

POZNAVANJE NOGOMETA I GEOGRAFSKO ZNANJE

DINKO SKOČIR

Ovim radom nastoji se dokazati utjecaj poznavanja nogometa na geografsko znanje. U tu svrhu provedeno je anketno ispitivanje na uzorku zagrebačkih srednjoškolaca kojim se ispituje poznavanje nogometa i geografsko znanje, a dokazivanje hipoteze temelji se na korelacijskoj analizi. Interpretacijom fenomena nogometnih navijača, računalnih igrica i kladionice objasniti će se rezultati ankete te razmotriti bitni momenti nastanka veze između poznavanja nogometnih i geografskih činjenica.

Uvod

Geografsko znanje usvajamo na različitim mjestima, odnosno iz različitih izvora. U kojoj će mjeri pojedini izvor utjecati na nečije geografsko znanje, uvelike ovisi o važnosti prostornih odnosa za pojedine fenomene, kao i o prisutnosti tih fenomena u društvenom i kulturnom životu neke zajednice. Za očekivati je da nogomet kao globalno najpopularniji sport, za kojeg su prostorni odnosi različitih skala od velike važnosti, ima značajan utjecaj na poznavanje geografskih činjenica te na prostorne imaginacije u širem smislu.

Ova tvrdnja bit će provjerena korelacijskom analizom anketnog ispitivanja provedenog na uzorku zagrebačkih srednjoškolaca. Anketno ispitivanje provedeno je radi utvrđivanja razine geografskog znanja i poznavanja nogometa, a uz statističku obradu, važnu ulogu u razmatranju imat će i interpretacija nogometnih fenomena. Vidjet ćemo kako se navijači informiraju o geografskim činjenicama; zbog čega predrasude nastale posredstvom nogometa nemaju isključivo negativnu stranu; te na koji način kladionica sistematizira nogometne podatke.

UZORAK I ANKETA

Anketu kojom se ispitalo poznavanje nogometa i geografsko znanje ispunjavali su učenici prvih razreda triju zagrebačkih srednjih škola. Ispitivanju je pristupio ukupno 151 učenik, a pri konačnoj obradi rezultata u obzir su uzeti rezultati 146 anketa. Analizirat će se rezultati dobiveni od 33 (22,6 %) učenika strukovne ili tehničke škole, 63 (43,2 %) učenika opće te 50 (34,2 %) prirodoslovne gimnazije. Podjednako su zastupljeni ispitanici oba spola (74 učenika i 72 učenice), a kod interpretacije rezultata valja imati na umu mladost ispitanika. Svi su ispitanici, naime, 15-godišnjaci (116, 79,5 %) i 16-godišnjaci (30, 20,5 %). Među ispitanicima vlada različit interes za geografiju: 4,8 % uopće nema interesa, 29,5 % ispitanika geografija ne zanima previše, 20,5 % nema definiran odnos spram geografije, 41,8 % zanima, a 3,4 % geografija izuzetno zanima.

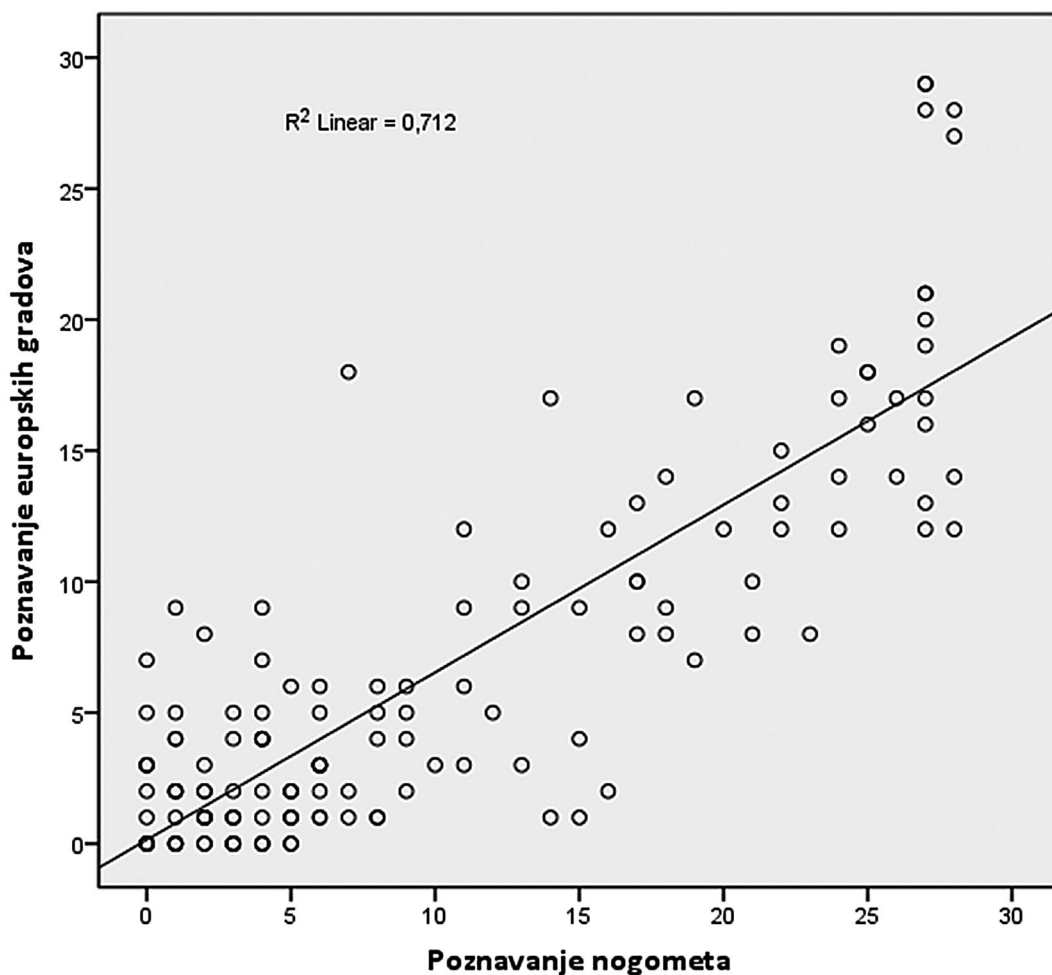
Glavni dio ankete sastoji se od tri dijela, a svaki se dio sastoji od 20 pitanja koja ispituju poznavanje nogometa i geografsko znanje. Poznavanje nogometa ispituje se jednim setom pitanja, dok se geografsko znanje ispituje u dva odvojena dijela. Jedan set pitanja tako ispituje poznavanje europskih gradova, dok se u drugom ispituje poznavanje prirodno-geografskih i društveno-geografskih elemenata geografskog prostora. Potonji dio ankete nazvat ćemo „općenitim“ geografskim, a da su pitanja tog seta reprezentativna govori činjenica da je između rezultata „općenitih“ pitanja i najčešće zaključne ocjene iz geografije u dosadašnjem obrazovanju ustanovljena statistički značajna pozitivna korelacija ranga Spearmana ($r_s=0,349$, $p<0,01$). Set pitanja koja ispituju poznavanje nogometa u nastavku ćemo zvati „nogometnim pitanjima“. Njima se nastojalo diferencirati one koji nogomet doista prate te tako imaju podlogu za posredno stjecanje geo-

grafskog znanja, od onih koji se s nogometom susreću „usput“. Taj set pitanja sastoji se od pitanja koja ispituju poznavanje nogometnih pravila, običaja te poznavanje hrvatskog, europskog i svjetskog nogometa.

