

DOI10.17234/SocEkol.30.3.5  
UDK796.073:316.723  
316.773.3:796.073

Prethodno priopćenje  
Primljeno: 30. 09. 2020.  
Prihvaćeno: 04. 12. 2020.

## NAVIJAČKE PORUKE – SEGMENT VIZUALNE EKSPRESIJE NAVIJAČKE SUPKULTURE

Andrej Ivan Nuredinović i Dino Vukušić

Andrej Ivan Nuredinović  
Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu  
Ivana Lučića 3, 10 000 Zagreb  
e-mail: anuredin@ffzg.hr

Dino Vukušić  
Institut društvenih znanosti „Ivo Pilar“  
Trg Marka Marulića 19, 10 000 Zagreb

### Sažetak

*U radu su prikazani rezultati istraživanja navijačkih poruka kao elemenata vizualne ekspresije navijačke skupine Građanskog nogometnog kluba Dinamo Zagreb (GNK Dinamo) „Bad Blue Boys“. Razdoblje analize odnosi se na deset sezona domaćih nogometnih prvenstava i međunarodnih natjecanja (2010.-2020.). Skupina „Bad Blue Boys“ u tom je razdoblju prošla razne faze koje su obilježene protestno-aktivističkim djelovanjem, borbom za demokratizacijom i većim stupnjem transparentnosti u GNK Dinamo, ali i nimalo ugodno razdoblje visokog stupnja represije nad skupinom kao i međusobnih podjela. Kvalitativnom analizom diskursa oblikovana je tipologija navijačkih poruka, dok je deskripcija nastala na temelju dugogodišnjeg promatranja i sudjelovanja u navijačkim ritualima.*

**Ključne riječi:** navijači, supkultura, Bad Blue Boys, performans, navijačke poruke

### 1. UVOD<sup>1</sup>

Navijačka supkultura posjeduje specifične ekspresivne prakse kojima, kao i druge supkulture, osigurava svoju prepoznatljivost i održava distancu prema dominantnoj kulturi. Navijački rituali prvenstveno se manifestiraju na nogometnim stadionima i samim time, zbog popularnosti nogometa kao sporta, često dolaze u fokus šire javnosti. Prilikom održavanja nogometnih utakmica postoji ustaljena podjela prostora unutar kojeg navijačke skupine okupiraju određeni dio stadiona te ga simbolički prisvajaju. Upravo na tim dijelovima stadiona navijači manifestiraju svoje rituale poput skandiranja, pjevanja navijačkih pjesama, korištenja pirotehlike, organiziranja različitih koreografija te podizanja poruka. Spomenute poruke predstavljaju unikatan oblik komunikacije kojim navijačke skupine iskazuju svoje stavove.

---

1 Ovaj članak nastao je u okviru dva istraživačka projekta: *Sport, diskriminacija i integracija. Sport kao medij društvene inkluzije i participacije* (INTEGRA) IP-2018-01-2756, voditelj projekta dr. sc. Goran Pavel Šantek, financirano od strane HRZZ-a i *Cultural Heritage and Identities of European Future* (CHIEF) EK-H2020-770464, voditelj hrvatske dionice projekta dr. sc. Benjamin Perasović.

Podizanje poruka ritual je kojim navijačke skupine komuniciraju s drugim akterima, ali i unutar skupine. Ovaj ritual izdvaja činjenica da većinu poruka, podignutih na navijačkim tribinama, strogo kontrolira sama jezgra skupine pa se najčešće radi o službenom stavu skupine i kao takve predstavljaju najbolji pokazatelj što navijačka skupina misli o samoj sebi, kako tretira svoje članove, ali i izražava stav skupine u vezi s različitim društvenim pitanjima te pozicionira supkulturnu skupinu unutar okvira šireg društva. Porukama se navijači često i natječu međusobno kao što je slučaj s gotovo svim drugim navijačkim ritualima u kojima se pokušava izboriti bolja pozicija za skupinu i pojedinca (Bodin i sur., 2007).

Mnogo je segmenata koji se mogu analizirati pri proučavanju supkulturnih skupina, a jedan od segmenata svakako je njihova vizualna ekspresija (Božilović, 2006). Koristeći promatranje sa sudjelovanjem pri istraživanju navijačkih rituala te kvalitativnu analizu diskursa poruka koje se pojavljuju na hrvatskim stadionima možemo vidjeti koji to sadržaji prevladavaju, a samim time bolje razumjeti ishodišta nekih stavova i razmišljanja društvene skupine koju šira javnost nerijetko ocjenjuje kao devijantnu. Promatranjem praksi i analizom navijačkih poruka navijačke skupine Bad Blue Boys (BBB), navijača Građanskog nogometnog kluba Dinamo Zagreb (GNK Dinamo; dalje u radu: Dinamo), stječe se korisna podloga za usporedbu s recentnim stranim istraživanjima ovog fenomena te retrospekciju vrijednih, no davnih istraživanja domaće navijačke scene zbog čega se nudi nova kategorizacija navijačkih poruka. Svakom svojom porukom skupina iskazuje svoj stav, svoj odnos prema dominantnoj kulturi te svoje supkulturno određenje.

Teorijska perspektiva kroz koju ćemo interpretirati rezultate naše analize u radu je Erving Goffmanovo i Jeffrey Alexanderovo shvaćanje pojma *performansa*, na koje se oslanjaju i druga recentnija istraživanja navijačkih stadionskih praksi (Guschwan, 2007; Zieche, 2017; Kossakowski i sur., 2017). Također se oslanjamo i na ostale elemente Goffmanovog *interakcijskog reda*, poput igre i rituala, kako bi se objasnio totalitet navijačke prakse podizanja poruka na stadionu: zašto se poruke izrađuju, kako izgleda njihovo podizanje i što one znače samim izvođačima.

## 2. PERFORMANS, RITUAL, STRATEGIJA I STIGMA NAVIJAČKE SUPKULTURE

Prve konkretne tipologije navijačkih performansa valja tražiti u radovima koji obrađuju navijačku kulturu *ultrasa*<sup>2</sup> (Guschwan, 2007; Zieche, 2017; Kossakowski i sur., 2017; i dr.) za razliku od onih koji se bave britanskim navijačkim skupinama koje su nešto zastupljenije u istraživanjima navijača. Britanski stil navijanja, koji se mijenjao kroz godine s obzirom na supkulturne i društvene promjene, uvelike se razlikuje od onog

2 Cere (2002) definira *ultras* kao „termin prihvaćen kako bi se opisalo posvećene nogometne navijače koji se, da bi pratili svoj tim, trude obogatiti iskustvo utakmice za sebe i druge“ (2002:8), organizirajući koreografije, smišljajući pjesme, izrađujući zastave i transparente, crtajući grafite, izdavajući fanzine, a nerijetko se i sukobljavajući s drugim navijačkim skupinama (2002:9-11).

talijanskog, nešto stabilnijeg stila upotrebe zastava, uređenih transparenta, osmišljavanja pjesama, izrade koreografija, bakljada, koordiniranog pljeskanja, podizanja poruka, izrade grafita te *korteo* i *karusela*<sup>3</sup> u gradovima (vidi, npr. Cere, 2002; Pearson, 2012). Kroz proučavanje te *hiperstilizacije*, kako je naziva Daniel Zieche, proučavajući „opaki“ imidž *ultrasa* Dynamo iz Dresdena, bolje razumijevamo artikulirane navijačke identitete, koji se stvaraju kako u kompeticiji s drugim navijačkim skupinama i društvenim akterima poput policije, medija, klubskih uprava i nogometnih saveza, tako i u ekspresiji svojih lokalnih, kulturnih ili ideoloških posebnosti (Zieche, 2017).

Promatrajući način na koji talijanski *ultrasi* prezentiraju svoju prisutnost na utakmicama, Matthew Guschwan (2007) navodi kako se na nogometnim priredbama oblikuju specifični kulturni performansi, temporalno i prostorno određeni događaji koje doslovno ili figurativno izvode članovi društva unoseći elemente iz društvene svakodnevice na stadion. Performans uključuje vješte izvođače, i društveno je označen kao događaj koji publika treba promatrati i proučavati. Kulturni su performansi reflektivni, komentiraju i prezentiraju vrijednosti i ideje društva u kojem se performans održava. Oni kombiniraju tradicionalno i neočekivano dok se izvodi spektakl koji postiže društvenu svrhu, a pritom su „nogometni navijači onoliko sudionici koliko i promatrači u nogometnim priredbama“ (Guschwan, 2007:251-252).

Radoslaw Kossakowski, Tomasz Szlendak i Dominik Antonowicz (2017) nastavljaju ovaj put, potvrđujući lokalne kulturno-povijesne utjecaje, gledajući kako se poljski navijački identitet formira oko anti-komunizma, religije i pripadnosti poljskoj naciji. Pobunjenički, antiautoritetni duh poljskih navijača uklapa se u široko rasprostranjeni pokret „Against modern football“<sup>4</sup>, baziran je na pravima navijača, a ne toliko na komercijalizaciji nogometa kao u zapadnoj i srednjoj Europi (Doidge i Lieser, 2017:3), ali i kod nas (Perasović i Mustapić, 2017a). Autori vide performans kao sredstvo komunikacije navijača i drugih aktera prije svega na stadionu, ali i izvan njega. Opservacija kako su poljski nogometni navijači jedini protusistemske nastrojene društveni akteri koji svoje protivljenje i ideje konstantno iznose na spektakularan način, a on svoje mjesto nalazi u raznim medijima pa je dostupan javnosti (Kossakowski i sur., 2017:3), uglavnom se može primijeniti i na hrvatsko društvo. Navedeni autori, referirajući se na Jeffreya Alexandra (2006) i Marvina Carlsona (2004), koncipiraju svoje radove oko ideje per-

3 *Korteo* i *karusel* dio su *slanga* navijačke supkulture, a izvedenice su originalnih riječi *corteo* i *carusel* (tal.). *Korteo* kao navijački ritual označava zajedničku procesiju koja najčešće uključuje sve tri vrste navijačke ekspresije (verbalna, vizualna i ekspresija simboličkog nasilja), odvija se na ulicama njihovog grada ili grada gdje njihov klub gostuje. Slično tome, *karusel* je organizirana procesija vozilima.

4 Pokret „Against Modern Football“ (AMF) kako ga vide Perasović i Mustapić (2017a), ali i drugi autori (vidi, npr. Kennedy, 2013; Numerato, 2015) predstavlja „zajednički nazivnik“ različitim akterima i različitim metodama konflikta (bojkoti, grafiti, peticije, demonstracije, pa čak i osnivanja samostalnih klubova i dr.). Pokret je usmjeren na borbu protiv komercijalizacije nogometa i konzumerizma navijača, sustava strogog nadzora tijekom nogometnih utakmica, rigoroznih zakona usmjerenih prema navijačima i sl. Pokret je heterogen te iako nominalno globalan, djeluje uglavnom u lokalnom kontekstu (Perasović i Mustapić, 2017a:3-4).

formansa kao „društvenog procesa kojim akteri, individualno ili kolektivno, izlažu drugima značenje svoje društvene situacije“ (Alexander, 2006: 32, prema Kossakowski i sur., 2017:4). Takav proces može biti ili „prikaz vještina“ ili „prikaz kulturno kodiranog obrasca ponašanja“ (Carlson, 2004:4, prema Kossakowski i sur., 2017:4). Tako se definirani navijački performans promatra kao konkretan *ultras* način prikazivanja vještina, koji je ukotvjen u lokalnoj, ali i u navijačkoj supkulturi<sup>5</sup>.

