

SPORTSKI OBJEKTI KAO OBJEKTI PRIJEPORA: GDJE SVE I KAKO TROŠIMO (NA) SPORT

OZREN BITI

Institut za etnologiju i folkloristiku
10000 Zagreb, Šubićeva 42

UDK 796:316

725.85:33

Izvorni znanstveni rad

Original scientific paper

Prihvaćeno / Accepted: 6. 7. 2010.

U članku se propituju odnosi između planiranja i korištenja prostora kad je riječ o mjestima praćenja sporta te odnosi između proizvodnje i potrošnje sporta kad je riječ o načinima njegovog praćenja. Povod su ovog istraživanja kontroverze oko izgradnje novih i luksuznih rukometnih dvorana u šest hrvatskih gradova za potrebe organiziranja Svjetskoga rukometnog prvenstva 2009. godine. Ti su sportski objekti multifunkcionalni prostori, ali tek njihova daljnja namjena, a osobito korištenje, može pružiti jasniju sliku njihove isplativosti, i to ne samo ekonomske, nego i kulturne i političke. Kako je određeni fenomen globaliziranog sporta u potrošačkom društvu postalo nemoguće adekvatno analizirati iz perspektive pojedinačne discipline, poput recimo ekonomike sporta, geografije sporta ili pak sociologije sporta, ovaj se rad oslanja na sve navedene discipline, kao i na antropologiju potrošnje, ne bi li ponudio odgovor na pitanje: Gdje sve i kako trošimo (na) sport?

Ključne riječi: rukomet, sportski objekti, upotreba prostora, potrošnja sporta

U siječnju 2009. Hrvatska je bila domaćin Svjetskog prvenstva u rukometu, a za potrebe ugošćivanja te sportske megapriredbe u šest su gradova izgrađene rukometne dvorane. Riječ je o sportskim objektima iskoristivima za različite sportske i druge priredbe, koji svojom atraktivnošću pridonose izgledu i imidžu gradova u kojima se nalaze. Oni su, međutim, zbog svoje veličine i luksuzne opremljenosti bili izrazito skupi, a k tomu visokim troškovima održavanja opterećuju gradske i državni proračun. Javne i medijske reakcije na sve ove aspekte svjedoče da su ti sportski objekti ujedno i objekti prijepora. U ovom se članku, krećući

od tog polazišta, diskutiraju i neki širi, s time povezani problemi. Naime, činjenica da funkcioniranje vrhunskog sporta u Hrvatskoj uglavnom ne odudara od onoga u razvijenim zapadnim zemljama omogućuje da se neki uvidi i zaključci koji se tiču rukometnih dvorana generaliziraju pa da diskusija o upotrebi tih sportskih objekata preraste u promišljanje o mjestu i načinu potrošnje sporta općenito. Iz tog je razloga početni dio rada zamišljen kao svojevrsna studija slučaja što počiva na analizi medijskoga i dnevno-političkog diskursa koji se izrodio oko ovog problema. U drugom se pak dijelu rada ujedinjuju vidici ekonomike sporta, sociologije sporta, kulturne geografije (geografije sporta) i antropologije potrošnje kako bi se opisana studija slučaja nadogradila pokušajem odgovaranja na pitanje: Gdje sve i kako trošimo (na) sport?

RUKOMETNE DVORANE KAO OBJEKTI PRIJEPORA

Sporne rukometne dvorane izgrađene u svrhu organiziranja velike sportske priredbe u Hrvatskoj jesu: Arena u Zagrebu (prima 15200 gledatelja, troškovi izgradnje 600 milijuna kuna), Spaladium u Splitu (13000 gledatelja, 370 milijuna kuna), Gradski vrt u Osijeku (5000 gledatelja, 240 milijuna kuna), dvorana na Dravi u Varaždinu (5200 gledatelja, 193 milijuna kuna), Dvorana Kreše Ćosića u Zadru (9000 gledatelja, 200 milijuna kuna) te Žatika u Poreču (3700 gledatelja, 121 milijun kuna) (Žabec 2008). Najavljivani su ujedno i gradnja rukometnog doma te obnavljanje Doma sportova u Zagrebu, ali najave se nisu obistinile.¹

Vrijednost navedenih osam objekata procjenjivala se u rasponu između 1.5 milijarde kuna i 3.5 milijarde kuna, ovisno jesu li se i kako ubrajali iznosi koje će Vlada Republike Hrvatske i gradovi domaćini u budućnosti isplatiti kroz zakup. Uz doista vrtoglave cifre, najproblematičniji je upravo odabrani model javno-privatnog vlasništva koji funkcionira tako da investitori grade na vlastitom zemljištu i o svome trošku, a gradovi se obvezuju na plaćanje najma narednih 20 do 25 godina. Tim je neobičnim javno-privatnim

¹ Zanimljiv je podatak da Austrijanci za Europsko prvenstvo u rukometu kojem su bili domaćini od 18. do 30. siječnja 2010. godine nisu sagradili ni jednu dvoranu, već su samo renovirali postojeće dvorane i objekte. Pragmatičnim su odlukama, među ostalim prenamjenom velesajamskog prostora u Grazu u rukometnu dvoranu, uštedjeli puno novaca (Žukina 2010).

partnerstvima² kod gradnje dvorana pogodovao tzv. rukometni zakon, koji je Vlada na brzinu izradila, a koji omogućava izbjegavanje javnoga, a protežira izravne natječaje (Pavić 2007).