Dio ankete koji ispituje poznavanje europskih gradova sastoji se od 3 pitanja gdje se od ispitanika traži navođenje 4 engleska (osim Londona), španjolska (osim Madrida) i francuska (osim Pariza) grada te od 17 pitanja gdje je zadatak odrediti matične države 17 europskih gradova. Razlog ispitivanja isključivo europskih gradova jest pretpostavka da u promatranom uzorku poznavanje nogometa utječe prije svega na poznavanje europskih gradova. Potvrdu možemo pronaći u činjenici da se 57,5 % ispitanika izjasnilo da najviše prati Ligu prvaka i europske lige, dok nogomet na drugim kontinentima i Hrvatsku nogometnu ligu zajedno najviše prati tek 10,3 % ispitanika. Gotovo 1/3 (32,2 %) ispitanih ne gleda nogomet. Sportski novinar Frank Deford na suviše pojednostavljen način obrađuje zašto (europski) nogometni klubovi imaju epistemološku važnost za geografiju: „Europski mladići [!] su znatno bolji u međunarodnoj geografiji (od djevojaka) jer njihove momčadi natječu se posvuda: Rio, Madrid, München i Manchester. Ako, na primjer, spomenete ime talijanskog grada Torina, Europljani će svi reći „Juventus“, ime poznate torinske nogometne momčadi [...]“ (Edwards, 2000).

KORELACIJSKA ANALIZA

Izračunat je Pearsonov koeficijent jednostavne linearne korelacije između poznavanja europskih gradova i poznavanja nogometa te je utvrđeno da između promatranih varijabli postoji čvrsta pozitivna korelacija ($r=0,844$, $p<0,01$) (sl.1). Rezultati su posebno značajni jer visoka korelacija između jednog segmenta geografskog znanja i poznavanja nogometa nije razumljiva „sama po sebi“, niti je detaljnije istražena.



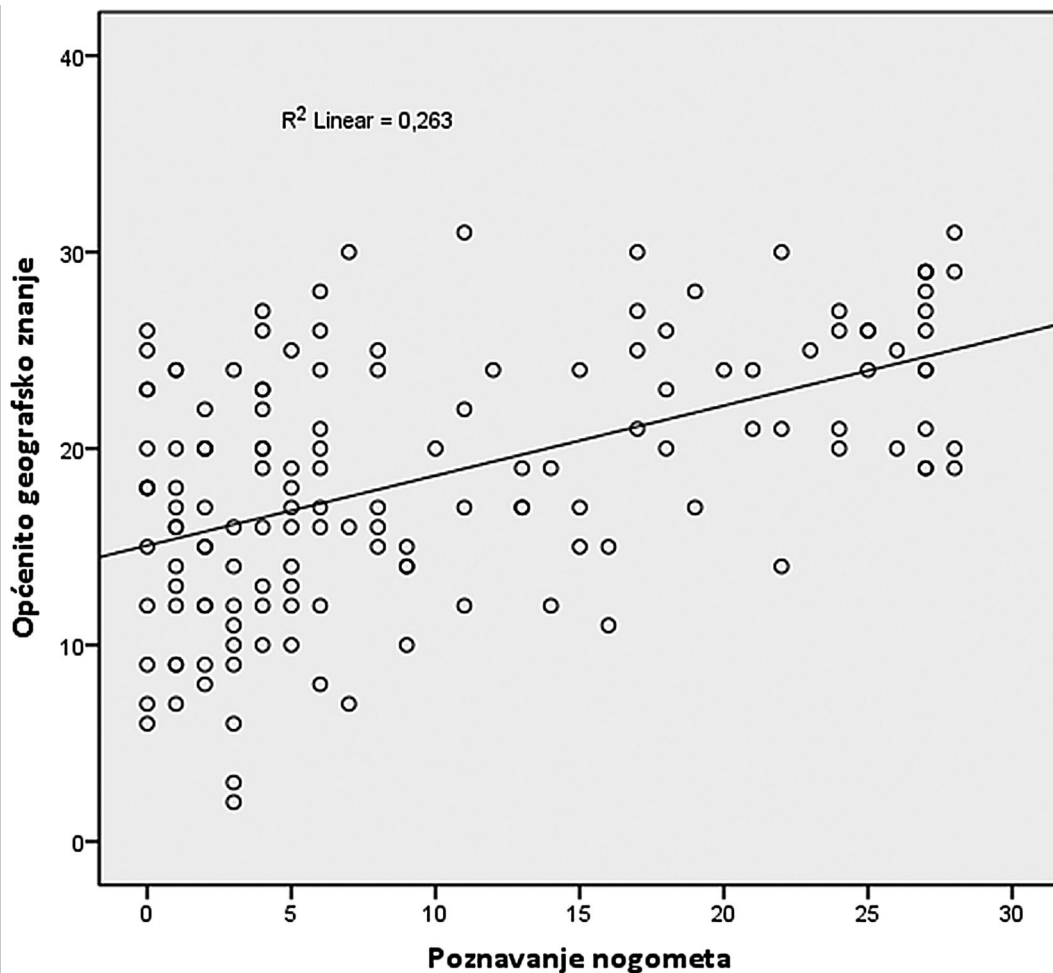
Sl. 1. Zagrebački srednjoškolci prema poznavanju nogometa i europskih gradova

S druge strane, Pearsonov koeficijent linearne korelacije pokazuje da između rezultata kojeg su ispitanici ostvarili rješavajući „nogometna“ te „općenita“ geografska pitanja postoji pozitivna korelacija srednje jačine ($r=0,512$, $p<0,01$) (sl. 2).

Iako se radi o relativno visokom stupnju korelacije, korelacija između poznavanja nogometa i europskih gradova znatno je snažnija te će ona, uz interpretaciju nogometnih fenomena u nastavku rada kojom se nastoji objasniti

kauzalni odnos u promatranoj vezi, poslužiti kao dokaz partikularnog utjecaja nogometa na geografsko znanje.