No, kako bi konkretnije shvatili dinamiku navijačkih ekspresija na stadionu, potrebno je konzultirati Goffmana. Michael Hviid Jacobsen i Søren Kristiansen (2015) pišu kako svaka od Goffmanovih „metafora“ otkriva simultano postojanje nekoliko razina. Performans, igra i ritual mogu se percipirati kao tri različite strane održavanja i produkcije interakcijskog poretka. „U njemu, strategije i kalkulacije koegzistiraju sa sistemom strogog interakcijskog rituala“ (Jacobsen i Kristiansen, 2015:83-84). Goffman, prema Susan Birell (1981), jedan bitan dio svoje dramaturgije bazira na Durkheimovom rituale – povremenom ceremonijalu usmjerenom prema uzbudljivom činu, koji kroz potvrđivanja sustava zajedničkih vrijednosti i pravila, služi unifikaciji zajednice. Goffman se *ritualu* obraća na drugi način, promatrajući ga kao idealizirani performans uloga koje akteri svakodnevno imaju u interakcijama s drugima na način da održavaju društveni red i poštuju svoje moralne obaveze (Birell, 1981:362). Drugim riječima, svaka uloga ima moralnu obligaciju održavanja i reprodukcije društvenog reda u interakciji. Time je interakcija koja se odvija između idealiziranih manipuliranih uloga aktera zapravo sveti imaginarni prostor blizak Durkheimovom društvenom simbolu, oko kojeg se „pleše“ i kome se prinose individualne i kolektivne „žrtve“. *Performans* je taj ekspresivni dio interakcijskog reda. Goffman ga definira kao „svu prethodno utemeljenu aktivnost sudionika u određenoj prilici koja služi da bi utjecala na bilo koji način na druge sudionike“ (Goffman, 1956:8). Kada izvođač „igra“ istu ulogu istoj publici u više različitih prilika, pojavljuje se društvena veza (Goffman, 1956:9). Tako će ta društvena veza, nakon nekog vremena, definiranjem društvenih uloga i prava i obveza te uloge, prijeći u rutinu (Goffman, 1966:35). Istodobno akteri posjeduju set strategija kojima pristupaju interakcijama s drugim akterima dok se u međusobnoj komunikaciji natječu za značenja (Goffman, 1971:102). Ovi se procesi isprepleću, i ritual i performans i igra prisutni su pri izlaganju navijačkih tekstualnih poruka na stadionima. Kroz percepciju igre, možemo vidjeti konstantno nadjačavanje suprotnih navijačkih skupina ili navijačkih skupina i drugih aktera (poput uprava klubova); kroz percepciju rituala možemo promatrati *backstage* u kojem navijačke skupine sastavljaju i prezentiraju poruke na stadionima, a pritom, s obzirom na značenje konkretne poruke, koriste drugačije vrste ritualnih ponašanja; dok kroz viđenje simbolike, odjeće, korištenja prostora te drame koja se

5 Perasović i Mustapić ovako definiraju navijačku, *ultras*, supkulturu: „akteri koji baziraju svoje životne stilove i identitete na specifičnim obrascima ponašanja na koje utječe uzastopno praćenje izabranog nogometnog kluba. Identitet *ultrasa* nije limitiran na nogometne utakmice, dokolicu ili slične izolirane segmente vremena / prostora – on je zaokruženi identitet koji se manifestira na različite načine u svakodnevnom životu“ (Perasović i Mustapić, 2017a:3).

isporučuje na „pozornici“ navijačkih *kopova* vidimo performativne impresije navijačkih plemena. Impresija je, kroz „performans kao moderni ritual“ kako ga naziva Alexander (2006), usmjerena kako prema publici tako i prema samoj navijačkoj skupini koja ga izvodi koristeći strategije i ritualna ponašanja kojima su značenja i vrijednosti izvučena iz supkulture, ali i dominantne kulture te društvene okoline. Time navijačke skupine održavaju lojalnost i disciplinu prema svojim idealiziranim ulogama na stadionu i u društvu s obzirom na kolaboraciju publike ili status na supkulturnoj ljestvici. Kako se mnoge uloge preklapaju, kolektivnim se akterima mogu pronaći situacije u kojima se udaljavaju od idealizirane uloge koju prezentiraju prema različitim promatračima, tako je njihovo udaljavanje od općih društvenih normi u jednu ruku gubljenje prezentirane slike. Kada je interakcijskim menadžmentom nemoguće popraviti određenu sliku jer je akter diskreditiran, tada nastupa stigma kao neželjena različitost od onoga što se očekuje. Kako se stigma uvijek gleda u relaciji između određenog atributa i publike, tako je navijačka stigma ustvari određena karakterom same supkulture<sup>6</sup>. Teorija o stigmatiziranim kao manje vrijednima biva skrojena, a svaki defenzivni mehanizam označenih „dolijeva ulje na vatru“ pa time uvijek postoji *ratio* za daljnju diskriminaciju (Lemert, 2010). Najveći problem je „zaraznost“ stigme na druge osobe iste zajednice. Stigmatizirani izvodi svoju normalnost u susretima s „normalnima“. No, u moralnom razvoju stigmatizirane osobe postoje dvije faze. Prva je usvajanje standarda normalnosti, a drugo je shvaćanje vlastite pozicije s obzirom na te standarde. Često se što zbog nezadovoljavanja društvenih standarda što zbog neugodnosti interakcije s „normalnima“, stigmatizirani povlače u druženje sa sličnima sebi, odnosno s onima koji razumiju poziciju stigme te time nalaze alternativne prostore za interakciju i komunikaciju. Pripadnost zajednici sebi sličnih može imati značajne efekte na izgled performansa. Improvizacije, adaptiranje na nove uloge te kreativnost u izvođenju performansa karakteristične su za mnoge supkulture. Dick Hebdige ovakav kreativan pristup naziva *bricolageom* (prema Gelder, 2005:213-214). Dino Guđu, proučavajući stil odijevanja rumunjskih navijača, smatra da *bricolage* ima ulogu očuvanja identiteta skupine od autsajdera (2015: 17-19). Supkulture zauzimaju alternativna mjesta prema kojima osjećaju društvenu pripadnost bez vlasništva i njih zovu domom (Gelder, 2005: 213-214). Takva mjesta kod navijača odnose se na *kopove*, specifične dijelove tribine na kojima se sakupljaju samo oni „najvjerniji“. Na istim mjestima vladaju posebne norme, koje se često ne poklapaju s dominantnim normama u društvu. Kako navodi Mark Doidge (2013), navijačke skupine nisu homogene. Sastavljene su od nekoliko desetaka do nekoliko stotina ljudi, ponekad iz različitih dijelova države i svijeta pa je procjena podudarnosti stavova svih tih članova vrlo naivna. Međutim, navijačke su skupine primarno okupljene oko objekta za koji navijaju i oko svojih rituala te svoga „urbanog plemena“ (Perasović, 2001). Političke po-

<sup>6</sup> Primjerice četvrti *Nacrt prijedloga Zakona o izmjenama i dopunama Zakona o sprječavanju nereda na sportskim natjecanjima*, prvi put donesenog 2003., kao jedan od glavnih razloga za uvođenje promjena u Zakon navodi negativan dojam u javnosti premda priznaje stvarno smanjenje prekršajnih i krivičnih radnji reguliranih istim Zakonom (Ministarstvo unutarnjih poslova, 2019).

zicije članova, razlikovat će se od pojedinca do pojedinca, no stavovi prema navijačkom stilu života rijetko (Perasović i Mustapić, 2013). Stoga, kada govorimo o homogenosti navijačke skupine, gledamo je kroz percepciju „navijanja“ koju određena skupina zastupa, a u njemu je dosta prisutan politički i ideološki konformizam (Lalić i Biti, 2008; Lalić, 2015; Perasović i Mustapić, 2017b). Navijačke skupine organizirane su zajednice u kojima žive i stvaraju pojedinci kolektivnim identitetima povezani s tom zajednicom i objektom strastvenog navijanja. Nepoznavanje strukture i bihevioralne dinamike navijačkih skupina, ali i različitih stilova navijanja i različitim kulturama i društvima (Kennedy, 2013), uzrok je čestih generalizacija navijačkih kontingenata (poglavito u smislu stvaranja moralne panike te kriminalizacije određenih navijačkih postupaka u javnosti). Što zbog takvog pristupa dominantne kulture, a što zbog vlastitog, supkulturnoga *creda*, navijači rijetko koriste društveno prihvatljive kanale komunikacije i koncentriraju se na one „navijačke“.

### 3. PRETHODNA ISTRAŽIVANJA NAVIJAČKIH PORUKA U HRVATSKOJ I SVIJETU

Dražen Lalić, u svojoj etnografiji *Torcide*, vizualnu ekspresiju naziva ikonografijom i definira je kao „ukupnost simbola, znakova, odjevnih predmeta, rekvizita i svega onoga čemu navijači pridaju simboličko značenje, i što čini vizualni dio navijačkog rituala“ (Lalić, 1993:135). Lalić prepoznaje tri oblika ikonografije: navijačke zastave, navijačke transparente i ostale segmente navijačke ikonografije pod koje svrstava odijevanje, šalove, baklje i „nešto posve novo“ referirajući se na koreografije (Lalić, 1993:137-148). Temi ovog rada – navijačkim porukama – u Lalićevoj (1993) tipologiji najbliži bi bio segment „navijačkih transparentata“, iako Lalić ne razlikuje transparente navijačkih skupina i podskupina i poruke dignute na platnima ili drugim materijalima. U kvantitativnoj analizi 397 transparentata koju je proveo, Lalić (1993) primjećuje da se navijači najčešće poistovjećuju sa svojom skupinom (42,25%), a potom s Hajdukom (27,9%). Nadalje, znaju se pojaviti i poruke upućene upravi kluba te poneki politički transparent. S desetogodišnjim odmakom, Damir Pilić (2002) promatra istu vizualnu ekspresiju te uspoređuje svoje podatke s Lalićevima. Njegovi rezultati pokazuju još veću zastupljenost *Torcide* na transparentima (80,53%), a manju Hajduka (9,74%) (Pilić, 2002). Takvi podaci ukazuju i na postepeno „širenje“ *Torcide* kao navijačke skupine. U usporedbi istraživanja stoga možemo zamijetiti i da je proces širenja / razvoja supkulture navijačkih skupina djelovao na njihov *bricolage*.

Oba su istraživača stvorila presedan u istraživanju navijačkih skupina na ovim prostorima, no njihova kategorizacija navijačkih transparentata nije vodila računa o supkulturnoj percepciji i generalnom značenju te ritualima s kojima se ti transparenti poistovjećuju. Naime, već 1990-ih, a pogotovo 2000-ih godina postojala je određena hijerarhija transparentata pojedinih navijačkih skupina ili pojedinih podskupina koja nije podrazumijevala poruke na utakmicama i zato bi bilo zgodnije upotrebljavati dvije kategorije

kada se o njima raspravlja. Radi se o ikonografiji dva posve drugačija rituala, koji možda na začetku ovakvih istraživanja još nisu bili posve iskristalizirani, no s vremenom su poprimili različite oblike i značaj. Naime, navijački se transparent „zaslužuje“ te ga u modernim skupinama ne može nositi svatko. Primjerice, ukoliko se na Maksimirskom sjeveru (navijačkoj tribini Bad Blue Boys-a) postavi transparent za koji se ispostavi da nema „zaslužnu“ ekipu iza sebe, taj će se transparent najčešće zabraniti, a u nekim slučajevima i oteti ljudima koji su ga nosili kako ne bi osramotio matičnu skupinu i / ili „pao“ u ruke protivničkoj skupini<sup>7</sup>. Transparenti stoje na ogradama navijačkih tribina, a što su bliže „glavnom transparentu“ njihova je vrijednost veća (Zieche, 2017:5). S druge strane, poruke na utakmicama imaju decidiranu zadaću i prikazuju se u određenom trenutku koji je za to pomno izabran te ih prate razni drugi rituali, a nakon prikazivanja ih se uglavnom više ne prikazuje i zbog toga su one najviše performativnog karaktera (Kossakowski i sur., 2017) dok su navijački transparenti prije svega oblik pokazivanja vlastitog statusa unutar navijačke skupine. Kontinuitet i jakost ekipa koje ih nose danas su krajnje mjerilo po kojima se transparenti mogu razlikovati od poruka jer u navijačkoj hijerarhiji vrednovanja vlastitih instrumenata nikako nije jednako „padne“ li transparent s imenom „stalne“ ekipe, ili poruka koja je trebala biti prikazana na utakmici.

Kossakowski i sur. (2017) obrađuju moderne stadionske *performanse* na drugačiji način. Oni uopće ne postavljaju kategorizacije navijačke vizualne ekspresije. Za njih su predmet istraživanja koreografije, poruke i zastave – one koje se pokažu jednom te se nakon toga uništavaju. Najkonkretniji su doprinos ovog istraživanja kategorije navijačkih performansa kod poljskih navijača, koje se uz neke preinake mogu upotrijebiti i kod nas: performansi koji izražavaju kolektivni identitet, patriotski (povijesni) performansi, anti-komunistički performansi, performansi kao komentar političkog stanja, ekstremistički performansi, performansi s tematikom huligana i zatvora i anti-modernizacijski performansi (2017:7-14). Ipak, postoji nekoliko nedostataka navedenog istraživanja. Prvi je pristup istraživanju navijačke ikonografije primarno kao političkom fenomenu, što pokazuje i pretjerana kategorizacija političkih poruka navijača (sudeći prema Laliću (1993) i Piliću (2002) ove su poruke samo jedan mali dio vizualne ekspresije), a premali naglasak na supkulturnim značenjima. Drugi je

7 Maksimirski sjever je uzet za primjer. Isto bi se dogodilo u svakoj organiziranoj navijačkoj skupini koja prati *ultras* stil navijanja. Isječak iz *Glasnika sjeverne tribine* (navijačkog letka koji se u jednom razdoblju dijelio na sjeveru prije svake utakmice) detaljnije objašnjava značajnost i status „transparenta“ za navijačku skupinu:

„Kod izrade transparenta, barjaka i zastava imajte na umu da su to glavni elementi prepoznatljivosti tribine koji ponajprije predstavljaju onoga tko ih nosi, bio to pojedinac ili skupina, ali isto tako predstavljaju i navijačku skupinu kojoj pripadamo, klub za koji navijamo i mjesto iz kojeg dolazimo.

