

šareno jato fudbalskih navijača

dragan popadić

Medu različitim neformalnim grupama mladih, svakako da su najbrojnije i najčešće grupe sportskih navijača. Sportske navijače mogli bismo definisati kao ljude koje karakteriše interesovanje za sport i praćenje sportskih manifestacija, ali to ne bi bilo dovoljno. Nepristrasna razdobljnost nedovoljna je energija, i pre bi dovela do onog stava kojeg je davno formulisao jedan persijski šah. Taj šah je, naime, odbio da se interesuje za konjske trke rekavši: »Čemu? Pa ja znam da jedan konj može da trči brže nego drugi. A koji, to mi je svejedno«. Dok ovakvo razmišljanje čini suštinu anti-navijačkog stava, suštinu navijanja leži u strasnom opredeljenju za jedan, svoj, klub, kojem se onda simbolički pripada i u čijim pobedama i porazima se participira. Privrženost »klupskim bojama« može dostići različite intenzitete — od osećanja simpatije, preko slabijeg ili jačeg osećanja pripadnosti, sve do intenzivne identifikacije sa klubom.

Sportsko navijanje (pre svega fudbalsko) iz mnogo razloga zaslužuje posebnu pažnju istraživača. Pre svega, zbog svoje masovnosti. Navijanje za neki klub je nešto što se u našoj sredini maltene od svakoga očekuje. Koliko puta deca, kada stariji uspostavljuju kontakt s njima, moraju da odgovore na pitanje »Za koga navijaš?« i da time ispolje muškost i takmičarski duh koji se od njih očekuje. »Najvažnija sporedna stvar na svetu« apsorbuje dobar deo slobodnog vremena velikog broja ljudi, usmerava njihova interesovanja i emocionalno angažovanje. Jedno skorašnje istraživanje (Zajić, 1986) pokazuje da među Beogradancima samo 24% ne navija ni za koga (kod muškaraca je takvih svega 11,5%), a svi ostali su navijači, od čega 18% populacije (kod muškaraca 24%) sebe svrstava u »odane« i »vatrene« navijače.

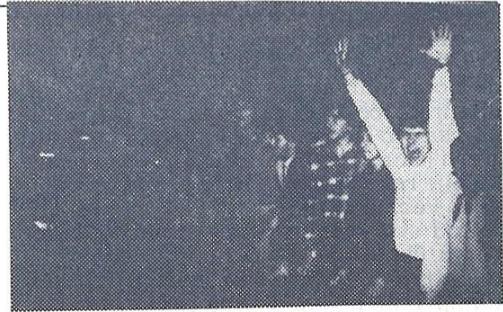
Masovnosti pripadanja pridružuje se masovnost okupljanja. U našoj zemlji retke su prilike gde se na jednom mestu okupe desetine hiljada ljudi, kao što je to slučaj na sportskim takmičenjima. Navijanje privlači pažnju javnosti i zbog ekscesnih situacija koje se uz navijanje događaju, a čiji potencijalni značaj proizlazi upravo iz masovnosti, naročito pomatrane u svetlu čuvenog dijalektičkog zakona o prelasku kvantiteta u kvalitet. Medu zabeleženim tučama i vandalizmima navijača još su u svežem sećanju dogadaji na briselskom stadionu »Heysel« maja 1985. godine, čiji rezultat je bio 38 poginulih i 350 povrednih gledalaca. Sličnih pojava bilo je i ranije a biće ih i ubuduće, mada je zamišljeno da sport zbljižava i zabratimljuje i igrače i navijače. Takav ideal teško da će se ostvariti, jer je nasilju i neprijateljstvu u sportu teško otkloniti sve uzroke. Biće ga, kako primećuje D. Koković (1986) »sve dok postoji intenzivno takmičenje i dok pobeda jednog od takmičara dovodi do poraza drugog«. Uvek će biti navijača koji su nezadovoljni rezultatom svog tima, koji se smatraju prevarenim ili su isprovocirani drugom grupom, itd. Nji-

hova agresivnost je olakšana činjenicom da je agresivni pojedinac u gomili anoniman i skriven u mnoštву, ali i činjenicom da je agresija navijača jedan od retkih vidova agresije koji se toleriše od strane društva, pa samim tim predstavlja svojestrstan ventil pražnjenja. Agresivnom poнаšanju čak i pojedinaca koji mu inače, kad su van grupe, nisu skloni, pogoduju i zakonitosti psihologije masa o kojima je govorio Le Bon (1910) još u 19. veku, a koje se ogledaju u deindividuaciji, sugestibilnosti i naglom bujanju ekstremnih emocija. Navijači bi se, u stvari, mogli uzeti za najbolju savremenu ilustraciju onoga što je Le Bon označavao masom.

