Istraživački izvještaj

(Hajdučkom) suradnjom i volonterstvom do društvenog razvoja

doc.dr.sc. Krešimir Krolo

Odjel za sociologiju

Sveučilište u Zadru

PREDGOVOR IZVJEŠTAJU

Istraživački materijal se skupljao u sklopu kolegija **„Medijske teorije i metode istraživanja“, a prema okvirima supplementa Društveno korisnog učenja** unutar izvedbenog plana. Sudjelovali su zainteresirani **studenti i studentice s Odjela za sociologiju** te studentica za odjela za hispanistiku koja je pomogla u razradi medijskih analiza natpisa o udruzi Naš Hajduk zajedno s nositeljicom kolegija „Diskursna pragmatika“ dr.sc. Ivanom Zovko. Izvještaj je u koordinaciji sa ostalim sudionicima istraživanja napisao doc.dr.sc. Krešimir Krolo (Odjel za sociologiju, Sveučilište u Zadru)

Primjena društvenog korisnog učenja je zamišljena **kao razrada metodologije te obrada i analiza podataka kako bi udruga Naš Hajduk dobila relevantne pokazatelje o „isplativosti“ hajdučke demokracije.** Tijekom nastave, a posebno kroz seminarske rasprave, predlagalo se i razvijalo specifični oblik istraživačkog nacrta s pripadajućom kombinacijom kvalitativne i kvantitatvne metodologije.

Prvi korak je bio definirati one mjere i instrumente koji se u pravilu koriste kod analize demokratskih i građanskih potencijala društva, dok je drugi korak uključivao razradu instrumenata koji su karakteristični i specifični za udrugu i istraživačku temu. U tom smislu osmišljena je i **nova skala** koja se pokazala korisnom u analizi i usporedbi s drugim instrumentima korištenim u istraživanju. S ciljem dubljeg razumijevanja odnosa koje postoji na relaciji članovi/navijači, društveni angažman/volonterstvo i medijska slika, osim izrade anketnog upitnika, također se pristupilo i izradi protokola za fokus grupe. Fokus grupe su se sastojale od **dva specifična poduzorka** s obzirom na karakteristike navijačke populacije: **a) aktivni navijači i volonteri udruge Naš Hajduk b) povremeni volonteri udruge Naš Hajduk i navijači**. Zbog vremenskih i drugih ograničenja, **uzorak fokus grupa ne sadrži protivnike rada udruge, kao i navijače koji nisu volonteri, a o čemu se svakako mora voditi računa u daljnjim istraživanjima. Drugi korak** je uključivao provedbu online anketnog istraživanja, kvantitativnu obradu medijske arhive udruge Naš Hajduk i kvalitativnu analizu odabranih naslovnica iz medijske arhive te provedbu fokus grupa. Cjelokupni proces definiranja istraživačke strategije, te prikupljanja i obrade podataka započeo je početkom ljetnog semestra u akademskoj godini 2018/2019, a završio je u svibnju 2019 godine kada se krenulo u pisanje finalnog znanstvenog izvještaja.

Valja istaknuti kako je broj studentata i studentica sudionika (6) u istraživačkim **procesima manji od očekivanog prema projektnom prijedlogu**, a što se može tumačiti činjenicom kako se program provodio u sklopu kolegija koji je više naslonjen na teoriju i metode medijskog istraživanja te činjenice kako je riječ o sveučilištu s većom zastupljenosti žena na sveučilišnim smjerovima i programima. S obzirom kako je riječ o kulturi i temi koja je većinom vezana za mušku priču (vidjeti poglavlje o strukturi uzorka), nešto manji broj sudionika iz tog razloga je onda i očekivan. Također, Odjel za sociologiju kao partnerska institucija na diplomskoj razini studija u prosjeku ima oko 25 studenata i studentica, a kolegij u sklopu kojeg se provodilo istraživanje je izborni te broju 14 upisanih studenata i studentica u akademskoj godini 2018/2019.

Na prikupljanju i analizi podataka u sklopu projekt formalno su sudjelovali **Hrvoje Pašalić** (i kao student sociologije i predstavnik kluba studenata sociologije „Antifjaka“), **Maja Šimundža, Julija Mihaljević, Mia Grozdanić, Helena Jurina** (studentice sociologije) i **Marianne Morić** (studentica hispanistike i iberskih studija) te kao vanjski suradnici **Miljenko Šundov, Ivana Zovko** (Odjel za hispanistiku i iberske studije**) i Lucija Jurasin**.

NAPOMENA: izvještaj se prvenstveno fokusira na rezultate anketnog istraživanja te provedenih fokus grupa[1]. Ono što se može sa sigurnošću utvrditi jest činjenica da je riječ o iznimno složenoj i zahtjevnoj materiji kojoj bi trebalo pristupiti s autonomnim i dugoročnim istraživačkim projektom jer se prema ovdje prikazanim **podacima ne reflektiraju samo specifične nogometne i navijačke teme, već i teme koje ukazuju na društveno-kulturne specifičnosti i razdjelnice hrvatskog društva unutar specifičnih procesa postranzicijskih i hibridnih moderno-antimodernih društava**.

[1] Manjkavost fokus grupa je prvenstveno u činjenici da u uzorku nisu bili protivnici modela pa je onda i skromnija slika percepcije rada udruge u okvirima šire navijačke strukture.

UVOD

Rasprave i prijepori po pitanju načina upravljanja HNK Hajduk već dugi niz godina predmet su intenzivnih, ali nažalost **nedovoljno teorijski i empirijski potkrijepljenih javnih rasprava**. Praktički od samog početka financijske i rezultatske krize iz natjecateljske sezone 2010/2011. jedini relevantan i postojan čimbenik u smislu aktivnog djelovanja i reorganizacije načina rada i upravljanja klubom jest onaj koji svoje korijene ima u navijačkom pokretu i inicijativi. S obzirom da je geneza navijačke priče već detaljno opisana u temeljnom dijelu knjige, ovaj izvještaj posvećen je **iscrpnoj analizi podataka prikupljenih anketnim istraživanjem, fokus grupama i medijskim analizama u sklopu projekta „Hajdučkom suradnjom i volonterstvom do društvenog razvoja".** Valja pritom napomenuti kako, bez obzira na iscrpnost empirijske materije, ovaj izvještaj nikako ne može, zbog složenosti tematike, donositi konačne zaključke. Prema karakteristikama složenosti i obuhvatnosti, istraživački napor se može okarakterizirati kao pilot istraživanje unutar kojeg se ocrtavaju neki vidljivi smjerovi i tendencije, no za smjelije zaključke potrebno je dodatno teorijsko i empirijsko „kopanje" u dubinu problematike. Bez obzira na istaknute nedostatke, svejedno je riječ o prvoj zabilježenoj empiriji koja sistematiziranim podacima odgovara na neke od dosada „zdravorazumskih"[2] iznesenih sudova i zaključaka te stoga predstavlja relevantan izvor za daljnje rasprave i istraživanja.

Iz svega navedenoga proizlazi kako je **glavni cilj izvještaja ponuditi odgovor na pitanje je li ovakav oblik formalne organiziranosti navijačkih ideja, pokreta i subkulture „isplativ", odnosno isplati li se „hajdučka demokracija"** kada se usporedi s nekim standardnim mjerama koje se koriste u sociološkim i politološkim analizama demokratskih i građanskih potencijala društva. Naime, bez obzira na podatak kako je „navijački nadzor" doveo do poslovne stabilizacije kluba te kako se nastoji kroz različite inicijative komunicirati **nužnost modernizacije i dugoročne strateške organizacije rada kluba prema visoko profesionalnim standardima**, navijačka inicijativa se često opisuje kao „vladavina ulice" unutar koje caruje rezultatska i razvojna besperspektivnost, uz često zazivanje privatizacije i „jednog gazde" koji će unijeti stabilnost, mir i dugo očekivani rezultatski napredak.

Sociološki gledano, ovi prijepori su zanimljivi jer potencijalno ukazuju na razlike u promišljanjima upravljanja društvenim resursima koji održavaju i neke šire strukturne dubioze hrvatskog društva, odnosno potencijalnog prijepora između tzv. **modernizacijskih** pristupa društvene odgovornosti i uključivanja širih društvenih dionika u procese odlučivanja, te **protumodernizacijskih** stavova i vrijednosti unutar kojih se ističe važnost jasne hijerarhije i autokratskog oblika upravljanja u kojoj cilj opravdava sredstva. Iako bi se moglo prigovoriti kako iskazani prijepori odražavaju i postojeći sraz upravljanja unutar šire nogometne slike, odnosno prijepore između „socios" ili „regel +1" modela s jedne, te privatnog vlasništva s druge strane, mišljenje je potpisnika ovog priloga kako će upravo usporedba s mjerama sklonosti autoritarnim i populističkim stavovima i oblicima ponašanja pokazati je li riječ o gore spomenutom srazu, ili pak o vječnom prokletstvu „nedovršene modernizacije" hrvatskog društva. Izneseni podaci će onda i ponuditi približavanje odgovoru je li ovakav oblik sudjelovanja u radu jedne javne ustanove i javnog tijela[3] bliži karakteristikama organizacija i inicijativa karakterističnim za razvijena demokratska društva, ili je riječ o inicijativi koja ne pokazuje kapacitete članstva za integraciju u zajednicu i doprinos razvoju građanskih i civilnih inicijativa.

[2] U sociološkoj terminologiji „zdravorazumsko" promišljanje svijeta oko sebe pretpostavlja pojednostavljeno tumačenje stvarnosti i često vodi pogrešnim zaključcima o naravi društvenih odnosa i procesa. Kao suprotnost takvim promišljanjima sociologija inzistira na „sociološkoj imaginaciji" te razvoju teorijskih i metodoloških instrumenata koji će ukazati na skrivene i nenamjeravane posljedice duboko utkane u interakcijske i strukturne specifičnosti društva.

[3] Bez obzira što je dioničko društvo, većinski vlasnik je grad Split te kao takav, HNK Hajduk je podložan politici upravljanja koja je suštinski javna i društvena.

Iako je riječ o složenim dimenzijama koje se u izvještaju analiziraju, kako bi ovaj tekst ispunio svrhu komunikacije prema široj, a ne samo stručnoj i znanstvenoj javnosti, jezik i stil izvještaja neće biti previše zasićen „teškom“ teorijsko-metodološkom terminologijom, već će kroz prilagođene prikaze prenijeti najvažnije spoznaje i zaključke. Sama struktura izlaganja sastojat će se od nekoliko specifičnih cjelina, odnosno prva cjelina će iznositi elemente koji su vezani za anketne podatke o učestalosti izlazaka na izbore, percepcija navijača i navijačica rada udruge Naš Hajduk, stavovi prema raspoloživim i mogućim modelima upravljanja HNK Hajduk te percepcijom medijskog tretmana udruge, kluba navijača i HNK Hajduk, kao i relevantne izvatke sugovornika s održanih fokus grupa na slične ili iste teme. Druga cjelina će se obraditi najvažnije podatke vezano za mjere stavova prema demokratskoj proceduri,. U konačnici usporedba između ove dvije cjeline ponudit će odgovor je li „hajdučka demokracija“ doprinosi građanskom i demokratskom potencijalu društva, ili je riječ o momentumu koji ugrožava opstojnost civilnog društva i njegovih građansko-demokratskih potencijala.

KARAKTERISTIKE PRIKUPLJANJA PODATAKA, STRUKTURA INSTRUMENTA I UZORKA

Prije nego se posvetimo detaljnijim analizama, potrebno je nešto više reći o provedbi istraživanja, strukturi uzorka te prednostima i nedostacima prikupljenih podataka. Anketno istraživanje provelo se u više faza, oslanjajući se prvenstveno na raspoloživi odnosno prigodni uzorak aktivnih članova HNK Hajduk, ali i na širu populaciju navijača i navijačica HNK Hajduk. Zbog GDPR ograničenja, anketni upitnik se nije mogao istovremeno slati svim registriranim članovima, već je morao biti distribuiran s vremenskim odmakom koji je uključivao zaokruženi broj e-mail adresa. Druga faza je uključivala javnu objavu i poziv na ispunjavanje ankete, bez obzira na članstvo kako bi se obuhvatio širi raspon navijačke populacije. Ukupno je online anketa bila aktivna 18 dana (u razdoblju od 13. veljače do 2.ožujka 2019) te je prikupljeno **2034 ispitanika** koji su odgovorili na sva postavljana pitanja.

Sama anketa se sastojala od nekoliko specifičnih dijelova: **prvi dio** se bavio procjenom rada udruge Naš Hajduk, sudjelovanjem na izborima za Nadzorni odbor HNK Hajduk, percepcijom rada i povjerenja u rad drugih nogometnih tijela i institucija te stavovima o upravljanju HNK Hajduk i primjenjivosti dioničkog (socios) modela na druge društvene organizacije i institucije. Drugi dio je uključivao prilagođenu **skalu autoritarnosti**[4], **skalu populizma, političke orijentacije** te skale **građanskog aktivizma** (od potpisivanja peticija, pomaganju u prikupljanju sredstava za humanitarne akcije pa sve do članstva u drugim organizacijama i udrugama). Treći dio se bavio **percepcijom medija i medijskih izvještavanja** kada je u pitanju rad udruge Naš Hajduk, ali i rad drugih važnih aktera u nogometnom sustavu poput HNK Hajduk, KN Torcida i Hrvatskog nogometnog saveza (HNS). Ukupno je anketni upitnik imao **195 pitanja.**

Iako je riječ o velikom uzorku, valja istaknuti **potencijalne probleme reprezentativnosti,** pogotovo kada je riječ o široj strukturi navijača i navijačica. Naime, krenemo li s pretpostavkom kako postoji najmanje dvije temeljne struje u smislu upravljačkog modela HNK Hajduk, **vjerojatno su manje zastupljeni protivnici navijačkog ili socios modela,** ali i neke specifične društvene skupine poput **starije navijačke populacije i populacije iz ruralnijih krajeva** (pristup internetu i pitanje medijske pismenosti za ispunjavanje online obrazaca anketnog upitnika). Bez obzira na navedene nedostatke, podaci su konzsistentni, a sam uzorak je dovoljno divergentan za šire zaključke i implikacije unutar okvira istraživačkog procesa.

Tablica 1 Sociodemografska struktura ispitanika

	Žene (n=191)	**Muškarci** (n=1782)	**Ukupno** (n = 1973)
	n (%)	n (%)	n (%)
Dob			
16-20	22 (11.5)	84 (4.7)	106 (5.4)
21-25	45 (23.6)	217 (12.2)	262 (13.3)
26-30	31 (16.2)	335 (18.8)	366 (18.6)
31-35	34 (17.8)	336 (18.9)	370 (18.8)
36-40	17 (8.9)	310 (17.4)	327 (16.6)
41-45	22 (11.5)	208 (11.7)	230 (11.7)
46-50	12 (6.3)	158 (8.9)	170 (8.6)

[4] Riječ je o instrumentu koji se često koristi u sociološkim i politološkim analizama kako bi se utvrdila sklonost prema autoritarnim političkim rješenjima i vrijednostima.

51 +	8 (4.2)	134 (7.5)	142 (7.2)
Obrazovanje			
Osnovna škola	4 (2.1)	12 (0.7)	16 (0.8)
Trogodišnja strukovna škola	8 (4.2)	134 (7.4)	142 (7.1)
Četverogodišnja škola	60 (31.6)	636 (34.9)	696 (34.6)
Viša škola	18 (9.5)	274 (15.0)	292 (14.5)
Fakultet	83 (43.7)	600 (32.9)	683 (33.9)
Magisterij, doktorat	21 (11.1)	179 (9.8)	200 (9.9)
Radni status			
Stalno zaposlen na neodređeno	94 (49.5)	1049 (58.2)	1143 (57.4)
Stalno zaposlen na određeno ili pola radnog vremena	23 (12.1)	274 (15.2)	297 (14.9)
Samozaposlen	12 (6.3)	201 (11.1)	213 (10.7)
Nezaposlen ili ne radi	14 (7.2)	97 (5.3)	111 (5.6)
Učenik ili student	47 (24.2)	182 (9.9)	229 (11.5)
Mjesto rada i boravišta			
U rodnom gradu, mjestu ili naselju	121 (63.0)	1126 (61.3)	1247 (61.5)
U drugom gradu, mjestu ili naselju u Hrvatskoj	57 (29.7)	458 (25.5)	525 (25.9)
U drugom gradu, mjestu ili naselju u inozemstvu	14 (7.2)	242 (13.2)	256 (12.6)

Tablica 1 prikazuje strukturu uzorka prema nekoliko temeljnih odrednica koje se obično smatraju relevantnim pokazateljem zastupljenosti raznovrsnih grupa unutar populacije. Prvo, jasno je vidljiva i očekivana znatno **veća zastupljenost muške populacije (90.5%) u odnosu na žensku (9.5%).** No, riječ je o podatku koji odgovara demografskim pokazateljima registriranih članova HNK Hajduk[5] gdje su u sličnim omjerima više prisutne muške osobe u odnosu na ženske, pogotovo kada je riječ o mlađim maloljetnicima i punoljetnim osobama. Također, iako na prvi pogled brojka zabrinjava jer ukazuje na veliku neravnomjernost, ova brojka je znatno veća u usporedbi s zastupljenosti žena u nekim drugim supkulturnim skupinama, poput primjerice gaminga.[6]

Ostali parametri pak ukazuju kako je pretpostavka o prosječnom navijaču i članu kao o neobrazovanoj i nezaposlenoj osobi skoro u potpunosti netočna jer je iz strukture uzorka vidljivo kako je 14.5% završilo višu školu, 33.9% fakultet, a čak 9.9% ima magisterij ili doktorat što u konačnici znači da je **58.3% ispitanika završilo više od srednje škole**. Isto vrijedi i za zaposlenost pa tako svega 5.6% ukupnog uzorka nije zaposleno, dok je **72.3% zaposleno stalno ili privremeno**.[7] Podatak o mjestu boravišta otkriva neke dobro poznate parametre unutarnje i vanjske migracije pa tako 38.5% ispitanika ne živi i ne radi u rodnom mjestu, a od toga čak 12.6% ih je u inozemstvu.

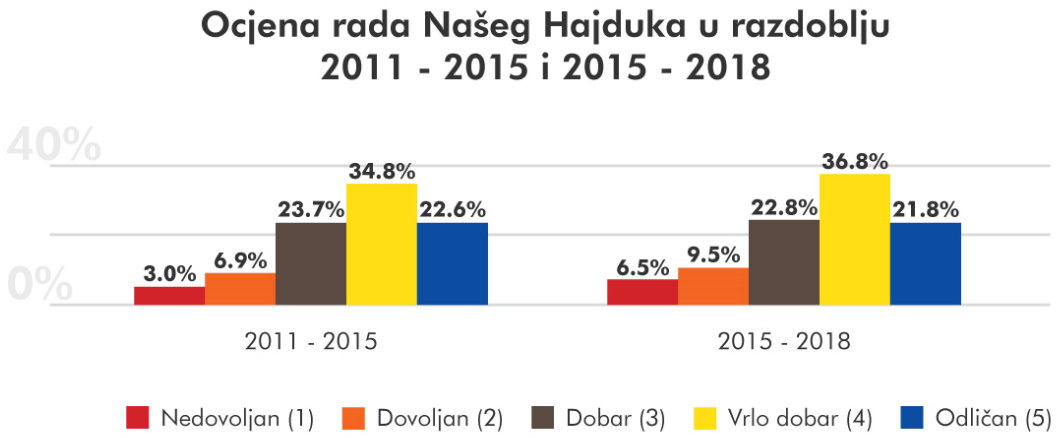
[5] Prema podacima dobivenih iz udruge Naš Hajduk, udio žena u članstvu iznosio je 17,5%

[6] Istraživanje Krolo, Zdravković i Puzek (2014) govori o svega 5% zastupljenosti žena u uzorku gamera, a slični podaci su dobiveni i u sklopu diplomskog rada Šimičević (2018).

[7] Podatak iz Lalićeve studije (2011: 107) među članovima KN Torcide govori kako ih je 67,6% u stalnom radnom odnosu, iako s uopćenim zaključcima valja biti oprezan jer je uzorak uključivao svega 104 ispitanika s ne poznatom metodom uzorkovanja.