Transparenti moraju biti uredno obješeni jedan do drugog, bez ostavljanja praznog prostora, zastave moraju biti podignute, barjaci moraju vijoriti. Pritom obratite pozornost na njihov izgled i originalnost. Ružne i nekvalitetne transparente, zastave i barjake ne trebate niti pokušavati unijeti jer će isti biti momentalno uklonjeni sa tribine“ (Strgo1, 2007).

nedostatak svrstavanje svih vrsta navijačke ikonografije pod isti nazivnik performansa – bez obzira radi li se o koreografijama, transparentima, porukama ili drugom obliku navijačkog performansa – iako svaki od ovih oblika nosi specifičan ritual, značenje i vrijednosti za navijače. Ipak, navedena je kategorizacija primjenjiva u istraživanju navijačkih poruka, a istraživanje vrijedno kao jedan od recentnijih doprinosa ovoj temi baziran na kvalitativnom istraživanju.

#### 4. BAD BLUE BOYS

Navijačka skupina Bad Blue Boys organizirana je navijačka skupina koja prati GNK Dinamo Zagreb. Skupina je osnovana 1986. godine te je kroz svoju povijest prošla dug put obilježen raznim turbulencijama koje često nisu bile izravno povezane s događajima na nogometnom terenu. Kako bismo što konciznije prikazali povijesni razvoj skupine, ali i istaknuli važna mjesta na koja se i sami navijači često referiraju ovaj kratki pregled razvoja i djelovanja skupine podijelit ćemo u tri razdoblja. Na početku je važno istaknuti kako je unutar svakog razdoblja razvoja bitan širi društveni kontekst unutar kojega je skupina djelovala, a koji se ne odnosi samo na sport već je isprepleten i politikom, društvenom nestabilnošću, tranzicijom te općenito diskrepancijom unutar percepcije realiteta kod pripadnika supkulturne skupine u odnosu na širu populaciju.

Prvo razdoblje važno za razvoj BBB-a datira u drugu polovicu 80-ih godina prošloga stoljeća kada je skupina i osnovana te odmah potom postala važan faktor u tada raširenom fenomenu organiziranja navijačkih skupina diljem bivše Jugoslavije. Fenomen nogometnih navijača u bivšoj Jugoslaviji moguće je analizirati kroz nekoliko teorijskih smjernica, ali nama najvažniju predstavlja proces njihovog razvoja (kao supkulture) koja se počela odvijati 80-ih (Perasović i Bartoluci, 2007). U svome radu Mills (2018) povjesničarski kontekstualizira nastanak organiziranih navijačkih skupina 80-ih godina ukazujući na postojanje kontinuiteta devijantnog ponašanja povezanog s nogometom. Stavljajući problematiku navijača u širu društvenu i sportsku problematiku prožetu napetim stanjem u zemlji te nogometnom ligom koja je rijetko ostavljala dojam regularnog natjecanja, pokazuje kako devijantnost na jugoslavenskim stadionima nije „nastala preko noći“, već tenzija postoji puno prije organizacije, a kasnije i procesa razvoja supkulture nogometnih navijača (Mills, 2018). Perasović i Mustapić (2013:262) pišući o različitim perspektivama istraživanja nogometnih navijača spominju sociološka istraživanja ovog fenomena naglašavajući kako je istraživanje rađeno krajem osamdesetih (Buzov i sur., 1988) primjer koji pokazuje da je tadašnja vlast poticala ovakva istraživanja vodeći se idejom o postojanju nacionalističkih i drugih „protudržavnih“ elemenata unutar navijačkih skupina. Od samog osnivanja BBB-i su slijedili zacrtan navijački put koji je pratio i kopirao uzore ponašanja preuzete od engleskih i talijanskih navijača i manifestiranje u specifičnom lokalnom kontekstu. Ovaj fenomen u navijačkoj supkulturi Ramón Spaaij (2007) naziva *kreolizacijom*. Tako je i zagrebačka navijačka skupina isticala težnju za rješavanjem hrvatskog nacionalnog pitanja i ubrzo ušla u česte sukobe s vladajućim aparatom. Najprije je to bilo zbog same naravi *ultras* supkulture, koja često svojim ritualima izaziva zaprepaštenje (šok) među drugim



društvenim akterima, no ubrzo je okarakterizirana, kao i druge navijačke skupine, izrazito nacionalistički nastrojenom i zbog toga neprijateljem tadašnjeg režima (Hrstić i sur., 2020). Raspadom Jugoslavije, nogomet, ali i sport u globalu doživjeli su velike promjene. Dotadašnja „jugo-liga“ prestala je postojati, a nogometna prvenstva postala su prvenstva sada samostalnih država pa tako započinje i priča o Hrvatskoj nogometnoj ligi.

Paralelno s društvenom i ekonomskom tranzicijom 90-ih započinje i nova epoha u povijesti BBB-a. Nestao je pojam „velike četvorke“ (Dinamo, Hajduk, Partizan, Crvena Zvezda), ali nije se promijenio supkulturni karakter navijačkih skupina i funkcioniranja njihovog specifičnog svijeta, često skrivenog od očiju javnosti. Istodobno, dok su stariji navijači bili uključeni u Domovinski rat, mlađi su ušli u otvoren sukob s predsjednikom države Franjom Tuđmanom jer je promijenio ime Dinamo u Croatia (kako ime kluba iz glavnog grada novostvorene države ne bi podsjećalo na komunistička imena klubova istočne Europe) (Prnjak, 1997). Taj sukob nadišao je ustaljene okvire civilnog aktivizma te se, u skladu s ritualima navijačke supkulture, vodio i na tribinama i ulicama (Prnjak, 1997), a očitovao se i u nesvakidašnjoj represiji nad navijačima zbog sukoba doživljajne sfere BBB-a koji su zbog Dinama doživljavali neugodna iskustva s tadašnjim organima reda u drugim republikama diljem Jugoslavije i prema tome vidjeli Dinamo kao nacionalni simbol i systemske sfere na čelu s predsjednikom, koja je Dinamo smatrala komunističkim imenom (Vrcan, 2003). Nakon Tuđmanove smrti, 14. veljače 2000. BBB-i su uz pomoć nekolicine igračkih legendi kluba pritiskom uspjeli vratiti ime Dinamo (M. J., 2020) te je svega nekoliko sezona odigrano u idiličnoj atmosferi kohezije kluba i navijača. Međutim, dovodenje u pitanje upravljanja klubom i sumnje na izvlačenje novca putem transfera nekih od najboljih igrača dovelo je do razmirica između uprave kluba i šireg navijačkog kontingenta (Patković, 2018). Dinamo je tako, usprkos konzistentnoj nadmoći u domaćoj ligi, ponovno postao simbol razdora između navijača i drugih društvenih aktera (Šantek, 2017).

Posljednja, treća faza odnosi se na posljednjih deset godina postojanja BBB-a. Upravo je to razdoblje unutar kojega smo analizirali navijačke poruke kao središnji fokus našeg rada, a sada ćemo kratko kontekstualizirati okvir unutar kojeg se on pojavljuje. Klupska netransparentnost, financijska, ali i upravljačka, izazvali su revolt kod navijača Dinama (Delač, 2018), pri čemu su BBB-i, kao „najfanatičniji“ dio Dinamove publike, ušli u sukob s cjelokupnom upravom na čelu sa izvršnim dopredsjednikom Zdravkom Mamićem. Može se reći kako je i ovo razdoblje obilježeno represijom prema BBB-ima i ignoriranjem zahtjeva šire Dinamove publike za „demokratizacijom kluba“, ali i njihovim „odgovorom“ koji je poprimao različite manifestne oblike u različitim etapama borbe za demokratizaciju Dinama (vidi više u Šantek, 2017). Dino Vukušić i Lukas Miošić (2018) pišu o adaptaciji različitih strategija prisutnih u širem kontekstu navijačke borbe protiv „modernog nogometa“ pri čemu je, za potrebe ovoga rada, posebno važno istaknuti snažnu vizualnu ekspresiju kao jedan od elemenata i strategije borbe s „nadmoćnijim“ neprijateljem. „Logo“ koji simbolizira tu bitku precrtana je glava Zdravka Mamića često upotpunjena transparentima s natpisom „Mamiću, ti nisi Dinamo“ (Vukušić i Miošić, 2018:44). Iako su tenzije između navijača i uprave započele i ranije, u

kolovozu 2010. godine BBB-i se odlučuju na potpuni bojkot Dinamovih utakmica. Za vrijeme trajanja bojkota organiziraju različite akcije s ciljem okupljanja što većeg broja ljudi koji dijele nezadovoljstvo stanjem u klubu. Primjerice, organiziraju zajednička gledanja utakmica u zagrebačkom kinu Mosor i ugostiteljskim objektima u centru Zagreba te pokreću inicijativu „Zajedno za Dinamo“. Početkom sljedeće sezone vraćaju se na tribine, a važno je naglasiti kako u periodu bojkota dolazi i do nastanka dviju frakcija unutar skupine, većine koja je protiv Zdravka Mamića i uprave kluba te manjine koja podržava aktualnu Dinamovu upravu (Vidović, 2014). Ova podjela je u grupni *slang* uvela termin „plaćenici“ kao pogrđni naziv za navijače privržene Zdravku Mamiću čime se željelo poručiti da to čine zbog materijalne koristi (Hina, 2018). Nešto recentnije, Gol.hr (2020) izvještava da raste represija policije i kluba kroz sve detaljnije pretrese navijača pri ulasku na stadion i češća uhićenja te postavljanje kamera na sjevernu tribinu, što se onda navodi kao razlog njihova prelaska na istočnu tribinu. Kako bi u praksi pokazali kako jedan klub može funkcionirati transparentno i živjeti u skladu sa svojim navijačima, BBB-i su se odlučili na osnivanje Futsal Dinama, kluba ustrojenog prema modelu „jedan član = jedan glas“ (Šantek, 2017). Ubrzo je Futsal Dinamo privukao veliki broj ljudi i povratio djelić izgubljene konekcije kluba i lokalne zajednice. Važno je naglasiti kako u sezoni osnutka Futsal Dinama skupina odlazi isključivo na gostujuće utakmice GNK Dinama.

U međuvremenu je pokrenut zakonski postupak protiv dijela uprave GNK Dinama, uključujući Zdravka Mamića, koji je 2021. godine pravomoćno osuđen na 6 godina i 6 mjeseci zatvora (Patković, 2018), no na izdržavanje kazne nije otišao jer je prije izricanja nepravomoćne presude 2018. godine, pobjegao u susjednu Bosnu i Hercegovinu. Sud u Sarajevu tri je puta, na zahtjev Hrvatskog pravosuđa, raspravljao o izručenju Mamića Hrvatskoj, te je netom prije objave ovog rada donio odluku kako izručenja za sada neće biti (Raić Knežević, 2021). Posljednjih godina Dinamo bilježi dobre rezultate, ne samo u Hrvatskoj već i u europskim natjecanjima te je ipak zanimanje za klub u porastu, ali još uvijek traje sukob BBB-a i ljudi koji se percipiraju kao bliski Zdravku Mamiću. Kako bi se interesi navijača što bolje artikulirali osnovana je i udruga „Dinamo to smo mi“, udruga koja okuplja navijače Dinama te ukazuje na potencijalne ilegalne i netransparentne radnje u samom klubu (Tironi, 2018). Važno je istaknuti trenutak „primirja“ u sezoni 2013./2014., kada su navijačke skupine ostavile svoje sukobe po strani i orijentirale se na „viši cilj“ rušenja nogometnog *establishmenta* (Perasović i Mustapić, 2017a; 2017b).

## 5. CILJ I METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

Dva su glavna cilja ovoga rada. Prvi je cilj utvrditi na što se odnose navijačke poruke BBB-a na stadionima te koji je sadržaj na njima zastupljen. Istraživačko pitanje na koje ovaj rad pokušava odgovoriti je kakvog su karaktera poruke koje navijači odašilju? Važno je naglasiti kako postoje različite vrste poruka kojima navijači komuniciraju u različitim kontekstima, ali u našem radu fokusirani smo isključivo na one navijačke poruke koje su podignute na navijačkim tribinama na stadionima. Nadalje, konzultirajući

postojeću literaturu i rezultate prethodnih istraživanja, naš je drugi cilj, također na primjeru navijačke skupine BBB, stvoriti novu tipologiju navijačkih poruka. Istraživanje navijačkih poruka koje su proveli Kossakowski i sur. (2017) u Poljskoj pružilo je mogućnost provjere njihove tipologije te stvaranje nove, primjerenije za hrvatski kontekst i specifičnosti povezane s navijačkom supkulturnom u Hrvatskoj.

Metodologija korištena u našem istraživanju spaja dva pristupa koja u konačnici za cilj imaju što je moguće preciznije interpretirati prikupljene podatke, ali i deskriptivno prikazati rituale povezane s podizanjem poruka na stadionu i tipologiju njihova sadržaja: promatranje sa sudjelovanjem i kvalitativna analiza diskursa. Teun Van Dijk (2006) pišući o analizi diskursa pri istraživanju ideoloških pozicija u društvu stvara „triangulaciju“ između diskursa, kognitivnog razmišljanja i društva. Upravo je spona između ta tri faktora ono što nas zanima u našoj analizi jer nudi mogućnost kontekstualiziranja diskurzivnog „djelovanja“, u ovom slučaju pripadnika navijačke skupine. Jay Lemke (2005) govori kako se analizom teksta utvrđuje njegova socijalna funkcija, ali i utvrđuje sustav vrijednosti koji zagovaraju autori.