Da je nogomet značajan izvannastavni izvor jednog dijela geografskog znanja potvrđuje utvrđeni odnos između najčešće ocjene iz geografije te rezultata kojeg su ispitanici ostvarili rješavajući „gradski“ te „općeniti“ geografski dio ankete. Naime, između uspjeha ostvarenog iz školskog predmeta geografije te „općenitog“ geografskog dijela ankete postoji statistički



Sl. 2. Zagrebački srednjoškolci prema poznavanju nogometa i općenitom geografskom znanju

značaja pozitivna korelacija ranga Spearmana ($r_s=0,349$, $p<0,01$), dok je korelacija između uspjeha iz predmeta geografija te „gradskih“ pitanja znatno slabija te manje statističke značajnosti ($r_s=0,184$, $p<0,05$). To pokazuje da je u rješavanju seta „općenitih“ geografskih pitanja u znatno većoj mjeri od koristi bilo znanje koje su ispitanici stekli pohađajući nastavu geografije, dok su se pri rješavanju seta „gradskih“ pitanja morali osloniti na neki drugi izvor informacija. Deford, koji podatak da su svi finalisti

državne razine natjecanja iz geografije dječaci objašnjava činjenicom da dječaci za razliku od djevojaka prate sport koji pozitivno utječe na njihovo geografsko znanje, na kraju svog izlaganja ustanovljuje da će onog trenutka kad „smarty-pants“ djevojke razviju veći interes za sport zasigurno dominirati i na natjecanjima iz geografije. Ne treba ići tako daleko, no možemo ustvrditi da onog trenutka kad se „smarty-pants“ učenici koji ostvaruju dobre rezultate iz geografije u školi zainteresiraju za nogomet,

zasigurno će ostvarivati bolje rezultate iz ispita u kojima se ispituje poznavanje gradova.

Zapravo, u valjanost posljednje tvrdnje još uvijek ne možemo biti sigurni budući da ona pretpostavlja kauzalni odnos gdje poznavanje nogometa pozitivno utječe na geografsko znanje (sl. 3b). Da dokažemo da je tome tako potrebno je otkloniti druge dvije mogućnosti (sl.3a i 3c), za koje je pretpostavka da su uz b slučaj (sl. 3) najlogičnija objašnjenja vrlo visokih razina korelacije između poznavanja nogometa i geografskog znanja.

Prikazom momenata prilikom kojih dolazi do uspostavljanja kauzalnog odnosa između poznavanja nogometa i geografskog znanja (sl. 3b), otklonit će se primarna važnost kauzalnog odnosa suprotne usmjerenosti (sl. 3a). Iako takav odnos, prilikom kojeg dolazi do posrednog prijenosa obilježja svojstvenih geografima na ljubitelje nogometa (sl. 3a) zasigurno postoji, on je u okviru nogometno – geografskog spoznajnog procesa, vidjet ćemo, od sekundarne važnosti. No, najprije treba ukloniti značajniji utjecaj treće varijable koja bi mogla stvoriti privid snažne korelacije koja se ne temelji na stvarnoj vezi dvije promatrane pojave (sl. 3c).

Obilježja spola te druga obilježja vezana uz spolnu uvjetovanost su, pretpostavka je, glavni „kandidat“ za poziciju treće, kontaminirajuće varijable. Pokazat će se, muškarci u prosjeku

ostvaruju bolje rezultate iz geografije kao i iz sportskih (nogometnih) ispita, a glavno pitanje je: jesu li muškarci ostvarili bolje rezultate od žena iz ova dva područja zahvaljujući nekom obilježju koje ih razlikuje od žena, te je li to „treće obilježje“ uzrok praznog uzročno – posljedičnog prostora između poznavanja nogometa i geografskog znanja (sl. 3c)? Pretpostavka je da tome nije tako. Suprotno tome, hipoteza je sljedeća: muškarci u prosjeku ostvaruju bolje rezultate iz geografskih ispita od žena jer im u njihovom rješavanju koristi znanje koje su usvojili prateći nogomet (i druge sportove), a ako među dobrim poznavateljima geografije i dominira neko tipično muško obilježje, to je uzrokovano posrednim prijenosom tog obilježja (sl. 3b). Dokazivanje navedenog zahtijeva razmatranje spolne uvjetovanosti poznavanja nogometa te geografskog znanja.

Na nogomet se pretežito gleda kao na „mušku stvar“. Dobar nogometaš ili poznavatelj nogometa shvaća se kao ispravan ili moćan muškarac, posredstvom igre održava se ideologija patrijarhata, a nogomet kao integrativni faktor pojedinca uključuje prije svega u muško društvo (Vrcan, 2003). Zapitamo li se što je uzrok tome, indikativan je podatak da je u Ujedinjenom Kraljevstvu 1921. godine bilo odigrano 67 ženskih utakmica pred 900 tisuća(!) gledatelja, nakon čega je engleski Nogo-



Sl. 3 Najizgledniji uzročno-posljedični odnosi između poznavanja nogometa i geografskog znanja

metni savez „odozgo“ ukinuo ženske utakmice zaključivši da se radi o igri neprikladnoj za žene (Vrcan, 2003). Iako danas popularnost ženskog nogometa raste, radi se ipak o igri niskoga profila te se stereotip o ženskosti zapravo na taj način obnavlja, budući da su žene onoliko dobre nogometašice ili navijačice koliko slične muškarcima (Vrcan, 2003). Ovakvi odnosi odražavaju se i na spolne razlike u poznavanju nogometa.

Tako je ustanovljeno da muškarci imaju veće opće znanje od žena na području sporta, što se u terminima evolucijske psihologije objašnjava činjenicom da muškarci, koji su zainteresirani za natjecanje s drugim muškarcima oko statusa i teritorija, u sportu pronalaze interes jer se u njemu radi o tome „koji muškarac ili grupa muškaraca može pobijediti“ (Lynn i dr., 2005). Slične rezultate možemo uočiti i na našem uzorku. Naime, t-testom je ustanovljena statistički značajna razlika između spolova u rješavanju „nogometnog“ seta pitanja ($t=10,41$, $p<0,01$) gdje su ispitanici muškog spola u prosjeku ostvarili 16,05 bodova ($SD=9,310$), a ispitanice su u prosjeku na „nogometnim“ pitanjima ostvarile 3,89 bodova ($SD=3,438$).

Pokazalo se i da muškarci u prosjeku imaju veće opće znanje od žena iz geografije, što se ponovno objašnjava većim interesom muškaraca za teritorij i njegovo posjedovanje (Lynn i dr., 2005). Ta tvrdnja također nalazi potvrdu u rezultatima našeg istraživanja, no s obzirom da je geografsko znanje rastavljeno na dvije komponente (poznavanje europskih gradova i „općenito“ geografsko znanje), pokazalo se da postoji spolna razlika s obzirom na jednu komponentu geografskog znanja. Ispitanici muškog spola su, naime, u obje komponente ostvarili bolje rezultate, no veća spolna razlika primijećena je kod „gradskog“ seta pitanja, za razliku od „općenitih“ geografskih pitanja gdje je spolna uvjetovanost znatno manja. T-testom

je pokazano da spolne razlike u rješavanju „općenitog“ geografskog dijela ankete (muški ispitanici ostvarili su prosječno 21,12 bodova, $SD=5,929$, dok su ispitanice ostvarile u prosjeku 16,1 bod, $SD=6,031$) nisu statistički značajne ($t=5,076$, $p>0,05$). S druge strane, spolne razlike u rješavanju „gradskog“ seta pitanja (učenici su ostvarili u prosjeku 10,31 bodova, $SD=8,014$, dok su učenice prosječno ostvarile 2,74 boda, $SD=2,455$) pokazale su se statistički značajnima ($t=7,677$, $p<0,01$). Prema tome, umjesto tvrdnje da muškarci imaju veće opće znanje od žena na području geografije, ispravno bi bilo reći kako muškarci imaju veće znanje iz pojedinih komponenata geografije (npr. poznavanje gradova).

