

RAZMJERI, KARAKTERISTIKE I UZROCI KRIZE POSJETA PRVOLIGAŠKIM NOGOMETNIM UTAKMICAMA U HRVATSKOJ

Dražen Lalić

Agencija za istraživanje javnog mnijenja "PULS", Split

Pregledni članak
UDK: 316:796.332
Primljeno: 5.07.93.
Prihvaćeno: 29.10.93.

Sažetak:

Kako bi se analizirala posjećenost na utakmicama nogometnog prvenstva u Hrvatskoj upotrijebljene su dvije osnovne istraživačke metode. Najprije je izvršena kvantitativna analiza posjećenosti utakmica prve nogometne lige za vrijeme sezone 1992/93. Analizirane su promjene u posjećenosti na utakmicama "Hajduka" Split unutar vremenskog perioda od 15 godina. Zatim je anketirano 505 gledatelja utakmice "Hajduk" - "Rijeka" kako bi se dobio uvid u njihove stavove o navedenom problemu.

Razultat ovog istraživanja bio je da je posjećenost utakmica prve nogometne lige u Hrvatskoj sve manja. Postoje dva glavna uzroka ove pojave. Prvi se može definirati kao vanjski faktor; a temelji se na ratnim uvjetima koji sprječavaju veliki broj ljudi da budu prisutni na utakmicama. Drugi i glavni uzrok, definiran kao unutarnji, tiče se kvalitete nogometa. Na osnovi rezultata ankete, unutarnji se uzrok u prvom redu tiče niske kvalitete igre i igrača u prvoj nogometnoj ligi, natjecanje nogometnih momčadi nije dovoljno uzbudljivo, a hrvatske momčadi se nisu uspjele plasirati u evropska nogometna natjecanja.

Ključne riječi: sportska publika, navijači, nogomet, posjeta

Abstract

RANGE, FEATURES AND CAUSES OF THE DECREASED NUMBER OF ATTEN- DANCES AT FIRST FOOTBALL LEAGUE MATCHES IN CROATIA

In order to analyse the attendance at the matches of football championship in Croatia two basic research methods were used. At the beginning, we have conducted the quantitative analysis of the number of attendances at the first football league matches during the season 1992/93. We have analysed the changes in the number of attendances at the matches of "Hajduk" Split within a period of the last 15 years. After that, 505 spectators of the match "Hajduk" - "Rijeka" were polled in order to get an insight into the opinions of football spectators.

The conclusion of this research is that there is a decrease in the number of attendances at the matches of the first football league in Croatia. There are two main causes of this occurrence. The first one can be defined as external, and it is based on war conditions which prevent many people from being present at the matches. The second and the main cause, defined as the internal one, is connected to the quality of football games. On the basis of the survey results we can draw the conclusion that, first, the internal cause is connected to the low quality of the play and the players in the first league, the competition between the

Zusammenfassung

UMFANG, CHARAKTERISTIKEN UND URSACHEN DER VERRINGERUNG DER ZUSCHAUERZAHL BEI DEN FUSSBALLSPIELEN DER ERSTEN LIGA IN KROATIEN

Um die Analyse der Zuschauerzahl bei den Fußballspielen der ersten Liga in Kroatien durchzuführen, wurden zwei Grundforschungsmethoden angewendet. Die erste Methode bezog sich auf die Zuschauerzahl bei den Fußballspielen der ersten Liga während der Saison 1992/93. Es wurde die Zuschauerzahl bei den Spielen des "Hajduk" Split in den letzten 15 Jahren analysiert.

Zweitens wurde bei den 505 Zuschauer des Spiels "Hajduk" - "Rijeka" eine Umfrage durchgeführt, um die Meinung dieser Population herauszufinden.

Die Ergebnisse dieser Umfrage zeigten, daß die Besucherkrise bei den Fußballspielen der ersten Liga in Kroatien tatsächlich vorhanden ist. Es gibt mehrere Ursachen für diese Krise. Die erste Ursache kann als eine außersportliche bezeichnet werden, wie es bekannt ist durch die Kriegsumstände in Kroatien sind viele Leute gehindert den Spielen beizuwohnen. Die zweite Ursache ist als eine, im gegenwärtigen Kroatien fußballsportbedingte Ursache, zu betrachten. Die Resultate zeigten, daß sich die Qualität des Spiels und der Fußballer

teams is not exciting enough and consequently, the teams from Croatia have not succeeded in taking part in European football competitions.

Keywords: spectators, fans, football, attendance

in der ersten Liga so gesenkt hat, daß die Spiele alle Atraktivität, was die Fußballsportleistungen betrifft verloren haben. Die letzte Ursache, keine von den besten Mannschaften Kroatiens nimmt an verschiedenen europäischen Fußballmeisterschaften teil.