U našu analizu uključeno je 387 poruka koje su se pojavile u razdoblju između 2010. i 2020., dakle u proteklih deset sezona Hrvatske nogometne lige i međunarodnih natjecanja, na tribinama na kojima su bili smješteni pripadnici navijačke skupine BBB. Analizirani materijal prikupljen je kroz pregledavanje službene internetske stranice skupine, mjestu na kojem skupina postavlja svoje službene fotografije sa svake pojedinačne utakmice u sezoni. Drugi metodološki „krak“ u ovom radu, odnosi se na dugogodišnje sudjelovanje istraživača u stadionskim ritualima na utakmicama GNK Dinamo Zagreb u navedenom razdoblju istraživanja. Kako se radi o desetogodišnjem periodu pozicioniranje se istraživača kroz vrijeme mijenjalo. Prvih osam godina istraživanog razdoblja obilježeno je intenzivnim odlascima na utakmice i prisustvovanja ritualima na navijačkoj tribini. Posljednje su dvije godine, istraživači postavili svoj fokus na ranije navedena istraživačka pitanja te su, pohodeći ukupno 23 utakmice, vodili detaljni istraživački dnevnik gustom deskripcijom bilježeći sve aspekte analiziranog rituala. Cilj ovakvog metodološkog pristupa je, s jedne strane analizirati diskurs poruka, a samim time dovesti ih u vezu sa širim društvenim kontekstom, ali i specifičnim kontekstom supkulturne skupine, dok s druge strane sama prisutnost na stadionu u neposrednoj blizini isticanja poruke omogućava izravno promatranje rituala.

## 6. REZULTATI I RASPRAVA

### 6.1. *Ritualni podizanja poruka*

Na temelju promatranja sa sudjelovanjem, došli smo do uvida da se navijački ritual podizanja poruka, ovisno o njihovoj količini i kvaliteti, započinje pripremati danima prije utakmice. Prethodno je sadržaj poruka dogovoren između ljudi koji su dio vodstva skupine, a pripremu uglavnom provode najmlađi navijači pod paskom starijih kolega. Time se mlade navijače uči izradi materijala, a indirektno i značaju određenih poruka te ideologiji skupine. Za poruke su uglavnom zaduženi najmlađi navijači pa su tako oni

okosnica njihovih podizanja i prezentiranja na stadionima. S obzirom na različite poruke, razlika će postojati i između izvedbe kompletnog performansa. Nekad će se nakon poruke upaliti baklje, pjevati točno određene pjesme, skakati, skandirati i dr. Tako će se prilikom primjerice patriotskih poruka obično pjevati i patriotske pjesme.

Kad se podiže poruka, navijačima je decidirano objašnjeno nekoliko puta što im je činiti kako bi sve proteklo u najboljem redu te se od svih sudionika očekuje apsolutna koncentracija, a svaka se pogreška ili gaf kažnjavaju verbalnim ili fizičkim nasiljem. Kad se poruka diže, redovi ispred poruke sjedaju ili stoje u čučnju kako bi se ona bolje vidjela i tako stoje neko vrijeme.

Poruka je usmjerena prema naprijed pa je najbolje vide oni koji borave na tribinama točno suprotnim od navijačkih kopova. Kako na tim tribinama često nema nikoga, poruke su zapravo upućene navijačkoj skupini. Njima se pripocuje poredak ideja neke navijačke skupine, daje se manifest njezinog stajališta o nekoj temi. To stajalište dakako može varirati od pojedinca do pojedinca, no ono je najčešće kolektivno, a pojedinci koji se ne slažu s nekim idejama ponašaju se konformistički jer im je bitnije prijateljstvo i solidarnost unutar navijačke skupine. Rajiv Jhangiani i Hammond Tarry (2014:281) pišući o konformizmu pri donošenju odluka unutar skupine naglašavaju upravo taj element kao gradivnu komponentu jačanja skupnog identiteta budući da izostanak neslaganja stvara dojam visoke razine slaganja s odlukom među članovima, čime skupina jača. To odgovara Goffmanu koji tvrdi da nas sama obligacija i profitabilnost toga što se uvijek pojavljujemo kao stabilno moralno svjetlo u društvenom kontaktu prisiljava da budemo osoba koja ih prakticira na pozornici (Goffman, 1956:162). Ponekad će se pojedinac namjerno i svjesno ponijeti na specifičan način, najviše zbog tradicije njegove skupine ili socijalnog statusa, a ne zbog bilo kakve partikularne reakcije koju bi to moglo izazvati (Goffman, 1956:3).

## 6.2. Tipologija sadržaja navijačkih poruka *Bad Blue Boys*

Ukupno je prikupljeno 387 poruka. Najčešće su to poruke dignute na gostujućoj tribini jer BBB-i često bojkotiraju domaću tribinu zbog ekstenzivnog nadzora s obje strane i gornjeg dijela sjevera, s terena putem oklopnog vozila s kamerama, iz dva kontrolna centra te s prednje strane sjeverne tribine gdje je montirana kamera i mreža koja bi spriječila protestne bakljade.<sup>8</sup> Stoga je na gostovanjima konzistentniji oblik prezentiranja poruka, koji pada tek u sezoni 2015./2016. kada i na gostovanja BBB-a ide jako mali broj, a domaće utakmice prate jedino na futsalu. Neke se poruke pojavljuju više puta, a uglavnom se odnose na prezentiranje poruka koje s vremenom postaju transparentni skupine. Značenje je takvih poruka u najviše slučajeva solidarnost prema članu koji je u

<sup>8</sup> Pojedinci među BBB-ovcima u jednom su trenutku, zbog inertnosti pravnog sustava, koji nije činio ništa kako bi proveo nužne akcije u GNK Dinamu i Hrvatskom nogometnom savezu, odlučili ubacivanjem baklji na teren ishoditi određene pomake. Premda su uspjeli na momente postići pozornost javnosti, uglavnom je to rezultiralo osudom bez konkretnijeg osvrta na pravi uzrok problema.

zatvoru, u bolnici ili je na neki drugi način zbog izvanrednih okolnosti napustio tribinu. Takve se poruke pokazuju čitavo vrijeme dok je član u takvoj poziciji. Drugi oblik poruka koje se pojavljuju više puta su poruke manjih dimenzija koje nastaju kao dio koreografije, ali s vremenom postaju transparenti poput „Ne možete ugasiti naše ideale“ i prikazuju se mnogo češće na utakmicama jer su jednostavnije za sakriti prilikom ulaska pa je rizik zabrane ili privođenja minimalan. Prilikom promatranja sa sudjelovanjem, autori su zabilježili kako se na Dinamovom stadionu u nekoliko početnih sezona sukoba s upravom, pojavilo pitanje isplativosti opsežnih policijskih provjera. Naime Maksimir je u tom periodu među navijačima prozvan „koncentracijskim logorom“ jer su navijače zbog najmanjeg neslaganja s upravom, stavljali na crne liste „nepodobnih“. Dovoljno je bilo sjediti na krivoj sjedalici na praznom stadionu, nositi „krivu“ majicu ili transparent i ući na pogrešan ulaz. Policijskih je službenika u tom razdoblju često bilo jednako ili čak i više nego samih zainteresiranih navijača koji su ulazak na stadion zbog tri razine provjere čekali i po čitavo poluvrijeme nakon početka utakmice. Poruke poput protestno-aktivističke poruke s prekrizenom glavom Zdravka Mamića, omotavaju se oko struka navijača i sakrivaju odjećom. Takve poruke s vremenom postaju transparent koji se stavlja na ogradu. Ovo je hibridna realnost poruka koje se s obzirom na okolnosti transformiraju u više značenje – transparenta.<sup>9</sup>

Neke su poruke „klasične poruke“, podignute usred utakmice iz navijačke mase, neke su postavljene na ogradi ili pokazane kao dio koreografije, a neke su podignute iz protesta ispred stadiona i drugih lokacija. Svaki od ovih načina predstavlja posebno značenje za navijačku skupinu. Primjerice, poruka dignuta u sklopu koreografije samo je jedan od segmenata iste; poruka izvješena na ogradi ima više simboličko značenje jer je njezina intrinzična vrijednost u tom trenutku tolika da je navijači prebacuju preko vlastitih transparenta ili je stavljaju uz „udarne“ transparente koji su im najvažniji; poruka prikazana ispred stadiona ili na drugim lokacijama često je rezultat zabranjivanja iste, što navijači doživljavaju kao udar na suverenitet i slobodu govora na svojoj tribini i nerijetko će bojkotirati utakmicu zbog toga ili će na neki način na utakmici (drugim vrstama ekspresije) pokušati ukazati na tu „nepravdu“. Prosjek dignutih poruka po evidentiranim sezonama je 38,7% dok je najviše poruka dignuto u sezoni 2017./2018. – drugoj sezoni nakon povratka BBB-a na sjever Maksimira, matičnu tribinu skupine.

Kossakowski i sur. (2017) provode istraživanje poljskih navijačkih skupina koje je po kategorizaciji koju oblikuju najbliže ciljevima ovoga rada. Međutim, oni navijačke performanse vide kao prezentaciju „isključenih“ iz društva zbog različitih socio-ekonomskih faktora, no nedovoljno ističu hijerarhiju značenja za samu supkulturu navijača. Nejasno je zašto ne rade distinkciju između performansa koji ciljaju na kolektivni identitet i performansa koji ciljaju na provokaciju ili vrijeđanje drugih navijačkih skupina, a rade distinkciju između performansa kolektivnog identiteta i performansa anti-komu-

<sup>9</sup> Ovakve smo poruke prikupljali samo kada su se prvi puta pojavile, dok sljedeća pojavljivanja nismo brojali.

nističkog karaktera, patriotizma ili huliganskog identiteta. Ako se kolektivni identitet gradi u suprotnosti s drugima, zbog čega se on zanemaruje kad je riječ o suprotnosti s percipiranim sustavom, a ne kad je riječ o navijačkom nadmetanju?<sup>10</sup> Stoga, radi bolje klasifikacije, performanse analiziranih poruka percipiramo kao namjerne simboličke akcije navijačkih skupina i dijelimo ih na *poruke u službi proslave kolektivnog identiteta* – one koje su usmjerene na sam grupni doživljaj sebe u suprotnosti s drugim identitetima različitih karaktera, ali ne eksplicitno navedenima (pripadnost, klub, patriotizam, vjera, politička opredijeljenost, supkulturna pozicija); *poruke solidarnosti* (solidarnost unutar skupine, solidarnost u zajednici, solidarnost s klubom i igračima, solidarnost s drugim navijačima i supkulturnim skupinama); *poruke kao provokacije ili vrijeđanje protivnika* (usmjerene prema drugim navijačima zbog kompeticije – usmjerene prema protivničkom klubu, skupini, gradu, regiji, političkoj pripadnosti, vjeri i sl.); *poruke kao komentar političkog i društvenog stanja u okolini*; *protestno-aktivističke poruke* (poruke kao sredstvo iznošenja zahtjeva i nezadovoljstava prema klupskoj upravi, nacionalnom nogometnom savezu, nadnacionalnim instancama nogometnih organizacija, policiji, medijima i drugima na koje se gleda kao krivce za konkretnu situaciju koju se želi promijeniti) i *poruke mobilizacije* (usmjerene prema svojim članovima, navijačkoj zajednici).

### 6.2.1. Poruke solidarnosti

Poruke solidarnosti u ovom su istraživanju najviše zastupljene sa 28,94%. Najviše su prisutne u sezoni 2014./2015. u vrijeme otvorenih sukoba na ulicama Zagreba između navijača i frakcije bliske upravi kluba, a rezultat je toga bilo i ranjavanje dvojice navijača Dinama vatrenim oružjem. U istoj se sezoni skupina nalazi pod velikim pritiskom nakon optužbi za poticanje nereda na derbiju s Hajdukom gdje su obje navijačke skupine bile na istoj tribini i dogovorile poštivanje donesenog primirja oko vaučera: „A do danas, više od dvadeset ljudi boravi ili je boravilo u istražnom zatvoru zbog ‘nereda’ za koje u današnje multimedijalno doba ne postoji niti jedna javna snimka, zbog ‘nereda’ u kojima nitko nije ozlijeđen, zbog ‘nereda’ u kojima nije nastala nikakva materijalna šteta...“ (BBB, 2013). BBB-i kroz čitavo razdoblje istraživanja često šalju poruku podrške svojim pripadnicima koji zbog problema sa zakonom nisu s njima (npr. „Ne daj se, Nikica“; „Opet ćemo rame uz rame stajati protiv tame. Pozdrav odsutnima!“; „Budi radikalna, imaj principe, budi apsolutna, daj sebe bez kalkuliranja, nikad ne napusti načelo borbe!“; „Ne žalim svoju slobodu za jedan trenutak naše slave! Sjever uz odsutne!“), a istodobno se tim porukama izriče svojevrsna hijerarhija vrijednosti različitih oblika žrtvovanja za skupinu vlastitim pripadnicima. Drugi najčešći oblik ovih poruka jest komemoriranje preminu-

<sup>10</sup> U prilog ovome navodimo isječak iz priopćenja BBB-a prilikom povratka na sjever:

„Naša borba u početku možda i jest bila usmjerena protiv jednog čovjeka čija moć u nogometnim i nekim drugim strukturama više nikada neće biti kao prije, ali ona danas ima jasne zahtjeve, glavu i rep i danas su svi svjesni da se postojeće stanje i trenutna situacija mora mijenjati i da navijački pokret u cjelini više neće okretati glavu od loših stvari u nogometu.