Pretpostavka kako je spol ispitanika kontaminirajuća varijabla, ne temelji se na tome da je spol sam po sebi odgovoran za bolje rješavanje geografskih i nogometnih pitanja, već na činjenici da određene osobine ili obilježja koja vežemo uz određeni spol mogu dovesti do takve razlike. Jedno od takvih obilježja mogla bi biti važnost teritorija i teritorijalnosti za muškarce (Lynn i dr., 2005).

Zanimljivo je uočiti da se za veće opće znanje muškaraca u područjima sporta i geografije navodi isto objašnjenje: teritorij, odnosno teritorijalnost (Lynn i dr., 2005). John Bale piše: „[...] prostor i mjesto – na koje mnogi gledaju kao na temelje geografije – u središtu su kako geografije, tako i sporta...sport je svijet teritorijalnosti i hijerarhija“ (Bale, 2003, 2). Međutim, ako je važnost teritorija i teritorijalnosti za muške ispitanike ključan faktor zbog kojeg su ostvarili bolje rezultate u „nogometnom“ i „gradskom“ setu pitanja od ispitanica (sl.3, c), za pretpostaviti bi bilo i da se identiteti tih ispitanika, za razliku od ispitanica, u znatno većoj mjeri temelje na osjećaju teritorijalnosti, tj. da su njihovi identiteti u znatno većoj mjeri prostorni.

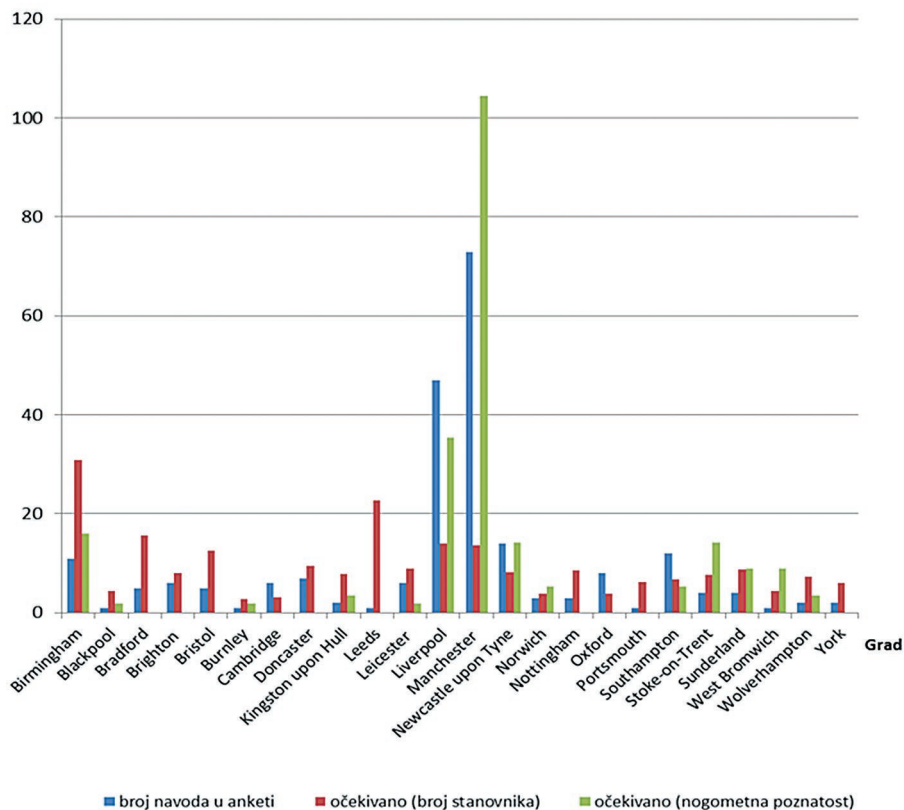
Kako bismo otkrili jesu li identiteti ispitanika prostorno utemeljeni, postavljeno je pitanje: Identificiram se prije svega kao: a) stanovnik kvarta, b) Zagrepčanin, c) Hrvat, d) Europljanin, e) građanin svijeta, f) ništa od navedenog. Uz pretpostavku da prve 4 ponuđene mogućnosti dijagnosticiraju prisutnost prostorne komponente identiteta, tj. važnost teritorijalnosti kod ispitanika, dok posljednje dvije mogućnosti pokazuju kako navedena obilježja nisu karakteristična za ispitanika, hipoteza kako je prostorna komponenta identiteta u većoj mjeri prisutna kod muških ispitanika može biti odbacena. Naime, hi-kvadrat testom je utvrđeno da ne postoji statistički značajna razlika u identifikaciji ispitanika i ispitanica ($\chi^2=9,509$, $p>0,05$), čime možemo odbaciti mogućnost značajnijeg utjecaja treće varijable. U skladu s time opravdano je tvrditi da između poznavanja nogometa i geografskog znanja postoji uzročno – posljedični odnos. U prilog govori i činjenica da u „općenitom“ geografskom dijelu ankete nema značajnijih spolnih razlika u riješenosti, dok u „gradskom“ dijelu ankete postoji značajna razlika (prisjetimo se, u rješavanju „općenitog“ geografskog dijela ankete ispitanici su se uglavnom služili znanjem stečenim u školi, dok su se u „gradskom“ dijelu ankete u znatno većoj mjeri koristili nekim od nenastavnih izvora znanja). To zapravo znači da su se muški ispitanici u značajno većoj mjeri od ispitanica koristili nekim od nenastavnih izvora znanja (nogomet) u rješavanju „gradskog“ seta pitanja.