Schlüsselwörter: Fußballspielzuschauer, Fußballspielfans, Zuschauerzahl

I Uvod

U stručnoj literaturi o sportu široko je prihvaćena ocjena da je nogomet najpopularniji sport današnjice. Tom u isti mah jednostavnom i atraktivnom igrom aktivno se bave milijuni ljudi na svim kontinentima. Nogomet poput američkog nogometa¹, bejzbola, košarke i nekih drugih sportova izaziva masovan interes publike na stadionima (neposredno) i pred televizorima (posredno). Mnogi sociolozi, psiholozi i drugi istraživači suvremenoga nogometa ukazuju da je publika jedna od osnovnih komponenata toga sporta, a neki autori čak naglašavaju publiku kao njegovu ključnu odrednicu. Tako britanski psiholozi Canter, Comber i Uzzell ocjenjuju "Nogomet se razvijao od svojih ranih korijena kao igre momčadi do sadašnjega stanja kao prvenstveno gledateljskoga sporta". (Canter, Comber, Uzzell, 1980: XV). U istraživanjima današnjega nogometa ipak se treba kloniti predimenzioniranja značaja ovoga ili onoga činitelja, te poći od ocjene kako je taj sport bitno određen interakcijom njegovih direktnih protagonista (igrača, trenera) i publike. Značaj te interakcije osobito dolazi do izražaja prilikom vrhunskih nogometnih spektakala koji ne bi bili dovoljno atraktivni za širu javnost² kada u njima ne bi sudjelovali i gledatelji na punim tribinama. Uloga publike u tome spektaklu ne zadržava se na njenoj pukoj prisutnosti, već je određena specifičnim oblicima

ponašanja kojima ona ne samo da reagira na podražaje igre, nego i utječe na zbivanja na terenu. Upravo stoga, funkcioniranje suvremenog nogometa je značajno određeno karakteristikama njegove publike.

Prema definiciji Srđana Vrcana, "sportsku publiku u najširem smislu te riječi moguće je odrediti kao ukupnost svih onih koji za sport uopće ili neku sportsku granu iskazuju određeni, manje-više trajan - a ne slučajan - interes", a karakterizira je "ukupnost ljudi u čijem je životnom obzoru, životnom iskustvu i životnom djelovanju sport vidljivo prisutan s pozitivnim predznakom kao nekakav trajan sastojak koji doprinosi smislenosti konkretnog života" (Vrcan, 1990: 87). Sportska publika je konglomerat ljudi različitih socijalnih i drugih obilježja. Za razliku od one posredne, neposredna publika je sastavljena od ljudi koji direktno prisustvuju određenom sportskom događaju te ga kolektivno doživljavaju s drugim gledateljima. Neposredna publika nije homogena u izražavanju toga doživljaja i u svome ukupnome odnosu prema igračima, timovima i sportu u cjelini. U tome smislu, ključno je razlikovanje između "navijača" i "obične publike". Prema određenju Radovana Marjanovića, "navijači su ljudi spremni da daju (novac, vreme, energiju, sebe) za razliku od "publike" čiji najveći deo (izuzev "navijača") u različitom stepenu želi da dobije (protivvrednost za ono što daje)." (Marjanović, 1987: 30). Navijače je moguće definirati kao dio neposredne publike koji svojim specifičnim kolektivnim ponašanjem (pjevanjem i skandiranjem, skakanjem i slično), svojom kolektivno prihvaćenom ikonografijom (simbolima, zastavama, transparentima, šalovima i sličnim) i na druge načine iskazuju svoju emocionalnu vezanost za određeni tim i svoju identifikaciju s njime, te mu pokušavaju pružiti podršku radi ostvarenja što boljeg rezultata. Američki sociolog Harry Edwards ukazuje da "navijač nije tek pasivni gledatelj. On sudjeluje, što je značajna komponenta u valjanom funkcioniranju društva i pojedinca. Uobičajeno korištenje pojma "fan" - što je skraćenica od "fanatik - kao suprotnoga gledatelju, ilustrira dinamiku, aktivnu značajku



1. Primjerice, utakmicama 15. kola HFL (National Football League) u SAD odigranima 14. prosinca 1992. prisustvovalo je prema izještajima lista "USA Today" usprkos lošim vremenskim prilikama, u prosjeku 52 221 gledatelja, "USA Today", od 15. prosinca 1992.

2. Krajnja bilanca 14. svjetskog prvenstva u nogometu održanog 1990. godine u Italiji pokazuje da je 52 utakmice posredstvom televizije gledalo 30 milijardi ljudi širom svijeta, što je premašilo dotadanji rekord TV gledanosti koji je držalo 13. svjetsko prvenstvo (Meksiko) za punih 140 posto, "Slobodna Dalmacija", Split, od 13. srpnja 1990. godine.



karakterističnu za tu ulogu" (Edwards, 1973: 238). Slovenski sociolog Krešo Petrović motri navijače kao "socijalnu kategoriju" koja sadrži osobe različitoga socijalnog statusa, za razliku od socijalnoga sloja koji je sačinjen od ljudi jednakoga ili sličnoga socijalnoga statusa (Petrović, 1977).

Neposredna publika bitno se razlikuje s obzirom na vrstu sporta te na uvjete u kojima se zbiva određena utakmica ili drugi sportski događaj. Predmet ovoga istraživanja je neposredna nogometna publika koja specifičnim ponašanjem u prvome redu onih obilježenih raznim oblicima nasilja - izaziva veliku pažnju znanstvenika, osobito posljednjih desetak godina. Istražuje se, dakle, neposredna nogometna publika u današnjoj Hrvatskoj, zemlji u kojoj je nogomet posljednjih godina, prije svega zbog specifičnog vanjskog (političkog i društvenog) konteksta, suočen s izrazitim teškoćama. Stjecanje nacionalne nezavisnosti Hrvatske odvija se u uvjetima podvrgnutosti ratnoj agresiji, što bitno ometa uobičajene životne tijekove hrvatskog društva, pa tako i one koje se odnose na nogomet i sport u cjelini. Slično drugim granama sporta, nogomet se kod nas tijekom protekle dvije godine ubrzano reorganizira u skladu s novim političkim i društvenim okvirom: uspješno su završena dva prvenstva