Meta nije više samo jedan čovjek, već sistem koji je prvi navijački neprijatelj.“ (BBB, 2016)

lih bivših ili sadašnjih pripadnika skupine (npr. „Čuva te vječno plava zvijezda sjevera! 2002.-2018. Ivan Bebek“). Na frekvenciju pojavnosti poruka za preminule navijače ima velik utjecaj status pripadnika (npr. „Kao da si s nama dok gledaš s visina. Pamtit će te vječno sjeverna tribina! Domagoj Matezović Mić 2017.-2019.“) i okolnosti smrti (npr. „Pravda je slijeпа? Osim kada se tiče života navijača. Frano Despić 2008.-2014.“). Ponekad BBB-i iskazuju poštovanje preminulim pripadnicima i drugih navijačkih pa čak i neprijateljskih skupina (npr. „Cunbo počivaj u miru!“; „Marko Azapović R. I. P.“) zbog supkulturne solidarnosti i svijesti o pripadnosti istoj zajednici.

Oblik solidarnosti s kojom se potvrđuje poznavanje i pripadnost globalnoj supkulturi navijača, odnosi se na poruke BBB-a upućene drugim navijačkim skupinama u specifičnim situacijama „otpora“ prema strukturama modernog nogometa, protiv kriminala ili prema represivnom sustavu. Najčešće su to skupine s kojima su u dobrim odnosima (npr. „Athens don't give up!“; „Fedayn Roma no surrender!“).

Oblik solidarnosti s vlastitom zajednicom najvidljiviji je pri podršci vlastitom igračkom i trenerskom kadru (npr. „Snagu ti daje sa sjevera glas, predaje nema jer jedan si od nas! Josip Kuže“). Aktualna je i podrška humanitarnim akcijama i prikupljanju novčanih sredstava za određene ciljeve (npr. „Ante, anđeo si bio, anđeo si postao. Pazi na nas smrtnike!“). Solidarnost u zajednici najčešće je usmjerena prema onima za koje se smatra ratnim vojnim herojima i heroinama (npr. „Ako je potrebno da umrem, neka umrem kao COMMANDO – Josip Briški 1992-2019“). Kada se ovakav oblik solidarnosti pretvori u godišnje komemoriranje, tada govorimo o patriotskom tipu ekspresije.

Dok na „pozornici“ pred publikom traje performans, u *backstageu* vođa navijanja potiče skandiranje ili pjesmu za pripadnika skupine ili zajednice. Kada se radi o pripadnicima skupine, često se navijači međusobno potiču da što glasnije poprate skandiranje ili pjesmu. Ponekad se pale baklje kako bi se cijeli performans uljepšao na pozornici, ali i kako bi se na navijački način pružila podrška ili oproštaj od člana. Radi se o ritualu koji naglašava međusobno zajedništvo te obznanjuje drugim pripadnicima veliku ulogu i značaj koji članovi imaju za navijačku skupinu. Poruke poput „Nisi zaboravljen“ i „Živiš u nama“ i sl. objašnjavaju kako je identitet pripadnika isprepleten s identitetom skupine, a skupina ga „oplakuje“ ili mu daje podršku kroz tegobe s kojima se susreće u životu. Na taj način, ne samo da se održava zajedništvo unutar skupine, već se ono slavi i posjeduje centralno značenje za funkcioniranje navijačke skupine. Istodobno, ovo slavljenje zajedništva i solidarnosti posjeduje i drugu svrhu regrutacije novih pripadnika i veće aktivacije postojećih. U dimenziji navijačkog nadmetanja s drugima (bilo da se radi o skupinama, upravom i dr.) nerijetko se prilikom održavanja navijačkih rituala može primijetiti i otvoreni prijezir prema onima koji se ponašaju nesolidarno (ovo je pogotovo slučaj kad se radi o drugim navijačkim skupinama), a takav se odnos naziva i „nenavijačkim“.

### 6.2.2. Protestno-aktivističke poruke

Nakon sezone 2010./2011., u kojoj su BBB-i proveli bojkot, na utakmice se vraćaju za vrijeme derbija u Splitu, gdje odmah žustro napadaju upravu i skupštinu kluba (npr. „Zdravko i 80 prokletinja, Dinamo je naša svetinja“). Na prvoj domaćoj utakmici u

koloni (*korteu*) dolaze do stadiona gdje na ogradu vješaju dvije rezolutne poruke („Kompromisa nema“ i „Mamiću odlazi“). Čitava ova sezona obiluje protestno-aktivističkim porukama koje su najbolji pokazatelj odnosa prema upravi kluba (npr. „Mamiću ti nisi Dinamo“). On se dalje pogoršava kako civilnim aktivizmom BBB-a kroz javne tribine, učlanjivanjem u klub te osnivanjem inicijative „Zajedno za Dinamo“ koja pokušava izboriti novi statut kluba (Šantek, 2017) tako i navijačkim aktivizmom na Maksimiru i kroz gostovanja (Jurišić, 2014). Ovakvo nadmetanje s upravom kluba ispunjeno je protestno-aktivističkim performansima (npr. „UEFA ratuje protiv Hrvata, a Mamić im je davio delegata“; „Istina je samo jedna, tvoj front bila je Česma!<sup>11</sup>“; „Sveti klub uništava se godinama, njegova budućnost ovisi o nama!“). U isto vrijeme Hrvatski nogometni savez pokušava ograničiti i kontrolirati dolazak „nepodobnih“ navijača na utakmice tako što klubovi izdaju vaučere za karte (Perasović i Mustapić, 2017b). Na taj potez, sve navijačke skupine u Hrvatskoj ujedinjeno odgovaraju porukom „HNS mafijo, gotovo je gotovo!“, istodobno nabavljajući jedni drugima ulaznice. BBB-i vrše stalni pritisak na upravu da se raspišu izbori (npr. „Hoćemo izbore!“; „Jedan član, jedan glas“), ponekad upućuju i prijetnje (npr. „Igrate se s vatrom...“), a nekad i izravno optužuju upravu i skupštinare kluba za kriminalne radnje (npr. „UDBA, Glumina banka – Marčinko“; „Vrbanović, Croatia – utaja 120 mkn“; „HZZO, Medikol – Bergman“; „Gdje su računi?“). Nakon uhićenja Zdravka Mamića u sezoni 2015./2016., BBB-i nastavljaju s angažmanom i pune sjevernu tribinu na derbiju s Hajdukom s porukama „Lopovi odlazite!“ i „Sloboda Dinamu!“, nakon čega organiziraju i prosvjed pred Ministarstvom znanosti, obrazovanja i sporta, a utakmice Dinama prate samo na gostovanjima. Sa sezonom 2016./2017. ponovno se vraćaju na sjever jer Mamić formalno-pravno prestaje biti ključna figura u klubu preuzimajući ulogu savjetnika Dinama. Nastavak „borbe“ s upravom može se pratiti u porukama izvješnim na gostovanjima (npr. „Dva procesa zbog utaje transfera. Dosta je bilo familije menadžera!“).

Kompletna analizirana građa prati ovakav način izražavanja još od 2011. do danas. I dok je u posljednjoj fazi nešto manje poruka protestno-aktivističkog sadržaja na tribinama<sup>12</sup>, one se pojavljuju diljem grada u strateški isplaniranim akcijama (npr. „Ne odustajemo od tebe“ – 2018.; „Nije na prodaju“ – 2018.; „A sada smijenite sebe“ – 2020.). Jedan dio navijačkog aktivizma posvećen je i komentarima u vezi s percipiranim utjecajem medija (npr. „Večernji list – službeni glasnik hrvatske nogometne mafije“; „Hanza Mafija“; „Ko je hvalio carevo ruho? Patuljci s naslovnih strana!“) i policijskom represijom i optužbama za povezanost policije s klupskim strukturama (npr. „Kodno ime ‘Tarik’, radno iskustvo: PUZ, GNK. I prije i danas na istoj strani!“).<sup>13</sup>

11 Navijači se u ovoj poruci osvrću na ono što smatraju spornim učesćem Mamićevog sudjelovanja u privatizaciji bjelovarske Drvne industrije Česma u razdoblju Domovinskog rata.

12 U sezoni 2011./2012. 55% poruka protestno je aktivističkog sadržaja; u 2012./2013. 30%; u 2013./2014. 38,9%; još je u 2017./2018. taj broj relativno visok – 33,3%, u 2018./2019. postotak je 12,5%, a u nedovršenoj 2019./2020. 12,9%.

13 Posebnu pozornost u to vrijeme navijači pridaju Krešimiru Antoliću, bivšem načelniku Odjela općeg kriminaliteta Policijske uprave zagrebačke, a potom povjereniku za sigurnost GNK Dinama. Kako navodi



Ritual podizanja protestno-aktivističkih poruka uglavnom je popraćen vrijeđanjem klupske uprave na čelu sa Zdravkom Mamićem. Kroz početne sezone ovog sukoba, takav je sadržaj bio dominantan u pjesmama i skandiranju. Represija i ograničavanja sloboda govora navijača na njihovoj tribini, uzrokovala je još veći revolt. To je vidljivo iz angažmana za vrijeme skandiranja, pokazivanjem stisnutih pesnica i gestikulacijom srednjim prstom prema zapadnoj tribini i loži. Navijački performans popraćen je bakljadom koja se nakon ovakvih poruka najčešće ubacuje na teren (zanimljivo je da se baklje ubacuju u teren gotovo isključivo u slučaju ovakvih protestnih performansa). Navijači često prikazuju transparent s prekriznom glavom Zdravka Mamića unutar kruga tijekom ovih performansa. Kao primjer navodimo jedan isječak najčešće pjesme, obično popraćene međusobnim poticajima za glasnijim navijanjem: „Poslušaj nas čovječe iz svečane lože, nama nitko Dinamo uzeti ne može!“. Bakljada se obično izvodi na taj način da se onaj koji je zapalio baklju potom sakrije u masi. Zadaća svih navijača u tom je trenutku zaštititi tog pojedinca i svoju tribinu.<sup>14</sup>

Reakcije same publike na ovaj performans različite su. One sežu od aktivne podrške do neodobravanja. S obzirom na već spomenutu taktiku klupske uprave u promjeni navijačkog tijela Dinama, na Maksimiru je za vrijeme ovakvih performansa često dio stadiona (zapadna tribina) bio vrlo negativan prema nastupu BBB-a<sup>15</sup> pa se ovdje radilo o rijetkom nadmetanju među pripadnicima istog navijačkog kontingenta.

### 6.2.3. Kolektivni identitet

Kolektivni identitet je u ikonografiji BBB-a najpopularniji bilo da se radi o pozivanju na skupinu ili klub. No ovakav sadržaj najčešće se pojavljuje i u svim drugim oblicima ekspresije, stoga je u porukama slično zastupljen kao i prva dva navedena oblika – 26,68%. Najčešće se kod kolektivnog identiteta naglašavaju pripadnost skupini „različitih“ kroz isticanje pripadnosti supkulturi te percipiranog stigmatiziranog statusa na društvenoj

---

Večernji list, Antolić je navodno pomagao frakciji BBB-a poznatijoj kao „Mamićevci“ u sukobima s glavnom BBB-a, tijekom kojeg se dogodila i pučnjava u kojoj su ranjena dva navijača (Kezerić, 2015).

<sup>14</sup> Policijska intervencija u ovom će se slučaju od strane BBB-a gledati kao intruzija u *kop* te će nerijetko izazvati salvu uvreda, a često i fizički otpor. Upoznati s ovim ritualima navijačke skupine, policija oboružana vrhunskom video nadzornom opremom, privodi navijače nakon utakmice. Međutim u ovom analiziranom razdoblju sukoba s upravom, iz navijačke je mase nekoliko puta nasilnom intervencijom policije (nasrtajem pendrecima na navijače na tribini) pokušano izdvojiti sumnjivog pojedinca. Na ovakvu, nasilnu policijsku intervenciju, navijači odgovaraju jednako, a potom i sami postaju legitimna meta. Percepcija koja prevladava među navijačima jest da je ovakav oblik intruzije u navijački prostor namjeran i da ga instruiraju uprava kluba kako bi se smanjila navijačka masa njihovih protivnika. Primjeri ovakvog postupanja navijača i policije dogodili su se u Zaprešiću 2011., Milanu 2014., Kranjčevićevoj 2015. te drugdje.