OCJENA RADA NH, SUDJELOVANJE NA IZBORIMA I PERCEPCIJA RADA UDRUGE U ODNOSU NA DRUGE NOGOMETNE AKTERE I INSTITUCIJE

S obzirom da udruga Naš Hajduk iza sebe ima ukupno više od devet godina aktivnosti, ispitanike se pitalo da procjene kvalitetu rada udruge za dva ključna razdoblja: **formativno i krizno razdoblje 2011-2015 te stabilizacijsko i razvojno 2015-2018.**



Grafički prikaz 1

Kao što se može vidjeti iz grafičkog prikaza 1 primjetan je dvostruki porast **nedovoljne ocjene (1) za razdoblje 2015-2018** u odnosu na 2011-2015. Razloge treba vjerojatno tražiti u 2018 godini koja je rezultirala (novom) smjenom predsjednika uprave HNK Hajduk, unutarnjim podjelama i sukobima u tadašnjem sazivu Nadzornog odbora, fizički napad na igrače prve momčadi te kriza financijske i sportske politike kluba usprkos uspješno odrađenom kriznom upravljanju iz 2011-2015. Ovdje valja napomenuti da iako udruga nije odgovorna za upravljanje klubom, percepcija članova, ali i šire navijačke populacije smatra kako nije dovoljno napravljeno da se uspostavi veća kontrola nadzora nad radom kluba, tim više što je u završnici natjecateljske sezone HNK Hajduk bio bodovno blizu GNK Dinamo i igrao finale Kupa. Bez obzira na neke krizne trenutke, udruga uživa recepciju korisne i pozitivne priče:

*„...Udruga mi je ludilo, **oduševljena** san, mislin da je **jedino pozitivno** šta se događa trenutno u državi, jedino di se **osjećan ka da nešto minjan** i ka da će se nešto prominit...baš mi je silo, pogotovo šta san se uvik želila uključit i bit neki mali revolucionar u duši, i sad konačno to i mogu napravit...“* (sugovornik FG_B1)

*„...mislin da udruga okuplja **ono najbolje od društva** šta može ponudit, i moran samo još to istaknit, da san tu **upozna masu prva liga ljudi**, i baš me **nije strah više za Hajduka ni za ništa**...“* (sugovornik FG2)

*„...da se pokazuje ta neka **socijalna nota, osjetljivost prema ljudima kojima je potriba, siromašni, bolesni**...usprkos tome što se prikupljaju novci za dionice, što je prvi cilj udruge, usprkos*

tome se pokazuje da nije problem odvojiti dio sredstava za ljude kojima je potriba...“ (sugovornik FG_B4)

Upravo pogled na ocjene različitih dimenzija djelovanja i rada kluba pokazuje što članovi i navijači/ce najviše zamjeraju. (tablica 2)

Tablica 2 Ocjena različitih oblika aktivnosti udruge Naš Hajduk

	komunikacija s članovima	**Komunikacija prema javnosti**	**Provedba zadnjih izbora za NO HNK Hajduk**	**Transparentnost financijskih izvještaja**	**Praćenje rada HNK Hajduk**	**Praćenje rada NO-a HNK Hajduk**	**Borba protiv nepravilnosti i nezakonitosti u hrvatskom nogometu**
Nedovoljan (1)	4.2%	5.7%	5.4%	5.4%	4.6%	**7.8%**	5.5%
dovoljan (2)	8.2%	12.4%	7.2%	7.2%	8.8%	12.6%	8.8%
dobar (3)	21.4%	28.0%	16.0%	16.0%	20.3%	25.7%	16.0%
vrlo dobar (4)	33.8%	35.0%	29.0%	29.0%	34.7%	32.4%	26.9%
odličan (5)	27.4%	18.9%	42.4%	42.4%	31.8%	21.5%	42.9%

Dakle, nastavno na prethodnu pretpostavku, vidljivo je kako je upravo **praćenje rada Nadzornog odbora HNK Hajduk uvjerljivo najlošije ocjenjena aktivnost udruge**, dok su najpozitivnije ocjenjene aktivnosti oko provedbe izbora za Nadzorni odbor, kao i borba protiv nepravilnosti i nezakonitosti u hrvatskom nogometu. Pogled na neke od izjava dobivenih u sklopu provedenih fokus grupa, potvrđuju ove rezultate:

*„...Naš Hajduk zapravo **primjer toga na koji način bi civilno društvo trebalo funkcionirat**...s jedne strane je ta komunikacija prema članovima koja je po meni jako dobra, tu mislim i na ćakule, na forum, na tu neku **transparentnost informacija** koje su bitne za članove, s druge strane, **spremnost da se bori na taj institucionalni način u smislu promjene zakona**, ugradnje nekih temeljnih **etičkih vrijednosti u onaj subjekt kojeg pratimo**, a to je u ovom slučaju Hajduk...tu se uspjelo neke stvari koje svi navijači u globalu podržavaju stavit na papir i iskoristit sve one mehanizme koji su na raspolaganju da bi se došlo do nečega što možemo smatrat uspjehom, a to je, recimo, izmjena nekog zakona, i mislim da za razliku od velikog broja udruga Naš Hajduk okuplja volontere koji su stvarno stručnjaci u različitim područjima i koji su spremni stavit svoje znanje na raspolaganje da bi se pojedino pitanje koje je jako bitno za funkcioniranje samog kluba ili okruženje u kojem funkcionira artikuliralo na najbolji mogući način...“* (sugovornik FG2)

*„mogu reć da na van nekad izgleda da se neke stvari nisu odradile na najbolji mogući način, al to je u velikoj većini slučajeva upravo zato što nije postojao dovoljno velik broj volontera koji se u tom trenutku može posvetit isključivo tome, ali dojma sam da **one stvari koje su "core" udruge** - šta se tiče same organizacije izbora i praćenja samog rada kluba kroz komentiranje na skupštinama i slično - su se uvijek **odradile na visokoj razini**, i da se u **zadnje vrijeme sama transparentnost prema vanka i prema članovima povećala**, i da se to uočilo kao neku stvar na kojoj se treba dodatno radit kako bi se približilo ostalim članovima...“* (sugovornik FG1[8])

*„što mene oduševljava u Našem Hajduku je da se **taj volonterizam dešava sam od sebe, on dolazi izvana, ljudi su motivirani, javljaju se udruzi da žele pomoć**...ne treba nikog molit, barem na razini tog inicijalnog kontakta, da se uključi...a onda svaka udruga kao udruga, kao i svako drugo*

[8] Sugovornici u fokus grupama su označeni šiframa kako bi se sačuvala njihova anonimnosti, a u skladu s etičkim pretpostavkama istraživanja.

volontersko djelovanje, u jednom trenutku možeš raspolagat s troje-četvero ljudi, u drugom s 15-20, i o količini tog uloženog rada ovisi rezultat pojedine aktivnosti, al generalno mislim da se radi dobro...“ (sugovornik FG3)

***„...Manjkavost mi je nekad Odjel za članstvo**, koji zna zapet nekad, ne radi njih samih, nego jer su zagužvani i to, pa recimo članske stižu kasno, člansko sučelje se ne ispunjava kako triba, takve neke stvari, to bi tribalo primarno popravit...tu ne mislim da su problem ljudi koji rade doli, ljudi su super, nego jednostavno manjak je njih...“* (sugovornik FG_B2)

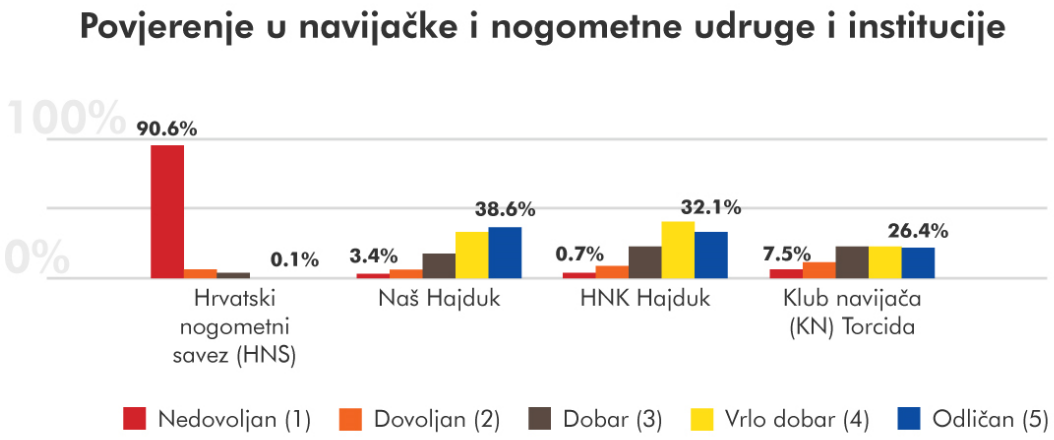
Povjerenje u udrugu povezan je s rastom aktivnosti koje odrađuju, ali i činjenicom da strukturom članova i aktivnih volontera raspolažu s resursom koji se teško realizira i u civilnim udrugama s dužom tradicijom djelovanja i aktivnosti. No, prema izjavama sugovornika, može se primjetiti i potencijalni problem koji se često označava i kao strukturni problem civilnog društva u Hrvatskoj, a prvenstveno je vezan za broj raspoloživih volontera. Veća uključenost članova znači i brže obavljanje različitih operativnih djelatnosti i funkcija i brže ostvarivanje zadanih ciljeva u aktivnostima udruge, a angažman vrlo vjerojatno ovisi i o stanju i sportskim rezultatima HNK Hajduk. No, s druge strane, sugovornici primjećuju kako je u nekim segmentima rast udruge toliko brz da nije isključena i profesionalizacija aktivnosti, što u svakom slučaju znači korak više ka institucionalizaciji djelovanja:

*„čak mislin da je to došlo **do jedne razine da će uskoro morat ić i u profesionalizam**, zato šta ulazimo u sve više poslova, volonteri dolaze nekom brzinom koja je trenutno na nekom optimumu, al možda bi uskoro to moglo tražit i više volontera, ili da jednostavno ljudi počnu tu radit profesionalno neke poslove, kako bi se mogla udruga dignit na još jednu višu razinu kvalitete.“* (sugovornik FG3)

Zanimljiva je i konstatacija o možda nedovoljnoj pripremljenosti za aktivnije praćenje HNK Hajduk nakon što su postali vlasnici 25% dionica, a što se vrlo vjerojatno može dovesti i u vezu s nižim ocjenama u praćenju kvalitete rada Nazdornog odbora

*„...šta mislin da je trebalo bit odrađeno bolje, a to je što **nismo na vrijeme prepoznali neku promjenu odnosa kad smo postali vlasnici, odnosno, nismo naše vlasništvo bolje kontrolirali od kraja 2016**., kad smo postali vlasnici 25% dionica, udruga kao takva, mislim da smo morali prepoznati da je ovo što je bilo prije tog trenutka jedna priča, a da je sad nastupila druga priča...trebalo nam je neko vrijeme da shvatimo da nismo više tu samo da provodimo izbore, nego moramo preuzeti - u kontekstu zakona o trgovačkim društvima **- aktivniju vlasničku ulogu i nametnut ozbiljnije provjere i ozbiljniju transparentnost samog kluba**, u smislu da nam češće daju izvještaje i da ih mi češće prenosimo članovima, takve neke stvari...kad bi morao izdvojit jedan segment koji je trebao biti urađen bolje, to mi prvo pada na pamet.“* (sugovornik FG3)

Nešto izraženije nezadovoljstvo trebalo je rezultirati i manjim povjerenjem u rad udruge, posebno u usporedbi s drugim nogometnim tijelima i institucijama, a onda posljedično i slabijom odazivom na izbore za nadzorni odbor, no podaci pokazuju kako povjerenje u uzorku nije kritično, već da uživa najveće povjerenju u odnosu na druga dva bliska aktera (HNK Hajduk i KN Torcida), dok poslovično Hrvatski nogometni savez (HNS) prolazi alarmantno loše. (grafički prikaz 2)



Grafički prikaz 2

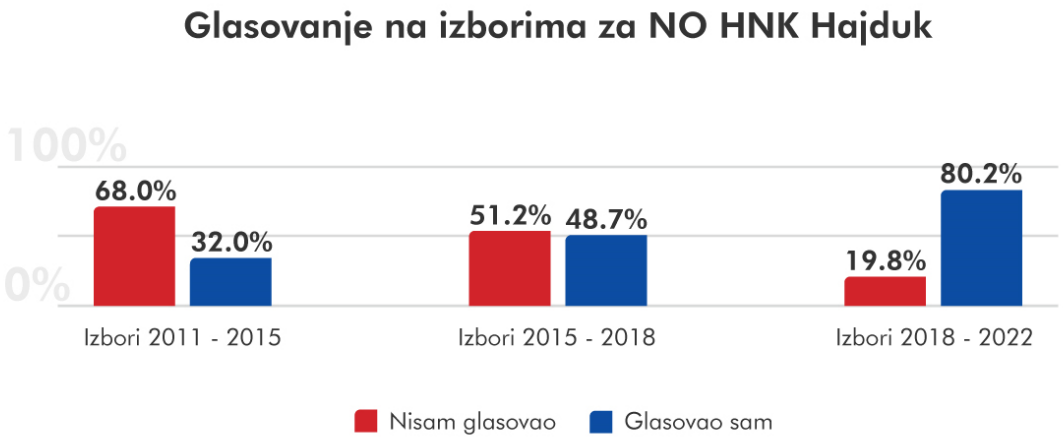
Moguće je i da razlog što još uvijek postoji povjerenje u rad udruge jest i činjenica koja je povezana i uz demografsku strukturu ispitanika gdje prevladavaju zaposleni i u prosjeku obrazovanji, pa su onda i manje skloni prihvatiti konstatacije u javnom prostoru kako je udruga kriva za sve probleme oko HNK Hajduk, ali i činjenice kako neki od problema nisu vezani za izostanak ideje, već za maloprije spomenute strukturne nedostatke:

*„ne bi govorio što je manjkavo, nego bi samo rekao da to više gledam na način prostora za napredak...jer kad kažemo da je "manjkavo", ispada kao da smo imali resursa i svega da to odradimo, a nismo nešto željeli odradit...**mislim da se dosta tih stvari željelo odradit, ali se jednostavno nije imalo potrebni resurs da se to odradi**...znači, ne bi govorio da imamo toliko manjkavosti, ali da imamo prostora za napredak – imamo“* (sugovornik FG2)

*„neke poteškoće ili usporavanje u djelovanju udruge predstavlja zapravo i okruženje u kojem djelujemo, prvenstveno u percepciji javnosti koja je naša uloga u cijeloj ovoj priči oko Hajduka, gdje je udruga NH uvijek odgovorna za sve ono loše što se događa u Hajduku, i gdje se zapravo ovi ograničeni resursi koji se imaju često moraju stavit u procese koji umanjuju nekakvu štetu ili sve one probleme koji su izazvani, a za šta udruga nije odgovorna, ali negdje pokušava balansirati i pojašnjavat situaciju...zapravo, **ulagat svoje resurse da bi ispravljala neke anomalije za koje nije realno uvijek odgovorna**...tako da to okruženje u kojem NH, a i sam Hajduk djeluju, nije uvijek ono koje omogućava nekakav miran rad i logičan razvoj, nego predstavlja preveliki pritisak da bi se udruga mogla logično razvijat i djelovat“* (sugovornik FG1)

Naravno, postoje i drugi parametri koji ukazuju na znatno veći problem narušenog povjerenja poput **usporedbe broja članova u vrijeme pisanja ovog teksta u 2019 u usporedbi s 2017 i 2018 godinom**, no riječ je o složenom međuodnosu različitih čimbenika pa valja biti oprezan sa zaključcima. [9]Svakako je zanimljivo da se unutar ovog uzorka ne pokazuje pad interesa ili barem participacijske dimenzije koja spada u jednu od ključnih stavki rada udruge, a to je organizacija i provedba izbora za Nadzorni odbor HNK Hajduka.

[9] Podaci tako govore kako je 2016 u svibnju broj članova bio 36853, 2017 godine je iznosio 25542, 2018 brojčanik se zaustavio na 31477, a 2019, odnosno u trenutku pisanja ovog izvještaja, taj broj je bio oko 28000 članova.



Grafički prikaz 3

Iz grafičkog prikaza 3 je vidljivo kako se unutar uzorka **vidi porast izlaska na izbore**, što se opet može tumačiti i mobilizacijskim momentum uslijed prije spomenutih kriznih situacija, ali i činjenicom da udruga nastoji olakšati glasački postupak i proceduru te na taj način povećati izlaznost članova i članica.

Ovi parametri (Ocjena rada, povjerenje te participacijski elementi u obliku izlaska na izbore za Nazdorni odbor HNK Hajduk) iako važni kao generalna slika stanja, znatno veću težinu i važnost imaju kada ih se usporedi s drugim dimenzijama anketnog istraživanja, odnosno kada ih se **stavi u suodnos s mjerama autokratskih i populističkih vrijednosti i stavova, mjerama društvenog angažmana i društvenog kapitala** (članstvo u različitim civilnim organizacijama i udrugama), ali i sa stavovima oko upravljanja i vlasničkom modelu HNK Hajduk. Upravo iz tih analiza izvlače se argumenti o „isplativosti“ „Hajdučke demokracije“, ali i argumenti važni za provjeru stereotipnih i zdravorazumskih prosudbi rada udruge te navijača i navijačica HNK Hajduka. Prije nego se detaljnije posvetimo analizama stavova vezanih za autoritarne i populističke vrijednosne obrasce i stavove, valjalo bi detaljno prikazati rezultate ispitanika vezano za pitanja i tvrdnje o filozofiji upravljanja i vlasničkom modelu HNK Hajduk.

MODEL I FILOZOFIJA UPRAVLJANJA HNK HAJDUK KAO POKAZATELJ RAZLIČITIH VIJEDNOSNIH ORIJENTACIJA NAVIJAČA I NAVIJAČICA

Tijekom zadnjih nekoliko godina intenzivnih rasprava (nažalost, najmanje stručnih i najmanje javnih) i analiza, kristalizirale su se **dvije temeljne struje** kada je riječ o upravljanju i nadzorom nad klubom: s jedne strane postoji artikulirana **socios** pozicija u obliku udruge Naš Hajduk i inicijativa, organiziranih kroz mrežu Društava prijatelja Hajduk (DPH), dok s druge strane postoje nestrukturirani (polu)javni apeli i inicijative koje smatraju da je **dokapitalizacija ili privatizacija** jedino riješenje za ostvarivanje kratkoročnih i durogočnih rezultatskih ciljeva kluba. Alternativno dokapitalizaciji predlaže se i ponovno preuzimanje potpune kontrole grada Splita nad nadzorom i upravljanjem klubom s obzirom da je grad vlasnik većinskog paketa dionica. No, osim vlasničkog modela, polazi se od pretpostavke kako postoji i **jasna razlika u filozofiji onoga što bi klub trebao biti i kako bi trebao djelovati u javnosti** prema drugim relevantnim društvenim i nogometnim akterima. Opet, s jedne strane stoji perspektiva koja inzistira na čvrstom stavu i dosljednosti kada su u pitanju nepravilnosti u hrvatskom nogometu i njegovim istaknutim institucijama i koja jednako tako inzistira na refrormi zakona, pravilnika i potpunoj transparetnosti u upravljanju nogometom kao javnim resursom. Druga perspektiva pak smatra da zadaća HNK Hajduk nije borba protiv nepravilnosti već sportski rezultati, poštivanje institucija hrvatskog nogometa i prihvaćanje rada u postojećim odnosima. Slijedom tih pretpostavki, a za svrhu ovog istraživačkog projekta, konstruiran je mjerni instrument koji ispituje (ne)sklonost ispitanika prema specifičnom modelima i oblicima upravljanja.[10] Instrument je dodatno pojačan komplementarnim tvrdnjama koje se sve češće vežu uz rad i funkcioniranje kluba, a često su vezane uz odnos prema veteranskoj igračkoj populaciji te odnos prema krovnom nogometnom savezu (HNS) i nacionalnoj reprezentaciji.

	Uopće se ne slažem	Donekle se ne slažem	Niti se slažem niti se ne slažem	Donekle se slažem	U potpunosti se slažem
HNK Hajduku, kao i svakom drugom nogometnom klubu, potreban je jedan vlasnik kako bi se uveo red i postigli željeni sportski rezultati.	65%	8,90%	8%	9,90%	8,10%
Treneri prve i druge momčadi, kao i voditelji Akademije, moraju biti deklarirani Hajdukovci.	55,70%	12,90%	13,50%	11%	6,80%
Jezgra uprave kluba (predsjednik uprave i sportski direktor) moraju biti lokalni ljudi (Split i okolica).	55,70%	14,20%	10,70%	12,40%	6,10%
Prioritet HNK Hajduka jest rezultat i osvajanje trofeja bez obzira na to kako bi se taj cilj trebao ostvariti.	53,20%	14,70%	10,60%	11,80%	9,70%
HNK Hajduk mora biti otvoren za gostoprimstvo Hrvatske nogometne reprezentacije bez obzira na sukobe i neslaganja s Hrvatskim nogometnim savezom.	44,40%	14%	12,40%	12%	17,20%
HNK Hajduk mora imati mjesto u upravnom i nadzornom dijelu svog rada za veterane kluba.	42,80%	13,70%	16,20%	16,30%	11%

Tablica 3 Skala stavova o načinu upravljanja HNK Hajduk

[10] Ovdje je nužno naglasiti kako se nisu postavljala plebiscitarna ili referendumska pitanja u stilu koji tip upravljanja ispitanici više preferiraju jer uzorak vrlo vjerojatno nije reprezentativan za širu populaciju navijača Hajduka

Tablica 3 prikazuje ostvarene prosječne vrijednosti za svaki od ponuđenih odgovora, s tim da je poredak napravljen tako da su na prvom mjestu tvrdnje s najvišim postotkom neslaganja, dok su na dnu vrijednosti s najmanjim stupnjem potpunog neslaganja. Prije nego se detaljnije analiziraju rezultati,valja zamijetiti da **na svim tvrdnjama dominira neslaganje**, što je i razumljivo jer su tvrdnje potvrdnog karaktera za stavove za koje se pretpostavlja da su vrijednosno suprotne dobrom dijelu članova i članica HNK Hajduk. Vrijedi pak izdvojiti kako su ispitanici **najmanje skoni ideji privatizacije**, odnosno „jednog gazde“, dok su **najmanje neskloni nadzornoj i upravljačkoj ulozi veterana kluba**. Unutar šire slike podataka iz skale kriju se pokazatelji potencijalnih razlikovanja na razini **tradicionalno/moderno tj. moderno/protumoderno** o kojoj se pisalo u uvodu izvještaja. Naime, nužnost bivanja „hajdukovcem“ ili nužnost lokalnog pedigrea ili podrijetla vezano je uz vrijednosne elemente koji inzistiraju na prioritetu zajednice ili rodovske linije kao kriterija upravljanja, dok je inzistiranje na stručnosti bez obzira na navijačke, prijateljske i prebivališne korijene potencijalni pokazatelj modernih tendencija i usmjerenja.