Medijskim istupima nekih čelnika gradova domaćina, u kojima se izražavala sumnja u korektnost prijedloga Hrvatskoga rukometnog saveza upućenog prema njima, a vezanog uz participaciju u dijelu troškova održavanja Svjetskoga rukometnog prvenstva, u široj je javnosti osnažen dojam o ne samo golemim, nego i posve netransparentnim troškovima izgradnje dvorana i organiziranja prvenstva. Potpuno se nepotrebnim pritom doimao i luksuz čitavog projekta, s obzirom na već anticipiranu, praktički i prisutnu krizu i recesiju u zemlji. I prije negoli su dvorane službeno otvorile svoja vrata, doznalo se za brojne i skupe popratne sadržaje u njima: bazene, tere-tane, saune, dvorane za fitness, restorane, snack-barove, urede i ugostiteljske objekte. Dodatno financijsko opterećenje činili su veliki parkirališni prostori, prostrane garaže i brojni sanitarni čvorovi. Dvorane u Zagrebu i Splitu k tome su opremljene i vrhunskim digitalnim audio i video sustavima, 3D-ozvučenjem, divovskim ekranima i kompjutoriziranom rasvjetom.

Svi radovi vezani uz izgradnju dvorana trebali su biti dovršeni do 30. lipnja 2008. godine kako bi ostalo dovoljno vremena da se objekti pregledaju i dobiju uporabnu dozvolu. Nepoštovanje rokova izgradnje bilo je povezano s projektantskim i građevinskim propustima, a na to su se nadovezale i sumnjive uporabne dozvole.³

² "Javno-privatno partnerstvo je model dugoročnog ugovornog partnerskog odnosa između javnog i privatnog sektora koji može uključivati financiranje, projektiranje, gradnju, upravljanje i/li održavanje infrastrukture i/li pružanje usluga od strane privatnog sektora, koje tradicionalno nabavlja i pruža javni sektor" (<http://www.ajpp.hr/>, 16. 2. 2010.).

³ U središtu pozornosti našla se, dakako, zagrebačka Arena. Prvo su bile sporne premale dimenzije pomoćnog terena, što je zagrebačkog gradonačelnika Milana Bandića ponukalo na komentar kako nije dobro da se rukometaši bave projektiranjem, niti da projektanti igraju rukomet. "Poručio bih da ne čačkaju mečku, eto to je moj komentar. Ili da ne vuku mačka za rep. Tjeraju zeca, a istjerat će vuka" (M. Š. 2008). Ta je gradonačelnikova izjava aludirala na vehementne medijske istupe dugogodišnjeg "vladara" hrvatskog rukometa Zorana Gopca, u kojima je ovaj žestoko kritizirao propuste u gradnji Arene. Nakon toga su medijski prostor ispunjavali problemi zagrebačke Arene s dobivanjem uporabne dozvole. Dvorana je, naime, uspjela ishoditi samo privremenu dozvolu zbog sigurnosnih razloga, a uslijed nedostataka krovne konstrukcije.

Količina i značaj prijevora povezanih s ovim sportskim objektima, a zapravo i s čitavom organizacijom toga prestižnoga rukometnog natjecanja, izmamili su javne reakcije brojnih poznatih osoba. U tim se komentarima često prokazivala populistička retorika kojom se trudilo zamaskirati besmislenost i nesvrhovitost ulaska u takve investicije.

"Bez želje da vam zagorčam slavlje zbog izvrsne igre naše rukometne reprezentacije, ja bih tako pitao što ćemo mi ovdje s veličanstvenom Spaladium arenom, kad za koji dan završi SP? Uživat ćemo u njoj čitava dva tjedna, a onda će nam ostati dugih trideset godina da je otplatimo. Milijun kuna svaki mjesec. Tri stotine i šezdeset milijuna kuna. Pedeset milijuna eura. Okretao sam te brojeve u glavi gledajući prošli tjedan splitskog gradonačelnika Ivana Kureta, kako se spustio koljenima i dlanovima na pod i s pionirima i omladinom razdragano uhvatio u gusjenicu kojom naši rukometni junaci tradicionalno proslavljaju pobjede. Misao o milijun kuna mjesečno i slika ljupko naguženog gradonačelnika rodila je u meni neobuzdanu želju da se zatrčim i šutnem ga nogom u stražnjicu. Srećom, slika je bila na televiziji" (Tomić 2009).

Demistifikacijom funkcioniranja medijsko-političko-sportskog kompleksa u Hrvatskoj zapravo se i demitologizira sport koji na velik dio populacije često djeluje očaravajuće. Iako je negativna kritika prevladavala, određeni su medijski, javni i sportski glasovi pozitivno intonirali stavove o održavanju Svjetskoga rukometnog prvenstva u Hrvatskoj. Sukus je takvih razmišljanja bilo isticanje ekonomskog, političkog i kulturnog značenja priredbe za našu državu. Pritom se na Svjetsko prvenstvo u rukometu gledalo kao na *sportsku megapriredbu*, a takve su priredbe vrlo važni globalni fenomeni u kasno-modernim kapitalističkim društvima (Horne i Manzenreiter 2006). Najčešće se pod sportskim megapriredbama imaju na umu olimpijske igre i svjetska prvenstva u nogometu. No, u kontekstu pozicije Hrvatske na geopolitičkoj, ekonomskoj i sportskoj karti Europe i svijeta, a uzimajući pritom u obzir i odlične rezultate hrvatske rukometne reprezentacije, Svjetsko prvenstvo u rukometu smisleno je promatrati kao sportsku megapriredbu. Općenito su megapriredbe "iznimno važne sastavnice promoviranja nekog mjesta te uspijevaju integrirati industrijske i korporativne interese s onima upravljanja pazeći i na urbani razvoj

te kreiranje imidža" (Hall 2006:59). Za tadašnju, a i trenutnu političku situaciju Hrvatske ključno je to što su sportske megapriredbe itekako korisni elementi u orijentaciji nacija prema međunarodnom i globalnom društvu. U slučaju Hrvatske riječ je, dakako, o europskim integracijama, konkretno o ulasku u Europsku uniju.