U Jugoslaviji postoji na stotine klubova oko kojih se grupišu njima privrženi navijači, koji su, opet, u rivalskom odnosu sa ostalim grupama. Grupe navijača mogu da budu različitog stepena struktuiranosti. S jedne strane su tzv. pasivni navijači, koji rezultate i utakmice svog tima prate samo preko štampe, radija i TV, i oni bi se, kao sportska publike, mogli nazvati grupom tek u najširem značenju te reći, jer ih u nedovoljnoj meri odlikuje svest o zajedničkoj pripadnosti i medusobna interakcija. S druge strane su oni koji su organizovani u klubove navijača, koji plaćaju članarinu, izdaju novine itd. Mesto navijača na kontinuumu struktuiranosti zavisi od stepena vezanosti za svoj tim, ali dobrim delom i od pola, uzrasne i slojne pripadnosti. Tako, jedno istraživanje u Nizozemskoj (Veugelers, 1987) pokazuje da »različiti društveni slojevi u podjednakoj meri gledaju utakmice na televiziji, za razliku od odlaska na utakmice gde su radnici u većini. Pasivan način praćenja fudbala privlači dakle uglavnom više društvene slojeve, i klubovima nije pošlo za rukom da ove ljubitelje fudbala privuku na stadione«.

Svi istraživači koji se bave fenomenom navijanja složni su u svom isticanju da su navijači veoma heterogena skupina, a samo se nebitno razlikuju u nazivima koje različitim kategorijama daju. Uz podelanu »aktivne« i »pasivne«, »odane« i »umeđene«, sreće se i podela na »stalnu publiku« koja je primarno orientisana na klub kojem je privržena, i na »kritičku publiku« koju čine potrošački usmerene grupe gledalaca orientisane na efekat sportskog susreta (Hortleider, 1987).

U našem istraživanju, gde su navijači bili samo jedna od ispitivanih neformalnih grupa, cilj nam je bio da ispitamo pre svega one »odane«, »aktivne« navijače, stalnu publiku. Izdvojili smo fudbalske navijače pre svega zbog njihove brojnosti. U spomenutom istraživanju G. Zajića (1986) čak 37% ispitanih je pokazalo »veliko« ili »veoma veliko« interesovanje za fudbal, a 30% Beogradana izjavljuje da im je to najomiljeniji sport. Pretpostavljamo da se po ostalim karakteristikama (bar po onim koje su predmet našeg ispitivanja) fudbalski navijači nebitno razlikuju od navijača iz drugih sportova (košarka,



boks i sl.) kao i da se ove grupe navijača dobri delom medusobno preklapaju.

Za predstavnike fudbalskih navijača izabrali smo navijače dva najveća beogradска kluba — »Crvene zvezde« i »Partizana« i u uzroku nismo razdvajali jedne od drugih, smatrajući da, i pored antagonizma koji između njih postoji, nema nacionalnih, ideoških ili bilo kojih drugih kriterijuma koji bi opredeljivali navijanje za jedan ili drugi tim, te da suštinske razlike među njima nema.

Upitnikom i intervjujom ispitano je 39 vatreñih navijača, koji se sami tako deklarišu i koji su kao takvi poznati i u svojoj okolini, i oni sačinjavaju uži uzorak. U opštem uzorku mladih za koje smo pretpostavili da nisu pripadnici neformalnih grupa nađeno je, međutim, još 168 njih koji su sebe svrstali u pripadnike navijača, ali za njih ne možemo sa sigurnošću reći koliki je intenzitet njihovog navijanja. Verovatno da u ovom širem uzorku ($N = 207$), kako ćemo ih zvati, ima i dosta onih navijača koji su odani svome klubu ali sami ne idu na utakmice i ne manifestuju svoju privrženost na ulici.