Također, s obzirom na dugogodišnju problematiku izostanka reprezentativnih utakmica na gradskom stadionu u Splitu, zanimljiva je distribucija odgovora na pitanje o nužnosti gostoprimstva Hrvatske nogometne reprezentacije, bez obzira na neslaganja i sukobe s upravljačkom strukturom Saveza. Krenemo li s pretpostavkom kako je ukupan zbroj onih koji se ne slažu da reprezentacija treba gostovati na Poljudu (pribrajanje vrijednosti „uopće se ne slažem i „donekle se ne slažem“), dobijemo **68,4% ispitanika u uzorku koji nisu skloni takvoj ideji i/ili politici**. No, valja istaknuti kako je na ovoj čestici 17,2% ispitanika koji se u potpunosti slažu s tom tvrdnjom, odnosno ukoliko primjenimo istu zbirnu logiku**, skoro 30% ispitanika u uzorku je sklono prihvatiti gostovanje Hrvatske nogometne reprezentacije na Poljudu**. Usprkos činjenici kako je riječ o manjinskom stavu u odnosu na ostatak ispitanika, valja ga razmotriti jer je jedina tvrdnja koja pokazuje nešto veći otklon u sklopu odnosa prema upravljanju i politici HNK Hajduk.

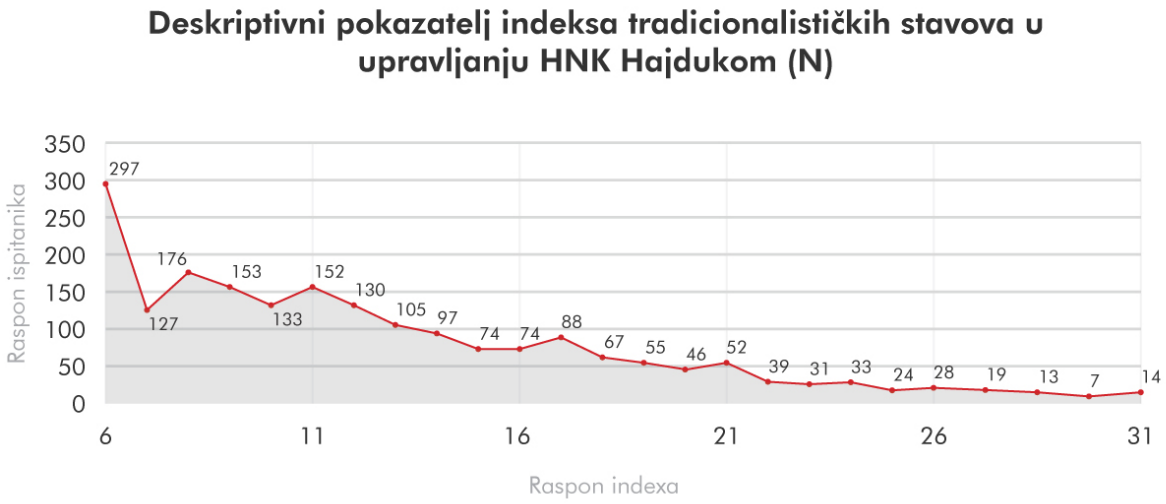
Iako se ove tvrdnje mogu promatrati izdvojeno, često se složenost specifičnih vrijednosnih orijentacija promatra kao skup ili zbir tvrdnji koje čine jednu cjelinu. Tako i u ovom slučaju, a koristeći se raspoloživim statističkim analizama[11], kreiran je **zbirni skup vrijednosti**, odnosno dobiven je indeks koji je, s obzirom na karakteristike čestica, nazvan **indeksom tradicionalističkih stavova o upravljanju HNK Hajduk.** Suštinski to znači da ako ste na sve navedene tvrdnje odgovorili s „Uopće se ne slažem“, a vrijednost te tvrdnje je bila 1, onda maksimalni zbroj koji možete imati na indeksu je 6. Ako ste pak na sve tvrdnje odgovorili s „U potpunosti se slažem“, a vrijednost te tvrdnje je 5, onda je maksimalni zbroj na indeksu 30. Pogled na tablicu 4 pokazuje kako izgleda raspored odgovora na 2034 ispitanika i ispitanice.

[11] Faktorska analiza tvrdnji, kao i analiza pouzdanosti korištenih tvrdnji u obliku skale mjernog instrumenta pokazali su kako je riječ o konzistentnom mjerilu.

Tablica 4 Indeks skale tradicionalističkog upravljanja HNK Hajdukom

Indeks	N	%	kumulativni %
6	297	14,6	14,6
7	127	6,2	20,8
8	176	8,7	29,5
9	153	7,5	37
10	133	6,5	43,6
11	152	7,5	51
12	130	6,4	57,4
13	105	5,2	62,6
14	97	4,8	67,4
15	74	3,6	71
16	74	3,6	74,6
17	88	4,3	79
18	67	3,3	82,3
19	55	2,7	85
20	46	2,3	87,2
21	52	2,6	89,8
22	39	1,9	91,7
23	31	1,5	93,2
24	33	1,6	94,8
25	24	1,2	96
26	28	1,4	97,4
27	19	0,9	98,3
28	13	0,6	99
29	7	0,3	99,3
30	14	0,7	100
Ukupno	**2034**	**100%**	

Min = 6, maks= 30; M= 12,77, SD= 5,88

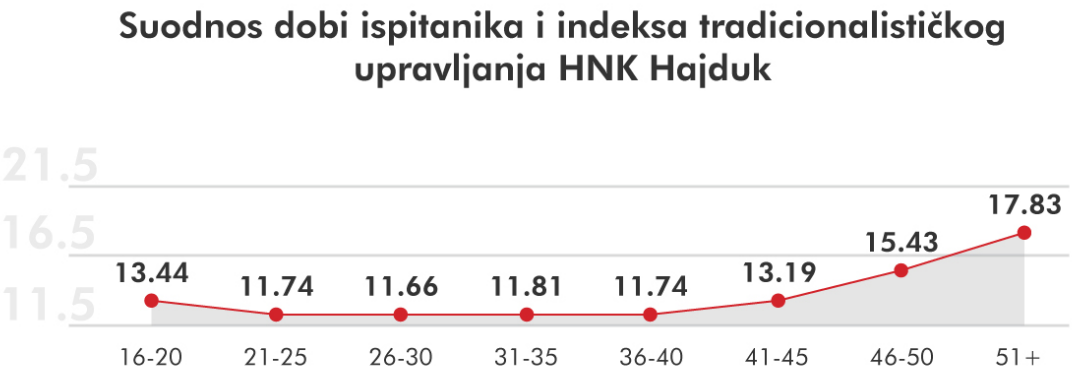


Ako uzmemo u obzir da su vrijednosti 1 i 2 iskaz neslaganja s navedenim tvrdnjama, jasno je zašto je **prosječna vrijednost indeksa 12,77.** Drugim riječima, više od polovice ispitanika se skoro u potpunosti ne slaže sa svim navedenim tvrdnjama u instrumentu, a uzmemo li u obzir čak i konzervativnu procjenu da iza vrijednosti indeksa od 16 ili 17 kreću ispitanici koji su otvoreniji prema takvim idejama i stavovima, dolazimo do brojke od **75% ispitanika koji se u prosjeku ne slažu s navedenim tvrdnjama**. Također, broj ispitanika koji pokazuje sve veću sklonost prema takvoj filozofiji vođenja kluba i upravljanja opada kako raste vrijednost indeksa te u konačnici onda imamo **svega 14 ispitanika (0,7%) i ispitanica koji se u potpunosti slažu sa svim navedenim tvrdnjama**, dok ih je u rasponu indeksa od 19 do 30 otprilike 15% ukupnog uzorka (n= 361). Naravno, ovdje je potrebno naglasiti kako bi **vrijednosti vjerojatno bile drugačije da su više zastupljene druge skupine navijača, pogotovo po dobnoj razdjelnici**. Naime, kada se pogleda odnos indeksa s kategorijom dobi i obrazovanja (tablica 4), vidljivo je kako su primjetne razlike koje bi možda bile izraženije da je uzorak reprezentativniji za cjelokupnu navijačku populaciju HNK Hajduk.

Tablica 4 Suodnos dobi i obrazovanja ispitanika sa skalom stavova tradicionalističkog upravljanja HNK Hajdukom

DOB	**N**	**M**	**SD**	**min**	**maks**
16-20	106	13,44	6,56	6	30
21-25	262	11,74	5,04	6	30
26-30	366	11,66	5,3	6	30
31-35	370	11,81	5,46	6	30
36-40	327	11,74	5,24	6	28
41-45	230	13,19	5,6	6	30
46-50	170	15,43	6,54	6	30
51 +	142	**17,83****	6,44	6	30
OBRAZOVANJE	**N**	**M**	**SD**	**min**	**maks**
Trogodišnja strukovna škola	142	**14,07****	6,51	6	30
Četverogodišnja škola	696	13,01	6,06	6	30
Viša škola	292	13,37	6,07	6	30
Fakultet	683	11,99	5,32	6	29
Magisterij, doktorat	200	12,59	6	6	30
RADNI STATUS	**N**	**M**	**SD**	**min**	**maks**
Stalno zaposlen na neodređeno	1143	12,92	5,89	6	30
Stalno zaposlen na određeno ili pola radnog vremena	297	12,33	6,09	6	30
Samozaposlen	213	12,4	5,54	6	30
Nezaposlen ili ne radi (umirovljenik	111	**14,98****	6,91	6	30
Učenik ili student	229	12	5,2	6	30

** razlike su statistički značajne, p<0,01



Grafički prikaz 4

Podaci koji ukazuju na **dobne razlike** vidljivi su i kroz percepciju aktera fokus grupa:

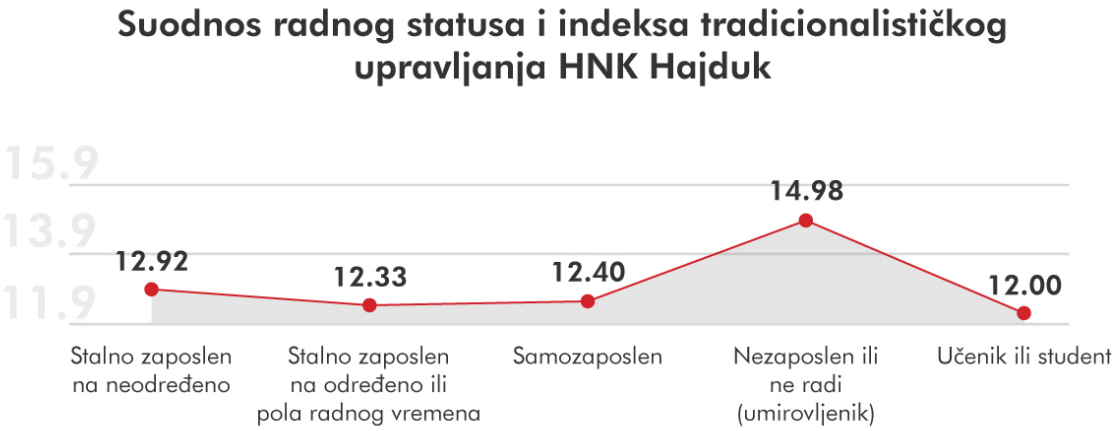
„...kad san priča s čovikon vezano za donacije, za otkup kluba, njega san uključija, al san ga pita za familiju, ima li još koga uključit, pa mi je reka da mu ***stariji otac koji već ima 70 godina ne želi, da je previše sumnjičav****..."* (sugovornik FG3)

*„...**ako imamo nekoga ko ima 50-60 godina i mi njemu idemo nešto prezentirat, on će reć "Šta će meni neka udruga govorit, kad san ja gleda Žungula, Šurjaka**...", taj neki đir...a ako nekom mlađem 5-6 godina ponavljaš da se triba učlanit, vjerojatno bi i steka neku naviku učlanjivanja ili doniranja, ili čime se već udruga bavi...da se uključi sam u sljedeći projekt...tako da bi ja više na mlađe se okrenija..."* (sugovornik FG_B4)

*„...**ja znan po svome starome isto, ne mo'š ti to, neke stvari ne mo'š izbit iz glave...a nije neka zadrta glupina, a opet mi dođe s Mamićen, da je on odličan**...ne mogu ja nakon toga više s njim pričat, jednostavno bog...a njega gledan kao nekoga ko "razumi", da nije skroz izgoren...kakvi su onda ovi ostali...nema tu pomoći, nažalost...ok, ako će neki stariji prepoznat to i priključit se, uvik su mu vrata otvorena, dobrodoša, ali se bazirat na mlađe..."* (sugovornik FG_B2)

„...ovaj model je uspio okupiti ideliste koji vjeruju u to, imam i osobni primjer, ***kad sam kući svojima objašnjava šta je to, odgovor je bio "Vi ste naivni, to ne postoji, skužit ćeš za dvi godine šta je to"...kod starijih se taj mindset ne može promijenit****, i po meni je to snaga ove priče i uspjeha da taj čvor razriješimo na Hajduku..."* (sugovornik FG1)

Grafički prikaz 5



Grafički prikaz 6

Ispitanici koji spadaju u kategoriju **dobi 51+** pokazuju znatno veću sklonost tvrdnjama vezano za konzervativno upravljanje i politiku kluba, te **nezaposleni i umirovljenici**, ali i oni koji imaju **najniži stupanj završenog obrazovanja** (trogodišnja strukovna škola). Drugim riječima, ako bi se vratili ponovno na tvrdnju o navijačkom modelu upravljanja i pretpostavci kako takvu ideju podržavaju isključivo „neobrazovani i neradnički huligani“, iz ovoga se jasno vidi kako ta teza ne drži vodu prema podacima prikupljenim u sklopu istraživanja.

Također, zanimljivo je vidjeti i kako se ove potencijalne razlike manifestiraju u obliku izjava sugovornika na fokus grupama:

*„...mislin da je **socios model zapravo jedino što se može primijenit na Hajduku**, ništa drugo, niti jedan model...Hajduk je praktički od osnivanja bija **narodni klub, naš, sviju nas, ne vidin uopće tu nekog jednog gazdu ili neke političare, političari su zapravo napravili da klub skoro bankrotira, toliko o njihovoj ljubavi i vođenju kluba**...manjkavost tog modela je - isto ka na nekoj državnoj razini - šta svi imaju pravo glasa, pa tako u državi svi glasaju za HDZ (smijeh), tako je moguće da kad su izbori*

dođu neki upitni kandidati koji nisu baš za Hajduk, a ljudi će glasat za njih...po meni ima više dobrih stvari, nego loših..." (sugovornik FG_B2)

„...Ja san tu dosta rigorozan, ***mislin da je privatni vlasnik u kontekstu Hajduka opcija koja se nikad ne smi dogodit, to bi mene, a mislin i velik broj ljudi strašno pogodilo****, na način da bi se totalno odreka Hajduka, mislin da bi to bila izdaja i osnivača kluba i svih generacija koje su sudjelovale u radu kluba u njegovim ranijim fazama i njegovim najznačajnim sportskim i vansportskim uspjesima...****mislin da je Hajduk dio familije, i ne mogu zamislit da neko proda mater, sestru, brata, ćaću...mislin da je Hajduk identitet svih nas** *Splićana, Dalmatinaca, glavni simbol grada, regije, reka bi i šire, i ne mogu stvarno zamislit da je on u vlasništvu jedne osobe ili grupacije..."* (sugovornik FG4)

„...al ovo ***pitanje identiteta i povezanosti sa svojon zajednicom je meni glavni razlog zbog kojeg ne bi želio da je Hajduk u privatnom vlasništvu****, šta ne znači da me ne bi veselili jaki sponzori, da to sponzorstvo bude način na koji će poduzetnici sudjelovat u životu kluba...mislin da postoji dovoljan broj razloga da se sponzori aktivnije uključe u rad kluba, jer postoji određena masa ljudi koja predstavlja potrošače...neko ko je tu sponzor gradi neki svoj imidž, barem u ovom našem dijelu države."* (sugovornik FG2)

„...imamo primjere u ***Njemačkoj di klubovi ne mogu bit u privatnom vlasništvu, al zato uđe sponzor, privatnik, koje je na takvoj razini svijesti i nekog demokratskog društva****, koji je spreman dat svojih 20 milijuna eura, ne znan, primjer Borrusije Dortmund, ali članovi i dalje imaju svoja prava, ja kao sponzor ne očekujem da zato što sam dao 20 milijuna eura sad vedrim i oblačim u tom klubu...ja imam svoju ložu, pogledat ću utakmicu, to je moje pravo jer sam uz taj klub od početka, to je moja želja i eventualno poslovni interes, al on nema tu potrebu kao kod nas, da ako da novce ide odma jednakost da on mora utjecat i sve se mora njega pitat..."* (sugovornik FG1)

„Po meni je stvar koju je ***kod socios modela najteže ostvariti kreiranje nekih velikih, kapitalnih investicija, ajmo reć da je privatniku lakše imati ogromnu količinu novca u jednom trenutku, da napravi neku kapitalnu investiciju, kamp, stadion ili nešto slično****...zapravo, socios model mora pronaći način i modalitet kako će - jer u nekom trenutku će klub morati ići na razinu više, ne mora nužno bit Hajduk - ostvariti takav tip investicija...to je jedan izazov koji čeka i Hajduk i većinu takvih klubova i di se mogu dogodit potencijalni problemi, al ne mislin da je to neka prepreka i da je neostvarivo..."* (sugovornik FG3)

*„...****taj model jednog gazde meni osobno ne paše jer se navijač jednostavno ne može identificirat sa svojin klubon****...sad kad mi imamo taj kontrolni paket dionica, ja svaki put kad dođen na utakmicu osjećan da je to moj klub, da je tu moj dom i da si dio toga...a ti kad imaš svoga gazdu, ti tu nemaš utjecaja, on može postavit svoje ljude, bilo kakve, prominit grb, dres, ti jednostavno nemaš tu utjecaja, ti si navijač i to je to..." (sugovornik FG_B4)*

*„...****Nama je problem cili sustav, nama nisu problem pojedinci, Mamić je zamjenjiv, doć će novi...o tome se radi, nama najniže razine ovise o nečemu****, najniži klub u Hrvatskoj ovisi o donacijama političke stranke koja je na vlasti u toj općini...to je nama problem, a kasnije se to onda diže na veće razine...i mislim da je tu problem, moramo prominit taj sklop u društvu, a to Hajduk ka Hajduk sam ne može, al može bit pokazatelj kako i šta...mislim da je tu stvar, ako Hajduk uspije dovoljno dugo izdržat, onda mislim da se može vidit promjena tek..."* (sugovornik FG_B1)

Iz izjava je vidljivo kako **privatni kapital nije problem kao oblik sponzora ili investitora, no važnost povezanosti kluba s identitetom lokalne zajednice (ali ne prema „susjedskim", parohijalnim i plemenskim kriterijima) ima prioritet naspram potrebe za zaradom i protifom**. Riječ je o refleksivnoj veziji razumijevanja nogometa i sporta koja odnose društva i nogomet razmatra u složeno

međuodnosu kapitala i zajednice i koji je kritičan i skeptičan prema suvremenoj nogometnoj industriji. Drugi element koji se može izvući kao razlog zašto postoji nesklonosti privatizaciji i dokapitalizaciji nalazi se u percepciji iskustva privatizacije u hrvatskom društvu, ali i percepcije kvalitete i manjka poštenih odnosa u prvoligaškom natjecanju:

*„ **kad bi gleda u hrvatskom društvu, to je vjerojatno trauma od privatizacije '90-ih**, jer uglavnom je situacija ako je **jedan gazda da je to neki bahati redikul koji je doša ko zna na koji način do te love, i da to vodi ko svoju prčiju, ide po njegovom ili nikako**, a obično je potkapacitiran, ili intelektualno ili kako već, tako da se okruži sa svojin redikulima i onda to neće vodit na profesionalan i kvalitetan način, nego imaš dojam da je klijentelistički povezan s nekom političkom opcijom ili čim već, i da će tu orgijat dok ima resurse, a da će nakon toga ić sve kvragu....“* (sugovornik FG2)

Iako bi se mogli još izvući zanimljivih suodnosa ovih vrijednosti s nekim temeljnim karakteristikama ispitanika i ispitanica u uzorku, smatram zanimljivijim usporedbu s drugim tvrdnjama i pitanjima iz upitnika. Drugim riječima, valjalo bi usporediti ovaj vrijednosni skup s pitanjima i tvrdnjama koja se u sociologiji i politologiji koriste kako bi se ispitali stavovi i ponašanja vezana za **demokratske vrijednosti i procedure**, te za **političku orijentaciju**, **građanski aktivizam** i **volonterstvo** kao neizbježnih čimbenika razvoja kako civilnog, tako i (modernog) društva u cjelini. Cilj te usporedbe suštinski je vezan i uz sam cilj projektnog segmenta jer nastoji vidjeti postoje li razlike između onih ispitanika i ispitanica koji su više skloni **„narodno-demokratskom“** modelu upravljanja i politike, i ispitanika i ispitanica koji HNK Hajduk vide kao klub kojem treba **„čvrsta ruka“, „jedan gazda“ s lokalpatriotskim** navijačkim sentimentom. Razlog usporedbe stoji, međuostalim, i zbog javne predodžbe i pretpostavke kako je „narodno-demokratski“ model, kao i sami navijači koji ga podupiru više naklonjen vrijednosnim stavovima koje nisu kompatibilne s onim što moderni nogometni klub treba, te da kao takvi u prosjeku predstavljaju kulturne obrasce neuskladive s demokratskim društvom ili principima rada sportskih kolektiva. Ukoliko je zazivanje privatizacije, upravljačke i nadzorne funkcije veterana te nužnost posjedovanja „lokalnog“ i „navijačkog“ pedigrea uistinu relevantan kriterij upravljanja klubom, onda bi se i kao takav trebao pokazati u pozitivnoj vezi s instrumentima koji mjere **društvenu i građansku odgovornost** te razumijevanje za demokratske procedure i obrasce ponašanja.