Hrvatske, okončano drugo natjecanje za nacionalni kup, itd. Činjenica da je nogomet tradicionalno najpopularniji sport u Hrvatskoj dodatno naglašava interes javnosti za što skorijim i cjelovitim nadvladavanjem teškoća u kojima se našao. Imajući u vidu već istaknuti veliki značaj publike za funkcioniranje nogometa moguće je ocijeniti da je jedna od osnovnih komponenti nadvladavanje tih teškoća upravo šama publika, prije svega ona neposredna. Brojnost neposredne publike je svojevrsni "condicio sine qua non" njene uloge u suvremenom nogometu; ta brojnost ključno utječe na atraktivnost pa i na kakvoću nogometnoga spektakla.¹ S druge strane, brojnost publike je svojevrsni pokazatelj stanja nogometa u nekoj sredini, prije svega njegove atraktivnosti i kvalitete. U ovo istraživanje krenulo se od ocjene, često prisutne u javnosti u posljednje vrijeme, da je u Hrvatskoj na djelu stanovita kriza posjeta nogometnim utakmicama. Opravdanost takvih ocjena potvrđuje posjećenost prvoligaških nogometnih utakmica ili praćenje televizijskih i drugih medijskih izvještaja s tih susreta. U tome smislu, ovo istraživanje teži sagledavanju i analiziranju razmjera, osnovnih karakteristika i ključnih uzroka krize posjeta utakmica Prve nogometne lige u Hrvatskoj u sezoni 1992/93.

1. U medijskim izvještajima s utakmica na kojima se igrao kvalitetan nogomet često se mogu pročitati ili čuti ocjene tipa "šeta što nije bilo prisutno više gledatelja" ili "ispunjene tribine motivirale su igrače da pokažu sve što znaju".

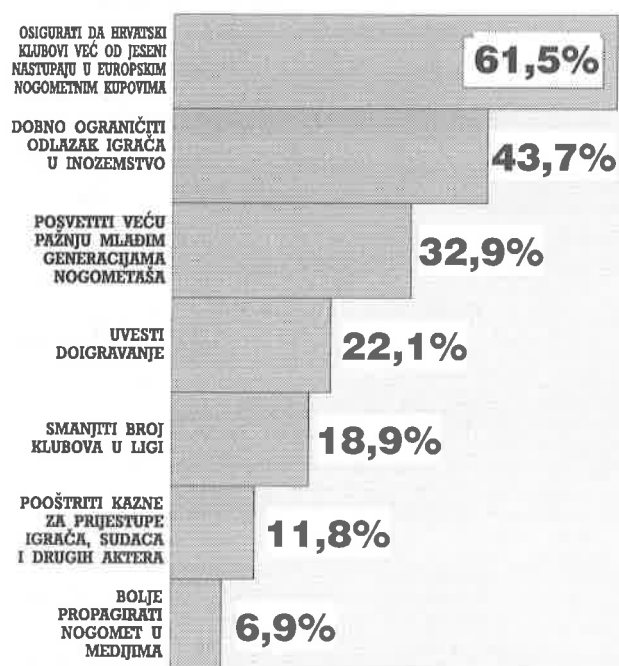
II Metodologija istraživanja

U istraživanju posjećenosti utakmica Prve nogometne lige Hrvatske u prvenstvu 1992/93 kombinirano su korištene tri metode.

Prva je kvantitativna analiza posjeta na svim utakmicama toga prvenstva. Ta analiza provedena je na temelju procjena o broju gledatelja objavljenih u izvještajima s utakmica u dnevnom listu Slobodna Dalmacija. Osobita pažnja poklonjena je analizi posjećenosti utakmica HNK Hajduk u Splitu, koja je uspoređena s rezultatima analize posjeta utakmicama toga kluba na domaćem terenu u posljednjih petnaest godina.

ŠTO BI SADA BILO POSEBNO VAŽNO UČINITI U CILJU POBOLJŠANJA KVALITETE PRVOLIGAŠKOG NOGOMETA U HRVATSKOJ?

(NA OVO PITANJE BILO JE MOGUĆE DATI DVA ODGOVORA)



Druga metoda bila je anketa, koja je provedena na uzorku od 505 posjetitelja utakmice Hajduk - Rijeka odigrane 16. svibnja 1993. godine pred 4000 gledatelja. Ta utakmica je izabrana za provedbu ankete, jer pruža povoljne uvjete za ispitivanje stavova pripadnika neposredne nogometne publike.

Prije svega, radilo se o susretu koji nije odlučivao o prvaku države i stoga nije imao obilježja velikoga derbija (poput onoga Hajduka i Croatije), ali i o susretu koji zbog tradicionalnog rivalstva riječkog i splitskog prvoligaša, te zbog njihovog nadmetanja za što bolji plasman u tome prvenstvu, nije bio bez značaja. Dakle, radilo se o utakmici koja je imala stanovita obilježja prosječnoga prvenstvenog susreta. Upitnici su slučajnim odabirom distribuirani po svim

dijelovima stadiona u Poljudu, u skladu s neposrednom procjenom o broju gledatelja na različitim tribinama. Tako je na zapadnoj tribini anketirano 42,4 posto od ukupnog broja ispitanika, na istočnoj 21,6 posto, a na sjevernoj 36,6 posto (južna tribina je bila zatvorena za gledatelje). Anketiranje je provedeno u poluvremenu, što je zbog vremenske kratkoće utjecalo na relativno ograničenje broja postavljenih pitanja. Spremnost gledatelja da sudjeluju u anketi bila je visoka, a obzirom na to da je od ukupnog broja kontaktiranih samo deset posto odbilo sudjelovati u anketi.