U oba uzorka bilo je više mladića nego devojaka, i taj odnos je u širem uzorku bio 76:24, a u užem 87:13, što pokazuje da navijanje ipak nije karakteristika samo muškaraca. U Zajićevom (1986) istraživanju, među ženama je bilo čak 11,3% onih koje su se svrstale u odane i vatrene navijače.

Navijača je bilo iz svih ispitivanih uzrasta, ali je najviše bilo onih od 17 do 25 godina, a na mlađim i starijim uzrastima od tog njihov broj je opadao. Navijači su pripadali i različitim kategorijama zanimanja, a najviše je bilo učenika, studenata i radnika, dok su uži uzorak sačinjavali skoro isključivo učenici i studenti. U Zajićevom istraživanju, da ga opet spomenemo radi komparacije, dobijeno je da je među KV i VKV radnicima i učenicima i studentima bilo najmanje indiferentnih (otprilike svaki deseti) a najviše vatreñih i odanih navijača (svaki četvrti). Materijalna situacija navijača iz proširenog uzorka lošija je nego kod članova ostalih grupa, ali nije ispod nivoa nečlanova (zato što su članovi neformalnih grupa u proseku imali bolju materijalnu situaciju nego nečlanovi). S obzirom na nivo obrazovanja roditelja, navijači iz užeg uzorka su negde oko proseka za sve grupe, dok navijači iz šireg uzorka značajnije zaostaju. Po školskom uspehu navijači su lošiji od ostalih kategorija, jedino su pankeri u tom pogledu bili ispod njih. Sve u svemu, navijači nisu predstavljali avanguardu mlađe generacije, već su po većini pokazatelja bili i ispod prosečnog nivoa opšte populacije mlađih.

Na osnovu intervjuja koji je voden sa užim uzorkom navijača, dolazi se do podataka da veliki broj njih navija od malih nogu (»otkad znam za sebe«), mnogi od njih navode tačan datum i okolnosti — što pokazuje da je to za njih bio i ostao poseban dogadjaj koji se dugo pamti. Poti-

ču najčešće iz navijačkih porodica, samo kod njih 13% otac nije navijač. Među njima je vrlo izraženo interesovanje za sport. Skoro svi prate i druge sportove, a takođe se skoro svi (82%) aktivno bave ili su se bavili nekim sportom.

Klub za koji navijaju izabrali su pod uticajem oca ili starijeg brata. Dakle, i navijanje i klub za koji se navija elementi su šireg sadržaja usvojenog identifikacijom sa autoritetom.

Polovina među ispitanima ide na utakmice redovno, 20% jednom mesečno ili češće, a ova razlika je delom posledica uočljivih individualnih razlika u stepenu navijačke privrženosti a delom različitih materijalnih mogućnosti.

Po čemu se izdvaja, kako se ponaša, tipičan navijač? Zajić (1986) nabraja sledeće karakteristike »navijačkog sindroma«: klupska privrženost, burno ispoljavanje podrške klubu za koji se navija, visok intenzitet interesovanja za jednu sportsku disciplinu (manji stepen interesovanja za sport u celini), praćanje sportskih dogadaja iz više izvora informisanja uz odlaženje na sportske priredbe, i visoka učestalost praćenja sportskih dogadaja. Detaljniji podaci i lične ispovesti samih navijača daju ovaj slici poseban kolorit.

Tipičnog navijača je lako prepoznati i po izgledu i po ponašanju. On uvek brani i ističe svoj tim u razgovoru sa drugima, ako treba spremjan je i da se posvada kad neko nešto kaže protiv njegovih miljenika. Neki se svom timu zaklinju na vernošć *»do poslednjeg daha«*, u stanju su da ozbiljno poremete odnose u porodicu i svojoj okolini ako nema razumevanja za njihovu strast. *»Ne govorim sa bratom i ocem od kada sam napustio Partizanovo jato«*, kaže jedan naš ispitanik.

