the 2010 FIFA World Cup’’. *Mediterranean Journal of Social Sciences MC SER Publishing*, Rome-Italy, 5(20), 563-569.

Lalić, D. (2011). *Torcida: pogled iznutra*. Zagreb: Profil multimedija.

Lalić, D., Biti, O. (2008). ‘‘Četverokut sporta, nasilja, politike i društva: znanstveni uvid u Europi i u Hrvatskoj’’, *Politička misao: časopis za politologiju*, 45 (3-4): 247 – 272.

Lalić, D. (2018). *Nogomet i politika. Povijest i suvremenost međuodnosa u Hrvatskoj*. Zaprešić: Fraktura

Link, B. G., Phelan, J. C. (2001). ‘‘Conceptualizing stigma’’. *Annual Review of Sociology*, 27, 363–385.

McRobbie, A., Garber, J. (1991). "Girls and subcultures.". In *Feminism and youth culture: From Jackie to Just Seventeen*, Edited by: McRobbie, A. 1–15.

Neale, L., Funk, D. (2006). "Investigating motivation, attitudinal loyalty and attendance behaviour with fans of Australian Football". *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 7(4), 12–22.

Pitti, I. (2018). "We Will Never Be What You Want Us to Be: Young Football Fans and the Ultras Centre". *Youth and Unconventional Political Engagement*, 83–109.

Perasović, B. (2001). *Urbana plemena*. Zagreb: Hrvatska Sveučilišna naklada.

Perasović, B. (2002). "Sociologija subkultura i hrvatski kontekst", U: *Drušvena istraživanja: časopis za opća društvena pitanja*, 11 (2-3): 485-498.

Perasović B., Bartoluci S. (2007). "Sociologija sporta u hrvatskom kontekstu", U *Sociologija i prostor*, 175 (1): 105–119.

Perasović B., Mustapić M. (2013). "Football supporters in the context of Croatian sociology: Research perspectives 20 years after", U: *Kinesiology*, 45 (2): 262-275.

Perasović, B. (2015). "Supkultura, pokret ili (neo)pleme? O teorijskim implikacijama novog istraživanja nogometnih navijača" u: Ilišin, Vlasta i sur. (2015). *Demokratski potencijali mladih u Hrvatskoj*. Zagreb: Institut za društvena istraživanja.

Perasović, B., Mustapić, M. (2017). "Carnival supporters, hooligans, and the 'Against Modern Football' movement: life within the ultras subculture in the Croatian context", *Sport in Society*, 21 (6): 960 – 976.

Perasović, B., Mustapić, M. (2020). "Ultrasi između stigme i društvenog aktivizma". *Studia ethnologica Croatica*, vol. 32: 075-095.

Ritzer, G. (1997). *Suvremena sociološka teorija*. Zagreb: Nakladni zavod Globus.

Rogina, R. (2018). "Jesu li navijačke skupine uspješni komunikatori?", URL: <https://umjetnost-komunikacije.hr/2018/09/13/jesu-li-navijacke-skupine-uspjesni-komunikatori/>, Pristupljeno 16.07.2023

Tonković, Ž. (2018). Bilješke s predavanja, Makrosociološke teorije. Odjel za sociologiju, Sveučilište u Zadru.

Turner, J. H. (1987). "Toward a Sociological Theory of Motivation". *American Sociological Review*, 52(1), 15.

Wann, D. L., Schrader, M. P., Wilson, A. M. (1999). "Sport fan motivation: Questionnaire validation, comparisons by sport, and relationship to athletic motivation". *Journal of Sport Behaviour*, 22, 114-139.

Wann, D. L. (1995). "Preliminary validation of the sport fan motivation scale". *Journal of Sport and Social Issues*, 19(4), 377–396.

Wiid, A., Cant, M.C. (2015). "Sport Fan Motivation: Are You Going To The Game?". *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, January 2015, Vol. 5, No. 1. 383-389.

Wasserberg, M. (2009). "Understanding sports spectator's motives for attending live events: a study of darts fans in the UK". *Birkerbeck Sport Business Centre Research Paper Series*, 2(3), 2-79.

Vrcan, S. (2003). *Nogomet, politika, nasilje*. Naklada Jesenski i Turk, Zagreb.

Vučetić, I. (2019). "Uključenost pripadnika navijačkih skupina u devijantna i kriminalna ponašanja". Sveučilište u Zagrebu, Zagreb: 10-11.

#### Mrežni izvori:

Dobel, J. P. (2010). *The Difference between Fans, Spectators and Audiences*.

Hajduk.hr, službena stranica Hajduka i projekta Bilo srce, URL:  
<https://hajduk.hr/klub/bilosrce/informacije> (preuzeto 29.07.2023.)

Naš Hajduk, službena stranica udruge Naš Hajduk,  
URL:<https://st.nashajduk.hr/nas-hajduk/o-nama/>(preuzeto 03.08.2023.)

Naš Hajduk, službena stranica udruge Naš Hajduk, URL:  
[https://dev.nashajduk.hr/nas-hajduk/faq/#\\_\\_RefHeading\\_\\_1428\\_537002502](https://dev.nashajduk.hr/nas-hajduk/faq/#__RefHeading__1428_537002502), (preuzeto 03.08.2023.)

Torcida.hr, službena stranica navijačkog kluba Torcida, URL:  
<https://www.torcida.hr/povijest-torcide/>, (preuzeto 07.08.2023.)

Torcida.hr, službena stranica navijačkog kluba Torcida, URL: <https://www.torcida.hr/o-udruzi/#>, (preuzeto 07.08.2023.)