Kako je organizacija cjelokupnog događaja bila podijeljena među čak sedam gradova⁴, infrastrukturne promjene u tim gradovima neki su predstavljali kao velik prosperitet za regije.

Isto tako, na pojavljivanje novih višenamjenskih sportskih dvorana u gradovima gledalo se i kao na priliku za jačanje amaterskoga i rekreativnog sporta na lokalnim razinama. To je teže ostvarivo u velikim gradovima poput Zagreba i Splita u kojima su u prvom planu potrebe vrhunskog sporta, ali zato bi trebalo biti ostvarivo u manjim gradovima poput Varaždina i Poreča. Za pohvalu je bio ne samo vanjskopolitički učinak organizacije Svjetskog prvenstva, nego i istovremena zastupljenost nacionalnih, regionalnih i lokalnih interesa unutar čitavog projekta.

Gradovi su od dvorana sigurno nešto dobili, no ne svi u istoj mjeri jer se ne smije zanemariti da su, s obzirom na popriličnu međusobnu različitost regija i gradova domaćina ovoga rukometnog natjecanja, lokalne samouprave svaka na svoj način štitile i zastupale svoje lokalne interese. Dakako, onoliko koliko je to bilo moguće uslijed državnog pokroviteljstva i angažmana visoke državne politike oko svjetskog prvenstva.⁵ Glavnina je prijevora, međutim, direktna posljedica primjetnog povlađivanja interesima kapitala. Paradoksalno je ipak da je, čak i kada je posve eklatantno kako su

⁴ Uz već nabrojane gradove u kojima su izgrađene nove dvorane, sedmi grad domaćin bila je Pula u kojoj se natjecanje odvijalo u 2003. godine renoviranoj dvorani "Mate Parlov".

⁵ Horneova istraživanja praksi u razvijenim zapadnim društvima pokazuju da "država određuje što je, a što nije legitimna sportska praksa te čineći to određuje što je interes sportskih potrošača. Država također stvara okvir unutar kojega onda djeluju partnerstva između lokalnih autoriteta i volonterskih sportskih i komercijalnih organizacija." (Horne 2006:115). Nesumnjivo je da je u Hrvatskoj uplitanje države bilo još i izraženije no što je to slučaj u razvijenim zemljama. Ako se megapriredbe razložno i postavi u okvire globaliziranog sporta, treba biti oprezan s nijekanjem važnosti države. "Puno prečesto su teorije globalizacije u sportu teorije 'bez države' te se državu tretira marginalnom s obzirom na globalizacijske procese ili barem neučinkovitim u smislu da ne može utjecati na karakter tih procesa" (Houlihan 2004:56–57).

korporativni interesi puno zastupljeniji negoli javni, tolika snaga neoliberalnog diskursa kompeticije i tolika "nužnost" postajanja mjestom uz koje kapital "prianja" da sve prolazi. (usp. Hall 2006:67) Naravno da se to može pripisati i u Hrvatskoj moćnoj mitologiji o društvenim koristima sporta.

SPORTSKI OBJEKTI KAO DIO EKONOMIKE SPORTA

Ostavi li se kalkulacija širega organizacijskog okvira po strani te se fokusira samo na rukometne dvorane, a da bi se problemu prišlo iz perspektive ekonomike sporta, nužno je započeti s definicijom sportskog objekta. Sportski objekt je prostor ili površina nastala ljudskom djelatnošću, a predstavlja ekonomsko-tehnološku cjelinu osnovnih, pomoćnih, pratećih i prostornih sadržaja koji omogućavaju sigurnu i udobnu sportsku i sportsko-rekreacijsku aktivnost. To prema Zakonu o športu mogu biti zatvoreni i otvoreni objekti te prirodne uređene površine koje su u javnoj uporabi, a udovoljavaju uvjetima za obavljanje djelatnosti sporta.⁶ Prilikom projektiranja i izgradnje sportskih objekata treba voditi računa o urbanističkim, građevinskim, tehničkim i drugim standardima, ali i o ekonomskoj racionalnosti projekata, a ekonomika troškova izgradnje, održavanja i korištenja objekata uključuje: polivalentnost i višenamjensku funkciju, pitanje lokacije, rješenje problema infrastrukture, uvjete i način izgradnje i opremanja te uvjete i način korištenja. Sustav sportskih objekata je sastavni dio prostornog plana područja na koje se odnosi. (Bartoluci 2003:95–97) Količina i intenzitet prijepora u svezi s hrvatskim dvoranama ukazuje da je malo od nabrojanoga bilo poštovano, premda je po tom pitanju svaka dvorana bila priča za sebe.

U Hrvatskoj je, slično kao i u većem dijelu Europe, na snazi mješoviti model financiranja sporta. Dok je prije sport imao Ustavom zajamčen status "djelatnosti od posebnog društvenog interesa", danas to više nije tako. Pa ipak, još uvijek ga se tretira kao javno dobro imajući na umu njegove uloge u društvenom, političkom i gospodarskom razvoju, očuvanju i unapređenju zdravlja te u odgoju i obrazovanju. Upravo stoga potrebe vrhunskog sporta u Hrvatskoj pokriva i proračun Republike Hrvatske, premda, doduše,

⁶ Prema tome, jasno je da su i skijaške staze na Sljemenu i maksimirski stadion sportski objekti, a po mnogočemu svakako i objekti prijepora.

financiranje sporta iz proračunskih izvora ne zadovoljava veći dio potreba. Posebno opterećenje za državni proračun upravo je financiranje sportskih objekata, tako da se veći dio troškova financira iz proračuna gradova i općina. (Bartoluci 2003:47–48) Tu je činjenicu šest gradova domaćina prvenstva bolno osjetilo.