Prava prilika za ispoljavanje svoje privrženosti je utakmica svog tima, posebno derbiji i važne utakmice međunarodnog ranga. Postoje utvrđena mesta u gradu gde se grupe navijača okupljaju mnogo časova pre početka utakmice, kao i ustaljena mesta za proslavljanje pobede. Grdaninu kojem u uobičajenim okolnostima nije dopušteno maltene da povisi glas na ulici a da ga okolina ne pogleda s negovanjem, ovde je dopušteno da ide u grupama, maršira sredinom ulice, da da oduška svojim strastima i mašti. Pevanje pesama, urlanje, skandiranje, uzvikivanje sportskih pozdrava, čarke sa protivničkim navijačima, nekad i veranje na spomenike — sve ovo je, po priznanju mnogih navijača, za njih lepše nego sama utakmica. Uzimanje alkohola je tokom celog rituala redovna pojava i treba da pojača osećanje omamljenosti i zanosa. Droga se medju navijačima ne uzima.

Učešće u masovnom spektaklu nastavlja se za vreme utakmice. Zna se na kom delu stadiona se skupljaju najvatreniji navijači. *»Na utakmici navijamo fanatično, ne znamo za sebe. Skačemo, urlamo, divljamo, grizemo, čuda pravimo.«*¹⁾ Grupe navijača su jedne od retkih grupa u kojima je voda poželjan i spontano se nameće. Vode »borbom« na samim navijačkim tribinama krče put do tzv. »štangle« što u njihovom žargonu označava srce stadiona, mesto odakle navijači izlaze na teren. Voda se sam iskazuje i dokazuje, i prihvata u onom stepenu u kojem se uklapa u tradicionalni obrazac, u kult snage, muškosti i hrabrosti. Vode navijača predvode masu i osmišljavaju njeno počinjanje, rukovode skandiranjem i bodrenjem.

Među navijačima se spontano formiraju podgrupe različitih temperamenata i opredeljenja. Tako su se medju »Zvezdanim« navijačima oformili »Red Devils« i »Ultras«, poznati Beogradancima po brojnim grafitima kojima su okitili zidove i prolaze. Ultrašima (naziv je preuzet od italijanskih navijača) cilj je, po rečima jednog navijača »organizovano navijanje, pravljenje atmosfere, a tuča samo kad treba«, dok su Devilsima »uzor engleski navijači koji nemaju ništa unapred određeno već je sve stihiji, važno je samo se napiti«.²⁾

zuje same navijače: »Da mi daju najveći novac na svetu, ne bih prešao da navijam za neki drugi klub. Ko bi to uradio, bio bi izdajnik.«

Snažno osećanje grupne pripadnosti sputava ličnu individualnost. Uostalom, sami navijači o sebi govore kao o »Partizanovom«, »Hajdukovom«, »Zvezdnom... jatu, skupu, dakle, u kojem je pojedinac nebitan i utopljen u osnazujući kolektivni identitet. Poredenja navijača su uvek između »nas« i »njih«. Pamte se i slave »naše« pobjede, a zaboravljaju i is-



Poželjno je vlastiti klub što nametljivije isticati na svakom mestu, ne samo na utakmici. Većinu grafita na beogradskim ulicama čine upravo navijački grafiti. U ekstremnim slučajevima klubski simboli preplavljaju i sferu privatnog: »U svom stanu posedujem crvene viljuške, kašike, tanjire, razne sudove za domaćinstvo. Zidovi su mi ofarbani u crveno-belu boju. Od mesne zajednice sam tražio dozvolu da ofarbam zgradu u crveno-belu boju, ali nisu mi je dali. Bog će ih kazniti!«³⁾ Identifikacija sa vlastitim klubom (čime se verovatno kompenzuje osećaj vlastite inferiornosti i potiskuju konkretni egzistencijalni problemi) može biti izrazito snažna. (»Mi grobari sa juga volimo Partizan zato što je naš, deo srca, deo tela, ne znam kako da se izrazim, kao ljubav koja se javlja prema devojci i mladiću. To je ona roditeljska, bratska ljubav. Partizan je deo nas, mi smo deo Partizana.«)⁴⁾

Pravi predmet obožavanja i poistovećivanja, nisu igrači koji klub sačinjavaju, nego sâm klub. Fudbaleri i navijači su, na neki način, jedna celina, i svako od njih, smatraju navijači, treba da na svoj način služi klubu i bori se za njega. Fudbalerima se pripisuju izuzetni kvaliteti, njihovi herojski podvizi protiv neprijateljskog tima s ponosom se prepričavaju, a loši potези su izvor besa i bolnog razočaranja koji se kod prvog sledećeg uspeha lako zaboravljaju.