Treća metoda bila je promatranje koje je korišteno kao stanovita pomoćna metoda, značajna za pripremu istraživanja. Promatranje je vršeno na utakmicama koje je Hajduk u prvenstvu 1992/93 igrao u Splitu.

III Kvantitativna analiza posjećenosti utakmica nogometnog prvenstva Hrvatske 1992/93.

Osnovni rezultat kvantitativne analize posjećenosti utakmica nogometnog prvenstva Hrvatske 1992/93. predočava da je na 240 susreta ukupno prisustvovalo 985 200 gledatelja ili u prosjeku 4.105 po utakmici. Prosječna posjeta po klubovima na njihovim terenima bila je sljedeća (broj u zagradama odnosi se na konačan plasman kluba u prvenstvu):

1. Croatia	- 16 267 (1)
2. Hajduk	- 5 400 (2)
3. Varteks	- 5 266 (7)
4. Zagreb	- 5 071 (3)
5. Cibalia	- 4 766 (5)
6. Segesta	- 4 667 (10)
7. Istra	- 3 500 (8)
8. Osijek	- 3 126 (6)
9. Belišće	- 2 626 (15)
10. Pazinka	- 2 533 (11)
11. Radnik	- 2 400 (13)
12. Zadar	- 2 380 (12)
13. Inker	- 2 327 (9)
14. Dubrovnik	- 2 246 (14)
15. Rijeka	- 2 133 (4)
16. Šibenik	- 1 306 (16)

U vezi s podacima prezentiranim u tablici, nužno je

upozoriti na nekoliko okolnosti koje su kod dijela klubova najvjerojatnije utjecale na posjetu utakmicama koje su igrali na domaćem terenu. S jedne strane, jedan od razloga izrazite posjećenosti utakmicama Croatije temelji se na činjenici da je uprava toga kluba na većini susreta proljetnoga dijela prvenstva omogućila besplatan ulazak na maksimirski stadion. S druge strane, određeni klubovi bili su primorani, zbog neposredne ratne opasnosti, igrati većinu prvenstvenih utakmica na stadionima u drugim gradovima. U toj činjenici vjerojatno leži bitan razlog zbog kojega su Zadar i Šibenik imali nisku posjećenost. I u nekim drugim gradovima kao što su Osijek, Vinkovci, Dubrovnik i Sisak, blizina fronte i ukupna ratna situacija vjerojatno su smanjile spremnost građana da dođu na stadione. Na posjetu utakmicama dijela prvoligaša, u prvom redu onih koji su taj status stekli tek pred dvije godine utjecala je i nekomfornost te mali kapacitet njihovih stadiona.

Iz tablice je vidljiva relativno visoka podudarnost između redosljeda klubova na ljestvici gledanosti i njihovog konačnog plasmana u prvenstvu. Kod jedanaest, od ukupno šesnaest klubova, redosljed gledanosti i plasmana razlikuje se najviše do dva mjesta. Na temelju toga, moguće je ustanoviti da su dobri rezultati činitelj koji privlači publiku, i vice versa. Na prvi pogled, jedini izraziti otklon od toga registriran je kod Rijeke koja je u prvenstvu zauzela relativno visoko četvrto mjesto, a na ljestvici gledanosti je na pretposljednem mjestu. Uzroci toga nesrazmjera zahtijevaju posebnu analizu, ali je u tome sklopu ipak potrebno ukazati na činjenicu da je Rijeka već u prvom dijelu prvenstva izgubila šanse za osvajanje titule prvaka države kojoj su se njeni simpatizeri nadali s obzirom na ugled toga kluba, što se vjerojatno odrazilo na interes.

Unatoč podudaranju redosljeda Hajduka na ljestvici gledanosti i njegovoga konačnog plasmana u prvenstvu, u ovoj analizi posebnu pažnju treba pokloniti niskoj posjećenosti utakmica toga kluba u Splitu. Kriza posjeta na domaćem terenu osobito je indikativna stoga što je taj renomirani klub u sezoni 1991/92. bio prvak države, a u sljedećoj je osvojio nacionalni kup i drugo mjesto u prvenstvu. Ta kriza je indikativna i zato što prosječna posjećenost prvenstvenih utakmica Hajduka u Splitu od 5 400 gledatelja čini tek deset posto od ukupnoga kapaciteta izuzetno lijepoga i komfornoga stadiona u Poljudu. Kriza posjeta toga kluba je još izrazitija ako se podatak o prosječnoj gledanosti usporedi u proteklih petnaest godina. Na

starom i nekomfornom stadionu u sezoni 1978/79. Hajduk je prosječno promatralo 15 118 gledatelja.¹ Do naznaka izrazitijeg pada posjeta utakmicama toga kluba na domaćem terenu došlo je krajem osamdesetih (prosječna posjeta u prvenstvu 1989/90. bila je 12 882), da bi već u sezoni 1990/91. Hajduk u Splitu promatralo prosječno samo 8 727 gledatelja.