<sup>15</sup> Najbolji primjer podjele navijačkog tijela na prostoru stadiona koji smo uspjeli pronaći snimka je ubacivanja baklji na teren u Milanu na utakmici talijanske i hrvatske nogometne reprezentacije. Dok pojedini navijači podržavaju ovaj protestni čin (Dumanics, 2014), drugi ga ne doživljavaju protestnim ili ga uopće ne podržavaju (Xyzzgama77, 2014). Slično, nakon prvih nekoliko desetaka minuta skandiranja protiv Dinamo uprave na utakmici Dinama i Sheriffa 31. srpnja 2013., već su tada ozbiljno prorijeđeni redovi BBB-a pod prijetnjom policijskog nasilja morali napustiti sjevernu tribinu što je popraćeno zviždanjem s istoka, i pljeskanjem sa zapada (Šips, 2013).

ljestvici (npr. „Od svih prezirani, od nikog kontrolirani, 100% neprilagođeni“), ali i pripadnost široj zajednici naglašavanjem značaja i simbola kluba za koji se navija (npr. „Sva naša povijest u dvije riječi može stati, za to se borimo i nikad nećemo odustati – Dinamo Svetinja“), grada Zagreba (npr. „Za ovaj grad i ovaj klub mi svoj život dajemo!“) te patriotizma (npr. „500 kilometara u 20 sati, tako ratuju Hrvati“) i vjere (npr. prikaz vatikanske zastave, Alojzija Stepinca, templarskog križa, arapskog slova „nun“ i dr.).

U analiziranim sezonama identitet BBB-a mijenjao se u skladu s razdobljima „borbe za demokratizaciju“ Dinama, pojačane represije i percipirane nepravde u društvu koju se iskazuje idealima i vrijednostima koje navijači zazivaju (npr. „U zemlji ugašenih ideala, svjetlost zvijezde obasjava put“; „Unatoč svemu još uvijek trajemo, na koljena pred nikog nećemo!“; „Dosljednost, ustrajnost, predanost, žrtva – Do posljednjeg čovjeka!“). Najviše je to vidljivo u utjecaju ideologije na podružnice i podskupine (npr. „Deset godina trnovitog puta“ – Trnjani; „10 godina svima trn u oku“ – BBB Našice) i na najmlađe članove (npr. „Na korov vatrom, na zabrane buntom“ – BBB U18). Supkulturne poruke usmjerene su i na perpetuiranje distance prema dominantnom sistemu i zajedništvu (npr. „If the kids are united, then we'll never be divided!“).

Istovremeno, navijači slijede obrasce patriotizma, nominalno zacrtane i u dominantnoj kulturi. Ipak, te obrasce navijači prilagođavaju sebi, ističući vrijednost hrabrosti, žrtve i domoljublja, istodobno bivajući jedini mladi kolektiv koji se kontinuirano „sjeća“ svojih heroja i heroina (npr. „Obranio si Karlovac, zato ti vječno hvala. Jedan od najvećih sinova što Hrvatska je dala. Mišo Hrastov“) te žrtava (npr. „On pamtit će vječno dan kada razoren je bio. Okupan krvlju, suzama i ponosom, slobodu svoju hrvatsku je snio“). Patriotizam ove navijačke skupine, koji se pojavljuje u 32,4% poruka kolektivnog identiteta, može se vidjeti i kao stanovita tradicija skupine pripadnici koje su i sami sudjelovali u Domovinskom ratu i koji je danas glavni motiv patriotske ikonografije BBB-a. Vrijednosti koje prepoznaju u ratnim veteranima i herojima Domovinskog rata pridružuju svojim vrijednostima (npr. „Tvoja žrtva nema mana, tvoja hrabrost živi u nama. Oba su pala! Filip Gačina 1968-1991“; „Tu na našoj zemlji, naš se barjak vije. Crven bijeli plavi, nikad se ne krije...“). Značajan dio patriotskih poruka odnosi se i na komemoracije vojno-redarstvenih akcija Oluje i Bljeska, pad Vukovara i Škabrnje, prve hrvatske žrtve – Josipa Jovića i dr.

Ritual, kod isticanja poruka kolektivnog identiteta, razlikuje se s obzirom na sadržaj poruka. Najčešće se ovakve poruke podižu kao memorijali. Bilo da se radi o obljetnici osvajanja Kupa velesajamskih gradova 1967., obljetnici proslave osnutka skupine (17.3.); obljetnici povratka imena (14.2.), obljetnici vojno-redarstvene akcije Oluje (5.8.) ili nekog drugog bitnog datuma za skupinu, pripreme teku danima, a ponekad i mjesecima (od skupljanja sredstava do izrade samih poruka ili poruka kao dijelova koreografija). Na stadionu se poruke donose prije utakmice te se šire na određenim dijelovima tribine (kroz ovo razdoblje takav je aranžman s klubom bilo nemoguće dogovoriti pa su se poruke najčešće dizale ili na gostovanjima ili raspoređivale na licu mjesta). Uz patriotske poruke, obično se pjevaju i patriotske pjesme, slično je i s podizanjem poruka za klub ili skupinu. S obzirom na određenu obljetnicu pjeva se odgovarajuća pjesma,

pale se baklje i dr. (npr. „BBB BBB Bog i konjica, neka živi Dinamo i majka Hrvatska“ pjesma je koja se usko povezuje s nastankom BBB-a).

Kako se kolektivni identitet navijačke skupine često gradi u suprotnosti s drugima, dimenzija kompeticije prisutna je i prilikom prikazivanja ovakvih poruka. Naime, takve poruke su one koje navijače čvršće poistovjećuju s idejama svoje supkulturne skupine dok kod ostalih društvenih aktera pa čak i jednakih supkultura mogu izazvati drugačije reakcije.<sup>16</sup>

#### 6.2.4. *Provokacije i uvrede*

Kao što je vidljivo iz prethodnih kategorija, elementi „igre“ prisutni su kod navijačkog prikazivanja poruka. Naime, navijači se vizualnom ekspresijom, koreografijama, *šalijadama* i *bakljadama* natječu za što viši rang na domaćoj i stranoj „ljestvici“ (premda takva službeno ne postoji) (Bodin i sur., 2007). Slično je i s performansom u kojem se prikazuju poruke. Nigdje to nije očitije nego prilikom segmenta provociranja ili vrijeđanja protivnika. Spaaij (2006) govori kako se protivnika „ponižava“ pridružujući mu karakteristike „slabića“ i „kukavice“, dok se vlastiti identitet daruje epitetima čvrstog maskuliniteta. Osim u količini poruka, cijeni se i njihov domišljat sadržaj, a najviše domišljata uvreda na račun druge skupine. Navijači će velike napore uložiti ne bi li saznali što druga skupina planira prikazati na utakmici, i potom im „doskočiti“ svojom porukom kao komentarom na protivnikov oblik vizualne ekspresije. Ovakav performans zanimljiv je i za ostalu publiku koja najčešće prati navijačko nadmetanje s drugih tribina te glasno odobrava poruke domaće skupine ili negoduje na poruke koje prikazuje protivnička. Međutim sukob s HNS-om i već spomenuto primirje zbog zajedničke borbe protiv izdavanja vaučera za navijačka gostovanja, ovakve je performanse jedno kraće vrijeme gurnula u drugi plan. Uostalom i ekstenzivne kontrole sadržaja poruka te zabrana njihovog unošenja na domaću tribinu, uvelike je onemogućila odvijanje ovih navijačkih rituala. Tako je analizom ovakvih poruka u proteklih deset godina pronađeno samo 5,68% od ukupnog broja. Tek se u posljednjih nekoliko sezona ovakav oblik ponovno počinje pojavljivati. Tako u sezoni 2016./2017. imamo 9,8%, 2017./2018. 6%, 2018./2019. 12,5% te u 2019./2020. 16,12% zabilježenih slučajeva.

Primirje i međusobna solidarnost dosegnule su zenit u utakmicama Dinama i Hajduka na Poljudu i Maksimiru, gdje se mimo policijskih blokada i vaučera, obje navijačke skupine (BBB i Torcida), uz međusobnu pomoć, uspijevaju probiti do stadiona. Primirje se prekiđa nakon što vaučeri kao ideja odumiru, a radi očuvanja navijačkog rivaliteta na ionako maloj sceni, nastavljaju se i navijački rituali nadmetanja u svim vrstama ekspresije.

Ritual prikazivanja poruke provokacije drugoj skupini i njezinom klubu, obično je popraćen glasnim vrijeđanjem na temelju pripadnosti na koju se gleda kao na suštu suprotnost

<sup>16</sup> Primjerice, početkom kolovoza u zagrebačkoj je četvrti Dubrava precrtan grafit s motivima „Malog princa“ iz istoimene knjige Antoineta de Saint-Exupérya te je nacrtan ogromni mural s motivima rata u Vukovaru. Mnogi su građani, grafteri pa i neki navijači takvu akciju osudili, iako je ona neminovno išla za poticanjem kolektivnog identiteta šire zajednice građana.

vlastitoj. Ritual je često popraćen prikazivanjem ili paljenjem materijala (majica, šalova, transparenta) suprotne skupine. Poruka je u ovakvom ritualu samo način da se naglasi premoć u nekom drugom segmentu (npr. u nasilnim ritualima): ismijavanjem (npr. „majstori lake šetnje“), provociranjem (npr. „blato, krš ili ulica, nigdje brzih miševa“), prozivkom za nedovoljan angažman u borbi protiv modernog nogometa i kriminala u hrvatskom nogometu (npr. „neodigrani derbi, prosvjed protiv gube... pa 4 puta jezik za zube!!!“). Tribina ovdje služi kao platforma, pozornica na kojoj jedni drugima (i publici) komuniciraju svoju percepciju stanja na toj tzv. „navijačkoj ljestvici“. Ritual spaljivanja protivničkog transparenta stoga je jedan od ključnih rituala za navijačku supkulturu. Prvo se transparent prezentira na vlastitoj tribini kao trofej, potom se ritualno spaljuje uz izvikivanje uvreda i provokacija suprotnoj strani. Ovakav ritual osigurava perpetuiranje rivaliteta i kompeticije među skupinama. U zadnje je vrijeme aktualno i prikazivanje poruka prilikom navijačkih „upada“ u druge gradove. Na hrvatskoj navijačkoj sceni se ovakve poruke najčešće pojavljuju u simboličkim sukobima između BBB-a i Torcide.

Međutim, ovaj segment navijačkih poruka ne zadržava se samo na kompeticiji između navijačkih skupina ili na regionalnoj netrpeljivosti. Kopiraju se određeni obrasci iz šireg društvenog konteksta. Tako, tijekom komemoracije vlastitih žrtava u Domovinskom ratu, vrijeđaju se pripadnici drugih naroda (najčešće Srbi) koji se smatraju za njih odgovorni (npr. „Mi Hrvati ne pijemo vina...“), a katkad su te poruke popraćene i šovinističkim skandiranjem.<sup>17</sup>

### 6.2.5. *Političke poruke*

Sukladno navodima Kossakowskog i sur. (2017), političke poruke na stadionima nisu rijetkost. U Zapadnoj Europi, Kossakowski i sur. (2017) navodi kako veći broj performansa naginje revolucionarnom-lijevom spektru (referirajući se na lijeve *ultrase* Sankt Paulija), pri čemu propušta spomenuti restrikcije koje *ultrasi* njemačkog desnog spektra prolaze prilikom ulaska na stadion. Međutim, svodenje navijačkih skupina na pokrete „lijevog“ i „desnog“ spektra te onog politički angažiranog i neangažiranog bespredmetno je ako pogledamo političke poruke BBB-a, ali i drugih navijača u Hrvatskoj.

U porukama političkog tona možemo razlučiti nekoliko kategorija. To su poruke: (1) povezane s nekom ekstremističkom ideologijom (npr. prikaz keltskog križa); (2) usmjerene na Domovinski rat (npr. „Ovih dana svi ih se sjetite, a u traženju istine, godine prolete. Gdje su grobovi naših heroja?“); u kojima se izražava neprijateljstvo prema srpskom narodu i srpskim navijačkim skupinama<sup>18</sup>; koje kritiziraju hrvatski politički (npr. „20 godina prešućivanja komunističkih zločina. U čast žrtvama Križnog puta“) ili pravni

17 U istraživanom razdoblju samo su dvije poruke ovakvog sadržaja pronađene unutar ukupno 387 analiziranih poruka.

18 Srbi su iz perspektive navijača u Hrvatskoj arhetip neprijatelja – najviše zbog povijesti sukoba s Delijama i Grobarima, a potom i povezanosti navijačkih skupina s ratnim događanjima te političkim manipulacijama. Ipak, u posljednjem nasilnom susretu jezgri hrvatskih i srpskih navijačkih skupina poštivane su konture nepisanog navijačkog kodeksa (primjerice pravila koja se odnose na pobjedu u navijačkom sukobu, bez pogubnih i teških fizičkih ozljeda za protivnika) pa se o ovom fenomenu treba govoriti s oprezom.

sustav („Novac ruši i gradi, čini sve što hoće. I pravo i pravdu s razlogom ubija“ – ovo je bila poruka povezana sa smrću Frane Despića). Važno je naglasiti kako je najviše poruka podrške ratnim veteranima koje se smatra nepravedno tretiranima i politički iskorištenima u hrvatskom društvu dok se njihove ljudske sudbine i ratni put smatraju zanemarenima. Zbog toga BBB-i jasno daje do znanja kako stoje uz ratne veterane, smatrajući ih vrijednosno najbližim oblikom društvene skupine (npr. „Sloboda za Veljka Marića!“; „Vaš znamen je i naš znamen. Sjever uz HOS!“).