AUTORITARNOST, POPULIZAM I DRUŠTVENI ANGAŽMAN – ŠTO SAD NAVIJAČI IMAJU S TIM?

Nerijetko se različiti oblici ekstremističkih ponašanja na stadionima i navijačkim tribinama prepisuju strukturnim karakteristikama cjelokupnog navijačkog pokreta ili subkulture. Daleko od toga da ekstremnih pojavnosti nema, i da nerijetko te pojavnosti znaju obuhvatiti ritualne prakse navijanja u kojima ponekad zna sudjelovati cijeli stadion[12], riječ je o fenomenima koji nisu specifični ni svojstveni samo unutar jednog kluba i njegovih navijačkih karakteristika, već je riječ o fenomenima i procesima koji imaju svoja ukazanja na stadionima diljem Europe i svijeta. Iako je već popriličan broj različitih analiza i studija napravljeno koje su nastojale prodrijeti u sam korijen takvih praksi, uključujući i analize unutar konteksta hrvatskog društva (Vrcan 2003; Perasović i Bartoluci, 2007; Lalić 2011; Perasović i Mustapić, 2013), ali i koje su nastojale uvidjeti koliko su takvi stavovi rašireni unutar šire slike navijačke kulture, u javnosti još uvijek postoji tendencija stvaranja pretpostavke kako je slojevitost i raznolikost navijačke scene suštinski ideološki i vrijednosno jednoobrazna[13]. Promatrajući rasprave u zadnjih nekoliko godina od uspostave „navijačko-narodnog" modela nadzora nad klubom, primjetno je nastojanje da demokratski model biranja nadzornika te transparentnost i modernizacija kluba okarakteriziraju „nasiljem mase", ili „sektaškim" krajnostima dijela navijačke scene. Ne ulazeći u analize tog odnosa i geneze generiranja takvih fraza, unutar projektnog istraživanja navedeni prijepori su se uzeli kao potencijalna teza koju bi trebalo (pr)ovjeriti, odnosno unutar anketnog upitnika korišteno je cijeli niz relativno standardnih mjera u društvenim znanostima koja se koriste kako bi se ispitala tendencija istraživanje populacije prema nedemokratskim i autoritarnim vrijednosnim stavovima i obrascima ponašanja. Jedna od najstarijih mjera takvog tipa je i **F-skala** razvijena u drugoj polovici dvadesetog stoljeća s ciljem praćenja autoriratnih tendencija u razvijenim i demokratskim društvima. Skala, naravno, nije savršena i doživjela je cijeli niz kritika i preinaka, te je za potrebe ovog istraživačkog projekta iskorištena u skraćenom obliku, odnosno u obliku koji najviše pažnje posvećuje **upravo potencijalnim sklonostima ispitanika za prihvaćanjem autoritarnih obrazaca vladavine koji uključuju koncentraciju moći na pojedinca te podjelu društva na slabe i jake**. Slijedi tablica svih korištenih tvrdnji u anketnom upitniku, s tim da su naglašene one tvrdnje koje najviše naglašavaju važnost autoriteta, discipline ili vođe i koje su u konačnici tvorile zaseban indeks autoritarnosti. (tablica 5)

[12] Valja ovdje istaknuti da kada se ekstremizam manifestira na način da cijeli stadion sudjeluje, ne samo tribine koje se pripisuju navijačkoj supkulturi, kako u javnosti u prosjeku izostane oštra osuda. Ako je pak ekstremizam zamijećen na tribinama gdje su smješteni vjerniji navijači, onda javna osuda često ima dublji i duži intenzitet.

[13] Također, u kontekstu specifičnosti odnosa vezanih za navijače HNK Hajduk, kao i različitih tijela i organizacija koje predstavljaju navijače i navijačke pokrete, nerijetko se stavlja znak jednakosti između aktera koji se s obzirom na svoju društvenu funkciju i ciljeve djelovanja ne mogu smjestiti unutar jednog te istog društvenog okvira. Naime, u javnosti se udruga NH poistovjećuje s klubom navijača Torcida, iako je riječ o potpuno drugačije ustrojenim organizacijama s drugačijim ciljem i metodama djelovanja i rada.

Tablica 5 Deskriptivni podaci skale autoritarnosti

	N	M	SD	min	Maks
Poslušnost i poštivanje autoriteta najvažnije su vrijednosti koje djeca trebaju naučiti.	2034	3,06	1,23	1	5
Da ljudi manje govore, a više rade, svima bi bilo bolje.	2034	3,81	1,1	1	5
Svaka bi osoba trebala imati potpuno povjerenje u neki oblik nadnaravne moći čije odluke treba poštivati bez pogovora.	2034	1,8	1,07	1	5
Mladi ljudi ponekada imaju buntovne ideje, ali s vremenom bi ih trebali odbaciti i živjeti mirnim životom.	2034	2,47	1,14	1	5
Ovoj zemlji više od političkih zakona i programa treba nekolicina neustrašivih, neumornih i predanih vođa na koje se narod može osloniti.	2034	3,14	1,42	1	5
Nitko nikada nije naučio važne životne lekcije osim ako se u životu nije napatio.	2034	3,08	1,26	1	5
Ono što mladima danas treba jest stroga disciplina, sirova odlučnost te volja da rade i da se bore za obitelj i domovinu.	2034	2,76	1,33	1	5
Uvreda časti uvijek bi se trebala kažnjavati.	2034	2,76	1,24	1	5
Većina naših društvenih problema mogla bi se riješiti ako bi se na neki način lišili nemoralnih, pokvarenih i slaboumnih ljudi.	2034	3,73	1,27	1	5
Neki su ljudi rođeni da budu na visokim društvenim položajima.	2034	2,05	1,27	1	5
Ljudi se u načelu mogu podijeliti u dvije temeljne grupe: slabi i jaki ljudi.	2034	2,34	1,24	1	5
Hrvatskoj bi dobro došli vođe i autoriteti iz ratnog razdoblja kako bi danas lakše uspostavili red i spriječili kaos.	2034	1,85	1,17	1	5

1= uopće se ne slažem, 5= u potpunosti se slažem

Vrijednosti koje se kreću **između 1-2,5 se mogu smatrati vrijednostima koje ne prihvaćaju autoritarne stavove i svjetonazore**, dok se sve **iznad prosječne vrijednosti 3 može okarakterizirati kao sklonost prihvaćanju vrijednosnih obrazaca autoritarnog mentaliteta**. Po tom pitanju je zanimljivo uočiti, gledajući rezultate cijelog uzorka, kako **ispitanici u prosjeku odbacuju nužnost povratka na vođe i autoritete iz ratnog razdoblja, ne smatraju da treba u životu vjerovati i slijepo slijediti nadnaravni autoritet, ali odbacuju i „darvinističke" stavove kako u društvu postoje samo slabi i jaki ljudi**, odnosno da je nekim ljudima „prirodno urođeno" da budu na visokim društvenim položajima. Negdje u granici između autoritarnih i antiautoritarinih vrijednosti nalazi se tvrdnja o „buntovnim mladima", dok **najviši stupanj autoritarnih stavova ispitanici pokazuju kada se govori o potrebi novih neustrašivih vođa**[14] i **nužnosti da se djeca uče poslušnosti i autoritetu**. Pogled na grafički prikaz distribucije odgovora (grafički prikaz 7) „u potpunosti se ne slažem" i „u potpunosti se

[14] Visoke vrijednosti na ovom polju nužno treba tumačiti u okviru navijačke kulture i pokreta, pogotovo u specifičnim okolnostima KN Torcide jer u kolektivnom sjećanju posebno živi uspomena na dva istaknuta borca, kako za samu ideju Našeg Hajduka, tako i u borbi protiv nepravilnosti i bezakonja u hrvatskom nogometu. Riječ je dakako o **Pavi Grubišiću-Čabi i Žanu Ojdaniću.**

slažem“ kao dvije oprečne vrijednosti, pokazuje kako se jednako (ne) slažu ispitanici kada su u pitanju poslušnost djece i predane vođe, no zato većinski odbacuju nadnaravne autoritete i autoritete iz ratnog razdoblja.

Grafički prikaz 5

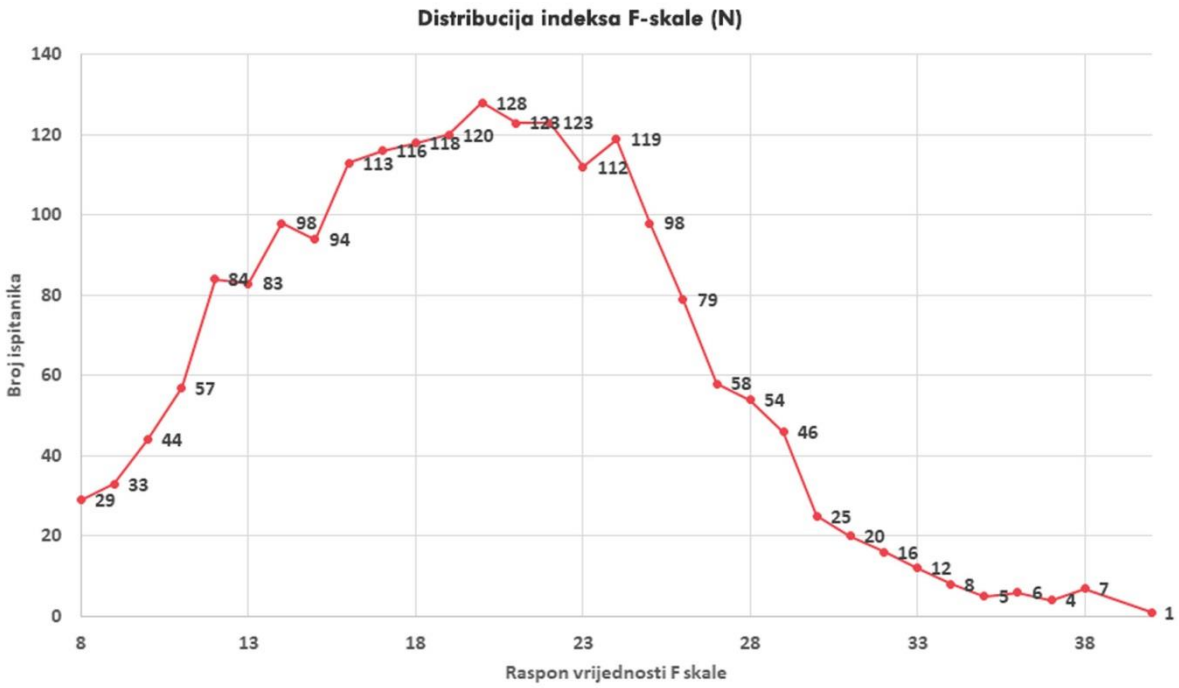
Kao što je već prije naglašeno pri analizi stavova o upravljanju i vlasničkom modelu nad HNK Hajduk, skup istaknutih tvrdnji nije dovoljno samo promatrati odvojeno, već je nužno analize raditi i kroz zbroj ostvarenih vrijednosti, a iz kojeg je onda kreiran i **indeks autoritarnosti**[15] kako bi se mogao uspoređivati s drugim pitanjima u istraživanju. S obzirom da je bilo ukupno osam tvrdnji u indeksu, a najniža vrijednost svake pojedine tvrdnje jest 1, najniža vrijednost indeksa je bila 8, dok je najveća moguća bila 40[16].

[15] Indeks se sastojao od 8 tvrdnji koje su masno otisnute u tablici 6.
[16] Raspon vrijednosti na skali su bili: 1= u potpunosti se ne slažem, 2= donekle se ne slažem, 3 = niti se slažem, niti se ne slažem, 4= donekle se slažem, 5 = u potpunosti se slažem.

Tablica 6 Deskriptivni podaci Indeksa skale autoritarnosti

F-skala	N	%	kumulativni %
8	29	1,4	1,4
9	33	1,6	3
10	44	2,2	5,2
11	57	2,8	8
12	84	4,1	12,1
13	83	4,1	16,2
14	98	4,8	21,1
15	94	4,6	25,7
16	113	5,6	31,2
17	116	5,7	36,9
18	118	5,8	42,7
19	120	5,9	48,6
20	128	6,3	54,9
21	123	6,1	61
22	123	6,1	67
23	112	5,5	72,6
24	119	5,9	78,4
25	98	4,8	83,2
26	79	3,9	87,1
27	58	2,9	90
28	54	2,7	92,6
29	46	2,3	94,9
30	25	1,2	96,1
31	20	1	97,1
32	16	0,8	97,9
33	12	0,6	98,5
34	8	0,4	98,9
35	5	0,2	99,1
36	6	0,3	99,4
37	4	0,2	99,6
38	7	0,3	100
40	1	0	100
Total	**2033**	**100**	

min = 8, max = 40, M= 19,79, SD= 5,95



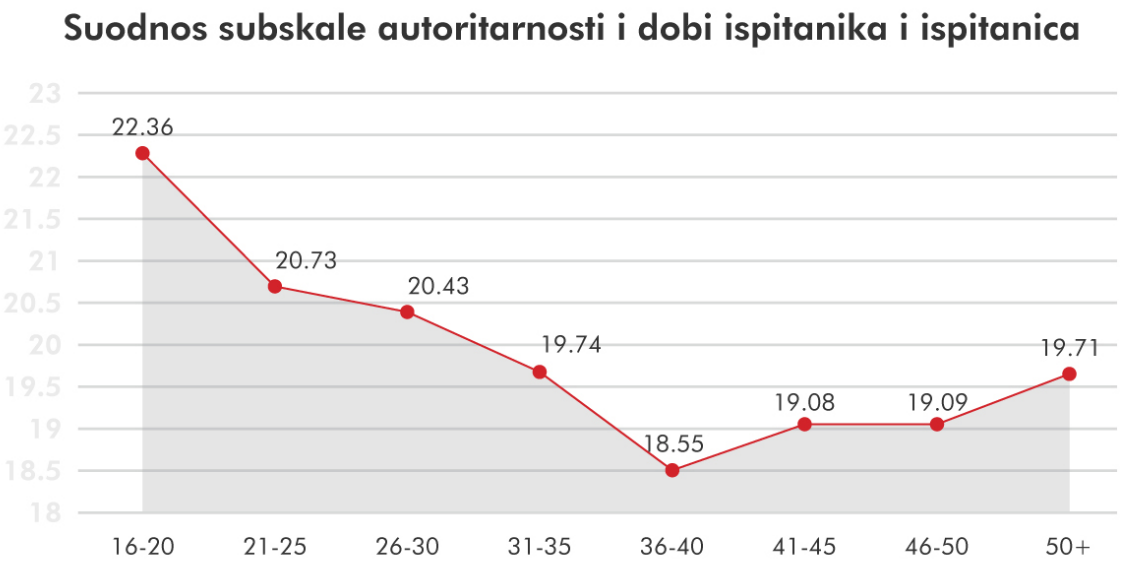
Grafički prikaz 8

Uzmemo li vrijednosti indeksa između 8 i 19 kao pokazatelje neautoritarnih ili neizraženih autoritarnih vrijednosnih stavova i orijentacija, iz tablice 6 možemo vidjeti kako **48,6% ispitanika i ispitanica pokazuje ispodprosječne vrijednosti indeksa**, dok ih oko 34% ima blago izražene autoritarne stavove (vrijednosti između 20 – 24), a svega **12,9% izražene autoritarne sklonosti i tendencije** (vrijednosti između 26-40). Zaoštrimo li analizu na način da usporedimo dvije ekstremne vrijednosti (potpuno autoritarne od 35 do 40 i antiautoritarne od 8 do 12), vidljivo je kako su u uzorku značajno više zastupljene antiautoritarne od autoritarnih tendencija. Dakle, već unutar samog prosjeka uzorka, bez uvida u daljnje distinkcije, vidljivo je kako tendencija u javnosti **prikazivanja cjelokupne navijačke inicijative kao „fašističkog" „nedemokratskog", „sektaškog" i autoritarnog sklopa jednostavno ne drži vodu**. No, cijeli problem postaje tim zanimljiviji kada ga se usporedi s nekim drugim obilježjima ispitanika i ispitanica u uzorku (tablica 7 i grafički prikaz 9 i 10).

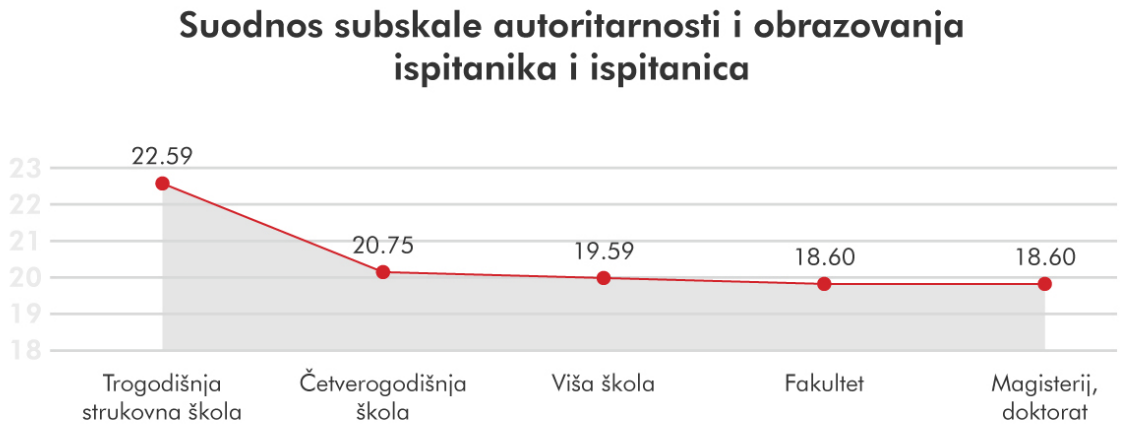
Tablica 7 Suodnos dobi, obrazovanja i radnog statusa ispitanika sa skalom autoritarnosti

DOB	N	M	SD	min	maks
16-20	106	**22,36****	5,36	11	40
21-25	262	20,73	5,46	8	37
26-30	366	20,43	5,73	8	38
31-35	370	19,74	5,97	8	38
36-40	327	18,55	5,84	8	35
41-45	229	19,08	6,34	8	38
46-50	170	19,09	5,87	8	38
51 +	142	19,71	6,22	8	37
OBRAZOVANJE					
Trogodišnja strukovna škola	142	**22,59**	6,68	8	40
Četverogodišnja škola	696	20,75	5,8	8	38
Viša škola	292	19,59	6,13	8	37
Fakultet	683	18,6	5,62	8	38
Magisterij, doktorat	199	18,6	5,42	8	32

RADNI STATUS					
Stalno zaposlen na neodređeno	1142	19,54	6	8	38
Stalno zaposlen na određeno ili pola radnog vremena	297	19,95	5,81	8	37
Samozaposlen	213	19,42	6,32	8	38
Nezaposlen ili ne radi (umirovljenik	111	20,95	6,26	8	40
Učenik ili student	229	20,62	5,14	8	38



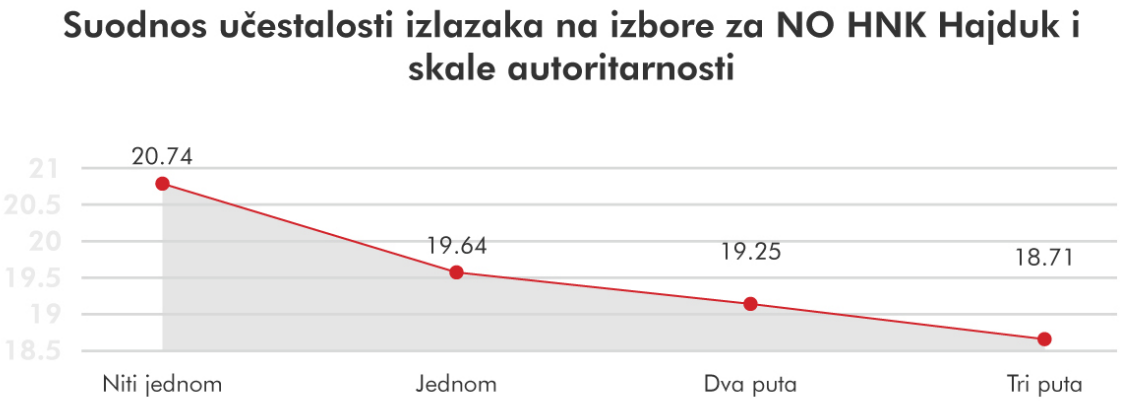
Grafički prikaz 9



Grafički prikaz 10

Iz prikazanih tabličnih i grafičkih vrijednosti (tablica 7 i grafički prikazi 9 i 10), vidljivo je kako su **mlađa dob i niže obrazovanje** ispitanika kriteriji koji su statistički značajno povezani s višim stupnjem slaganja prema autoritarnim stavovima i vrijednosnim obrascima, dok je kod radnog statusa taj odnos relativno postojan u svim korištenim kategorijama, odnosno nema primjetnih razlika s obzirom na to jesu li ispitanici zaposleni ili ne. No, vrijednosti koje su dobivene unutar kategorije **dobi** sukladne su postojećim istraživanjima i literaturi na temu vrijednosnih orijentacija mladih (Ilišin 2007; 2011; Ilišin i sur. 2019; Derado, Dergić i Međugorac, 2016), odnosno riječ je o **potencijalno problematičnom pokazatelju kao problemu šire društvene slike**, i slike koja nije samo niti specifično vezana za navijačku scenu, niti isključivo za kontekst hrvatskog društva, što naravno ne umanjuje ozbiljnost problema i nužnost da se s njim ozbiljno pozabave javne politike i institucije.[17]

Priča oko ovog instrumenta pak postaje zanimljiva ne unutar općih socijalnih karakteristika ispitanika i ispitanica u uzorku, već kada se ove vrijednosti povežu s nekim od pitanja i tvrdnji vezano za rad udruge Naš Hajduk, ali i **participacijskim praksama** vezanim za demokratske izbore za NO HNK Hajduk, kao i **društveni angažman** van okvira navijačke scene. Primjerice, ukoliko uzmemo **učestalost sudjelovanja na izborima za nadzorni odbor HNK Hajduk** kao kriterij privrženosti modelu upravljanja prema socios demokratskim kritrijima, onda iz grafičkog prikaza 10 možemo vidjeti kako postoji **povezanost između učestalijeg izlaska na izbore i nižih vrijednosti na skali autoritarnosti** za ispitanike i ispitanice, dok je najviša vrijednost autoritarnosti kod onih koji imaju manje povjerenja u demokratske procedure za Nadzorni odbor HNK Hajduk. Drugim riječima, **upravo oni koji kontinuirano sudjeluju u demokratskim izborima pokazuju najmanju sklonosti autoritarnim stavovima i vrijednostima**. Važnost ovog nalaza valja promotriti s obzirom na iznesene zaključke u javnom prostoru kako je riječ o „nedemokratskim“ i „sektaškim“ obrascima ponašanja u kojem se do željenog cilja dolazi nasilnim metodama i neinstitucionalnim oblicima javnog zagovaranja i pritisaka.