Također je indikativan i nesrazmjer između posjeta utakmicama Hajduka na domaćem terenu i vani. Naime, na prvenstvenim susretima u drugim gradovima taj klub je u prosjeku promatralo 9 607 gledatelja, što je gotovo identična prosječna gledanost onoj prvaka Hrvatske zagrebačke Croatije (9 643). Analiza prosječne gledanosti drugih klubova na gostujućim utakmicama, s djelomičnim izuzetkom Zagreba, ne pokazuje izrazitije razlike u broju gledatelja.

Na temelju svega iznijetog, moguće je ocijeniti da kriza posjeta utakmicama Hajduka u Splitu predstavlja svojevrsnu paradigmu krize posjećenosti utakmicama nogometnog prvenstva Hrvatske. Izuzetno niska prosječna gledanost splitskog prvoligaša u Splitu najzorniji je primjer krize posjeta nogometnim susretima kod nas, koja je osobito vidljiva ako se usporedi s posjetama nogometnih susreta u Italiji, Španjolskoj, Engleskoj i drugim zemljama Zapadne Europe u kojima je taj sport izrazito razvijen.²

S obzirom na to, bilo je važno ispitati stavove samih simpatizera Hajduka o razlozima njihove niske zainteresiranosti za prisustvovanje prvoligaškim nogometnim susretima.

IV Nalazi ankete

Anketom u poluvremenu utakmice Hajduk- Rijeka ispitano je 505 gledatelja. S obzirom na strukturu slučajno odabranog uzorka, osobito je zanimljiv nalaz prema kojemu 47,2% čine mlađi od 20 godina, a oni od 21 do 30 godina 40,0%, što je ukupno čak 87,2% mladih. Anketiranih u dobi od 31 do 40 godina registrirano je 5,2% od 41 do 50 godina 3,3% od 51 do 60 godina 2,1%, a preko 61 godine 1,9%. Slijedom toga, većinu anketiranih čine učenici i studenti. Prema obrazovanju, bez završene škole je 10,5%, završenu osnovnu školu ima 37,6% ispitanika, srednju školu 35,0%, višu školu ili fakultet 15,1%, a magisterij ili doktorat 1,7% ispitanika. Većina ispitanika živi u Splitu (78,1%), u nekome

1. Analiza posjeta utakmicama Hajduka u Splitu u toj i drugim sezonama također je izvršena prema procjenama o broju gledatelja u izvještajima sa tih susreta objavljenima u listu Slobodna Dalmacija.

2. Najsupješnji nogometni klubovi u Zapadnoj Evropi kao što su "Milan", "Barcelona", "Real" i neki drugi imaju i više od pedeset tisuća preplatnika.



mjestu blizu Splita 10,8%, mjestu na obali 3,5%, u Dalmatinskoj zagori 2,7%, i nekom drugom mjestu 3,7%. Izrazita većina anketiranih (94,4%) je muškoga spola.

U prvenstvu 1992/93 na svaku utakmicu koju je Hajduk igrao u Splitu dolazilo je 40,8% ispitanika, 28,4% na većinu, a 10,9% bilo je na otprilike polovini utakmica. S druge strane, na nekoliko prvligaških susreta bilo je 15,3%, na samo jednoj utakmici 1,6%, a do toga dana nije došlo ni na jednu utakmicu samo 3,0% anketiranih. S obzirom na to da je 80,1% bilo na polovini i više utakmica, moguće je ustvrditi da je ova anketa zahvatila (relativno) adekvatan uzorak tzv. stalne publike Hajduka. S time u vezi, nužno je upozoriti na registrirano evidentno češće odlaženje "navijača" na te utakmice nego pripadnika "obične publike". Od anketiranih pripadnika navijačkih grupa njih 91,5% prisustvovalo je na polovini i više utakmica toga kluba u Splitu - 52,4% na svakoj utakmici, na većini 28,5%, a 10,6% na otprilike polovini utakmica.

Izrazita većina ispitanika simpatizira upravo Hajduk, a od ostalih hrvatskih nogometnih klubova tek u nešto većoj mjeri su u tome uzorku zastupljeni simpatizeri Croatije - 2,2%. S time u vezi, ispitali smo osnovnu motivaciju za simpatiziranje određenog kluba. Pokazalo se da većina anketiranih (54,2% sagledava tu motivaciju u tome da njihov klub predstavlja sredinu u kojoj žive.¹ Od ostalih motiva prisutni su slijedeći: utjecaj obiteljske tradicije (20,7%), svijest da klub kojega se simpatizira ima najbolju publiku (13,1%), te da određeni klub igra dobar nogomet (6,0%), dok se preostali ispitanici nisu mogli odlučiti.