MOMENTI NASTANKA VEZE IZMEĐU POZNAVANJA NOGOMETA I GEOGRAFSKOG ZNANJA

Kao uvod u prikaz nogometnih momenata prilikom kojih dolazi do geografski relevantnih spoznajnih procesa, poslužiti će analiza odgovora na prva tri pitanja iz seta „gradskih“ pitanja. Ta pitanja tražila su ispitanike navo-

đenje 4 engleska (osim Londona), španjolska (osim Madrida) i francuska (osim Pariza) grada. Promatrat ćemo u kakvoj je vezi broj navoda pojedinog grada od strane ispitanika s nogometnom poznaošću i brojem stanovnika tog grada. Dok za broj stanovnika, koji može poslužiti u svrhu aproksimacije ukupne poznatosti grada, postoje podaci, nogometna poznatost gradova izračunata je bodovanjem prema uspjesima koje su njihovi klubovi ostvarili u sezonama 2010/2011-2014/2015 (5 sezona). Tako su klubovi/gradovi za nastup u najvišem rangu nacionalnog prvenstva dobili 1 bod, za osvajanje nacionalnog kupa 2 boda, za nastup u UEFA Europskoj ligi i osvajanje nacionalnog prvenstva 3 boda, za osvajanje UEFA Europske lige i nastup u UEFA Ligi prvaka 4 boda te za osvajanje Lige prvaka 5 bodova. Uz pretpostavku da je glavni faktor poznatosti nogometnog kluba/grada uspjeh koji klubovi ostvaruju, pri određivanju bodovne skale tražen je odgovor na pitanje: koja natjecanja i u kojoj mjeri utječu na prepoznatljivost klubova/gradova za naše ispitanike? Budući da je vrlo zahtjevno odrediti objektivnu skalu za ovaj problem, princip bodovanja temelji se na subjektivnoj procjeni te nužno sadrži određenu pogrešku. Treba nadodati i da je broj bodova nogometne poznatosti pojedinih gradova izračunat kao suma uspjeha 2 nogometna kluba te da pojedini klubovi prema odabranim kriterijima „nemaju nogometne poznatosti“, zbog čega je i izostao stupac zelene boje. Na grafičkim prikazima (sl. 4, sl. 5, sl. 6) za svaki je grad istaknuto koliko puta su ga ispitanici naveli te očekivan broj navoda s obzirom na broj stanovnika i nogometnu poznatost.

Možemo uočiti kako postoje ogromne disproporcije u nogometnoj poznatosti između najpoznatijih te onih manje nogometno poznatih gradova. Glavni razlog tome je tendencija polarizacije u svjetskom nogometu,

Broj stvarnih i
očekivanih navoda

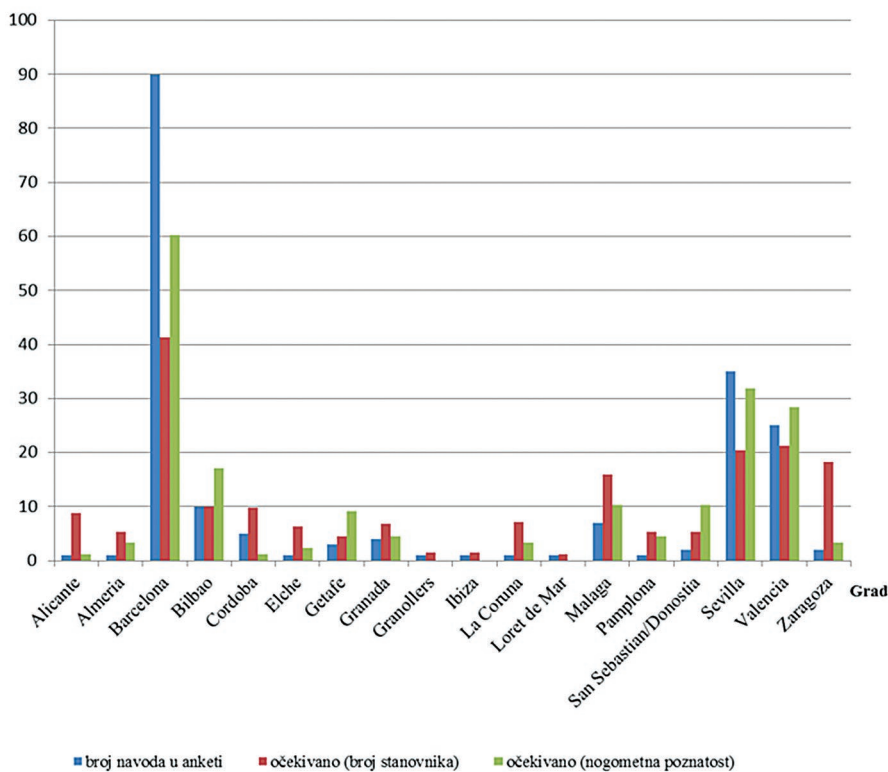
Sl. 4. Engleski gradovi prema broju navoda u anketi te očekivanom broju navoda prema broju stanovnika i nogometnoj poznatosti
Izvor: <http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do>, <http://www.premierleague.com/en-gb.html>, <http://www.thefa.com/>, <http://www.uefa.com/>

odvajanje moćnih i bogatih klubova od onih siromašnih. Ne čudi stoga podatak da od ukupnog broja engleskih i španjolskih gradova koje su ispitanici znali nabrojati, 39,2 % otpada na samo 2 grada – Manchester i Barcelonu iz kojih dolaze dva, planetarno možda i najpoznatija kluba.

Vidimo da su Birmingham, Blackpool, Bradford, Burnley, Kingston upon Hull, Leeds,

Liverpool, Manchester, Newcastle upon Tyne, Nottingham, Portsmouth, Wolverhampton, York, Alicante, Almeria, Barcelona, Elche, Granada, La Coruna, Malaga, Sevilla, Zaragoza, Avignon, Marseille, Metz, Nantes, Toulouse gradovi čiji je broj navoda od strane ispitanika bliži očekivanom broju navoda prema nogometnoj poznatosti, nego prema broju stanovnika. Zanimarimo li Cambridge, Oxford, Granollers, Ibizu, Lloret

Broj stvarnih i očekivanih navoda



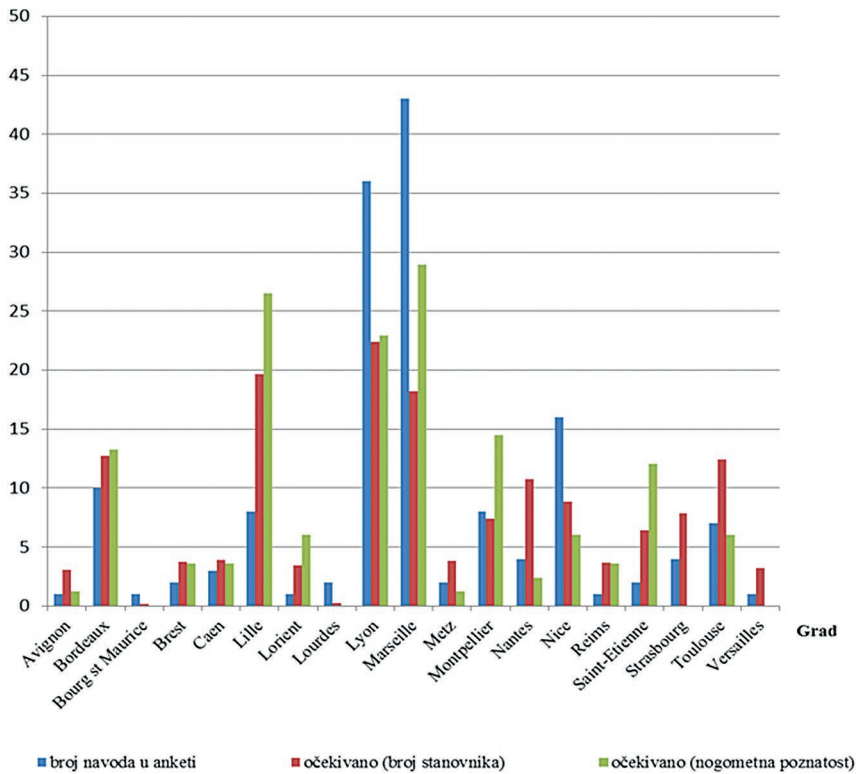
Sl. 5. Španjolski gradovi prema broju navoda u anketi te očekivanom broju navoda prema broju stanovnika i nogometnoj poznatosti
Izvori: <http://www.uefa.com/>, <http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do>, <http://www.laliga.es/>