No, za svijet sporta karakteristično je širenje i sve veća atraktivnost prihvaćanja domaćinstava sportskim megapriredbama unatrag posljednjih dvadesetak godina. S time povezana infrastrukturna ulaganja u principu zadovoljavaju ne samo potrebe vrhunskog sporta, već i one spektakla i turističke ponude. Naime, kao kompozicijski veliki događaji, sa svojim dramatičnim karakterom, masovnom privlačnošću i međunarodnim značenjem, sportske se megapriredbe smještaju "izvan običnoga" postižući široku medijsku pokrivenost i čineći sportski turizam profitabilnom privrednom granom. (usp. Horne i Manzenreiter 2006:1–24).

Na puno se primjera pokazalo da je aktivno prihvaćanje financijskoga i poduzetničkog rizika pokretačka sila globalizirajućega sportskog, i ne samo sportskog, gospodarstva. Pritom se *cost-benefit*⁷ analize uzimaju kao temelj ulaganja u sportske objekte. Moglo bi se konstatirati da su u Hrvatskoj posljednji "povijesni" primjeri posvjedočili kako organizacija velike sportske manifestacije može biti opravdano ulaganje u budućnost, i to ne samo u sportu. To vrijedi kako za Univerzijadu koja je organizirana 1987. u Zagrebu (SRC Jarun), tako i za Mediteranske igre koje su održane 1979. u Splitu (stadion Poljud). Hoće li naknadni pogled tako nešto pokazati i za Svjetsko prvenstvo u rukometu 2009.?

Teško je nepune dvije godine nakon izgradnje rukometnih dvorana ocjenjivati ekonomsku isplativost tih projekata⁸, ali znakovite su kalkulacije

⁷ Osim ove metode, koja uzima u obzir troškove i koristi što ih sa sobom nosi određeno ulaganje, postoje i neke druge metode koje se upotrebljavaju za utvrđivanje društvene i ekonomske efikasnosti investicijskih i poduzetničkih projekata u sportu poput metode perioda povrata uloženi sredstava, metode čiste sadašnje vrijednosti te metode korelacije (Bartoluci 2003:163).

⁸ Službene stranice Arene Zagreb prikazuju taj objekt, već na osnovi korištenja u 2009., kao pun pogodak. Po njima, ona je "u 2009. godini bila zakupljena 160 dana, tijekom kojih su se održavale razne manifestacije – koncerti hrvatskih i svjetskih zvijezda, raznovrsni sajmovi, humanitarna i sportska događanja. Kroz dvoranu je prošlo imponantnih 500 000 posjetitelja!" (<http://www.zagrebarena.hr/default.aspx?id=149>, 16. 2. 2010.)

oko nedovoljnog korištenja spornih sportskih objekata da bi se uopće mogli pokriti troškovi njihova održavanja (usp. Marinović 2008). Dok ekonomika sporta ipak barata mogućnostima izračuna utrošenog i zaradenog novca, mnogo je veći izazov procijeniti kako stvari stoje sa socijalnim i kulturnim kapitalom kad su Arena, Spaladium i druge dvorane u pitanju.

PLANIRANJE PROSTORA / UPOTREBA PROSTORA

U ovom bih dijelu rada želio iz opisane studije slučaja izdvojiti i konkretizirati onaj segment koji se sigurno u hrvatskom kontekstu ne nameće kao najvažniji, ali mi omogućava otvaranje rasprave u smjeru koji sam u uvodu najavio. Namjera mi je problematizirati odnos između planiranja i upotrebe prostora kad je riječ o sportskim objektima te zatim proširiti raspravu na potrošnju sporta u cjelini.

Kad velika sportska priredba poput Svjetskoga rukometnog prvenstva u Hrvatskoj završi, a sportski objekti ostaju tu gdje su povodom priredbe izgrađeni, s njima logično ostaje i pitanje *što da se radi sa sportskim objektima*. To je pitanje ujedno i parafraza naslova eseja Meaghan Morris *Što da se radi s trgovačkim centrima*, teksta u kojem ta australska teoretičarka kulture istražuje što se događa s trgovačkim centrima u najvećim australskim gradovima. Njezina analiza promjena u trgovačkim centrima u širem je smislu studija o upravljanju promjenom na određenim poprištima "kulturne proizvodnje" (Morris 2002). Baš taj širi smisao dozvoljava da se sudbina trgovačkih centara dovede u vezu sa sudbinom sportskih objekata.⁹

Za početak bi se, analogno autoričinu pristupu trgovačkim centrima, i za sportske objekte, u ovom slučaju rukometne dvorane u Hrvatskoj, moglo postaviti pitanje jesu li svi isti ili je svaki poseban. Takvo diferenciranje sportskih objekata znači bavljenje načinom na koji određeni objekti proizvode i održavaju mit identiteta. Valja poći od toga da iskustvo sportskog objekta uključuje iskustvo gomile ljudi, njihovih reakcija i upotreba koje

⁹ George Ritzer (1999), koji analizira pojave u američkom društvu, sličnost između trgovačkih centara i sportskih objekata te između onoga što se događa u jednim i drugima, tumači svojim ključnim pojmom i konceptom *mekdonaldizacije*.