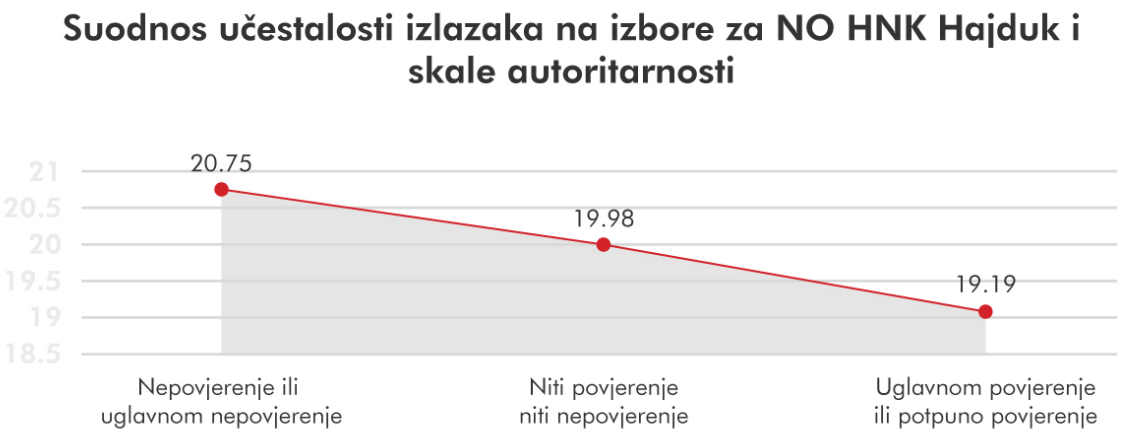


Grafički prikaz 1

Ovim podatkom se nije do kraja iscrpilo sve zanimljivosti vezano za skalu autoritarnosti pa je tako zanimljivo primjetiti kako oni ispitanici koji su izrazili **visoko nepovjerenje prema radu udruge**

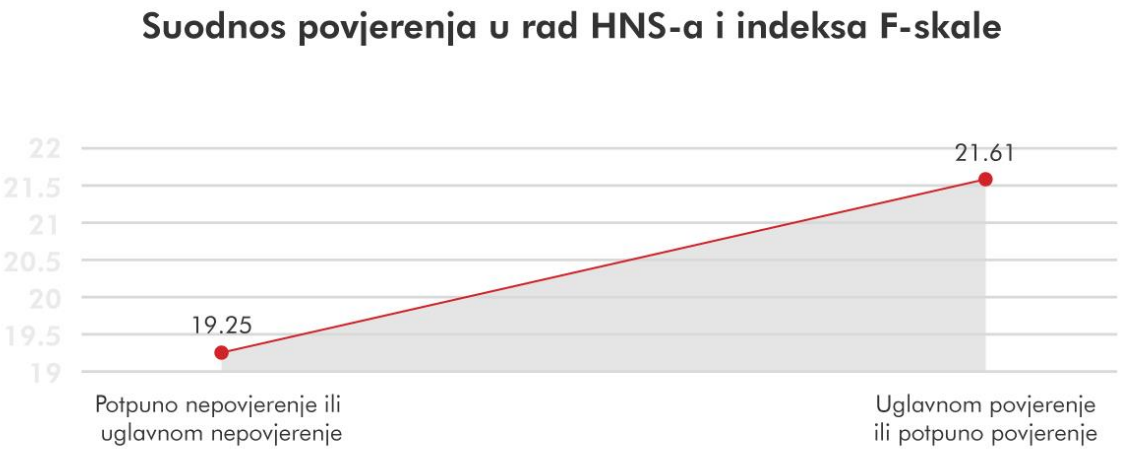
[17] Iako ako se gleda prema prosječnim vrijednostima cijelog uzorka, nije riječ o rigidnim autoritarnim stavovima pa onda isto tako treba biti oprezan u tumačenju kako bi se izbjeglo generiranje moralne panike što u konačnici može značiti i manju mogućnost uspjeha intervencijskih programa i politika ukoliko se stvori osjećaj etiketiranja kod cijele jedne dobne skupine.

NH ujedno i u prosjeku ostvaruju više vrijednosti na F-skali, u odnosu na one ispitanike i ispitanice koji su izrazili visoko povjerenje. (grafički prikaz 12)



Grafički prikaz 12

Zanimljivost tim veća jer suprotan odnos vrijedi kada se pogleda povjerenje prema krovnoj nogometnoj organizaciji (HNS) gdje **veće povjerenje u rad HNS-a ujedno znači u prosjeku veći indeks autoritarnih vrijednosti** i stavova u odnosu na one ispitanika koji su iskazali nepovjerenje u rad navedenog sportskog tijela. (grafički prikaz 13)



Grafički prikaz 13

Zašto je ovaj podatak zanimljiv? Dobrim dijelom jer ukazuje na **sraz dva dijametralno suprotna kulturološka obrazca i modela upravljanja u sportu**. Jedan se zasniva na demokratskoj proceduri, transparetnosti, uključivanju zainteresiranih dionika te inzistiranju na ideju sportskih kolektiva kao resursa zajednice i javnog resursa, dok je drugi opterećen manjkom jasnih demokratskih pravila i procedure, dobro dokumentiranim nepravilnostima kako unutar same izborne procedure i

oblikovanja zastupničkih tijela, tako i unutar upravljanja nogometnim natjecanjem i slobodnim tumačenjima i pisanjima pravila i procedura. Dodatna zanimljivost je, ono što se već kao lajtmotiv provlači kroz ovaj izvještaj, sama činjenica da se upravo udruga i navijački model nastoje prikazati problematičnim, nedemokratskim i neučinkovitim, a iz podataka prikupljenih u ovom istraživanju vidljivo je kako mjerni instrumenti vezani za autoritarne tendencije pokazuju dijametralno suprotne karakteristike, dok se za one ispitanike koji su poklonili povjerenje krovnoj nogometnoj ustavnovi izraženije vide vrijednosti prema oblicima vladavine i upravljanja za koje se teško može reći da su demokratski, moderni i transparentni.

No, uzimajući u obzir složenost cijele problematike, u istraživanju je korišteno još instrumenata i mjera koje su vezane za razlikovanje demokratskih, transpraretnih potencijala u odnosu na one koji su potencijalno disfunkcionalni za razvoj civilnog društva i građanske kulture poput **sklonosti populističkim političkim rješenjima** i samovolji političkih vođa. U tablici 8 nalaze se rezultati za tvrdnje i stavove povezane s populističkim vrijednosnim obrascima i svjetonazorima.

Tablica 8 Distribucija odgovora na tvrdnje iz skale populizma

	Ne slažem se	Niti se slažem niti se ne slažem	Slažem se
Ono što je ovoj zemlji potrebnije od zakona i političkih programa jest nekoliko hrabrih i odlučnih ljudi u koje narod može imati povjerenja.	33,9%	13,6%	52,6%
Ono što našoj zemlji treba jest vođa kojeg će poštovati druge države.	36,5%	15,1%	48,4%
Ono što našoj zemlji treba jest vođa kojem će se ljudi diviti.	**75,6%**		24,4%
Ono što našoj zemlji treba jest snažan, odlučan premijer koji će uništiti zlo i vratiti nas na pravi put.	29%	11,5%	59,6%
Premijer treba raditi ono što narod želi čak i kada to nije u skladu sa zakonom.	**67,6%**	11,7%	20,8%
Sviđaju mi se političari koji ti izravno kažu kako stvari stoje.	8,5%	10,1%	81,5%
Političari trebaju provoditi manje vremena za svojim stolom, a više među ljudima.	21,5%	20%	58,5%
Preferiram one političare za koje mislim da bih s njima mogao sjesti i popiti piće.	31,4%	18,2%	50,4%

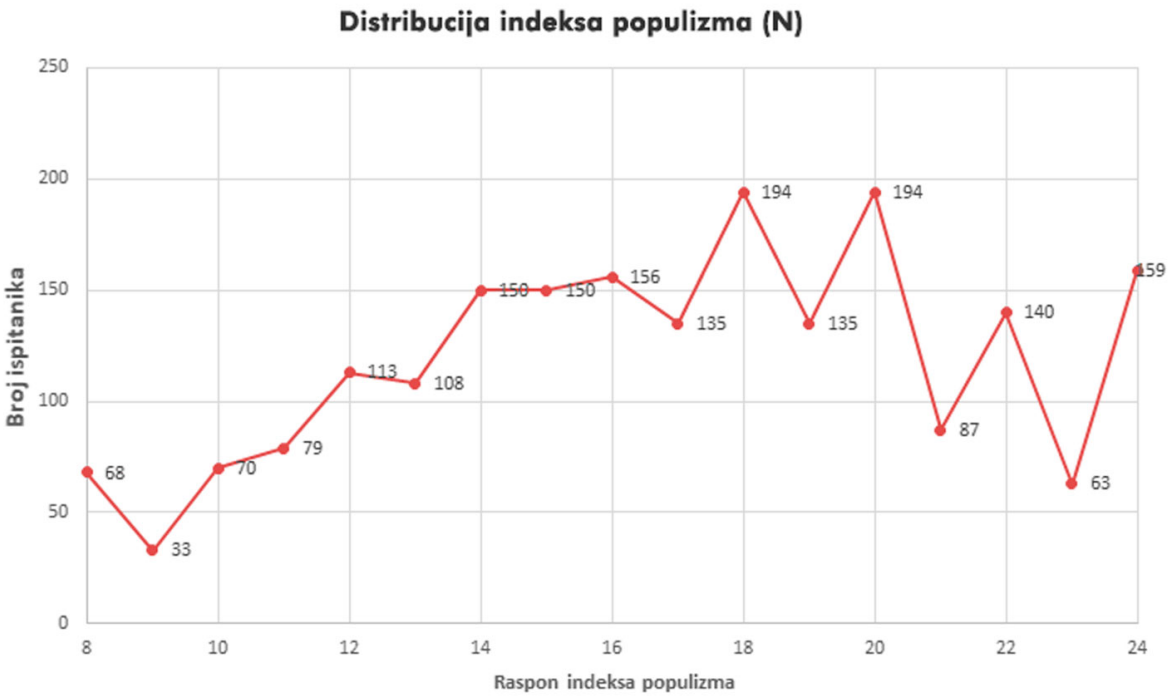
Dok je F-skala vezana za apstraktnije pojmove vezane za potencijalno neograničeno vladanje pojedinaca, skala populizma je znatno konkretnija jer koristi tvrdnje koji se mogu povezati s primjenjivim oblicima političke vladavine i upravljanja. Prema izloženim rezultatima vidljivo je kako, slično kao i kod F-skale, ispitanici **odbijaju ideju premijera koji vlada onako kako „narod to želi", kao i karizmatskog vođu odnosno „vođu kojem će se ljudi diviti"** što navodi na zaključak kako najekstremniji oblik populizma, onaj koji se zasniva na kršenju zakona i povlađivanju masama ispitanici mahom ne prihvaćaju, no s druge strane **prihvaćaju nešto mekše oblike poput „političara s ljudskim licem" koji „izravno kažu kako stvari stoje" i koji su „više među ljudima"** dok se među tvrdnjama koje pokazuju tendenciju nešto otvorenijeg populističko-autokratskog stila vladavine ističe sklonost ispitanika prema „snažnom i odlučnom premijeru koji će uništiti zlo i vratiti nas na pravi put". Slično kao i kod drugih mjera ovog tipa, iz ovih tvrdnji se napravila jedinstvena mjera, odnosno indeks na način da su se zbrojile ostvarene vrijednosti na svakoj pojedinoj čestici (tablica 9).[18]

Tablica 9 Deskriptivni podaci indeksa populizma

Indeks populizma	N	%	kumulativni %
8	68	3,3	3,3
9	33	1,6	5
10	70	3,4	8,4
11	79	3,9	12,3
12	113	5,6	17,8
13	108	5,3	23,2
14	150	7,4	30,5
15	150	7,4	37,9
16	156	7,7	45,6
17	135	6,6	52,2
18	194	9,5	61,8
19	135	6,6	68,4
20	194	9,5	77,9
21	87	4,3	82,2
22	140	6,9	89,1
23	63	3,1	92,2
24	159	7,8	100,0

Min = 8, maks = 24, M= 16,92, SD= 4,32

[18] Iako su izvorno vrijednosti bile na rasponu od 1 do 7, za bolju preglednost izvještaja, raspon je rekodiran od 1 do 3 gdje 1= ne slažem se, 2= niti se slažem niti se ne slažem, 3 = slažem se.



Grafički prikaz 14

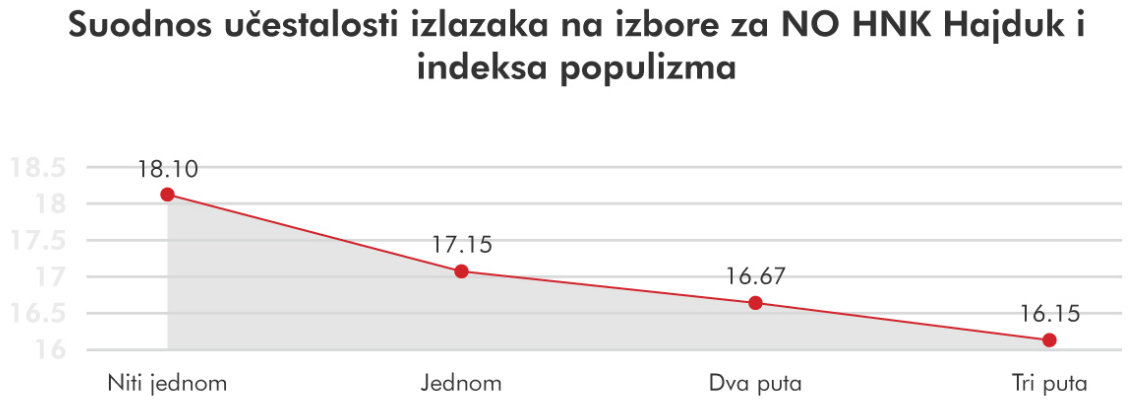
Prema ostvarenim prosječnim vrijednostima (M= 16,92) vidljivo je kako su **ispitanici u prosjeku skloniji populističkim vrijednosnim obrascima** nego što su skloni autoritarnim, ali još uvijek **u rubnoj većini ne prihvaćaju populizam**, odnosno ako gledamo kumulativno 52,2% ispitanika je unutar i ispod vrijednosti 17[19], dok je 47,8% iznad te vrijednosti. Raspon između 17 i 20 je nekakav blaži oblik populističkih sklonosti, dok su vrijednosti iznad 20 karakteristika ispitanika koji su skoro u potpunosti skloni prihvatiti populistički oblik vladavine političara. No, njih je svega 7,8% u uzorku, dok je ovih blažih otprilike 25%. Slično kao i kod drugih indeksa koji su se koristili u ovom djelu izvještaja, **dob, obrazovanje i radni status** se pokazuju kao relevantan čimbenik razlike. (tablica 10)

[19] Aritmetička sredina od 16,92 se zaokružuje na najbližu vrijednosti, a to je u ovom slučaju 17.

Tablica 10 Suodnos dobi, obrazovanja i radnog statusa sa skalom populizma

16-20	106	**19,1**	4,06	8	24
21-25	262	17,69	4,2	8	24
26-30	366	17,19	4,35	8	24
31-35	370	16,56	4,52	8	24
36-40	327	16,13	4,27	8	24
41-45	230	16,41	4	8	24
46-50	170	16,78	4,08	8	24
51 +	142	17,1	4,37	8	24
OBRAZOVANJE					
Trogodišnja strukovna škola	142	**18,79**	4,41	8	24
Četverogodišnja škola	696	17,95	4,23	8	24
Viša škola	292	16,84	4,15	8	24
Fakultet	683	15,78	4,11	8	24
Magisterij, doktorat	200	15,86	4,22	8	24
RADNI STATUS					
Stalno zaposlen na neodređeno	1143	16,7	4,33	8	24
Stalno zaposlen na određeno ili pola radnog vremena	297	17	4,36	8	24
Samozaposlen	213	16,51	4,24	8	24
Nezaposlen ili ne radi (umirovljenik	111	**18,12**	4,29	8	24
Učenik ili student	229	**17,73**	4,14	8	24

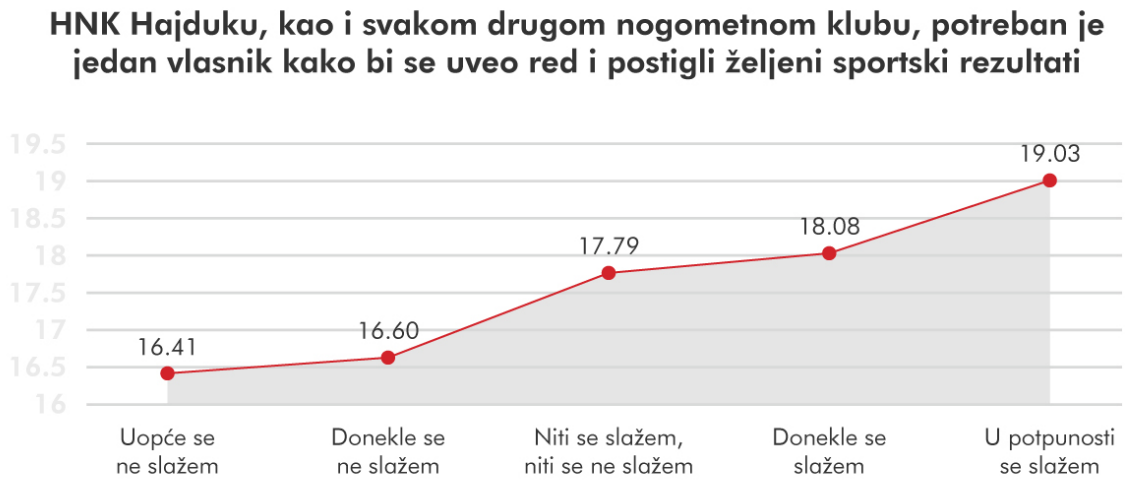
Tablica 12 pokazuje kako, kao i kod skale autoritarnosti, **najmlađi pokazuju najviše sklonosti populističkim obrascima**, kao i oni s **najnižom razinom završene škole te nezaposleni i učenici/studenti**. Međutim, kada indeks usporedimo s dimenzijama koji se mogu vezati uz kategorije „hajdučke demokracije“ poput učestalosti izlazaka na izbore za nadzorni odbor HNK Hajduk, onda dobijemo drugačiju sliku. (grafički prikaz 15)



Grafički prikaz 15

Drugim riječima, oni koji **ne sudjeluju u izborima za NO HNK Hajduk pokazuju u prosjeku više sklonosti populističkim vrijednosnim obrascima** u odnosu na one koji su sudjelovali, a najistaknutija je razlika upravo između onih koji nisu ni jednom (18,1) i onih ispitanika koji su sudjelovali na sva tri dosada provedena izborna procesa (16,15). Dakle, još jedna pretpostavka o navijačima i članovima kao inicijativi koja je suštinski protugrađanskih vrijednosti nije, prema ovim podacima, održiva. Upravo suprotno, oni sudionici koji su intenzivnije vezani za temeljne demokratske procese vezane za model upravljanja i nadzora HNK Hajduk iskazuju u prosjeku više vrijednosti koje su karakterstične za društva s razvijenim civilnim sektorom i građanskom kulturom.

Također, usporedimo li indeks populizma s tvrdnjom iz indeksa o stavovima vezanim za politiku upravljanja ili vlasničkog modela vezano za HNK Hajduk, također dobijemo zanimljive rezultate. (grafički prikaz 16)



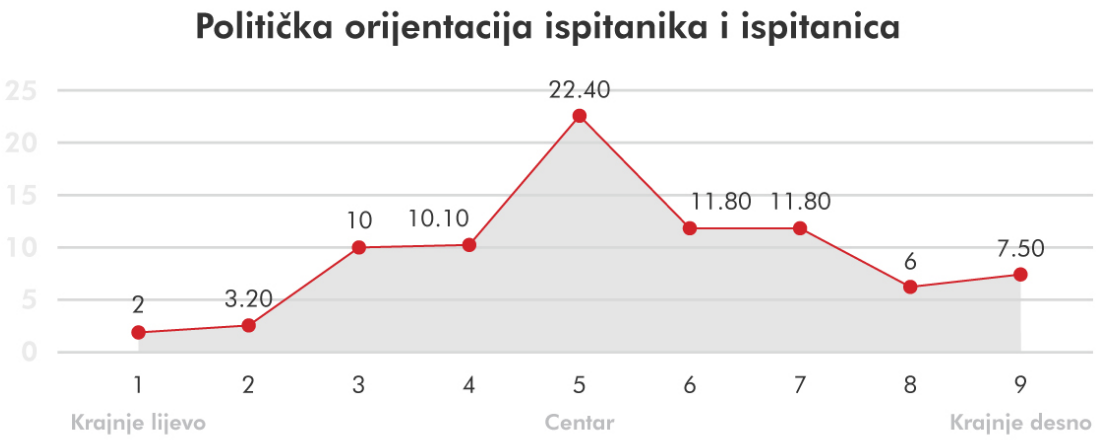
Grafički prikaz 16

Vidljivo je, naime, kako **ispitanici koji nisu skloni ideji dokapitalizacije ili privatizacije kluba iskazuju značajno manje sklonosti prema populističkim stavovima** i populizmu kao legitimnom obliku političkog ponašanja u odnosu na ispitanike koji se zalažu za privatizaciju i dokapitalizaciju HNK Hajduk.