de Mar, Bourg st Maurice, Lourdes, Strasbourg, Versailles, koji zasigurno nisu navedeni zbog nogometne poznatosti, mogli bismo zaključiti da je pri navođenju zamjetnog dijela gradova spomenutih u anketnom ispitivanju određenu ulogu imala njihova nogometna poznatost.

No, dva su glavna razloga zbog kojih nije uputno izvlačiti ozbiljnije zaključke iz prethodnih prikaza:

1. „Logično je da veći gradovi ne sadrže samo više klubova, nego da sadrže i više uspješnih klubova. Veliki gradovi imaju potencijal privlačenja većeg broja navijača; više navijača donosi veće prihode, što omogućava klubovima da angažiraju bolje igrače. [...] Očita je pozitivna korelacija između veličine urbanog područja i izvedbe [to, ipak ne objašnjava zašto Manchester United i Li-

Broj stvarnih i očekivanih navoda

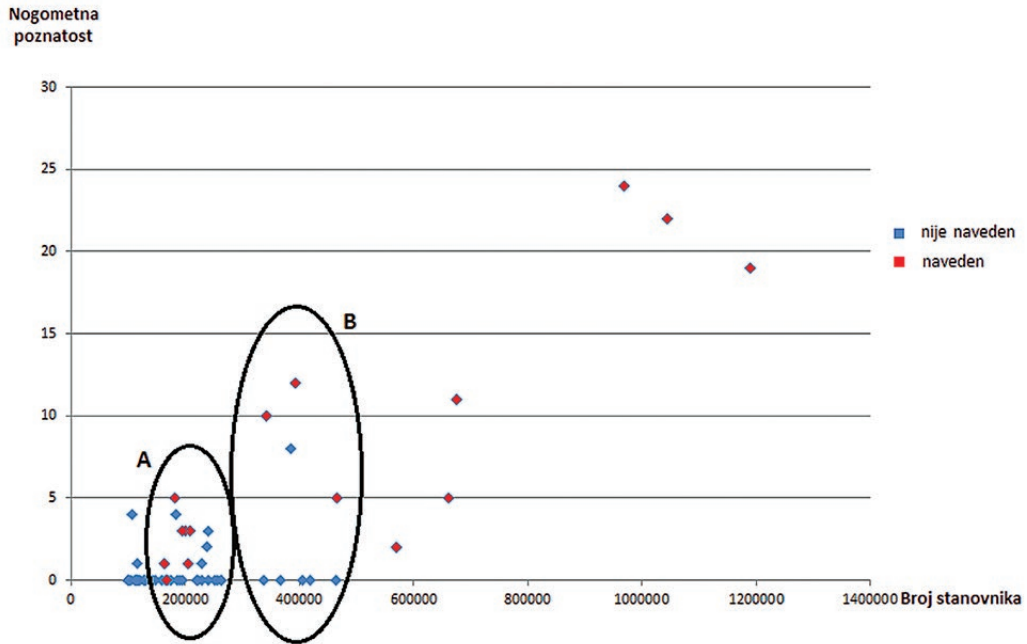


Sl. 6. Francuski gradovi prema broju navoda u anketi te očekivanom broju navoda prema broju stanovnika i nogometnoj poznatosti
Izvori: <http://www.uefa.com/>, <http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do>, <http://www.ligue1.com/>

verpool ostvaruju tako dobre rezultate kroz duži vremenski period]" (Bale, 2003, 89). Budući da ovdje uspoređujemo broj navoda u anketnom ispitivanju s brojem stanovnika i nogometnom poznatošću pojedinog grada (a nogometna poznatost, tj. uspješnost kluba/grada i veličina, tj. broj stanovnika gradskog područja su u pozitivnoj korelaciji), ne možemo očekivati da će broj navoda u anketi biti blizak očekivanom s obzirom na

nogometnu poznatost, a da u isto vrijeme ne bude manje ili više blizak očekivanoj vrijednosti s obzirom na broj stanovnika.

2. Pretpostavka je da na „nogometnu logiku“ korištenu od strane ispitanika pri prisjećanju „koje ja gradove iz ovih država znam(?)“ više upućuje sama činjenica da su ispitanici naveli neki grad, od činjenice koliko je puta neki grad naveden. Možemo pretpostaviti da su se Sunderlanda ispitanici sjetili upra-



Sl. 7. Veći francuski gradovi prema broju stanovnika, nogometnoj poznatosti i broju navoda u anketi
Izvori: <http://www.uefa.com/>, <http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do>, <http://www.ligue1.com/>

vo zbog njegove nogometne poznatosti, ali zbog činjenice da za Sunderland očekujemo jednak broj navoda prema broju stanovnika i nogometnoj poznatosti, razlog njegovog navođenja nemoguće je detektirati iz grafičkog prikaza. Pretpostavka je i da su se Valencie ispitanici uglavnom sjetili zbog njene nogometne poznatosti, što se ne može zaključiti iz grafičkoga prikaza, jer se broj anketnih navoda nalazi „između“ očekivanog broja navoda prema broju stanovnika i nogometnoj poznatosti. U Francuskoj je takav grad, za kojeg možemo pretpostaviti da je naveden zahvaljujući „nogometnoj logici“, Lorient, a dijagram pokazuje da je veća vjerojatnost da je Lorient naveden zbog nekog

drugog razloga (svi drugi razlozi aproksimirani su očekivanim brojem navoda prema broju stanovnika). Dakle, budući da je značajniji podatak da je pojedini grad naveden od toga koliko su ga puta ispitanici naveli, zaključivanje na temelju prikazanih grafičkih prikaza (sl. 4, sl. 5, sl. 6), kao ni izračun odgovarajućih statističkih pokazatelja, nije najpoželjnije.