objekt sadrži.¹⁰ Prema tome, monolitna prisutnost rukometnih dvorana nipošto ne ukida njihovu (potencijalnu) fluidnost i neodređenost. Pravo je pitanje, ono kojim se nastoji izbjeći zamrzavanje i fiksiranje spektakularne stvarnosti, *znamo li što se događa* u sportskim objektima. Takvo pitanje pretpostavlja da publike (korisnici) u sportskim objektima nisu stabilni, homogeni entiteti. Naime, kao što bi korisnike trgovačkih centara bilo preuzetno etiketirati kao ljude koji kupuju, isti bi tip pogreške bio učinjen kad bi se korisnici sportskih objekata držali ljudima koji navijaju. Iz tog se razloga i upravljanje promjenom događa u smislu diferencijalne tematizacije korisnika – u sportskim se objektima uz sportske priredbe održavaju primjerice koncerti, sajmovi i skupovi. Sportske objekte i njihove mitove spektakularnog identiteta-u-mjestu aktivno transformiraju njihovi korisnici, čime se uspostavlja jasna razlika između značenja projekatana i značenja korisnika. Dalek je i neravan put između planiranja i upotrebe prostora. Tko može unaprijed znati hoće li, kako i koliko ljudi koristiti rukometne dvorane? Njihova konkretna značenja zacijelo se neće poklopiti s predviđanjima. S jedne je strane, naime, kompetencija općeg planiranja, a s druge raznolikost u lokalnoj upotrebi (usp. Morris 2002:267–288).

Prakse korištenja sportskih objekata mogu u isti mah biti i potrošnjom jedinstvenog osjećaja mjesta koji oni svojim korisnicima nude. Uostalom, ako se to isto može ustvrditi i za trgovačke centre, kao što to čini Morris kad konstatira kako "u prigradskim praksama kupnje nisu nužno ili uvijek konzumirani predmeti oni koji se računaju u čin potrošnje, nego prije onaj jedinstveni osjećaj mjesta" (Morris 2002:293), zašto na taj način ne protumačiti jedenje jagoda sa šlagom u loži Wimbledona u vrijeme trajanja meča na središnjem terenu toga teniskog kompleksa ili ispijanje šampanjca u loži zagrebačke Arene za trajanja rukometne utakmice na parketu.

Arena Zagreb ljude je u vrijeme Svjetskoga rukometnog prvenstva mamila vodećim svjetskim zvijezdama vrhunskog rukometa, a i atmosferom¹¹

¹⁰ Jasno je da rukometne dvorane tek trebaju "napuniti" svoju povijest ljudima i događajima i da su dvorane nastale prije dvije godine u tom smislu neusporedive s trgovačkim centrima koje Morris istražuje najmanje desetak godina nakon što su se pojavili. Utoliko je zasad iluzorno međusobno ih razlikovati po kriteriju *mita identiteta*.

¹¹ Upravo je atmosfera, uključujući emocije koje pobuđuje nazočnost nekom događaju uživo, ono što mnogi navijači izdvajaju kao glavni razlog dolazaka na utakmice (usp. Crawford 2004:67–68).

nacionalne euforije povezane s hrvatskom reprezentacijom koja je stigla do finala. Nekoliko su mjeseci poslije Arenu već počeli puniti obožavatelji domaćih i stranih estradnih zvijezda, koji su dijelili fluid koncertne atmosfere, a Arena je između ostalog ugostila i posjetitelje Dječjeg sajma i sajma za bebe, Dana vjenčanja te *Eko etno* sajma. Mnoštvo raznorodnih korisnika Arene sigurno krije i mnoštvo raznolikih motiva dolazaka, kao i praksi potrošnje toga sportskog objekta. Zagrebačka Arena nipošto nije jedina dvorana u kojoj se ne proizvodi i troši isključivo sport. S druge strane, ona je jedina koja se još uvijek može identificirati kao mjesto na kojem se povremeno igra vrhunski rukomet.¹² Što se tiče sporta, rukomet koji se već dugo bori za dobivanje svojeg doma, u Areni ima primat. Pa ipak, budući da je rukometnih utakmica u odnosu na koncerte i sajmove u Areni vrlo malo, a RK Croatia osiguranje kotira u sportskim medijima daleko slabije od NK Dinama, taj je sportski objekt u javnoj svijesti sve manje sportski. Češće se u Areni oglašavaju nastupi estradnih izvođača koji, puneći osim tribina i teren na kojem se za njihova trajanja nalazi pozornica, u dvoranu privlače veće mase ljudi nego utakmice. Ako se sportski prostor razumije kao nešto kulturno konstruirano, a ne tek kao nešto fizički određeno (Tomlinson, Markovits, Young 2003:1470), Arena je nakon siječnja 2009. pomalo gubila status rukometnog prostora. To je tako i stoga što se na raznolikost njezine ponude nadovezuju različita značenja korisnika.

Na tragu Michela de Certeaua različite prakse potrošnje moguće je shvatiti i kao potajne oblike svakodnevnog stvaralaštva. Ti postupci i lukavstva potrošača tvore mrežu antidiscipline koja se suprotstavlja silovitosti poretka što se promeće u disciplinarnu tehnologiju (De Certeau 2002:34–35). Slijedimo li De Certeauovu argumentaciju, posjetitelji rukometnih dvorana mogu se prisposodobiti praktičarima tih prostora ili pak pješacima, pa da se onda njihove prakse potrošnje odnosno činovi koračanja shvate kao prisvajanje topografskog sustava od strane pješaka. Drugim riječima, na djelu je prostorno ostvarenje mjesta, baš kao što je čin govorenja zvučno ostvarenje jezika (De Certeau 2002:181–198).

¹² Naime, u njoj svoje europske nastupe, i to pred dobro popunjenim tribinama, odrađuju rukometaši Croatia osiguranja. Ledenu dvoranu Doma sportova prepustili su hokejašima Medveščaka koji na neki način tu i više pripadaju, s obzirom na to da su u njoj nastupali još 80-ih kad je hokej u Zagrebu bio iznimno popularan.