Imajući u vidu značaj podjele neposredne sportske publike na "navijače" i "običnu publiku" postavljena su pitanja: "Jeste li član neke grupe nogometnih navijača (npr. Torcide ili BBB)?" Čak 49,2% anketiranih (od kojih su gotovo svi mlađi od 30 godina) izjasnilo se kao pripadnici neke navijačke grupe (imajući u vidu izuzetno visoku zastupljenost simpatizera Hajduka u uzorku očito je da su svi ili

1. Britanski sociolozi Murphy, Williams i Dunning ukazuju: "Većina ljudi koji odlaze na nogometne utakmice - mislimo s tim u vezi prije svega na one vrhunske, profesionalnoga nogometa - to čini zbog neke vrste saveza ili identifikacije s timom. Može biti kako su oni naučili da se identificiraju s njime zbog toga što on reprezentira mjesto u kojem su rođeni. Ili možda on reprezentira, kao poseban socijalni stratum, lokalnu zajednicu ili regiju ili religijsku ili etničku grupu." (Murphy, Williams, Dunning, 1990:8)

gotovo svi pripadnici Torcide). S obzirom na evidentnu popularnost Torcide u Splitu i Dalmaciji, te na široku osnovu identifikacije s njome i njenim oblicima ponašanja, moguće je ocijeniti kako polovina anketiranih ima obilježja "navijača", dok druga polovina po tome kriteriju spada u "običnu publiku".

"Što Vam osobno znači praćenje nogometa?" Na ovo pitanje 43,2% se opredjelilo za kolokvijalnu definiciju toga sporta prema kojoj im je nogomet najvažnija sporedna stvar u životu, a 42,6% za varijantu da im je to jedan od načina rasonode. Zanimljivo je da je za 8,6% anketiranih praćenje nogometa uopće nešto najvažnije u životu. Preostalih, 2,2% se nije moglo odlučiti, a samo 3,2% je zaokružilo varijantu prema kojoj im to praćenje ne znači ništa posebno. I u vezi s ovim pitanjem registrirana je razlika između odgovora članova navijačkih grupa i drugih gledatelja odnosno pripadnika "obične publike" - 13,4% pripadnika navijačkih grupa se izjasnilo da im je praćenje nogometa uopće nešto najvažnije u životu (drugi gledatelji, 4,0%). 52,8% ih je odgovorilo kako im je to najvažnija sporedna stvar u životu (drugi gledatelji 33,7%, i slično).

"U kojemu sportu biste željeli da Vaš sin ostvari uspješnu karijeru?" (odgovor je tražen i ako ispitanici nisu imali muško dijete. Većina (57,4%) je odgovorila kako bi željeli da njihov sin ostvari uspješnu karijeru upravo u nogometu, slijede tenis (18,5%), dok ostali nisu mogli odlučiti.

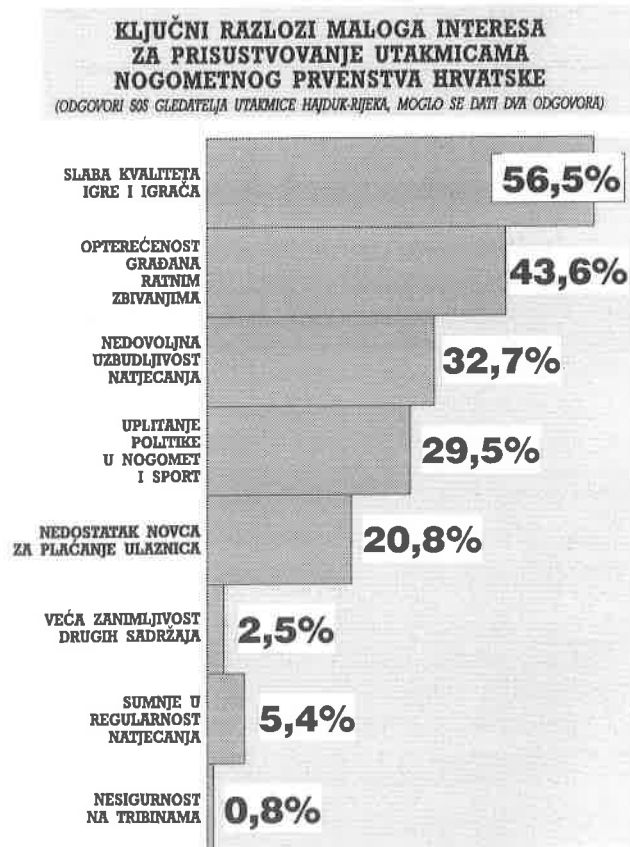
Sudeći prema tim nalazima, uzorak ove ankete većinom čine pripadnici stalne publike Hajduka, uglavnom muškarci mlađe dobi. Oni u prosjeku dolaze na većinu utakmica kluba u Splitu, relativno su visoko vezani za nogomet i praćenje te igre, a među njima je polovina onih koji se osjećaju članovima navijačke grupe.

Bilo je interesantno ispitati što anketirani misle o uzrocima krize nogometne publike u Hrvatskoj. U upitniku je prezentirano osam razloga maloga interesa za prisustvovanje prvoligaškim nogometnim utakmicama kod nas, (mogli su navesti do dva razloga). Najviše (56,5%) ih se opredjelilo za slabu kvalitetu igre i igrača kao osnovni razlog maloga interesa, slijedi opterećenost ljudi ratnim zbivanjima (43,7%), nedovoljna uzbudljivost toga natjecanja (37,7%, uplitanje politike u nogomet i sport (29,5%) te nedostatak novca za plaćanje ulaznica (20,8%). Za razloge kao što su sumnje u regularnost natjecanja i nesigurnost na tribinama opredjelilo se samo

5,4% odnosno 0,8% anketiranih.¹

S obzirom na to da je većina anketiranih kao ključan razlog maloga interesa za prisustvovanje utakmicama navela slabu kvalitetu igre i igrača, bilo je veoma interesantno steći uvid u to jesu li i u kojoj mjeri oni zadovoljni kvalitetom prvoligaškog nogometa u Hrvatskoj danas. Gotovo polovina (48,1%) ih je navela kako su time osrednje zadovoljni, 21% ih je uglavnom, a 6,4% izuzetno zadovoljni. Za razliku od toga, 18,2% je odgovorilo kako su kvalitetom prvoligaškog nogometa kod nas danas uglavnom nezadovoljni, a 4,8% da su sasvim nezadovoljni (1,6% se nije moglo odlučiti).