Kako bismo izbjegli navedene nedostatke i pokazali da su gradovi koje ispitanici nisu naveli jednako značajni kao i oni navedeni, prikazat ćemo (sl. 7) francuske gradove s više od 100 tisuća stanovnika (osim Pariza).

U A dijelu dijagrama nalaze se gradovi s oko 200 tisuća stanovnika te, izuzmemo li

Versailles, niti jedan grad bez nogometne poznatosti u toj grupi gradova nije naveden, dok su svi gradovi navedeni od strane ispitanika iz ove skupine u promatranom petogodištu sudjelovali u najvišem rangu francuskog i/ili europskog nogometa. U B dijelu, u kojem su smješteni gradovi s oko 400 tisuća stanovnika vidimo istu situaciju. Aix-en-Provence, Grenoble, Toulon, Strasbourg i Rouen nisu navedeni u anketi zbog svoje nogometne nepoznatosti, dok su iz iste skupine svi nogometno poznati gradovi – Saint-Etienne, Nice i Montpellier (uz iznimku nogometno poznatog Rennesa), navedeni od strane ispitanika. Niti jedan grad s više od 500 tisuća stanovnika u Francuskoj nije nogometno nepoznat te su svi gradovi te veličine navedeni u anketi.

No činjenica koja možda i više od veze između nogometne poznatosti grada i broja navoda u anketnom ispitivanju rasvjetljava obrazac koji je dio ispitanika koristio kako bi se prisjetio gradova ove tri države, jest velik broj imena nogometnih klubova upisanih na mjestu gdje se traži ime grada. 10 (6,8 %) ispitanika napravilo je takvu pogrešku, a klubovi koji su se upisivali umjesto gradova su sljedeći: Arsenal (London, 2 puta), Chelsea (London, 2 puta) Everton (Liverpool), Betis (Sevilla), Celta Vigo (Vigo), Mallorca (Palma de Mallorca, 2 puta), Sociedad (San Sebastian), Evian (Thonon-les-Bains).

Sada sa sigurnošću možemo reći da su ispitanici koristili poznavanje nogometa pri rješavanju geografskih pitanja.

NAVIJAČKE GRUPE

Pripadnici navijačkih grupa tek su jedan segment nogometnog navijaštva u širem smislu te su upravo oni zasigurno najčešći posjetitelji nogometnih utakmica. Znakovita je u tom pogledu činjenica da su ispitanici koji su u zadnjih godinu dana češće odlazili na nogometne utakmice u prosjeku ostvarili bolji rezultat iz seta

„gradskih“ pitanja, nego iz „općenitih“ geografskih pitanja. Postoji slaba pozitivna korelacija ranga Spearmana između prosjeka odlaska na utakmice u zadnjih godinu dana i riješenosti „gradskih“ pitanja ($r_s=0,268$, $p<0,05$), dok između odlaska na utakmice i riješenosti „općenitih“ geografskih pitanja ne postoji nikakva korelacija ($r_s=0,0$, $p>0,05$).

Nogomet stvara kolektive s kojima se laganije identificirati te pruža osjećaj pripadnosti navijačkoj grupi, lokalnoj zajednici, regiji i naciji. Radi ostvarivanja što snažnije veze s određenim mjestom, nogometni navijači interesiraju se i uče (geografske činjenice) o njemu a nogometni je stadion lokacija topofilijskog izražavanja. Evo nekoliko primjera:

Pjesma splitske Torcide: „[...] na Poljudu, sa one strane Marjana, navijamo za Hajduka.“ (3);

Pjesma zagrebačkih BBB-a: „[...] Mi smo Dinamo, ko' Sljeme veliko [...]“ (5);

Pjesma riječke Armade: „[...]...voljeni grade, otvori vrata, da pogledam Kvarner sa vrha Trsata [...]“ (2);

Pjesma osječke Kohorte: „[...] Grad na Dravi, danas slavi, naprijed naši bijelo-plavi [...]“ (1).

Rival favoriziranog kluba kao konstitutivno Drugo jednako je značajan kod formiranja nogometno-geografskih identiteta. Znakovita je pjesma zadarskog Tornada namijenjena šibenskim Funtutima (4):

„[...] Mi se širimo, zgrade radimo,
djecu pravimo, kina imamo,
glupa selendro,
a vi ratari, freze imate,
njive orete, ovce čuvate,
aj'te u polje [...]“

Vidimo da se poželjnima smatraju veličina izgrađenog područja grada te proces „izgradnje“ grada, populacijska i funkcionalna snaga, gradski status nasuprot seoskog te odmakla faza socio-ekonomskog restrukturiranja nasuprot nazadnog društva seljaka. Iako se pri oma-



Sl. 8. Portugalski navijači na Svjetskom prvenstvu u nogometu 2006. u Njemačkoj

lovažavanju protivnika nužno preuveličavaju njegovi nedostaci, poznavanje geografije Drog bitan je dio svijeta nogometnih navijača.

Međutim, (nogometno-geografsku) spoznajnu ograničenost navijačkih grupa koje „žive nogomet“ na stadionu pokazuje činjenica da većina ispitanika (među kojima je zamjetan broj dobrih poznavatelja nogometa), nogomet ne prati uživo. Tek je 15,8 % ispitanika u zadnjih godinu dana prisustvovalo nogometnoj utakmici odigranoj u Zagrebu dva ili više puta, a izvan Zagreba je u istom periodu samo 10,3 % zagrebačkih srednjoškolaca prisustvovalo nogometnoj utakmici više od jednog puta. Prema tome, televizija i ostali mediji imaju ključnu ulogu za nogometno-geografski spoznajni proces.

RAČUNALNE IGRICE

Uobičajen pogled na ljude koji igraju računalne igrice je da su to „manja ili veća djeca koja znaju kako stvari stoje u stvarnom svijetu, no ipak vole pobjeći u vlastiti imaginarij maštajući o drugačijim ishodima“. Sukladno tome, igrači nogometnih računalnih igrica su oni koji dobro poznaju svijet nogometa, a igrice igraju kako bi se odmorili i zabavili, ostvarujući želju da mali klub iz njihovog mjesta osvaja veliko natjecanje. No odnos između računalnih igrica i nogometa nije (samo) takav. Suprotno tome, igranje nogometnih igrica omogućuje/uvjetuje praćenje nogometa.

Da bi uopće mogli pratiti stvarni nogomet na način na koji trenutno prate, igrači nogometnih igrica koriste apriorne elemente usvo-

jene prilikom igranja igrica. Iako karakteristike igrača prezentirane u sklopu nogometnih igrica nužno sadrže grešku procjene te su stoga i nužno pogrešne, one ipak omogućuju sistematizaciju i generalizaciju stvarnih obilježja igrača. Pomnožimo li broj „zanimljivih liga“ s brojem „zanimljivih klubova“ te ako pomnožimo dobiveni broj s brojem „zanimljivih igrača“, što nadalje treba pomnožiti brojem karakteristika tih igrača, dobit ćemo broj obilježja koji je prevelik i za najvećeg nogometnog zaljubljenika.