De Certeau koristi primjer upotrebe prostora vlaka. Iako se WC-i unaprijed planiraju iz nekih drugih razloga i zbog nekih drugih potreba, na koncu se ispostavlja da u zatvorenom sustavu vlaka jedino oni nude mogućnost bijega, kutak iracionalnog gdje ne kolaju nadzor i hrana (De Certeau 2002:177). Pred prvu utakmicu Svjetskog prvenstva najavljena je stroga kontrola posjetitelja u splitskoj Spaladium areni. To je trebalo značiti da neće biti dozvoljena konzumacija alkohola, pušenje i upotreba transparenta, no ispalo je da su WC-i, koji inače nipošto nisu mjesta predviđena za pušenje, na samom događaju postali prostori pušenja. Prostor se i ovaj put ispostavio kao prakticirano mjesto¹³, a pokazalo se i da nadmetajuće prakse mjesta, pričanja prostora, puneći poprišta značenjem, čine ih poprištima društvenog sukoba (Morris 2002:280).

Tumačeći odnose prostora, moći i znanja, Michel Foucault iznosi svoje viđenje da materijalne promjene ne mogu bez ostatka objasniti promjene u subjektivitetu. Tu tezu potkrepljuje pozivajući se na primjer povjesničara koji je istraživao kada i zašto su dimnjaci u srednjem vijeku prvi put građeni unutar kuća, a ne izvan njih. Ta je arhitekturna promjena s jedne strane bila potaknuta međuodnosom ljudi, a s druge je ona sama pokrenula promjene u ljudskim interakcijama. Međutim, važan je dodatak da uz materijalnu reorganizaciju prostora, na te promjene svakako utječu i životne prakse, vrijednosti te diskursi (Foucault 1984:253–254).

Sukladno ovom primjeru, a fukoovskom logikom, može se zaključiti da u slučaju rukometnih dvorana bujanju sportskih objekata prethodi bujanje moći te da bujanje moći isto tako i slijedi u tim objektima i u svezi s njima. Takav zaključak ne bi, međutim, izdržao De Certeauovu kritiku jer on smatra da Foucaultova mikrofizika moći još jednom privilegira proizvodni aparat (De Certeau 2002:101–106). Po drugoj se osnovi i antropolog Daniel Miller pridružuje kritici Foucaultova apstraktnog koncepta moći te drži kako je potrebno njegovo materijalističko prizemljenje (Miller 1996:10). Uzmemo li se u obzir i ta dva prigovora, ispada da je prepoznavanje i lociranje

¹³ Čitanje De Certeaua, ali i nekih drugih suvremenih antropologa i kulturnih geografa, dovodi do sljedećeg suda: "Iako se pojmovi prostora i mjesta mogu činiti samorazumljivima, oni su bili (i još su uvijek) među najdifuznijim, najnejasnije definiranim i najzbrkanijim pojmovima u društvenim i humanističkim znanostima. Stoga se osoba od koje se zatraži da promisli njihovo značenje suočava s više poteškoća (koje se umnažaju zastanemo li i promislamo o značenju kose crte u prostor/mjesto)" (Hubbard 2008:71).

nove ambivalentne difuzne prirode moći u realnom okruženju jedini pravi pristup kad se radi o rukometnim dvoranama.

Uglavnom, moć nije institucija i nije struktura, a nije niti stanovita sposobnost kojom su neki obdareni (Foucault 1994:65) pa bi bilo pogrešno planiranje, namjenu i upotrebu rukometnih dvorana pripisati bilo Vladi, bilo Hrvatskom rukometnom savezu, bilo gradovima domaćinima Svjetskog prvenstva. Kako je moć posvuda, odnosno odasvud dolazi (Foucault 1994:65), ne smiju se za početak zanemariti medijski i korporativni utjecaji, no zapravo treba voditi računa i o povijesti rukometa u nas, odnosima domaćih sportskih saveza s međunarodnim federacijama, statusu i potrebama školskog i rekreativnog sporta u Hrvatskoj, osjetljivosti šire javnosti prema sprezi biznisa i vrhunskog sporta te o mnogočemu drugome. Kad je o manjim gradovima riječ, od velike je važnosti uklapanje sportskih objekata u urbanističke planove i u turističke projekcije, a o tome, osim nadležnih institucija, ima što reći i lokalno stanovništvo. Ono svakako ima i mehanizme kojima može utjecati na korištenje objekata, a načini korištenja objekata, baš kao i njihov izgled, naposljetku mogu promijeniti sam grad i njegove žitelje.

PROIZVODNJA SPORTA / POTROŠNJA SPORTA

U svakom slučaju, pri ocjenjivanju novoizgrađenih rukometnih dvorana presudno je evidentirati raspršenost moći kod njihove proizvodnje i potrošnje. Završni bi korak ovog rada onda mogao biti opisan kao prelazak *s prostora sportskih objekata na prostore sporta*, uz opasku da se ostaje kod naglašavanja potrošnje. Suvremene teorijske preokupacije potrošnjom nužno postavljaju i okvire u kojima treba tumačiti potrošnju sporta.

Povijest istraživanja potrošnje upućuje na priču o hegemoniji, podčinjavanju, načinima dominacije, o uspostavljanju poretka zasnovanog na nejednakosti i nepravednoj raspodjeli društvenog bogatstva; s druge strane, ukazuje i na sasvim drugačije mogućnosti: kreativno prisvajanje, poigravanje značenjima, preoznačavanje, pobunu i političko organiziranje da bi se branili određeni principi ili zagovarale određene vrste etičnosti (Erdei 2008:64–65).