Navijači nisu bili kritični prema bogatčenju svojih »zvezda«. Tako svaki treći se slaže da fudbaleri u društvu imaju nepravedno visok status, a mnogi takvo stanje opravdavaju (»Pa naravno, oni su nam dika i ponos«, »Drugi imaju i bolji status a još ga manje zasluzuju«). Etos vrednosti svom klubu, koji profesionalne zvezde evidentno krše i zarad boljih uslova lako prelaze u dotele neprijateljski klub, obave-

krivljuju »naši« neuspesi i nekorektnosti — navijači bilo kog tima su u ovome jednak. U odgovorima na pitanje koji tim im je najsličniji a koji najrazličitiji, »Partizan« kod zvezdaša i »Zvezda« kod partizanaca pojavljuju se otprilike jednak broj puta i kao najsličniji i kao sasvim različiti! Oni koji ih uzimaju kao antipode navode vrlo razrađene stereotipe o jednim i drugim navijačima: zna se i čija je publika vernija, hrabrija, poštjenja, brojnilja, čija je uprava poštenija itd. Ipak, navijači i jednog i drugog tima kao najrazličitije od sebe navode ne one timove koji bi se od njih razlikovali po igračkim kvalitetima i specifičnostima, već timove iz druge načinalne sredine. Pri tom neki odgovori otkrivaju izrazite etničke predrasude i ševinizam (»Crvena Zvezda je pravi srpski klub a Hajduk je hrvatski i to ne hrvatski nego dalmatinski a to su oni najgori«, ili: »Partizanovci su šugavi a hajdukovi zna se šta su — mrzimo ih više nego »Prištinu«). Ovi odgovori otkrivaju zabrinjavajuće prisustvo nacionalizma u fudbalu, prisustvo koje se i samo ispoljava s vremenom na vreme u raznim ekscesima. U poslednje vreme je bilo nekoliko upadljivih slučajeva ove vrste u našoj zemlji, pri čemu su vinovnici redovno bili mlađi ljudi. Spomenimo samo događaje u Splitu (jesen 1985., oko utakmice »Hajduk« — »Crvena Zvezda«) kada su navijači »Hajduka« gadali voz sa beogradskim navijačima i fizički maltretirali pitomce Vojne akademije, i događaje iz avgusta 1986. godine kada je grupa navijača »Crvene Zvezde« divljala ulicama Beograda, uzvikujući nacionalističke parole. Jasno je da u ovakvim ispadima, kojih ima u svim našim sredinama, učestvuje relativno mali procenat navijača i da oni više govore o potencijalnoj opasnosti koja postoji nego o navijačima uopšte.

Patriotska osećanja vezana za državni tim, i gledanje na njega kao na predstavnika otadžbine, smatraju se poželjnim i sistematski se neguju. Problemi, međutim, nastaju kada navijači, sledeći istu logiku, u timovima nižeg ranga vide predstavnike manjih društvenih grupa — nacija ili regionala. Nacionalizam i fanatičko navijanje imaju veoma srodnu psihološku osnovu — težnju da se vlastiti identitet nade u široj grupi, koja će se glorifikovati i kojoj će se služiti, a to utapanje u jednu grupu praćeno je netrpeljivošću prema drugim grupama, makar i ne bilo suštinske razlike između njih — protivnici su čim su drugi i drugačiji. Takmičenje između timova koji su postali predstavnici svoga naroda ili nacije više zato liči na »rat bez pucanja« nego što vodi zbližavanju tih naroda. — Ako tome dodamo povećanu anonimnost i izloženost manipulaciji, onda fudbalski stadion postaje idealni poligon za izazivanje i ispoljavanje nacionalizma.