„NI LIVO, NI DESNO – SAMO HAJDUK“ - POLITIČKA ORIJENTACIJA NAVIJAČA I NAVIJAČICA U SUDODNOSU SA UPRAVLJAČKOM FILOZOFIJOM I PARTICIPATIVNIM PRAKSAMA UDRUGE „NAŠ HAJDUK“

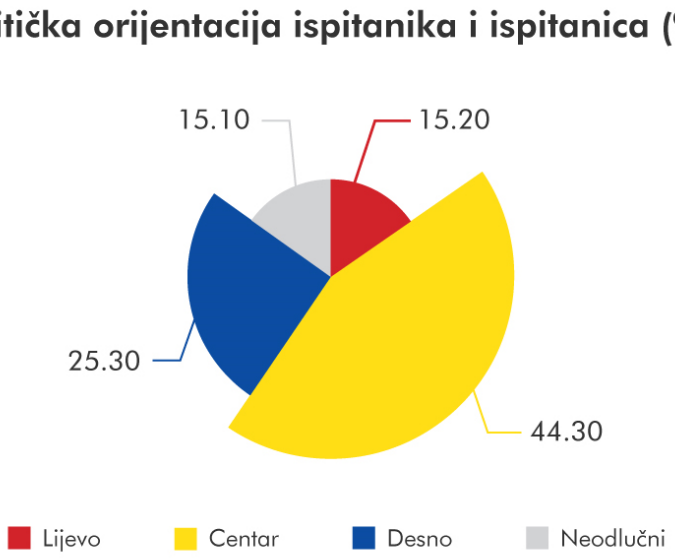
Pokraj skale autoritarnosti i populizma, kao često korištenog instrumenta u praćenju (relativno) radikalnijih političkih stavova i vrijednosnih orijentacija, u društvenim znanostima se često koristi i izjašnjavanje duž linije političke orijentacije, obično smještene ne tromeđi lijevice, centra i desnice. Kako bi se bolje razumijeli elementi vezani za participacijske prakse i volonterstvo, ali i prakse i vrijednosti vezane za filozofiju upravljanja HNK Hajduk, uvid u distribuciju odgovora vezano za smještanje u političko-ideološkom koordinatnom sustavu može poslužiti kao još jedan čimbenik objašnjavanja specifičnosti navijačke kulture, ali i da se ponudi odgovor na pitanje je li navijačka populacija sklona radikalnim političkim opcijama, ili ne.

Pogledamo li vrijednosti u grafičkom prikazu 17 i 18, vidljivo je kako teza o desnom radikalizmu nije održiva u okvirima ovog istraživanja i ovog uzorka, odnosno kako je većina ispitanika sklona okarakterizirati svoj političko-ideološki stav kao onaj političkog centra[20], iako valja zamijetiti **znatno veći broj onih koji se izjašnjavaju radikalno desno u odnosu na ispitanike i ispitanice koji se izjašnjavaju radikalno lijevo**. Uzmemo li vrijednosti 1 i 2 na grafičkom prikazu 15 kao oznake radikalno lijeve opcije, dobijemo 5,2% ispitanika i ispitanica u toj kategoriji, dok u kategoriji radikalno desne opcije s vrijednostima 8 i 9 ulazi 13,5% ispitanika i ispitanica. Iako u manjini u odnosu na ostatak uzorka, valja upozoriti kako radikalno desna opcija, pogotovo ukoliko je povezana s izraženim autoritarnim i populističkim tendencijama, ima potencijal ugroziti model i projekt jer je u srazu s demokratskim, pluralističkim i transparentnim procesima odlučivanja. Udruga će morati inzistirati na više edukacije te pronalaženja mehanizama za sprječavanje manipulativnih praksi prema onom dijelu navijačke populacije koje nije sklono demokratskim procedurama i kulturi. Naime, iako u manjini, problem ovakvih grupiranja nalazi se i u činjenici što su spremniji koristiti agresiju i nasilje kako bi ostvarili svoje ciljeve. U takvom scenariju, cijeli model i projekt bi se mogao ozbiljno ugroziti te je od iznimne važnosti poduzeti edukativno-preventivne mjere kako bi se amortizirala potencijalna prijetnja koja se nalazi u tom segmentu navijačke populacije.



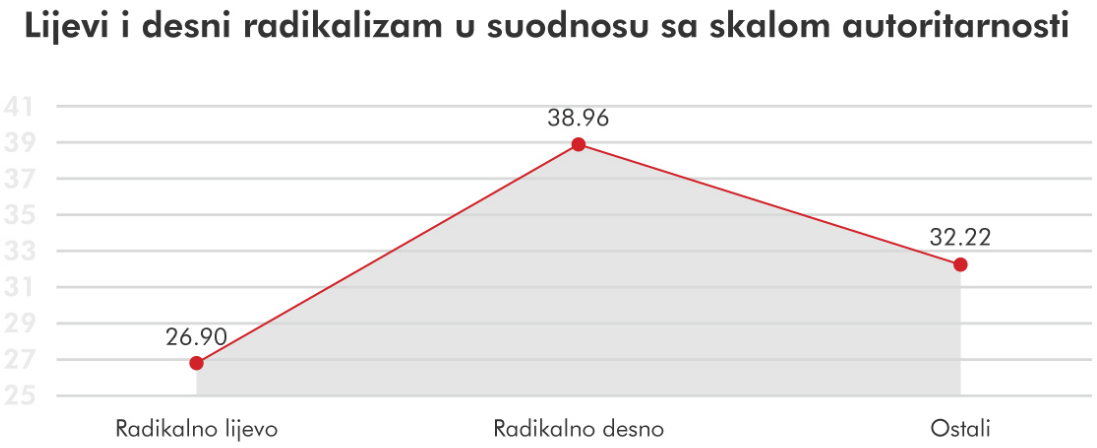
Grafički prikaz 17

[20] Pitanje političke orijentacije je bilo postavljeno na skali od 1 do 9 gdje je 1 značilo „krajnje lijevo“, 9 „krajnje desno“, a 5 „centar. Vrijednosti su kasnije zbrojene radi lakše analize podataka.

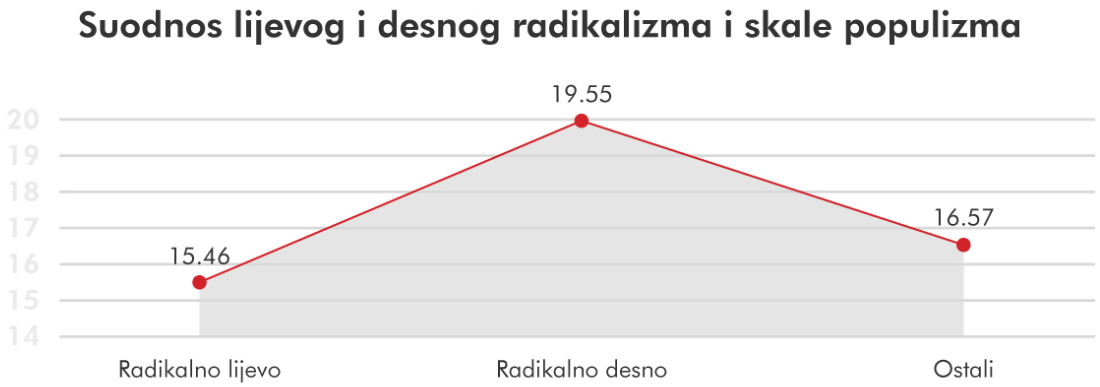


Grafički prikaz 18

Naime, upravo su odnos skale autoriratnosti (grafički prikaz 19) i skale populizma (grafički prikaz 20) s radikalno desnim stavovima pokazuje kako su vrijednosti na tim indeksima znatno više u odnosu na prosjek uzorka, a pogotovo u odnosu prema radikalno lijevoj političkoj orijentaciji.

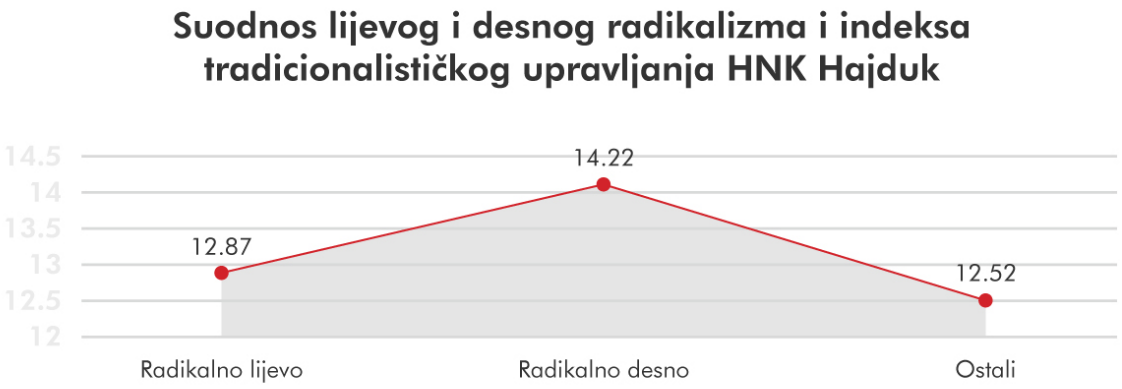


Grafički prikaz 19



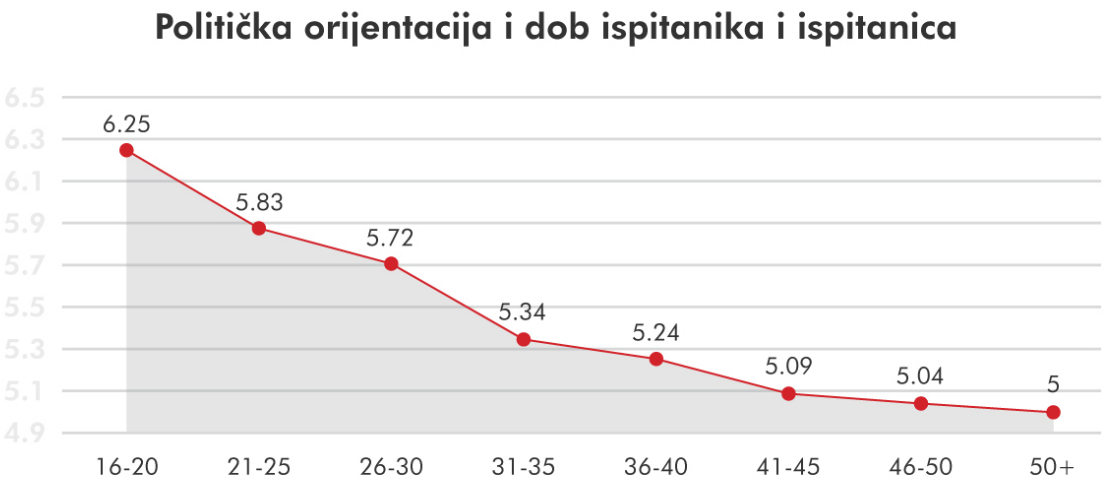
Grafički prikaz 20

Dodatna zanimljivost jest i i činjenica kako radikalno desni navijači su i skloniji filozofiji upravljanja vezanu uz „jednog gazdu“ i dokapitalizaciju kluba (grafički prikaz 19), a već je u prethodnim analizama ustanovljeno kako je ovaj stav ujedno povezan i s vrijednosnim obrascima koji su u izravnoj koliziji s građanskim i demokratskim vrijednostima socios upravljačkog modela.



Grafički prikaz 21

Valja svakako istaknuti i činjenicu kako je kao i kod skale autoritarnosti primjećena znatno veća povezanost sklonosti krajnje desnim opcijama kod najmlađih članova i navijača (grafički prikaz 22), nego što je to slučaj sa starijim ispitanicima u uzorku. Nužno je, međutim, istaknuti kako nije riječ o fenomenu koji prvenstveno generiraju specifični oblici navijačke subkulutre, već je riječ o proizvodu eksternih društvenih čimbenika i društveno-kulturnog konteksta.



Grafički prikaz 22

DOBAR GRAĐANIN JE I DOBAR NAVIJAČ" – STAVOVI ISPITANIKA PREMA GRAĐANSKIM AKTIVNOSTIMA I OBLICIMA PONAŠANJA

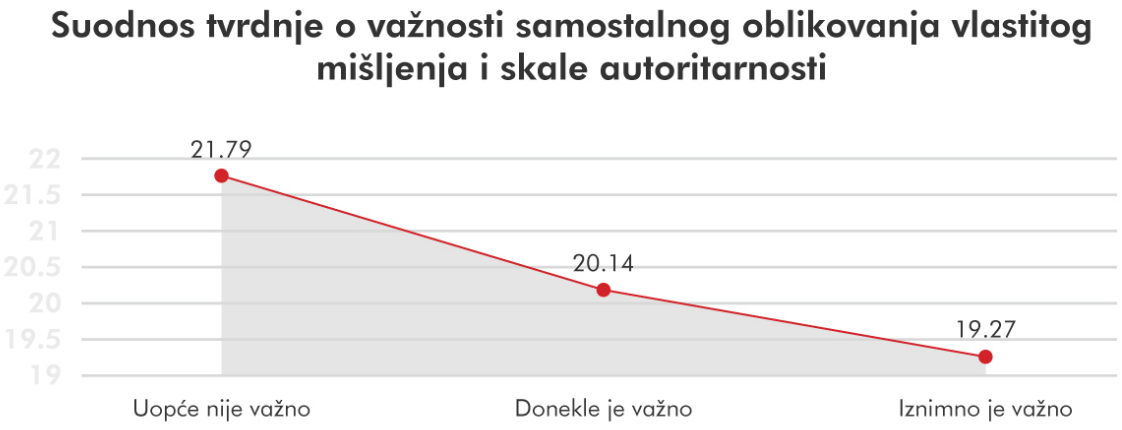
Osim mjera vezanih za populizam i političku orijentaciju, koristila se i **skala procjene „dobrog građanina",** odnosno niza tvrdnji koje su vezane za građansko-društveni angažman i ponašanje.

Tablica 11 Skala percepcije građanstva

	Uopće nije važno	Donekle je važno	Iznimno je važno
Samostalno oblikovanje vlastitog mišljenja	3,9%	10,9%	85,2%
Pomaganje onima koji su u slabijem položaju	7,4%	16,7%	75,9%
Poštivanje zakona i pravila bez iznimke	13,5%	22%	64,5%
Glasovanje na izborima	26,2%	22,6%	50,7%
Aktivnost u građanskim organizacijama i inicijativama	24%	39,4%	36,6%
Aktivno sudjelovanje u politici	77,5%	17,8%	4,7%

S obzirom da su vrijednosti poredane prema rangu (tablica 11) onoga što ispitanici i ispitanice smatraju važnim[21], vidljivo je kako **su kritičko mišljenje i altruizam najviše ocjenjeni**, dok se **na samom dnu nalazi aktivnost u građanskim organizacijama i inicijativama, iako uvjerljivo najgore prolazi aktivno sudjelovanje u politici.** Za razliku od prethodnih mjera (indeks upravljanja i vlasničkog modela, indeks autoritarnosti i indeks populizma) ovdje su se vrijednosti gledale prema svakoj pojedinačnoj tvrdnji. Primjerice, zanimljivo je pogledati rezultate između indeksa skale autoritarnosti i važnosti oblikovanja samostalnog mišljenja. (grafički prikaz 23)

[21] Početni raspon je uključivao vrijednosti od 1 do 10 gdje je 1= uopće nije važno, 10= iznimn o je važno

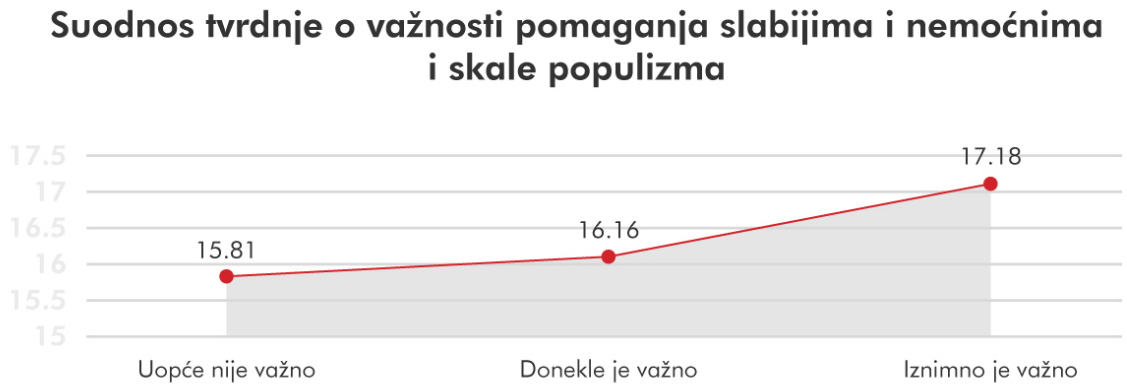


Grafički prikaz 23

Prema grafičkom prikazu vidljivo je kako oni ispitanici koji smatraju kako je iznimno važno oblikovati vlastito mišljenje pokazuju značajno manje vrijednosti na skali autoritarnosti u odnosu na ispitanika koji smatraju da oblikovanje vlastitog mišljenja nije važno. S druge strane, u neku ruku iznenađujući podatak (grafički prikaz 24) pokazuje kako je slaganje s tvrdnjom o važnosti aktivnog sudjelovanja u građanskim inicijativama i organizacijama pozitivno povezano s indeksom populizma, ukoliko je uvriježena pretpostavka kako je sklonost populističkim tendencijama nespojiva s kriterijima građanskog društva.

Grafički prikaz 24

No, ukoliko se krene s pretpostavkom da je i populizam jedan od mehanizama borbe protiv političkog elitizma i manjka brige za širu zajednicu, onda rezultati imaju smisla pogotovo kada se uzme u obzir i vrijednosti ostvarene na tvrdnji o pomaganju onima koji su u slabijem položaju. (grafički prikaz 25)



Grafički prikaz 25

ISPLATI LI SE HAJDUČKA DEMOKRACIJA – ČLANSTVO U ORGANIZACIJAMA, DRUŠTVENI ANGAŽMAN I PERCEPCIJA PRIMJENE SOCIOS MODELA NA DRUGE DRUŠTVENE AKTERE I INSTITUCIJE

Isplativost angažmana ili aktivnosti u civilnim organizacijama i udrugama često se u društvenim znanostima mjeri na način da se gleda koliko je povezanost sa temeljnim aktivnostima i povjerenjem u određenu udrugu ili organizaciju istovremeno povezana i s aktivnostima na drugim poljima civilnog sektora i volonterstva. S obirom da je riječ o svojevrsnom **društvenom kapitalu zajednice**, jedna od najčešćih mjera jest mjera **članstva u različitim organizacijama i udrugama civilnog društva**, dok se kao svojevrsna paramjera koristi i **intenzitet društveno-građanskog aktivizma ili angažmana**. Aktivizam je, za razliku od članstva, često intenzivniji i nije povezan s jasno definiranim djelovanjima i okvirima relativno formaliziranih udruga i organizacija civilnog društva, te kao takav pokazuje znantno veću vitalnost u odnosu na članstvo. Bez obzira na relativno lakši pristup i prag aktivnosti koji se može ostvariti u manje formaliziranim aktivističkim obrascima, članstvo je svejedno relativno snažniji indikator strukturnije povezanosti građana i građanski s akterima nevladinog sektora i civilne scene i kao takav je i pokazatelj širih društvenih procesa i šireg društvenog stanja.