Što se sportskog polja tiče, čini se da je neminovno preispitivanje dihotomije proizvodnja sporta / potrošnja sporta jer su svi akteri – igrači, publika i posrednici – uključeni u oba procesa. Na sličan način kao što Zygmunt Bauman u svojoj knjizi *Consuming Life* (2007) objašnjava kako se teorijski i praktično mora i može biti potrošač¹⁴, Garry Crawford u svojoj knjizi *Consuming Sport* (2004) razlaže kako se može biti potrošač sporta. Baš poput Baumana, Crawford to čini ne zanemarujući da u najnovije vrijeme globalizacija oblikuje "sportske" živote (Crawford 2004:9–11). Pri takvoj se konstelaciji snaga za navijača-potrošača mijenjaju mjesta i načini doticaja sa sportom, a samim time dolazi i do promjena u sportskim prostorima.

"Zajedno s prirodom sporta u kasno-kapitalističkom društvu, mijenjaju se i suvremeni prostori sporta. Prostori mnogih sportova namijenjenih masovnoj publici su, osobito iza 1990-ih, doživjeli velike obnove i gradnje iznova, nudeći pristašama sigurniji i komforniji okoliš i užitke. Stari prostori masovnih sportova, čije su originalne gradnje datirale još iz ranog 20. stoljeća, postali su zastarjeli te su gubili dodir s komforom i udobnostima koji su nudili drugi suvremeni prostori dokolice poput novih multipleks kina i koncertnih prostora" (Crawford 2004:70–71).

Kako bilo, potrošnja se sporta dobrim dijelom seli u medije, razgovore, dakle izvan sportskih objekata, a svakodnevno sve više odmjenjuje spektakularno.¹⁵ To opet tjera sportske objekte da se prilagode nastaloj situaciji i promijenjenim potrošačkim navikama. Prodavanje povijesti i tradicije, kreiranje zona užitka, multipliciranje zabave, povećavanje komfora i sigurnosti, brendiranje proizvoda i imena neke su od tipičnih reakcija sportskih objekata.

Čini se da proturječni organizacijski oblici u modernom društvu, *racionalizacija* i *kompleksifikacija* (Ritzer 1999:204–205), određuju sudbinu sportskih objekata i sporta općenito. Kad je riječ o objektima,

¹⁴ U društvu potrošača svi su od kolijevke do groba potrošači *de jure*, a na sve moguće načine se bore da budu i potrošači *de facto*. (Bauman 2007:63–65)

¹⁵ Paula Vertinsky uvida utjecaj globalizacije i na percepciju prostora i mjesta sporta, na narative koji se uz ta mjesta vezuju, a i na shvaćanje "osjećaja mjesta" (2005:8).

racionalizacija možda više određuje njihovu proizvodnju ponude, a kompleksifikacija njihovo korištenje odnosno potrošnju. No, ako se linearnost i protočnost potrošačke kulture prepoznaju kao da djeluju unutar dijalektičkog procesa (Turner 2003:138) te se uvidi kako kontrola, predviđanje i reguliranje idu ruku pod ruku s rizikom, nepredvidljivošću i nesigurnošću (Turner 2003:142), onda *iracionalnost racionalnosti* u sportu, barem koliko kao neželjenu nuspojavu mekdonaldizacije društva (usp. Ritzer 1999:30–33, 169), treba interpretirati i kao izazov koji individualizacija postavlja standardizaciji (Turner 2003:141–146). Naposljetku, u kojoj se mjeri odbjegli sport može i treba podvrgnuti kontroli – to nije pitanje samo za živote i funkcioniranje institucija, već i za obične ljude.¹⁶

Na sport će se vjerojatno uvijek trošiti novac, vrijeme i živci, ali gdje i kako – ostaju samo riskantne projekcije s obzirom na maglovitu budućnost. Sve troje nabrojeno predstavlja ograničene resurse pa ovome *gdje i kako* valja pribrojiti i pitanje *tko*. Nema dvojbe da su odgovori nužno povezani, a nisu ni jednostavni. Naslovno *mi*, sukladno tome, nikako ne pretendira homogeniziranju potrošnje.¹⁷ Ono samo skromno upućuje na autorsku poziciju potrošača sporta, ne nužno i korisnika sportskih objekata.¹⁸

LITERATURA

BARTOLUCI, Mato. 2003. *Ekonomika i menedžment sporta*. Zagreb: Informator Zagreb i Kineziološki fakultet Sveučilišta u Zagrebu.

BAUMAN, Zygmunt. 2007. *Consuming Life*. London: Polity Press.

¹⁶ "Pogrešno je o globalizaciji razmišljati kao o nečemu što se tiče samo velikih sustava, kao što je svjetski financijski poredak. Globalizacija se ne javlja samo 'tamo', daleko i odvojeno od pojedinca. Globalizacija djeluje i 'ovdje', i utječe na prisne i osobne vidove naših života" (Giddens 2005:33).

¹⁷ Dapače, kod njezine heterogenizacije treba biti dosljedan i ne zaustaviti se na burdijeovskoj tezi o klasnoj obilježenosti praksi povezanih sa sportom (usp. Bourdieu 1990), već otići dalje prema *individualizaciji* potrošnje.

¹⁸ Nažalost, nužno i "financijera" tih objekata budući da su troškovi za njih velikim dijelom pokriveni iz proračunskih sredstava, a u proračun se ulijevaju sredstva poreznih obveznika.