Ovaj performans ima svoj ritual u *backstageu* koji je sličan već navedenima. Razlika je u ovom ritualu što pojedina stajališta mogu dovesti do razmirica među navijačima (premda se kod domaćih navijačkih skupina to gotovo nikad ne događa)<sup>19</sup>. Simboli i poruke ekstremno desne ideologije više nisu dio svakodnevnog stila BBB-a kao što su bili u razdoblju 90-ih. No neki simboli, kao što je keltski križ, obznanjaju se na zastavama. Ovaj je simbol tradicionalan u navijačkoj ekspresiji još od sredine 80-ih godina, stoga je možda i pogrešno misliti da ga svi navijači doživljavaju jednako.<sup>20</sup> Ponekad, prilikom podizanja ovakvih poruka, vođa navijanja na određenoj utakmici prethodno pojasni značenje drugim navijačima. Potom slijedi verbalna mobilizacija na skandiranje ili pjesmu (recimo prilikom vješanja poruke za Veljka Marića, skandira se „Veljko Marić“). Nadmetanje se u političkoj sferi vodi s političkim neistomišljenicima ili onima koji se percipiraju kao neprijatelji navijačke skupine, no rijetka su skandiranja usmjerena pojedinim političkim strankama (npr. vulgarna skandiranja HDZ-u ili SDP-u da su uništili Hrvatsku), a takve poruke se u ovih 10 godina uglavnom ne pojavljuju na stadionima (moguće i zbog zabrane unosa). Osim s političkim akterima, nadmetanje se uglavnom vodi s drugim navijačkim skupinama i navijačima drugih klubova. Često se drugim navijačkim skupinama pripisuje percipirano političko povijesno nasljeđe ili porijeklo (npr. „Hajduk“ kao povlašteni Titov klub, „Armada“ zbog boravka na istoj tribini s Delijama još u 80-ima kao srpska navijačka skupina, „Demoni“ kao talijanski i sl.) što se iskorištava u navijačkom nadmetanju.

Iz priloženog se vidi kako BBB-i nisu bitno, van sfere aktivizma u vezi sa situacijom u klubu i hrvatskom nogometu, usmjereni na druge političke teme. Ovo se može objasniti i općom nezainteresiranošću mladih za politiku u Hrvatskoj, ali i supkulturnom maksimum djela navijačkog svijeta – „ultras no politica“ – koja zahtijeva odmak od političkih upliva u navijačke skupine smatrajući politiku „zlom“ koje kvari „ideal neovisnosti“ navijačke skupine.

#### 6.2.6. Mobilizacijske poruke

Jedna je od najbitnijih karakteristika navijačke skupine njezina brojnost, a to je ujedno i jedan od faktora kojim se mjeri snaga same skupine u usporedbi s drugim navijačkim skupinama, ali i drugim akterima. S obzirom na „trnovit put“ koji je ova skupina prošla

19 Među BBB-ima se ovakav slučaj dogodio svega nekoliko puta dok je samo jednom došlo do otvorene prepirke i tučnjave na stadionu prilikom pokazivanja poruke.

20 Uzmimo za primjer pisanje imena kluba, gdje se preko slova o upisuje križ, koji je ovdje ušao u svojevrsnu tradicionalnu praksu i „imidž“ samog natpisa više nego što predstavlja decidirano ideološko stajalište.

u prethodnih 10 sezona, koji se očitovao u mnogim evidentiranim porukama solidarnosti s vlastitim članovima, a ticao se percipirane devastacije kluba i identiteta (Šantek, 2017), kao i brojnosti članstva u skupini, ne čudi potreba za porukama s pozivima na „mobilizaciju“ vlastitog članstva, ali i „Dinamovog puka“ općenito (npr. „Dođi na Maksimir, bori se za Dinamo!“; „Koga nema bez njega se može i hoće. Onaj tko te voli s nama u kop doć će!“; „Zar ga voliš na europskim samo? I u nedjelju doma igramo!“). Ovakve se poruke postavljaju i onda kada se organizira specifičan događaj za koji je potrebno što više ljudstva kako bi uspio (npr. „Prosvjed pred MZOS! Petak = Ružma 17:30“), a slične poruke se najčešće vješaju po vidljivim mjestima diljem grada Zagreba i šire. Akcije vješanja poruka na vidljiva mjesta u gradu, ali i internetski proglasi te interna komunikacija, razlozi su zašto je udio mobilizacijskih poruka dignutih na stadionima najmanji, svega 3,10%.

BBB-i najviše pažnje pridaju svojim pripadnicima, a zatim i vlastitom identitetu i aktivizmu koji se očituje kroz borbu protiv trenutnog stanja hrvatskog nogometa, s naglaskom na stanje u NK Dinamo. No, s obzirom da se performansi vlastitog identiteta odvijaju i u verbalnim ekspresijama putem šalova, transparenta i koreografija te poruka, BBB-i manje inzistiraju na naglašavanju identiteta kroz dizanje poruka, a više na iznošenju vlastitog stajališta s obzirom na političke teme, patriotizam, vjeru i stanje u zajednici.

## 7. ZAKLJUČAK

U ovom istraživanju analizirali smo navijačke poruke skupine Bad Blue Boys, navijača GNK Dinamo, u periodu od 2010. do 2020. godine. Ukupno je obrađeno 387 poruka prikupljenih putem službene internetske stranice navijačke skupine BBB. Uz kvalitativnu analizu diskursa provedeno je i promatranje sa sudjelovanjem na 23 utakmice GNK Dinama. Cilj istraživanja bio je analizirati jedan ritual prisutan unutar navijačke supkulture putem kojega navijačka skupina komunicira svoje stavove, vrijednosti i ideje prema široj populaciji, drugim navijačkim skupinama, drugim akterima u svijetu sporta i svojim članovima. Osim toga, u istraživanju smo koristili teorijski konstrukt Goffmanovog *interakcijskog reda* koji podrazumijeva performans, igru i ritual ne bi li odgovorili na ključna pitanja: zašto se poruke izrađuju, kako izgleda njihovo podizanje i što one znače samim izvođačima. Iz provedene analize empirijskog materijala, prikupljenih navijačkih poruka i dnevnčkih zapisa nastalih kroz promatranje sa sudjelovanjem, stvorili smo klasifikaciju navijačkih poruka koja se sastoji od 6 klasa: poruke u službi proslave kolektivnog identiteta, poruke solidarnosti, poruke kao provokacije ili vrijeđanje protivnika, poruke kao komentar političkog i društvenog stanja u okolini, protestno-aktivističke poruke, poruke mobilizacije. Analiza poruka pokazala je kako je solidarnost, a posebice ona unutar skupine najčešća. Sljedeće, poruke protestno-aktivističkog sadržaja, signaliziraju ozbiljni sukob BBB-a s upravom kluba i Hrvatskim nogometnim savezom, koji dobiva svoju artikulaciju i u službenoj ideologiji te služi kao temelj njezinog kolektivnog identiteta u proteklom razdoblju. S druge strane, prikazan je i patriotizam ove navijačke skupine kao posebni dio

kolektivnog identiteta. Sve je to izraz konstantnog kulturnog performansa kojeg *ultrasi* izvode na gotovo svakoj utakmici. Njihove poruke služe komuniciranju stavova trenutnoj publici, ali i javnosti općenito. No, mimo toga, ritualna „proizvodnja“ ovakvih performansa ukazuje na onaj drugi element, *backstage* ovih prezentacija – slavlje skupine kao takve, potvrđivanje vlastitog kolektivnog identiteta i međusobnog zajedništva, koji se grade u suprotnosti s dominantnim kulturnim procesima i očekivanjima, a temelje se na vlastitoj konstrukciji ideala „otpora lokalnim i nacionalnim političko-ekonomskim elitama novog potrošačkog društva“ (Perasović i Mustapić, 2013:272).

Goffmanovi koncepti performansa, rituala i igre pokazali su se kao vrijedno oruđe pri seciranju navijačkih praksi. Navijačkim performansima BBB-a sa sjevera aktivno sudjeluju ili upravljaju događajem. Performansi BBB-a osnažuju dinamiku unutar skupine i homogenost skupine, dok s druge strane mobiliziraju i ostalu publiku na stadionu.

Hrvatski navijači su, premda iz svojih lokalnih sredina, upućivali i upućuju decidirane poruke za potrebom korjenitih promjena u hrvatskom nogometu, ali i društvu općenito. Osim toga, poziva se na elementarnu solidarnost sa sugrađanima i s onima na koje se gleda i kao zanemarene heroje nacije, a istodobno se kao ključne neprijatelje vide tranzicijski i ratni profiteri, korumpirani političari, nesposoban pravni i zavisan represivni sustav. Ovo su manjkavosti koje navijači sami otkrivaju tijekom istraživanja, navodeći da se s njima „sudaraju“ prilikom gotovo svakog odlaska na utakmicu.

BBB-i sudjeluju u lokalnoj inačici pokreta *Against modern football* koja još uvijek djeluje u lokalitetu bitno određenom orthačkim kapitalizmom i kriminalom (Franičević, 2002).

Nadalje, kako je prikazano u kratkoj povijesti sukoba, većina BBB-a odbila je sudjelovati u „ortračkim dogovorima“ s upravom kluba. Odbacivši ovakvu mogućnost, navijači su zauzeli stav protivan oportunističkom, koji je česta sklonost u hrvatskom društvu (Štulhofer, 1997; Franičević, 2002:21). Renata Franc i Vanja Međugorac (2015) u svom istraživanju (ne)povjerenja u institucije kod mladih zaključuju kako je razina povjerenja izrazito niska. Nadalje, zaključuju kako je nepovjerenje odraz nezadovoljstva generalnim stanjem u društvu i izraženog nezadovoljstva političarima. Budući da, kada govorimo o skupini BBB, također govorimo o mladim ljudima, s naglaskom na njihovu supkulturnu određenost, moguće je zaključiti kako i njihova razmišljanja o nepovjerenju u institucije i nezadovoljstvu trenutnim stanjem u Hrvatskoj idu u navedenom smjeru.

Doprinos ovog rada očituje se su nekoliko aspekata. Prije svega radi se o istraživanju navijačke skupine BBB koja u protekla dva desetljeća nije obuhvaćena istraživanjima unutar hrvatske sociologije. Drugo, za razliku od Kossakowskog i sur. (2017) u ovom radu koristili smo sve elemente Goffmanovog *interakcijskog reda* prilikom čega smo etnografskim istraživanjem imali uvid u *backstage* rituala navijačkih poruka. Treće, ovim radom nudimo novu klasifikaciju navijačkih poruka utemeljenu s jedne strane na kvalitativnoj analizi diskursa, a s druge na etnografskom uvidu u skupinu. Ograničenja ovog rada su sadržana unutar odabira metodološkog alata pri pristupanju istraživanom fenomenu. Ponajprije, radi se o izostanku intervjua s akterima istraživanja jer bi primjena ove metode dovela do mogućnosti provjere navedene klasifikacije i omogućila bi nam zaključivanje o hijerarhijskom odnosu među različitim klasama.

S obzirom na interesantnu, stigmom obilježenu, poziciju u kojoj se navijačka supkultura u Hrvatskoj nalazi, zanimljivo je pratiti upravo njezinu artikulaciju svakodnevnih problema s kojima se susreću i načine kako na te probleme reagiraju – obično buntom i povlačenjem u vlastitu skupinu. Zbog toga smatramo kako je detaljnije analize navijačke ekspresije potrebno provoditi češće i temeljitije.

## LITERATURA

- Bad Blue Boys (2013). Represija nikad jača! Upornost nikad veća! *Bad Blue Boys – Vijesti*, 22. prosinca 2013. URL: <http://www.badblueboys.hr/represija-nikad-ja-ca-upornost-nikad-veca/> (11.12.2021.)
- Bad Blue Boys (2016). Priopćenje navijačke skupine Bad Blue Boys. *Bad Blue Boys – Vijesti*, 8. rujna 2016. URL: <https://www.badblueboys.hr/priopcenje-navijacke-skupine-bad-blue-boys/> (11.12.2021.)
- Birell, S. (1981). Sport as Ritual: Interpretation from Durkheim to Goffman. *Social Forces*, 60(2): 354-376.
- Bodin, D., Robène, L. i Héas, S. (2007). *Sport i nasilje u Europi*. Zagreb: Knjiga trgovina d.o.o.
- Buzov, Ž., Magdalenić, I., Perasović, B. i Radin, F. (1988). *Navijačko pleme: prvo YU istraživanje*. Zagreb: RZRH SSOH.
- Cere, R. (2002). "Witches of Our Age": Women Ultras, Italian Football and the Media. *Culture, Sport, Society*, 5(3): 166-188.
- Delač, H. (2018). Oštar odgovor Dinamu: „Vrbuju Bandićeve zastupnike i HDZ“. *Večernji.hr*, 23. srpnja 2018. URL: <https://www.vecernji.hr/sport/ostar-odgovor-dinamu-vrbuju-bandiceve-zastupnike-i-hdz-1247269> (11.12.2021.)
- Dumanics (2014). Italija Hrvatska – Italy Croatia – SAN SIRO 2014 HD. YouTube, 17. studenog 2014. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=UxT7tomzck8> (11.12.2021.)
- Franičević, V. (2002). Politička i moralna ekonomija u prvom desetljeću tranzicije u Hrvatskoj. *Politička misao*, 39(1): 3-34.
- Franc, R. i Međugorac, V. (2015). Mladi i (ne) povjerenje u institucije: moguće odrednice i posljedice. U: Ilišin, V., Gvozdanović, A. i Potočnik, D. (ur.), *Demokratski potencijali mladih u Hrvatskoj* (str. 47-63). Zagreb: Institut za društvena istraživanja u Zagrebu i Centar za demokraciju i pravo Miko Tripalo.
- Gelder, K. (2005). *The Subcultures Reader*. New York, NY: Routledge.
- Goffman, E. (1956). *The Presentation of Self in Everyday Life*. Edinburgh: The Bateman Press.
- Goffman, E. (1966). *Behavior in Public Places. Notes on the Social Organization of Public Gatherings*. New York, NY: The Free Press.
- Goffman, E. (1971). *Strategic Interaction*. Philadelphia, PA: University of Pennsylvania Press.