Na pitanje: "Što bi po vašem mišljenju sada bilo potrebno važno učiniti u cilju poboljšanja kvalitete prvoligaškog nogometa u Hrvatskoj?" ponuđeno je sedam odgovora, a ispitanici su mogli zaokružiti do dva odgovora. Rezultati odgovora predočavaju da većina ispitanika (61,5%) smatra da bi bilo najvažnije osigurati da hrvatski klubovi već od jeseni nastupaju u europskim nogometnim kupovima; slijedi mjera dobnog ograničavanja odlaska nogometaša u inozemstvo (43,0%)¹; zatim posvećivanja veće pažnje



1. Treba istaći da je upravo potonji razlog istaknut kao najznačajniji uzrok opadanja posjeta nogometnim utakmicama u istraživanjima provedenima tijekom druge polovine prošlog desetljeća u nekim europskim zemljama: primjerice anketa koju je 1987. proveo engleski list "Daily Express" pokazala je da 74,2% ispitanika koji su ranije išli na utakmice to više ne čine zbog strha od nereda na tribinama, "Daily Express", London, od 21. svibnja 1987.



mlađim generacijama igrača (32,9%); uvođenja doigravanja (22,1%); smanjivanja broja klubova u prvoj ligi (18,9%) pooštavanja kazni za prijestupe igrača, sudaca i drugih aktera nogometa (11,8%), i naposljetku bolje propagiranje nogometa kao sporta u medijima (6,9%).

Odnos politike i nogometa već je dugo u središtu interesa naše javnosti. Samo 6,8% ispitanika smatra kako ni jedan nogometni klub u Hrvatskoj nije privilegiran od strane vlasti, tri četvrtine (74,5%) ocjenjuju da je privilegirana Croatia, a 5,0% Hajduk, 1,8% Zagreb, 1,8% neki drugi klub, a 10,4% se nije moglo odlučiti što bi odgovorilo na to pitanje.

Da bi se stekao uvid u to kako anketirani pripadnici Hajdukove publike doživljavaju osnovu rivalstva dva najpopularnija kluba u Hrvatskoj: 36,7% ih smatra da je to u prvom redu sportsko rivalstvo, 22,5% u prvom redu regionalno, 9,6% u prvom redu političko rivalstvo, a 28,5% ocjenjuje kako je rivalstvo Croatije i Hajduka kombinacija raznih rivalstava (2,7% se nije moglo odlučiti).

I na kraju, bilo je zanimljivo ispitati stavove anketiranih o pravnim i gospodarskim temeljima prvoligaškog nogometa u Hrvatskoj, kao veoma značajnom činitelju koji utječe na taj sport u cjelini, pa tako i na njegovu publiku. Nešto više od tri četvrtine (76,5%) smatra kako bi vrhunski nogomet kod nas trebalo organizirati isključivo na profesionalnoj osnovi (kao npr. u Španjolskoj). 17,3% na kombinaciji ameterizma i profesionalizma (kao npr. u Belgiji), a samo 5,4% drži da bi osnova te organizacije trebala biti isključivo amaterska (kao npr. u Švedskoj).

Na pitanje kakav oblik vlasništva bi najbolje odgovarao nogometnom klubu kao što je Hajduk - odgovori pokazuju da su anketirani najviše skloni da on bude u vlasništvu jednoga ili nekoliko uglednih pojedinaca (46,9%), slijedi vlasništvo grada (21,2%), dioničko vlasništvo isključivo navijača (12,6%), vlasništvo nekoliko uspješnih tvrtki (7,0%), dioničko vlasništvo građana koji kupe dionice (5,8), a za državno vlasništvo nad klubom poput Hajduka je samo 0,4% ispitanika (6,2% se nije moglo odlučiti).

V Zaključci

Na temelju rezultata, moguće je usvojiti tri osnovna zaključka.

Prvi zaključak tiče se same prisutnosti krize posjeta nogometnim utakmicama u Hrvatskoj. Na prisutnost izrazite krize posjeta upućuje već i ustanovljen prosjek od 4 105 gledatelja što više odgovara prosječnom posjetu košarkaškim nego nogometnim utakmicama. Komparativna analiza posjeta utakmicama Hajduka kao jednom od najkvalitetnijih i najpopularnijih hrvatskih klubova u proteklih petnaest godina u Splitu predočava tendenciju izrazitog pada tih posjeta. Prosječna gledanost toga kluba u prvenstvu 1992/93. čini samo trećinu njegove prosječne gledanosti u sezoni 1978/79. Na temelju tih i drugih pokazatelja moguće je usvojiti zaključak prema kojem je kriza posjeta prvoligaškim nogometnim utakmicama u Hrvatskoj na djelu i ima velike razmjere.