Medu našim ispitanicima, na pitanje šta misle o vezi između navijanja i ispoljavanja nacionalizma, jedna trećina ne vidi takvu vezu i poriče je, a ostali je vide kod »zaludenika« a ne kod »normalnih« navijača. Pri tom se nacionalizam češće pripisuje tudim nego svojim navijačima (»U Beogradu nije povezano, ali jeste u Splitu, Zagrebu, Prištini«). Jeden otvoreno izjavljuje: »Naravno da veza postoji, zbog toga i navijam.«

Kada se govori o antagonističkim klubovima, i bez nacionalističkih izjava jezik je ostrašen, govori se o »vekovnoj mržnji«, kako »mrze nas a mrzimo i mi njih« i sl. Sportski klubovi nastoje da kultivisu vlastitu navijačku publiku, organizuju je, uz to da podstaknu sportskije navijanje i smanje broj incidenta, pa svaki klub predviđa i »rad sa navijačima«. Tako, Klub prijatelja JSD »Partizan« postoji u Beogradu od 1978. godine kao udruženje gradana. Po rečima njegovog sekretara, okuplja oko 30 000 navijača, od toga više od trećine mlađih, najviše između 17 i 20 godina. »Partizan« im sa svoje strane spremi iznenadenja (recimo, čestitka za Novu godinu — nekome to bude i jedina čestitka koju dobije), dovode poznate

sportiste na razgovor u klub, organizuju godišnju priredbu pod nazivom »crno-bele noć« sa bogatim zabavnim sadržajem i programskim delom u kojem se afirmativno govorio o klubu i njegovim uspesima. Partizanovi navijači odazivaju se na lokalne radne akcije, jesenje čišćenje stadijona, ili renoviranje veslačkog kluba na Adi Ciganliji. »Partizan« je 1986. g. imao omladinsku radnu brigadu sastavljenu od sportista JSD »Partizan« i navijača iz čitave Jugoslavije. Neki navijači koji su povezani sa klubom prijatelja »Partizana« sastaju se jednom nedeljno u prostorijama kluba, tu se najčešće skupljaju pre utakmice, dogovaraju se o navijanju, prave zidne novine i nude svoju pomoć klubu. Slične klubove navijača imaju i ostali veliki klubovi širom zemlje.

Pošto najveću pažnju i zanimanje novinara i istraživača privlače fanatični navijači (a zaključci se obično uopštavaju na navijače uopšte), uobičajeno je da se za ponašanje navijača, pa i za samo njihovo navijanje za neki klub, objašnjenja traže u njihovoj ličnosti i u psihološkim mehanizmima identifikacije i kompenzacije. Ali čak i za takve izuzetne navijače i za njihove ispadne, a naročito za umerenje navijanje (a takvo navijanje je najčešće!), treba voditi računa i o drugačijim uzrocima. Spomenemo samo neke od njih.

Pre svega, interesovanje za fizičku aktivnost spada među najraširenija interesovanja na omladinskom uzrastu. Ono se ispoljava u ličnom bavljenju sportom i rekreativnoj i praćenju sportskih priredbi, i u istraživanju Pantića i saradnika (1981) konstatovano je kod 76% mlađih. Iz takvog interesovanja, druženja sa sportom ili sa onima koji se sportom aktivno bave, lako proistekne zanimanje za spor-

tske rezultate, opredeljenje za jedan tim i navijanje za njega. Dalje, navijanje je kod nas deo tradicionalnog obrasca provodenja slobodnog vremena, koji mladi u procesu odrastanja zatiču u svojoj okolini i skoro automatski usvajaju, učenjem po modelu, od svojih očeva, rodaka, vršnjaka. Oko sporta deluje čitav niz snažnih sredinskih, socijalnih faktora. Razvija se po dnevним listovima i nedeljniciima posebna »divlja književnost« koja se bavi sportom i koja prerasta u deo novog folklora (vidi Čolović 1986). Može se govoriti i o sprezi sporta i politike, pri čemu je, kako ističe Koković (1986), sport mnogo manje zainteresovan za politiku nego politika za sport. Brojni klubovi i marketing-slужbe zadužene su za animaciju i prodaju klubskih oznaka (ploče, kasete, uniforme i sprave za navijanje, privesci za ključeve...). od fudbalera se planski stvaraju medijske zvezde i junaci novog Olimpa. U fudbalskim navijačima prepoznato je neiscrpno tržište, pa se preko mas-medija otvoreno podstiče i navijanje i nadmetanje u potrošnji klubskih boja i znakova. Kada se pojedinac nade u gravitacionom polju svih ovih snažnih sila, a naročito ako im je duže izložen, uskoro će početi da ispoljava ponašanje koje nekom nenavijaču (od koga se u početku nije razlikoval sem po interesovanju za sport) mogu izgledati čudna, preterana i prouzrokovana, njegovim posebnim sklopom ličnosti. Na navijače utiču i situacioni faktori kakvi su npr. uklučenost u ogromnu masu, zajednička radoš zbog pobede, ogorčenje zbog poraza itd. Ovi faktori utiču na čovekovo osećanje i ponašanje bilo da deluju u navijačkom ili nekom drugom kontekstu. Neko može da takve stimulanse aktivno traži, ali i ko ih ne traži biće im izložen i njima ponesen.