- BOURDIEU, Pierre. 1990. "Programme for a sociology of sport". U *In other words: Essays Towards a Reflexive Sociology*, ur. Pierre Bourdieu. Stanford: Stanford University Press, 156–167.
- CRAWFORD, Garry. 2004. *Consuming Sport*. London i New York: Routledge.
- DE CERTEAU, Michel. 2002. *Invencija svakodnevice*. Zagreb: Naklada MD.
- ERDEI, Ildiko. 2008. *Antropologija potrošnje*. Beograd: Biblioteka XX vek.
- FEATHERSTONE, Mike. 1990. Perspectives on Consumer Culture. *Sociology* 24: 5–22.
- FOUCAULT, Michel. 1984. "Space, Knowledge and Power. Intervju koji je vodio Paul Rabinow". U *Foucault Reader*, ur. Paul Rabinow. New York: Pantheon Books, 239–256.
- FOUCAULT, Michel. 1994. *Znanje i moć*. Zagreb: Nakladni zavod Globus.
- GIDDENS, Anthony. 2005. *Odbjegli svijet*. Zagreb: Klub studenata sociologije Diskrepancija i Naklada Jesenski i Turk.
- HALL, Michael C. 2006. "Urban entrepreneurship, corporate interest and sports mega-events: the thin policies of competitiveness within the hard outcomes of neoliberalism". U *Sports Mega-Events: Social Scientific Analyses of a Global Phenomenon*, ur. John Horne i Wolfram Manzenreiter. Norwich: Blackwell Publishing/The Sociological Review, 59–70.
- HORNE, John i MANZENREITER, Wolfram. 2006. "An introduction to the sociology of sports mega-events". U *Sports Mega-Events: Social Scientific Analyses of a Global Phenomenon*, ur. John Horne i Wolfram Manzenreiter. Norwich: Blackwell Publishing/The Sociological Review, 1–24.
- HORNE, John. 2006. *Sport in Consumer Culture*. Basingstoke: Palgrave MacMillan.
- HOULIHAN, Barrie. 2004. "Sports Globalisation, the State and the Problem of governance". U *The Commercialisation of sport*, ur. Trevor Slack. London i New York: Routledge, 52–71.

- HUBBARD, Paul. 2008. "Prostor/mjesto". U *Kulturna geografija: kritički rječnik ključnih pojmova*, ur. David Atkinson i dr. Zagreb: Disput, 71–79.
- MILLER, Daniel. 1996. "Consumption as the vanguard of history". U *Acknowledging consumption*, ur. Daniel Miller. London i New York: Routledge, 1–57.
- MORRIS, Meaghan. 2006. "Što da se radi s trgovačkim centrima". U *Politika teorije*, ur. Dean Duda. Zagreb: Disput, 267–296.
- RITZER, George. 1999. *Mekdonaldizacija društva*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk.
- TOMLINSON, Alan, MARKOVITS A. S. i YOUNG, C. 2003. "Introduction: Mapping Sports Space". *American Behavioral Scientist* 46:1463–1475.
- TURNER, Bryan S. 2003. "McDonaldization: Linearity and Liquidity in Consumer Cultures". *American Behavioral Scientist* 47:137–153.
- VERTINSKY, Paula. 2005. "Locating a 'Sense of Place': Space, Place and Gender in the Gymnasium". U *Sites of Sport*, ur. Paula Vertinsky i John Bale. London i New York: Routledge, 1–24.

IZVORI

- M. Š. 2008. "Bandić o 'aferi arena': Oni tjeraju zeca, a istjerat će vuka!". <http://www.index.hr/sport/clanak/bandic-o-aferi-arena--oni-tjeraju-zeca-a-istjerat-ce-vuka/410605.aspx> (16. 2. 2010.).
- MARINOVIĆ, Tomislav. 2008. "Čeka li rukometne arene uspješno poslovanje ili bankrot". *Vjesnik*, 30. 1. 2008. Dostupno na: <http://www.vjesnik.hr/Pdf/2008%5C01%5C30%5C21A21.PDF> (16. 2. 2010.).
- PAVIĆ, Ante. 2007. "Letak dotukao koaliciju Đapić – Glavaš". *Nacional*, br. 16, 3. 9. 2007. Dostupno na: <http://www.nacional.hr/clanak/37560/letak-dotukao-koaliciju-dapic-glavas> (16. 2. 2010.).
- TOMIĆ, Ante. 2009. "Zgadilo mi se rukometno prvenstvo". *Jutarnji list*, 24. 1. 2009. Dostupno na: <http://www.jutarnji.hr/zgadilo-mi-se-rukometno-prvenstvo/284271/>.

ŽABEC, Krešimir. 2008. "Dvorane su gotove, tko će ih puniti". *Jutarnji list*, 14. 12. 2008. Dostupno na: <http://www.jutarnji.hr/dvorane-su-gotove--tko-ce-ih-puniti/279776/> (16. 2. 2010.).

ŽUKINA, Predrag. 2010. "Da smo Austrijanci, SP bi se igrao na Zagrebačkom velesajmu", *Jutarnji list*, 22. 1. 2010. Dostupno na: <http://www.jutarnji.hr/da-smo-austrijanci--sp-bi-se-igrao-na-zagrebackom-velesajmu/504253/> (22. 10. 2010.).

Ozren Biti

SPORTS OBJECTS AS OBJECTS OF DISPUTE: WHERE AND HOW WE SPEND (ON) SPORTS

The article discusses the connection between planning and usage of space when it comes to the places for following sports as well as the relationships between production and consumption of sports when it comes to its following. The incentive for this research were the disputes which arose over building new and luxury handball halls in six different Croatian cities for the organization of the World Handball Championship in 2009. Those objects are multifunctional but only their later purpose and usage will give a more coherent picture of their cost-effectiveness, not only financial, but also cultural and political. Since it has now become impossible to adequately analyze a certain phenomenon of the globalized sport in a consumerist society from the perspective of a single discipline, such as economy of sports, geography of sports or sociology of sports, this article relies on all the mentioned disciplines, as well as on the anthropology of consumption, to answer the question: Where and how we spend (on) sports?

Key words: handball, sport venues, usage of space, consumption of sports