Drugi zaključak se odnosi na karakteristike posjeta utakmicama nogometnoga prvenstva Hrvatske 1992/93. Kvantitativna analiza posjeta ukazuje da postoji relativno visoka korelacija između plasmana klubova u prvenstvu i njihovog redoslijeda na ljestvici gledanosti na domaćim terenima. No, ustanovljeno je da pod udar krize posjeta, s relativnim izuzetkom Croatije,

1. Mjeru dobnog ograničavanja odlaska nogometaša u inozemne klubove po važećim hrvatskim zakonima nije moguće donijeti, ali se ona nerijetko ističe u javnosti kao jedan od načina unapređivanja kvalitete nogometa kod nas, pa je s obzirom na to i navedena među ostalim varijantama odgovora na to pitanje.

dolaze i u prvenstvu visoko plasirani klubovi. Rezultati ankete provedene na slučajnom uzorku Hajdukove publike predočavaju, uz ostale elemente strukture toga uzorka, izrazito visoku zastupljenost mlađih ispitanika i s time u vezi onih koji se mogu odrediti kao "navijači", odnosno koji se osjećaju kao pripadnici navijačkih grupa. Potonji nalaz ankete sugerira da kriza nogometne publike kod nas dovodi do relativnog povećanja prisutnosti "navijača", te relativnog smanjenja prisutnosti onih s karakteristikama "obične publike". Za provjeru te kao i drugih, u ovome članku iznijetih, teza bi nužno provesti šire istraživanje među pripadnicima publike svih prvoligaških klubova u Hrvatskoj.

Treći zaključak tiče se uzroka krize posjeta prvoligaškim nogometnim susretima u Hrvatskoj. Na temelju nalaza istraživanja ti uzroci se mogu klasificirati na vanjske i unutarnje. Vanjski uzroci odnose se u prvom redu na utjecaj ratnih zbivanja koja s jedne strane opterećuju građane i time smanjuju njihov interes za sport i druge uobičajene životne aktivnosti, a, s druge strane zbog blizine linije fronta u nizu gradova taj utjecaj direktno sprečava održavanje nogometnih priredaba ili prisustvovanje takvim priredbama čini potencijalno riskantnim. Nalazi ankete provedene među

pripadnicima Hajdukove publike upućuju da i nizak životni standard kao posljedica gospodarske krize u određenoj mjeri utječe na opadanje interesa za odlazak na nogometne utakmice, ali ne kao dominantan činitelj.

Pokazatelji djelovanja unutarnih (odnosno onih koji se tiču samoga nogometa) uzroka krize posjeta prikupljeni su isključivo anketom među gledateljima utakmice Hajduk - Rijeka, što sužava osnovu zaključivanja. Ti pokazatelji sugeriraju ključan utjecaj (relativno) slabe kvalitete igre i igrača, nedovoljne uzbudljivosti prvoligaškoga natjecanja, još nerealiziranoga uključivanja najboljih klubova Hrvatske u europska natjecanja, te drugih činitelja koji se tiču samoga nogometa, na krizu posjeta prvoligaškim nogometnim utakmicama kod nas.

Na temelju rezultata ovoga istraživanja moguće je ocijeniti da nadvladavanje krize posjeta utakmicama Prve nogometne lige prije svega ovisi o tome da li će to natjecanje postati uzbudljivije i atraktivnije, hoće li se unaprijediti kvaliteta igre, te da li će se vrhunski nogomet u Hrvatskoj organizirati i funkcionirati na način koji će djelatno korespondirati sa svjetskim kriterijima organizacije i funkcioniranja najpopularnijega sporta današnjice.

Literatura:

1. BUZOV, Željko, MAGDALENIĆ, Ivan, PERASOVIĆ, Benjamin, RADIN, Furio (1988) "Socijalni i psihološki aspekti nasilničkog ponašanja sportske publike". *Pitanja*, Zagreb, br. 3/4.
2. CANTER, David, COMBER, Miriam, UZZELL, David L. (1980) *Football in its Place. An Environmental Psychology of Football Grounds*. London and New York: Routledge.
3. DAL LAGO, Alessandro (1990) *Descrizione di una battaglia. I rituali del calcio*. Bologna: Il Mulino.
4. EDWARDS, Harry (1973) *Sociology of Sport*. Homewood, Illinois: The Dorsey Press.
5. CUTTMAN, Allen (1986) *Sports Spectators*. New York: Columbia University Press.
6. LALIĆ, Dražen (1993) *Politički i socijalni aspekti ponašanja pripadnika navijačkih grupa u bivšoj Jugoslaviji na primjeru grupe Torcida*. Disertacija obranjena na Filozofskom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu.
7. LANG, Gladys Engel (1985) "Neredi na sportskim priredbama". *Zbornik Trećeg programa Radio-Zagreba*, Zagreb, br. 11.
8. MARJANOVIĆ, Radovan (1987) *Teorija i empirijska istraživanja sportske publike kod nas i u svetu*. Beograd: IIC SSO Srbije.
9. MURPHY, Patrick, WILLIAMS, John, DUNNING, Eric (1990) *Football on Trial* London: Routledge.
10. PETROVIĆ, Krešo (1977) *Socijalni slojevi i društvena svest*. U: *Sociologija telesne kulture*, Beograd: Institut društvenih nauka.
11. VRCAN, Srđan (1990) *Sport i nasilje danas u nas*. Zagreb: Naprijed.