- 1) iz »Intervju« br. 138/1986
- 2) iz intervju u »Non-u«, br. 599/1987
- 2) »Intervju«, br. 138/1986
- 3) »Intervju« br. 138/1986

Čolović, I. (1986): *Divlja književnost*. Nolit, Beograd
 Hortleider, G. (1987): Ritual na stadionu: junak i žrtva. *Gledišta*, 5–6, str. 105–120
 Koković, D. (1986): Sport bez igre. *NIO Univerzitetske riječi*, Titograd
 L'Bon, G. (1910): *Psihologija gomila*, izdanje Gece Kona, Beograd Pantić, D., Joksimović, S., Džuverović, B., Tomanović, V. (1981): Interesovanja mlađih. *Istraživačko-izdavački centar SSO Srbije*, Beograd,
 Veugelers, W. (1987): Samo su još navijači u napadu. *Gledišta*, 5–6, str. 83–104.
 Zajić, G. (1986): *Sportska publika*. U: Mihajlović, S., Marković, V., Zajić, G. i Manojlović, Z.: *Beogradani o sportu i olimpijadi*, SOFK-a Beograda, Beograd

beogradski šminkeri

ratka marić

U našem uzorku ispitano je 68 beogradskih šminkera a evo i dobijenih rezultata: među njima nešto je manje (43%) mladića nego devojaka (57%). Većina njih su bili učenici (50%) i studenti (31%). Kao i kod panka, potkulturni stil šminkera širi se na uzraste mlađe od onih koji su obuhvaćeni istraživanjima. Većina su vrlo dobro (40%) i odlični (40%) učenici. Najveći broj potiče iz viših (najviši slojevi gaje i pankere) društvenih slojeva.

Zajednička osobina po kojoj se prepoznaje šminker jeste izgled. Odeća, frizura i nakit predstavljaju »vrstu neverbalne komunikacije« (Barthes, 1977.) među šminkerima, izgled (image) određuje gotovo sve. Uvek su doterani, moderni, eleganti, maštoviti, mirisljavi itd. Neophodna im je super odeća. Po nju se putuje u inozemstvo. Skupa je i nosi oznake poznatih svetskih proizvodaca.

Beogradска šminkerska scena »raslojena« je po nosiocima (*tinejdžeri, studenți*). Isto tako ni stilski nije jedinstvena. Ima onih koji su opredeljeni za urednu spoljašnost, neupadljivu eleganciju, profinjene i skupocene detalje koji svedoče o ukusu i statusu njihovih vlasnika i onih koji u okviru šminke žele da »furaju otkačen«, neobično stilizovan izgled koji podrazumeva »ludačke frizure«, »ogromnu kolčinu šminke u svaku dobu dana i noći«, »tone prstenja, narukvica«, obavezne minduše itd. Za art-rok, i dark-rok struju može se reći da preuzimaju (prestilizuju) neka uspela rešenja pankerske potkulture. Sve neformalne grupe šminkera odabiraju oznake alternativnog, modernog, maštovitog i nastoje da ih upgrade u svoj izgled. Zadržavaju za sebe pokazatelje onog što je skupo, kvalitetno, originalno, itd. Žele da »ukus za luksuz« što nepos-



rednje »vežu« za svoj imidž. Samim tim, ono poznato, već videno, domaće jeftino, napadno, ružno, dronjavu, prljavo itd. ne dolazi u obzir, projektuje se medu odba-