I dok je odnos između računalnih igrica i nogometa za nas nebitan, javlja se sljedeće pitanje: što ako sličan odnos karakterizira vezu između nogometa i geografije?

U tom smislu, geograf se u večernjoj utakmici ne bi (samo) odmorio nakon napornog dana, odnosno ne bi (isključivo) pronašao ugodno mjesto gdje uočava kako geografske zakonitosti funkcioniraju. Suprotno tome, strukture i generalizacije usvojene pri gledanju utakmice zapravo uvjetuju njegovo bavljenje geografijom. Uočavajući da je 8 od 11 francuskih nogometaša obojeno, poznavatelj nogometa/geografije neće isključivo biti izložen opasnim predrasudama o „crnoj Francuskoj“, već i za geografsku spoznaju plodnim pred-rasudbama¹ koje su preduvjet objektivnoj spoznaji, primjerice, imigracijskih kretanja u Francuskoj.

KLADIONICE

Sukladno tome, s rezervom treba uzeti izjavu kladioničara koji tvrdi da „listić odigra kako bi mu bilo zanimljivije pratiti utakmice“, budući da on utakmice prati (između ostalog) upravo zato što je odigrao listić. Kladioničar, dakle, ge-

ografiju zna² zbog kladenja, a ne zato što mu to „prirodno ide“.

Ovdje posebno treba istaknuti sistematičnost kladioničke ponude. Kladionička ponuda koncipirana je tako da su klubovi, reprezentacije i u individualnim sportovima natjecatelji razvrstani po kontinentima, državama i regijama. To je posebno značajno budući da se klupski krematonimi često mogu rastaviti na toponime i krematonime nižeg reda. Tako, primjerice, kada se u njemačkome prvenstvu sastanu Hansa Rostock i Bayer Leverkusen, kladioničar ne samo da „po prirodi stvari“ ubicira Rostock i Leverkusen u Njemačku, već iz krematonimske komponente u nazivlju klubova, može zaključiti i o trgovačkoj prošlosti Rostocka te industrijskoj sadašnjosti Leverkusena. Nazivi klubova mogu se sastojati isključivo od toponima te u tom slučaju kladioničar jedinu geografsku spoznaju može izvući stavljajući klub/toponim u njegov širi geografski kontekst/natjecanje ili ligu. Kao primjer može poslužiti utakmica Rijeke i Osijeka. Također, ponekad su nazivi klubova arbitrarni, ne moraju mnogo govoriti o mjestu iz kojeg dolaze, a ime im se može nadjenuti i slučajno. Poznata je scena televizijske serije „Velo misto“ gdje splitski klub dobiva ime jer su njegovi osnivači „nepozvani, poput kkvih Hajduka“ ušli u ured profesora (6). Nazivi klubova mogu dovesti i do zabune. Tako ime košarkaškog kluba Utah Jazz može navesti na pogrešan zaključak kako je grad Utah poznat po jazzu, no zapravo je klub relociran iz New Orleansa, mjesta rođenja jazz (Clark, 1998).

Važan izvor znanja su i koeficijenti koji govore o tome kolika je vjerojatnost da će jedna momčad ili pojedinac pobijediti drugu. Budući da je, vidjeli smo, uspješnost momčadi u korelaciji s brojem stanovnika mjesta, grada ili šireg

¹ „Predrasude nisu nužno neopravdane i pogrešne tako što neizbježno iskrivljuju istinu. Zapravo, povijesnost naše egzistencije sadrži to da predrasude, u doslovnom značenju riječi [pred-rasudbe], tvore početno usmjerenje naše sveukupne sposobnosti iskustva. Predrasude su presjeci naše otvorenosti prema svijetu“ (Greco i Sosa 2004, 531).

² „Jednom kad poznaješ lige, baviš se geografijom. Zapravo, sportski kladioničari vjerojatno znaju više o geografiji od bilo koje grupe laika“ (Edwards, 2000).

prostora iz kojeg ona dolazi, ali i ekonomskom i općenitom razvijenošću određenog prostora, za pretpostaviti je da kladioničari na temelju „većih i jačih“ klubova te reprezentacija (opravdano) zaključuju o „većim i jačim“ gradovima i državama.

ZAKLJUČAK

Korelacijskom analizom pokazalo se da su zagrebački srednjoškolci u rješavanju geografskih pitanja koja ispituju poznavanje gradova koristili znanje koje su posredno stekli prateći nogomet. Uz korelacijsku analizu u dokazivanju epistemološke relevantnosti nogometa za geografiju korištena je i interpretacija pojedinih nogometnih fenomena.

Prikazana je uloga učenja geografskih činjenica za konstrukciju navijačkih identiteta; uočena je druga strana predrasuda prisutnih u svijetu nogometa, tj. primijećen je njihov potencijal za geografsku spoznaju; te je kladionička ponuda čitana kao geografski tekst.

LITERATURA

- BALE, J., 2003: *Sports geography*, Routledge Taylor and Francis Group, London and New York.
- CLARK, J., 1998: Sport Geography Quiz' keeps kids learning during lunch, *Daily News*, 6.02.1998.
- EDWARDS, B., 2000: Following sports from a young age enables boys to be better at math and geography than girls, *Morning Edition (NPR)*, 28.06.2000.
- GRECO, J., SOSA, E. (ur.), 2004: *Epistemologija: vodič u teorije znanja*, Naklada Jesenski i Turk, Zagreb
- LYNN, R., WILBERG-NEIDHARDT, S., MARGRAF-STIKSRUD, J., 2005: Sex differences in general knowledge in German and Northern Irish university students, *Sexualities, Evolution and Gender* 7 (3), 277-285.
- VRKAN, S., 2003: *Nogomet-politika-nasilje: ogledi iz sociologije nogometa*, Naklada Jesenski i Turk, Zagreb.

IZVORI

- Pjesma osječke Kohorte, 2009., <https://www.youtube.com/watch?v=M75zhZdqTJU>, (14. 07. 2015.)
- Pjesma riječke Armade, 2009., https://www.youtube.com/watch?v=2y8wgc2zgdw_ (14. 07. 2015.)
- Pjesma splitske Torcide, 2011., https://www.youtube.com/watch?v=IIAJUUGBtx4_ (14.07. 2015.)
- Pjesma zadarskog Tornada, 2009., <https://www.youtube.com/watch?v=X3vYICrczL>, (14. 07. 2015.)
- Pjesma zagrebačkih BBB-a, 2011., <https://www.youtube.com/watch?v=O0aP6aGkft4>, (14. 07. 2015.)
- Scena iz „Velog mista“: kako je NK Hajduk dobio ime, <https://www.youtube.com/watch?v=2MLf27IVALw>, (17. 07. 2015.)