Tablica 12 Distribucija odgovora na skali članstva u nevladinim udrugama i organizacijama

Članstvo u udrugama	Aktivni član	Neaktivni član	Nisam član
Vjerska ili religijska organizacija (npr. vjerske zajednice i udruge)	**15,5%**	28,1%	56,4%
Sportska ili rekreacijska organizacija	**34,8%**	29,1%	45,1%
Umjetnička udruga	4,1%	7,0%	88,9%
Radnički sindikat	5,4%	10,5%	84,1%
Politička stranka	2,7%	7,5%	89,8%
Udruga za zaštitu okoliša	2,1%	7,9%	90,0%
Udruga za promicanje standarda zanimanja ili struke	5,4%	8,4%	86,3%
Humanitarna udruga	**11,5%**	14,0%	74,6%
Udruga za zaštitu potrošača	0,5%	6,1%	93,3%

Tablica 12 pokazuje kako je **najviše ispitanika u uzorku vezano za sportske organizacije i udruge**, što je očekivano s obzirom na specifičnost populacije, no jednako tako riječ je o podacima koji su karakteristični i u drugim istraživanjima ovakvog tipa gdje je članstvo najzastupljenije u udrugama za koje u prosjeku imaju nižu razinu aktivnosti i angažmana oko demokratskih i građanskih ciljeva. Drugim riječima, podaci prikazani u tablici 12 nisu karakteristika specifičnosti navijačke populacije, već je riječ o pokazateljima strukturnih problema hrvatskog društva kada je u pitanju razvoj civilne scene. (Bežovan, 2003; Šalaj, 2007; Zrinščak i Bežovan, 2007)

Kada se ova vrsta društvena aktivnosti i angažmana pretoči u **indeks članstva**, dobijemo sljedeće rezultate:

Tablica 13 Deskriptivni podaci za indeks aktivnog članstva u nevladinim udrugama i organizacijama

INDEKS AKTIVNOG ČLANSTVA	N	%	kumulativni %
0	822	40,4	40,4
1	748	36,8	77,2
2	319	15,7	92,9
3	103	5,1	97,9
4	33	1,6	99,6
5	5	0,2	99,8
6	2	0,1	99,9
7	2	0,1	100

Iz tablice 13 je vidljivo kako 40,4% ispitanika nije aktivni član **nitijedne** organizacije ili udruge, dok ih je 36,8% u prosjeku član jedne. U konačnici jedva 2,1% ispitanika je aktivni član tri i više udruga, što samo po sebi nije nužno karakteristika manjka angažmana jer višestruka aktivnost u različitim udrugama jednostavno nije realna zbog pretpostavke o raspoloživosti slobodnog vremena. U fokus grupama se isto naveo element strukture slobodnog vremena kao potencijalnog problema u većem angažmanu:

*„...to je taj **problem volonterizma**, recimo, ja san danas slobodan od 11 do 1, a treban s nekin odradit iz udruge ko je zauzet do 5 popodne i onda gubiš to vrime, dok se nađete, dok ovo, dok ono...tako da, **najveći problem je vrime, jer jednostavno bi neke stvari moga odradit da imaš vremena i koncentracije to odradit u zadanom roku**, al kako život ide, uvik ti nešto iskrsne i onda se jednostavno neke stvari rade duži period, a mogle su se ranije napravit...to je taj problem, šta **ovisiš o tuđem i svom vremenu, svog osobnog života**..."* (sugovornik FG2)

Ako se pogleda isključivo članstvo u nevladinim organizacijama i udrugama kao pasivni oblik angažmana (tablica 14), vidljivo je da je u suštini riječ o sličnim vrijednostima, odnosno kako ispitanici ukoliko i jesu članovi, onda na neki način sudjeluju u radu udruga kojima pripadaju.

Tablica 14 Deskriptivni podaci za indeks pasivnog članstva u nevladinim udrugama i organizacijama

INDEKS PASIVNOG ČLANSTVA	N	%	kumulativni %
0	897	44,1	44,1
1	601	29,5	73,6
2	334	16,4	90,1
3	90	4,4	94,5
4	35	1,7	96,2
5	17	0,8	97,1
6	7	0,3	97,4
7	18	0,9	98,3
8	20	1	99,3
9	20	1	99,3

S druge strane, građanski aktivizam ili društveni angažman kao mjera koja nije nužno vezana uz članstvo ili lojalnost specifičnoj udruzi ili inicijativi ukazuje na **veći intenzitet participacije ispitanika**[22]

Tablica 15 Distribucija odgovora na skali građanskog aktivizma I društvenog angažmana

	Ne	Da
Pomagali ili radili za stranačkog kandidata na izborima	97,0%	3,0%
Kontaktirali političara ili državnog dužnosnika oko nekog problema ili teme	88,8%	10,5%
Posjetili skup neke stranke ili političke organizacije	93,6%	6,4%
Donirali za političku organizaciju ili kandidata	98,6%	1,2%
Pomagali ili radili za neku političku inicijativu građana	91,9%	8,1%
Potpisali peticiju	53,1%	**44,6%**
Donirali za humanitarnu akciju	17,3%	**82,7%**

[22] Upitnik je preuzet iz uspostavnog projekta Hrvatske zaklade za znanost, HRZZ-UIP-2014-09-3134 „Društvena stratifikacija u Hrvatskoj: strukturni i subjektivni aspekti“.

Namjerno kupovali ili bojkotirali neke proizvode zbog jasnih političkih, etičkih ili ekoloških razloga	26,0%	**69,9%**
Sudjelovao u mirnom prosvjedu	75,4%	22,7%
Volontirali za neku akciju u svojoj zajednici	56,8%	**41,0%**
Postavili ili podijelili poveznice na društvenim mrežama (Facebook, Twitter i sl.) na neku političku temu ili članak kako bi ih drugi pročitali	67,0%	29,6%
Komentirali politička i društvena pitanja na društvenim mrežama (Facebook, Twitter, Youtube)	64,4%	32,7%
Poticali druge da djeluju po nekim političkim ili društvenim pitanjima rabeći društvene mreže (Facebook, Twitter, Youtube)	78,5%	17,9%

Iz tablice 15 se može iščitati **ekstremna nesklonost ispitanika da volontiraju ili aktivno sudjeluju u bilo kakvom obliku političkih aktivnosti ili u sklopu političkih kampanja** pa tako 97% ispitanika nije ni jednom pomagalo nekom stranačkom kandidatu na izborima, 93,6% nije posjetilo skup neke stranke ili političke organizacije, a čak 98,6% nije doniralo za političku organizaciju ili kandidata.[23] Situacija se fundamentalno mijenja kada su u pitanju drugi oblici građanskog aktivizma ili društvenog angažmana, odnosno iz tablice je vidljivo kako je **44,6% ispitanika potpisalo neki oblik peticije, čak 82,7% je doniralo za humanitarnu akciju, dok je 69,9% kroz kupovinu ili bojkot proizvoda** iznosilo svoj političko-etički stav. Razlog zašto je doniranje nešto više prisutno nalazi se i u činjenici kako je riječ o aktivnostima koje su najčešće „ideološki obestrašćene", odnosno kako je riječ često o akcijama prikupljanja sredstava za područja koja su pogođena nekim oblikom katastrofe (npr. Gunja), ili pozivima na prikupljanje sredstava za teško oboljeje građane i građanke. No, također, riječ je o aktivnostima tzv. nižeg intenziteta angažmana jer traži najmanje eksponiranosti i izdvajanja vremena. Primjerice, pogledamo li podatke o **sudjelovanju u mirnom prosvjedu, svega 22,7% ispitanika je sudjelovalo[24], dok je volonitranje u sklopu neke akcije u svojoj zajednici sudjelovalo 41,% ispitanika i ispitanica.** Ponovno valja naglasiti kako ova distinkcija nije isključivo karakteristika navijačke populacije, već je riječ o simptomima karakterističnim za hrvatsko društvo u širem smislu te riječi. (Bežovan 2003; Šalaj, 2011; Franc i Šakić 207) No, ukoliko neke od ovih tvrdnji usporedimo s podacima iz 2007 godine, vidljivo je da čak i po pitanju aktivnosti u zajednici ispitanici u ovom istraživanju pokazuju značajno više aktivnosti u odnosu na ispitanike iz 2007.

2007. (Franc, Šakić i Maričić, 2007)	**2019.**
Sudjelovali na nekom sastanku u zajednici	**Volontirali za neku akciju u svojoj zajednici**
17,6%	41%
Bojkotirali određene proizvode ili usluge zbog političkih, moralnih ili razloga zaštitee okoliša	**Namjerno kupovali ili bojkotirali neke proizvode zbog jasnih političkih, etičkih ili ekoloških razloga**
16,9%	69,9%

[23] Za ovaj posljednji podatak valja naglasiti kako je istovremeno i pokazatelj manjka interesa za političke akcije i kandidate, ali i činjenice da ovaj oblik prakse nije uvriježen unutar konteksta hrvatskog političkog prostora.
[24] Ovdje je nužno zabilježiti i da je moguće objašnjenje vezano uz izostanak većeg broja javnih prosvjeda.

Valja, međutim, istaknuti kako je sastanak u zajednici manje atraktivan vid aktivnosti u odnosu na volontiranje, odnosno riječ je možda o formaliziranom obliku angažmana, dok volontiranje može uključivati i fizičke aktivnosti na koje se prosječni ispitanik jednostavnije uključuje. (vidjeti pod mobilizaciju navijača prilikom katastrofalnog požara u predgrađu Splita, ljeto 2017). Također, bojkot proizvoda isto ima svoju težinu unutar ispitivanog uzorka jer je postoje različiti proizvodi koji su povezani s rivalskim klubovima, ili sa krovnom nogomentom institucijom (HNS) pa je onda konzumacija tih proizvoda u suprotnosti s identitetskim odrednicama navijača i navijačica HNK Hajduka.

Osim ovih aktivnosti, u suvremenom medijskom kontekstu važan je i **segment zagovaranja i aktivnosti na internetu i internetskim društvenim mrežama** pa su tako tri pitanja bila posvećena i tom segmentu, tim više jer navijačke inicijative, prema percepciji iznesenoj u poglavlju o medijima, nemaju ravnopravan tretman niti pristup srednjestrujaškim medijima („mainstream“ mediji). Iako je aktivnost sigurno veća kada su u pitanju teme i informacije vezane za sportski segment ili konkretno rad i djelovanje HNK Hajduk te nogometa u Hrvatskoj općenito, nužnoj je bilo vidjeti postoji li općenito neki oblik aktivnosti koji se veže za politički angažman, a da nije nužno vezan za sportske teme. Prema podacima iz tablice 16, vidljivo je kako je riječ o aktivnostima koje su rasprostranjenije među uzorkom u odnosu na aktivnosti konkretnog pomaganje političkog kandidata ili sudjelovanja u radu određenih političkih platformi. Moguće je da je riječ opet o nižem intenzitetu aktivnosti, no isto tako moguće je da kroz ovaj oblik komunikacije aktivnosti i ideje brže dolaze do željene publike i istomišljenika te je onda rezultat vidljiviji, a pritom je lišen formaliziranosti i potencijalne hijerarhijske stege unutar službenijih i strukturiranijih političkih aktivnosti i organizacija. S obzirom da nije riječ o jedinstvenoj skali, iz ovih pitanja su se napravila tri odvojena indeksa kako bi se lakše mogli usporediti s drugim tvrdnjama, pitanjima i indeksima u istraživanju, a s ciljem preciznijeg određivanja zaključka o „isplativosti hajdučke demokracije“.

Tablica 16 Deskriptivni podaci za indeks političkog aktivizma

Indeks političkog aktivizma	N	%	kumulativni %
0	1673	82,3	82,3
1	230	11,3	93,6
2	66	3,2	96,8
3	36	1,8	98,6
4	22	1,1	99,7
5	7	0,3	100

Kao što je vidljivo iz tablice 16, **82,3% ispitanika nije niti u jednom obliku bilo politički aktivno u posljednjih 12 mjeseci,** dok ih je svega 11,3% jednom bilo aktivno. Uzmemo li u obzir da je sve iznad vrijednost 2 nešto aktivniji oblik političkog angažmana, svega 1,4% ispitanika i ispitanica aktivno doprinosi tom segmentu aktivizma. Iako je riječ o podacima koji možda sugeriraju manjak aktivnijeg građanskog angažmana, valja primjetiti kako podaci jednako tako sugeriraju da se uzorak u istraživanju ne **može okarakterizirati kao politički aktivan ili motiviran.** Uzmemo li podatke u svjetlu inicijativa koje su vezane za hrvatski nogomet i HNK Hajduk, riječ je o još jednom argumentu kako se **ne može govoriti o političkom projektu, već projektu vezanom uz građansku inicijativu i pokret**. Sukladno ovim podacima, zanimljivo je vidjeti kako se razlikuju ispitanici kada se dođe do aktivnosti koje nisu strogo gledajući, politički motivirane.

Tablica 17 Deskriptivni podaci za indeks civilnog aktivizma

indeks civilnog aktivizma	N	%	kumulativni %
0	115	5,7	5,7
1	305	15	20,6
2	556	27,3	48
3	547	26,9	74,9
4	335	16,5	91,3
5	176	8,7	100

Tablica 17 pokazuje kako je, za razliku u odnosu na indeks političkog aktivizma svega 5,7% neaktivno u ovom segmentu angažmana. Drugim riječima, **94,3% ispitanika je najmanje jednom bilo aktivno prema navedenim parametrima društvenog angažmana**. Nadalje, 52% ispitanika je sudjelovalo u najmanje tri i više aktivnosti, što cijeli uzorak čini iznad prosječno aktivnijim u odnosu na neke od navedenih izvora o građanskom aktivizmu i civilnom društvu korištenim u ovom izvještaju (Bežovan 2003, Franc, Šakić i Maričić, 2007), ali i govori o tome kako, gledajući unutar šire društvene slike, **hrvatski građani pokazuju potencijal aktivnog djelovanja u zajednici**, no zbog strukturnih pritisaka prema civilnom sektoru u obliku manjka financija i etiketiranja aktivnosti kao identitetskih problematičnih, taj potencijal se nije nikada do kraja realizirao, iako je riječ o važnom resursu za razvoj slobodnog i modernog društva. (Šalaj, 2011; Bežovan 2003). Treći indeks iz ovog mjernog instrumenta je indeks aktivnosti i angažmana na internetu i internetskim društvenim mrežama pa nam tako tablica 18 pokazuje sljedeće:

Tablica 18 Deskriptivni podaci za indeks online aktivizma

indeks online aktivizma	N	%	kumulativni %
0	1182	58,1	58,1
1	325	16	74,1
2	273	13,4	87,5
3	254	12,5	100

Kod ovog indeksa je malo teže procijeniti je li riječ o „lakšem“ obliku političkog angažmana ili, kako je već prije bilo rečeno, komunikaciji političke problematike vezano za hrvatski nogomet putem internetskih platformi. Naime, jedan od najvećih navijačkih pokreta globalnog raspona jest pokret #againstmodernfootball koji kombinira različite elemente „offline“ aktivizma s „online“ aktivizmom pa je u tom smislu moguće da se i ovdje mogu naći neki od tragova vezani uz tu inicijativu. Bez obzira na navedene teze, vidljivo je kako **41,9% ispitanika jest barem jednom ovom segmentu aktivno** dok ih je **25,9% aktivno u dva do tri segmenta.** Naravno, nije samo stvar specifičnih pokreta ili elemenata vezano za osjećaj medijske blokade ili tendencioznih prikaza navijačkih inicijativa u srednjestrujaškim medijima, već i činjenice kako je riječ o suvremenom komunikacijskom alatu bez koje je svakodnevica većini ispitanika i ispitanica nezamisliva.

Osim diskretnih mjera vezanih za „isplativnost hajdučke demokracije“ u obliku građanskog aktivizma i participacije, jedna od mjera koja se iskoristila u istraživanju kao poseban i specifični instrument jest **skala stavova o primjenjivosti socios modela ili „dioničke demokracije“ na druge društvene subjekte i institucije**. Ispitanici su trebali odgovoriti koliko prema njihovoj procjeni je moguće primjeniti model i način upravljanja i nadzora nad institucijama vezanim za kulturu, javne servise i prostore te gospodarske subjekte.

Tablica 19 Distribucija odgovora na skali primjenjivosti socios modela

Primjenjivost socios modela	**Uopće nije primjenjiv**	**Donekle nije primjenjiv**	**Donekle je primjenjiv**	**U potpunosti je primjenjiv**	**Ne znam, ne mogu procijeniti**
Kulturne ustanove i centri (kazališta, muzeji i sl.)	16,2%	11,1%	35,6%	20%	17,1%
Javne institucije i servisi (vodovod, ceste, čistoća)	18,2%	13,7%	31,8%	20,7%	15,5%
Veliki gospodarski subjekti (brodogradilišta, tvornice i sl.)	20,5%	14,1%	29,6%	22,4%	13,5%
Javni prostori i površine (trgovi, plaže i sl.)	11,3%	6,8%	31,5%	**36,3%**	14,1%
Zdravstvene ustanove i institucije (bolnice, domovi zdravlja i sl.)	21,6%	15%	27,8%	17,8%	17,7%

Uvjerljivo najveći postotak potpunog slaganja u smislu primjenjivosti modela se nalazi u kategoriji javnih površina i prostora (tablica 19), odnosno vidi se potencijalna funkcionalnost modela s obzirom na činjenicu kako su ovakvi tipovi površina karakteristični upravo po tome što ih veže najfrekventnija i najširа upotreba različitih dionika i društvenih skupina. Također, moguće je da ovako visoka zastupljenost primjenjivost na javne prostore ima svoju poveznicu i sa stanjem park šume Marjan, kao i inicijativom koja je pokrenuta s ciljem njezinog očuvanja i u sklopu koje sudjeluju i volonteri udruge Naš Hajduk, a što se i navelo u izjavama u fokus grupama:

*„...kad je **govorio primjere utjecaja na društvo, po meni je primjer i Naš Marjan, znači udruga koja je osnovana, tu su uglavnom volonteri**, i koji su - sugerirajući po imenu - neki svoj putokaz našli u Našem Hajduku...to bi bio jedan primjer utjecaja, kako se to širi...“* (sugovornik FG3)

*„Možda je **u kontekstu Marjana bitno naglasit da ima taj potencijal podvlačenja pod zajednički nazivnik, ko što ima Hajduk, neke druge stvari nemaju**, al Marjan stvarno ima, tu se isto skupljaju totalno različite grupacije ljudi, i šta je jako bitno - onda ih se teško može svrstati bilo gdje i etiketirat na bilo koji način, i time im politički otvoriti bok napadima jedne ili druge političke opcije....“* (sugovornik FG1)

Za ostale subjekte, mišljenja ispitanika i ispitanica su relativno podijeljena, odnosno relativno razmjerno je jednako broj onih koji misle da je model primjenjiv i da nije primjenjiv, a valjda zabilježiti i da solidan postotak ispitanika nije u stanju procijeniti što suštinski govori o slojevitosti i složenosti problematike. Sličan problem je vidljiv i u odgovorima u fokus grupama:

*„...Model je super ali mislin da **je u Hrvatskoj teško primjenjiv na druge stvari**, ne vidin šta bi u našoj državi moglo uspit na taj način...“* (sugovornik FG_B4)

*„...mislin da radnika Uljanika ne zanima kako firma posluje ako on prima plaću**, to je ključni problem, šta naše ljude općenito ne zanimaju te stvari...i onda kad se dogodi - palo, kako palo odjednom, sve je bilo dobro...ljudi se ne vole zamarat s nekim stvarima**, mi smo tu specifični, pratimo naš klub kako sudjeluje, al ne vidim da puno fanatika to može...par ljudi će imat neku stvar, par ljudi je infišano u Marjan, nije tu cili grad, to je problem...“* (sugovornik FG_B2)

*„...vjerujem da je **socios i ovakav način participacije dobar u određenoj mjeri za sve, al ovako puni model po meni nije dobar za većinu gradskih javnih ustanova**...u kulturu bi to stavio, i to je XX dobro istaka, tu mislim da je puna primjena modela dobra, al za Čistoću, za te neke javne potrebe*

mislim da nije, baš zbog toga što nema puno ljudi zainteresiranih za određenu temu...evo, jučer je bila neka tribina, "Žuganje", koja je okupila 20-30 ljudi na temu gradskog plana u Kopilici, to pokazuje da još nema te svijesti, i tu ***vidim opasnost da se manipulacije lakše dogode...tipa nastavnička vijeća u školama, tu u pravilu dođu roditelji po nekoj stranačkoj liniji, znači, tu je manipulacija vrlo laka, ako se radi o krugu od 20-30 ljudi koji nešto odlučuju, ima neke građanske participacije, a to su zapravo članovi stranke koji dižu ruke za nešto što je to gradsko vijeće reklo****..."* (sugovornik FG2)

*„...**Ja mislim da je primjenjiv, samo mislin da Hajduk ima nešto šta drugi nemaju, a to je taj stupanj emocionalne uključenosti**. Kako ćeš ti danas motivirat nekoga pored svih egzistencijalnih i svakakvih problema da nadgleda rad Gradske čistoće, da bude uključen i da prati financijske izvještaje Gradske čistoće? Mene ne bi puškom uspili natjerat, da takvo nešto radim...možda ja krivo percipiram kako bi takvo nešto trebalo izgledat, ali ne mogu zamislit da ljudi biraju upravna vijeća nekih gradskih, javnih institucija..."* (sugovornik FG4)