- Gol.hr (2020). Procurio video: Djecu na sjeveru Maksimira pretresaju, misle da unose baklje Boysima. *Gol.hr*, 18. listopada 2020. URL: <https://gol.dnevnik.hr/clanak/rubrika/nogomet/procurio-video-djecu-na-sjeveru-maksimira-prestresaju-misle-da-unose-baklje-boysima---624593.html> (11.12.2021.)
- Guschwan, M. (2007). Riot in the Curve: Soccer Fans in Twenty-first Century Italy. *Soccer & Society*, 8(2-3): 250-266.
- Hina (2018). Bad Blue Boys Fan Klub pred stečajem zbog 26.000 kuna duga. *Net.hr*, (30. kolovoza 2020. URL: <https://hr.n1info.com/sport-klub/nogomet/a327752-bad-blue-boys-fan-klub-pred-stečajem-zbog-26000-kuna-duga/> (11.12.2021.)
- Hrčić, I., Perasović, B. i Mustapić, M. (2021). The Yugoslav Secret Service and Croatian Football Supporter Groups. *The International Journal of the History of Sport*, 37(15), 1588-1607.
- Jacobsen, H. M. i Kristiansen, S. (2015). *The Social Thought of Erving Goffman*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Jhangiani, R. i Hammond, T. (2014). *Principles of Social Psychology*. Victoria, B.C.: BCcampus.
- Jurišić, P. (2014). Boysi s istoka vrijeđali Mamića, a Evil Boysi sa sjevera navijali za klub. *Večernji.hr*, 16. ožujka 2014. URL: <https://www.vecernji.hr/sport/boysi-s-istoka-vrijeđali-mamica-a-evil-boysi-sa-sjevera-navijali-za-klub-927221> (11.12.2020.)
- Kennedy, D. (2013). A Contextual Analysis of Europe's Ultra Football Supporters Movement. *Soccer & Society*, 14(2): 132-153.
- Kezerić, A. (2015). Navijače nakon obračuna zvao šef osiguranja Dinama. *Večernji.hr*, 11. srpnja 2015. URL: <https://www.vecernji.hr/vijesti/navijace-nakon-obracuna-zvao-sef-osiguranja-dinama-1005003> (11.12.2021.)
- Kossakowski, R., Szlendak, T. i Antonowicz, D. (2017). Polish Ultras in the Post-Socialist Transformation. *Sport in Society*, 21(6): 854-869.
- Lalić, D. (1993). *Torcida: pogled iznutra*. Zagreb: AGM.
- Lalić, D. i Biti, O. (2008). Četverokut sporta, nasilja, politike i društva: znanstveni uvid u Europi i u Hrvatskoj. *Politička misao*, 45(3-4): 247-272.
- Lalić, D. (2015). Nogometni navijači kao ekstremni desničari u Hrvatskoj od 2012. do 2014. U: Ilišin, V., Gvozdanović, A. i Potočnik, D. (ur.), *Demokratski potencijali mladih u Hrvatskoj* (str. 145-168). Zagreb: Institut za društvena istraživanja u Zagrebu i Centar za demokraciju i pravo Miko Tripalo.
- Lemert, C. (2010). Goffman, Still. Spoiled Identities and Sociological Irony. U: Jacobsen H. M. (ur.), *The Contemporary Goffman* (str. 147-161). New York, NY: Routledge.
- Lemke, J. (2005). *Textual Politics: Discourse and Social Dynamics*. London: Taylor & Francis.
- Mills, R. (2018). *Nogomet i politika u Jugoslaviji – sport, nacionalizam i država*. Zagreb: Fraktura.
- Ministarstvo unutarnjih poslova (2019). *Nacrt Prijedloga Zakona o izmjenama i dopunama Zakona o sprječavanju nereda na športskim natjecanjima*. Zagreb: Ministarstvo

- unutarnjih poslova. URL: <https://esavjetovanja.gov.hr/ECon/MainScreen?entityId=12300> (11.12.2021.)
- M. J. (2020). Zajec – za povratak imena Dinamo zaslužni su navijači koji su stvarali ovu državu. *Index.hr*, 14. veljače 2020. URL: [https://www.index.hr/sport/clanak/zajec-za-povratak-imena-dinamo-zasluzni-su-navijaci-koji-su-stvarali-ovu-drzavu/2156808.aspx?index\\_ref=read\\_more\\_d](https://www.index.hr/sport/clanak/zajec-za-povratak-imena-dinamo-zasluzni-su-navijaci-koji-su-stvarali-ovu-drzavu/2156808.aspx?index_ref=read_more_d) (11.12.2021.).
- Numerato, D. (2015). Who Says “No to Modern Football?” Italian Supporters, Reflexivity, and Neo-liberalism. *Journal of Sport and Social Issues*, 39(2): 120-138.
- Patković, N. (2018). ZDRAVKO MAMIĆ OSUĐEN NA ŠEST I POL GODINA ZATVORA! Braća Mamić, Vrbanović te poreznik Pernar proglašeni krivima za izvlačenje novca iz Dinama! *Jutarnji.hr*, 6. lipnja 2018. URL: <https://www.jutarnji.hr/vijesti/crna-kronika/zdravko-mamic-osuden-na-est-i-pol-godina-zatvora-bra-ca-mamic-vrbanovic-te-poreznik-pernar-proglaseni-krivima-za-izvlacenje-nov-ca-iz-dinama-7441848> (11.12.2021.)
- Pearson, G. (2012). *An Ethnography of English Football Fans. Cans, Cops and Carnivals*. Manchester: Manchester University Press.
- Perasović, B. i Bartoluci, S. (2007). Sociologija sporta u hrvatskom kontekstu. *Sociologija i prostor*, 45(1): 105-119.
- Perasović, B. i Mustapić, M. (2013). Football Supporters in the Context of Croatian Sociology: Research Perspectives 20 Years After. *Kinesiology*, 45(2): 262-275.
- Perasović, B. i Mustapić, M. (2017a). Carnival Supporters, Hooligans, and the ‘Against Modern Football’ Movement: Life Within the Ultras Subculture in the Croatian Context. *Sport in Society*, 20(7): 121-136.
- Perasović, B. i Mustapić, M. (2017b). Torcida and Bad Blue Boys: From Hatred to Cooperation and Back. U: Brandt, C., Hertel, F. i Huddleston, S. (ur.), *Football Fans, Rivalry and Cooperation* (str. 108-124). London: Routledge.
- Pilić, D. (2002). Agresivnost ekstremnih nogometnih navijača (magistarski rad). Zagreb: Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu.
- Prnjak, H. (1997). *Bad Blue Boys – prvih deset godina*. Zagreb: Marjan Express.
- Raić Knežević, A. (2021). Sud BiH opet odbio izručenje Zdravka Mamića Hrvatskoj. Što sada? *Telegram.hr*, 1. Listopada 2021. URL: <https://www.telegram.hr/politika-kriminal/sud-bih-ocekivano-opet-odbio-izruciti-zdravka-mamica-sto-sada-moze-uciniti-hrvatsko-pravosude> (27.01.2022.)
- Spaaij, R. (2006). *Understanding Football Hooliganism: A Comparison of Six Western European Football Clubs*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Spaaij, R. (2007). Football Hooliganism as a Transnational Phenomenon: Past and Present Analysis: A Critique – More Specificity and Less Generality. *The International Journal of the History of Sport*, 24(4): 411-431.
- Strgo1 (2007). BBB – Glasnik sjeverne tribine. *YouTube*, 31. kolovoza 2007. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=6qVV-YHPBmM> (30.11.2020.)
- Šantek, G. P. (2017). *Dinamo – to smo mi! Antropološki ogledi o Dinamu i njegovim navijačima*. Zagreb: FF Press.

- Šips, B. (2013). Što nakon praznjenja dijela sjeverne tribine? *T-portal.hr*, 1. kolovoza 2013. URL: <https://www.tportal.hr/sport/clanak/sto-nakon-praznjenja-dijela-sjeverne-tribine-20130731> (11.05.2020.)
- Štulhofer, A. (1997). Sociokulturni aspekt neslužbenog gospodarstva: između oportunitizma i nepovjerenja. *Financijska praksa*, 21(1-2): 125-140.
- Tironi, H. (2018). Udruga 'Dinamo, to smo mi', podržavaju je Bišćan, Šimić... *24sata.hr*, 15. travnja 2018. URL: <https://www.24sata.hr/sport/udruga-dinamo-to-smo-mi-podrzavaju-je-biscan-simic-569103> (27.01.2022.)
- Van Dijk, T. A. (2006). Ideology and Discourse Analysis. *Journal of Political Ideologies*, 11(2): 115-140.
- Vrcan, S. (2003). *Nogomet – politika – nasilje: ogledi iz sociologije nogometa*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk.
- Vukušić, D. i Miošić, L. (2018). Reinventing and Reclaiming Football Through Radical Fan Practices? NK Zagreb 041 and Futsal Dinamo. *Soccer & Society*, 19(3): 440-452.
- Xyzgama77 (2014). Pyrotechnik action\_Italy vs Croatia in Milan (16. 11. 2014). *YouTube*, 17. studenoga 2014. URL: [https://www.youtube.com/watch?v=6kprJrzbO\\_s](https://www.youtube.com/watch?v=6kprJrzbO_s) (20.05.2020.)
- Zieche, D. (2017). 'The East' Strikes Back. Ultras Dynamo, Hyper-stylization, and Regimes of Truth. *Sport in Society*, 21(6): 883-901.

## FOOTBALL SUPPORTERS AND THEIR MESSAGES – A SEGMENT FROM THE VISUAL EXPRESSION OF THE FAN SUBCULTURE

Andrej Ivan Nuredinović and Dino Vukušić

### Abstract

*The paper presents the results of research on fan messages conducted by analysing the elements of visual expression of the supporters' group "Bad Blue Boys" of the "Citizens Football Club Dinamo Zagreb". The period of analysis included ten seasons of domestic football championships and international leagues (2010-2020). The results revealed that during this period the supporters' group "Bad Blue Boys" went through several stages, marked by protests and activism, the battle for democratization and a greater degree of transparency in the "Dinamo Zagreb" football club that they support, but also some less pleasant stages, including a period of strong repression of the group, as well as internal divisions. Discourse analysis method was used to create a typology of fans' messages, while the description of their rituals arose from many years of participant observation of their rituals.*

**Key words:** *football fans, subculture, Bad Blue Boys, performance, fan messages*

## BOTSCHAFTEN VON FUSSBALLFANS – EIN SEGMENT DES VISUELLEN AUSDRUCKS EINER SUBKULTUR

Andrej Ivan Nuredinović und Dino Vukušić

### Zusammenfassung

*In der Arbeit sind Resultate der Forschung von Botschaften von Fußballfans dargestellt, als ein Element des visuellen Ausdrucks der Fangruppe des Bürgerlichen Fußballklub Dinamo Zagreb (GNK Dinamo) „Bad Blue Boys“. Der Zeitraum der Analyse bezieht sich auf zehn Spielzeiten der inländischen Fußballmeisterschaften und der internationalen Ligen (2010-2020). Die Fangruppe „Bad Blue Boys“ machte in dieser Periode unterschiedliche Phasen durch, die von Protesten und Aktivismus und vom Kampf um Demokratisierung und mehr Transparenz im Fußballklub GNK Dinamo gekennzeichnet waren, aber auch eine gar nicht angenehme Zeitspanne der Repression und Spaltung innerhalb der Gruppe. Mithilfe einer qualitativen Diskursanalyse wurde eine Typologie der Botschaften von Fußballfans gebildet, während die Deskription anhand der langjährigen Beobachtung und Teilnahme an Ritualen von Fans entstand.*

**Schlüsselwörter:** *Fußballfans, Subkultur, Bad Blue Boys, Performance, Botschaften von Fußballfans*