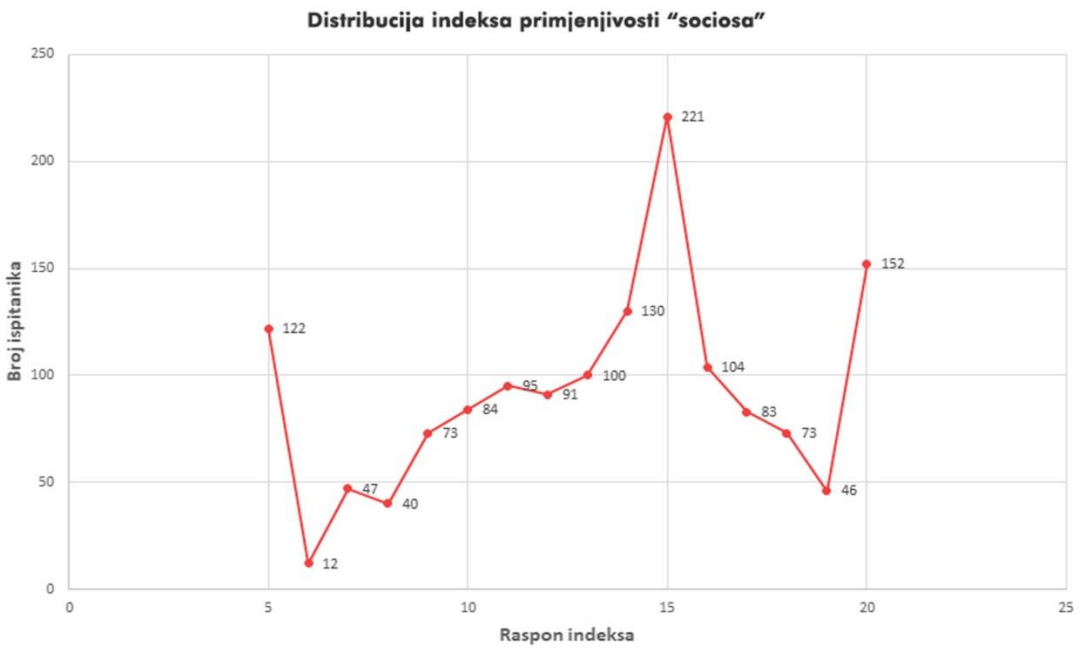
*„...Ja mislin totalno suprotno, da se članovi tih upravnih i nadzornih vijeća, vijeća i komisija koje dodjeljuju neka sredstva za neke stvari, **ja mislin da bi te stvari trebale bit u potpunosti po ovom nekom našem modelu, eliminiranje politike iz tih tijela, da je to nešto što bi trebalo funkcionirat na općoj razini...i** mislin da postoji za svako područje života dovoljan broj zainteresiranih građana koji bi sudjelovali u radu tih tijela, ne nužno zastupajući neke svoje interese, da su oni mutni, nego mislin da postoje ljudi koji gledaju neko opće dobro kao neki ultimativni cilj, i ja se stvarno nadan da će se to u nekom trenutku i dogodit."* (sugovornik FG1)

Pogledamo li ove tvrdnje u obliku indeksa, odnosno zbirnih vrijednosti cjelokupne skale, dobijemo sljedeće podatke:

Tablica 20 Deskriptivni podaci za "socios" indeks

„Socios" indeks	**N**	**%**	**kumulativni %**
5	122	8,3	8,3
6	12	0,8	9,1
7	47	3,2	12,3
8	40	2,7	15
9	73	5	20
10	84	5,7	25,7
11	95	6,4	32,1
12	91	6,2	38,3
13	100	6,8	45,1
14	130	8,8	53,9
15	221	15	68,9
16	104	7,1	76
17	83	5,6	81,6
18	73	5	86,6
19	46	3,1	89,7
20	152	10,3	100

min =5, maks= 20, M= 13,37, SD= 4,32



Grafički prikaz 26

Vidljivo je (tablica 20) kako otprilike polovica **ispitanika (53,9%) ima slabu vjeru da se socios model upravljanja HNK Hajduk može primjeniti na druge društvene subjekte i instituciju, no, zato otprilike 46% ispitanika smatra da se do neke mjere može primjeniti** na primjerima korištenim u instrumentu. Razlike prema dobi, obrazovanju i radnom statusu nisu pokazala odstupanja koja bi se mogla okarakterizirati kao značajnim za ispitanike u uzorku. (tablica 21)

Tablica 21 Sudonos dobi, obrazovanja i radnog statusa i "socios" indeksa

DOB	N	M	SD	min	Maks
16-20	60	13,88	4,27	5	20
21-25	184	13,62	4,15	5	20
26-30	271	13,74	4,22	5	20
31-35	268	13,16	4,37	5	20
36-40	242	13,76	4,22	5	20
41-45	175	12,74	4,35	5	20
46-50	127	13,06	4,6	5	20
51 +	11	12,38	4,58	5	20
OBRAZOVANJE					
Trogodišnja strukovna škola	92	14,47	4,22	5	20
Četverogodišnja škola	484	13,36	4,5	5	20
Viša škola	203	13,24	4,39	5	20
Fakultet	528	13,29	4,17	5	20
Magisterij, doktorat	156	13,34	4,05	5	20
RADNI STATUS					

Stalno zaposlen na neodređeno	834	13,25	4,27	5	20
Stalno zaposlen na određeno ili pola radnog vremena	225	13,59	4,34	5	20
Samozaposlen	159	13,05	4,5	5	20
Nezaposlen ili ne radi (umirovljenik	79	13,87	4,8	5	20
Učenik ili student	146	13,71	4,04	5	20

Sve tri navedene mjere korištene u ovom poglavlju: članstvo u organizacijama i udrugama, građanski aktivizam te percepcija primjene socios modela na druge društvene institucije i subjekte, iako zanimljive i indikativne same po sebi, najviše otkrivaju kada ih se usporedi s drugim indeksima i tvrdnjama korištenim u ovom istraživanju, prvenstveno kada je riječ o mjerama autoritarnosti i populizma te stavovima i tvrdnjama vezanim za model upravljanja i nadzora nad HNK Hajduk.

Tablica 22 Korelacijska analiza participacijske prakse (izbori za HNK Hajduk) i ostalih indeksa i skala

	Učestalost izlazaka na izbore za NO HNK Hajduk	**Indeks konzervativne filozofije vlasništva i upravljanja HNK Hajduk**
Učestalost izlazaka na izbore za NO HNK Hajduk	1	**-.271****
Indeks primjenjivosti "socios" modela	**.055***	**-.165****
Indeks aktivnog članstva u udrugama i organizacijama	-0,042	**.114****
Indeks pasivnog članstva u udrugama i organizacijama	-0,039	**.097****
Indeks političkog aktivizma	-0,006	**.055***
Indeks građanskog aktivizma i volonterstva	**.106****	**-.120****
Indeks populizma	**-.141****	**.299****
Indeks autoritarnosti	**-.100****	**.329****
Indeks konzervativne filozofije vlasništva i upravljanja HNK Hajduk	**-.271****	1

Tablica 22 prikazuje korelacijske vrijednosti između odabranih indeksa korištenih u istraživanju, s tim da su najzanimljiviji međuodnosi indeksa učestalosti izlazaka na izbore za NO HNK Hajduk i indeksa konzervativne filozofije vlasništva i upravljanja HNK Hajduk s mjerama građanske participacije, aktivizma te s indeksima autoritarnosti i populizma. Zašto baš odnos između ove dvije vrijednosti? Dobrim dijelom jer se radi o relativno suprostavljenim perspektivama vezano za navijačke stavove, a oko kojih, kao što je već prije bilo govora, lome koplja vezano za to koji je model ispravniji,

i što je najvažnije „civiliziraniji, funkcionalniji i demokratičniji“. Ono što se može zaključiti promatrajući korelacijske vrijednosti jest kako uistinu jest riječ o dva suprostavljena koncepta, i to na način da je **intenzivnija povezanost s izlaskom na izbore za NO HNK Hajduk pozitivno povezano s nešto većim intenzitetom sudjelovanja u humanitarnim i građanskim akcijama, dok je istovremeno negativno povezan s autoritarnim i populističkim vrijednosnim obrascima**. S druge strane ispitanici koji prihvaćaju tvrdnje o nužnosti „jednog gazde“, pomirljivosti prema krovnoj nogometnoj organizaciji i gostoprimstvu Hrvatske nogometne reprezentacije bez obzira na intenzitet i suštinu problema koje HNK Hajduk ima s tim krovnim tijelom, kao i gledanje na klub kao identitetski vezan za lokalne identitete **u znatno većoj mjeri prihvaćaju i autoritarne vrijednosne obrasce i populističke norme**, **više su vezani uz članstvo u organizacijama i politički angažman, no ne pokazuju veći oblik aktivizma i volonterstva u zajednici**. Druga dimenzija koja je primjetna iz korelacijskih odnosa jest da **članovi kluba koji više sudjeluju na izborima pokazuju karakteristike modernih političkih i društvenih vrijednosnih obrazaca**, dok su pobornici privatizacijskog modela („jedan gazda“) i pobornici identiteta kluba kao kluba kojeg trebaju voditi samo lokalni ljudi i veterani, **skloniji autoritarnim rješenjima i populističkim političkim obrascima**. Drugim riječima, iz ovih podataka je vidljivo kako je sklonost socios ideji i ideji „hajdučke demokracije“ pozitivno povezana s vrijednostima ključnim za razvoj civilnog društva i razvoj modernog društvenog uređenja s univerzalističkim kriterijima vrednovanja, dok s druge strane stoji obrazac koji je više vezan uz susjedsku, rodno-identitetsku i plemensku liniju gdje se vjeruje autoritetu i partikularnim vrijednosnim obrascima. Iz svega navedenoga proizlazi da se „**hajdučka demokracija usplati“ utoliko što okuplja u prosjeku više onu vrst populacije koja traži društveno odgovornije, transparentnije i demokratičnije procese u društvu. U konačnici prema podacima prikupljenim u ovom istraživanju valja zaključiti kako je suštinski riječ o pozitivnoj priči u okvirima građanskih inicijativa i pokreta.**

PERCEPCIJA MEDIJSKOG IZVJEŠTAVANJA RADA UDRUGE NAŠ HAJDUK, KLUBA NAVIJAČA TORCIDA I HNK HAJDUK – KVANTITATIVNI I KVALITATIVNI ASPEKTI

Uspjeh **„hajdučke demokracije“** te važnost prepoznavanja aktera koji, ako je suditi prema prikazanim podacima u prethodnom poglavlju, predstavljaju važan razvojni resurs društva jer svojom strukturom te postavljenim ciljevima i modelima rada inzistiraju na građanskim kulturnim obrascima i principima, neminovno ovisi ne samo o akcijama koje poduzimaju, već i o **načinu na koji mediji prikazuju rad udruge**.

Nažalost, zbog ograničenih projektnih okvira te ograničenih resursa s kojima se raspolagalo u obradi medijskih prikaza, rezultati prikazani u ovom djelu izvještaja **nisu potpuni i treba ih uzeti sa znatno većom zadrškom** nego što je to slučaj s podacima iz anketnog istraživanja. Prvenstveno se to odnosi na **kvantitativne podatke analize medijskih sadržaja kada je u pitanju rad udruge NH** jer je uzorak prvenstveno orijentiran na **nedovoljno detaljnu arhivu u vlasništvu udruge** te je stoga upitna pouzdanost dobivenih rezultata. No, kvalitativna ili diskurzivna analiza odabranih medijskih tekstova, kao i percepcija medijskih naslova i tekstova korištenih u sklopu fokus grupa nude znatno precizniji materijal, a na osnovu kojeg se može složiti slika stanja unutar ovog istraživačkog problema.

Primjerice, već pogled na strukturu analiziranih medijskih tekstova **pokazuje preveliku zastupljenost jednog medija (Slobodna Dalmacija) i to sa 61,6% od cjelokupnog uzorka** analiziranih novina i portala što upućuje na veliku disproporcionalnost, a onda posljedično i nemogućnost da podaci prikazuju realno stanje u smislu medijskih izvještavanja rada udruge „Naš Hajduk“.

Tablica 23 Distribucija uzorka medijskih članaka o udruzi Naš Hajduk

Medij	N	%
business.hr	1	0,2
Slobodna Dalmacija	**373**	**61,6**
hajduk.hr	2	0,3
Sportske Novosti	11	1,8
Jutarnji List	7	1,2
Večernji list	11	1,8
tportal.hr	6	1
aktual	1	0,2
objektiv	1	0,2
Novi List	1	0,2
forum.tm	2	0,3
index.hr	**101**	**16,5**
24 sata	**89**	**14,7**
Total	606	

Distribucija podataka prema godinama izlaska teksta je ravnomjernije raspoređena, što je i očekivano jer količina teksta prati i kumulativnu aktivnost udruge. (tablica 24)

Tablica 24 Distribucija medijskih članaka s obzirom na godinu objave

Godina	N	%	kumulativni %
2008	1	0,2	0,2
2009	3	0,5	0,7
2010	1	0,2	0,8
2011	57	9,3	10,1
2012	26	4,3	14,4
2013	78	12,8	27,2
2014	87	14,2	41,4
2015	6	1	42,4
2016	190	31,1	73,5
2017	96	15,7	89,2
2018	66	10,8	100

Iako su kvantitativni podaci relativno neiskoristivi za objektivnu procjenu medijskog sadržaja vezano za prikazivanje rada udruge Naš Hajduk, kvalitativna analiza pokazuje kako tekstovi koji su negativno intonirani imaju vrlo spefičnu jezičnu strukturu i stil izvještavanja.U nastavku medijskog segmenta nalazi se analitički osvrt novinskih naslovnica korištenih i u sklopu kvantittivne analize podataka, i u sklopu foksu grupa kao dio recepcije medijskog sadržaja.

Analitički osvrt na dvije novinske naslovnice kao prijedlog za daljnju multimodalno-kritičku analizu teksta [25]

Proučavanjem jezičnih struktura i sadržaja riječi u tekstu, s posebnim fokusom na razotkrivanju leksičkih odabira i načina na koje se grade tekstne strukture, te njihova prostorno-vizualnog strukturiranja i suodnosa uočavaju se implicitna ili indirektna vjerovanja prenesena tekstom. U ovom kratkom znanstvenom empirijskom osvrtu analizirat će se jezični izbori u dvije novinske naslovne stranice (i započeti analiza verbo-vizualnih odnosa). Diskursno-kritičke lingvističke perspektive na kojima temeljimo pristup u ovom znanstvenom izvještaju jesu kritička analiza diskursa (van Dijk 1998; Machin i Mayr 2012; Machin i van Leuwen 2007) s multimodalnim pogledom, odnosno teorijskim spoznajama i konceptima društvene semiotike (Kress i van Leeuwen 2001, 2006; Machin 2016; Machin i Mayr 2012).

Ukratko će se predstaviti analiza na primjerima odabranih naslovnih stranica za što se pretpostavlja da će voditi ka ukazivanju na pozitivan i negativan prikaz društvenih aktera i njihovih djelovanja i/ili prenaglašavanja tih prikaza. Analiza započinje predstavljanjem naslovnih stranica u stvarnom prikazu i u pojednostavljenim grafičkim prikazima. Grafički prikazi ne predstavljaju stvarne verbo-vizualne omjere na naslovnicama. Razlog zbog kojeg se poseže za prikazima jest „ukloniti“ izvanjske verbalne i vizualne segmente kako bi se analizirani dio naslovnica jasnije uočio u prikazu

[25] Analizu potpisuje Dr. sc. Ivana Zovko (Odjel za hispanistiku i iberske studije, Sveučilište u Zadru)

analize. Osim toga, prikazi služe kao baza ili transkript za daljnju multimodalnu analizu naslovnih stranica.

Zatim se pojedinačno analiziraju tekstovi naslovnih stranica i klasificiraju društveni akteri s obzirom na leksičke odabire u tekstu. Društveni akteri najprije se predstavljaju prema ideološkom četverokutu (prema van Dijku 1998) kojim je moguće odrediti početne pozicije u odabirima i prikazima endogrupe (*Mi*) i egzogrupe (*Oni*). Ovaj početni prikaz, iako ga je u predmetnoj pilot analizi moguće popuniti tek malim brojem leksičkih jedinica, isproban je kao jedan od mogućih koncepata kojim bi se u nastavku kvalitativnog istraživanja na većem broju novinskih naslovnica moglo obuhvatiti i sistematizirati društvene aktere i radnje koje čine ili koje su im pripisane. Analizom se potom obuhvaćaju modeli aktera/ osoba u diskursu, glagolskih procesa i drugih zastupljenih tekstnih elemenata, poput metafore i poimeničenja, te se ukazuje na značenja koja prenose ovi leksički odabiri. Kada se analiziraju društveni akteri predstavljeni u diskursu ili izostavljeni iz diskursa (odnosno: *tko čini kome što*) i radnje (odnosno: *što se događa*) jedna od mogućnosti jest upravo analiziranje (jezičnih i vizualnih) prikaza sudionika, procesa i okolnosti radnji o kojima se govori. Upravo na ovaj način gradit će se predmetni kritički prikaz dva medijska teksta.

a)

Naslovna stranica 1 ***SLIKA***	*Naslovna stranica 1* *PRIKAZ*
	Naslov novina **LAŽNA UZBUNA** slika blizina: Divljaštvo u Splitu HAJDUK I HRVATSKI NOGOMET TAOCI SU TORCIDE **NAPAD** **STRAVA**

Divljaštvo u Splitu

HAJDUK I HRVATSKI

NOGOMET

TAOCI SU

TORCIDE

trpitelji radnje – objekti	HAJDUK HRVATSKI NOGOMET Taoci	X

pozitivno predstavljanje endogrupe **naglašavanje**	negativno predstavljanje endogrupe **skrivanje**
negativno predstavljanje egzogrupe	pozitivno predstavljanje egzogrupe

vršitelj radnje – subjekt	TORCIDA divljaštvo **razbojnici*	X

Vijest se na naslovnoj stranici nalazi na lijevoj strani gdje je u vertikalnom obliku prikazan mlađi muškarac s povezom i kapuljačom oko glave i šipkom u ruci. Riječ je o navijaču Hajduka uslikanom nakon što je ušao na nogometni teren tijekom utakmice između Hajduka i Rijeke. Naslovni tekst ispisan je u donjem lijevom kutu i prekriva donji dio nogu prikazanog aktera i nogometni travnjak.

Promatranjem teksta iz perspektive ideološkog četverokuta (prema van Dijku 1998) moguće je ustvrditi da je na naslovnoj stranici istovremeno naglašeno negativno predstavljanje egzogrupe – navijača Torcide – i pozitivno predstavljanje endogrupe – Hajduka i hrvatskog nogometa (ili institucije „Hrvatski nogomet“). Dva kolektivna aktera – Hajduk i institucija hrvatskog nogometa (akter 1 – A1) – pozitivno su prikazana kroz ulogu *žrtve/ taoca*, dok je kolektivni akter navijača Torcide (akter 2 – A2) prikazan kao *razbojnik* iako u tekstu ova riječ nije eksplicitno upotrebljena. Zbog toga je ova imenica u tablici navedena pod zvjezdicom. Naime, smatra se da novinski prikaz, kako verbalni tako i vizualni, upućuje upravo na stvaranje medijske slike kolektiva navijača kao razbojnika ili delinkvenata što će se niže u tekstu nastojati potvrditi.

SUDIONICI

Akteri u ovom naslovu prikazani su vizualno i verbalno. Dok je vizualno predstavljen jedan akter – navijač Hajduka – verbalno su istaknuta tri kolektiva te su stavljena u suprotne pozicije u odnosu na *vršitelje* i *trpitelje radnje* i u odnosu na *pozitivan* i *negativan prikaz*.

Vizualni prikaz ističe u krupnom planu jednog navijača – *divljaka/ delinkventa* zamaskiranog lica – dok pisani tekst na ovaj vizualni prikaz vezuje cijeli kolektiv navijača Torcide. Navijači Torcide (A2) implicitno su predstavljeni kao *razbojnici* iako pisani tekst to ekplicitno ne kazuje. Međutim, iako tekst ne iskazuje *Torcida = divljaci*, navod da su drugi akteri (endogrupa A1) njezini taoci upućuje upravo na stvaranje slike o kolektivu Torcide (A2) kao kolektivu osoba devijantnog ponašanja. Tim više, nadnaslov *Divljaštvo u Splitu* potvrđuje ovaj zaključak. Riječ je o jezičnim procesima supresije i poimeničenja čijom se uporabom eliminiraju akteri i odgovornost. Dakle, novinska vijest u nadnaslovu eliminira činitelje radnje dok se istovremeno ovaj nadnaslov odlučilo vizualno predstaviti preko slike jednoga aktera – delinkventa. Ovdje govorimo i o procesu kolektivizacije koji je moguće iščitati upravo iz verbo-vizualnih odnosa, ali kolektivizacije sa suprimiranim akterima – akteri su predstavljeni ispod, u naslovu teksta.

Navijači Torcide u naslovu „HAJDUK I HRVATSKI NOGOMET TAOCI SU TORCIDE“ vršitelji su radnje ili subjekt, dok su klub Hajduk i hrvatski nogomet (predstavljen institucionalno) objekti koji trpe radnju. Pozicija objekta osnažena je upravo leksičkim odabirima koje smještamo na dva suprotna pola ideološkog četverokuta *divljaštvo* – *taoci*. Moguće je pretpostaviti da su leksički odabiri pri stvaranju naslovne stranice upravo i proizašli iz dostupnih fotografija zamaskiranoga muškarca.

Slika jedne osobe, navijača u crnome, s povezom preko lica, predstavljena je na način da se vezuje s kolektivom navijača. Drugim riječima, iako je jedna osoba izvršila incident, medijski verbo-vizualni prikaz krivicu preusmjerava na kolektiv. Ovakvi medijski prikazi neizravno prenose i (pristrane) pozitivne ili negativne vrijednosne stavove koji, na koncu, ako se učestalo pojavljuju, vremenom mogu prerasti u uvriježena društvena vjerovanja i prakse. Ova novinska naslovnica odabrala se upravo iz razloga jer se smatralo da stvara sliku o svim nogometnim navijačima kluba Hajduk kao delinkventima, a predmetni znanstveni izvještaj taj polazišni stav nastoji i dokazati.

PROCESI

Kada je riječ o glagolskim procesima ili radnjama, govorimo o tranzitivnosti. Tranzitivni procesi opisuju načine na koje su akteri predstavljeni kao da *čine* ili *ne čine* pojedine radnje.

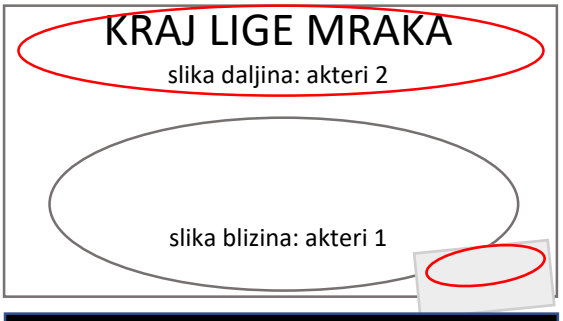
U ovom naslovu pojavljuje se odnosni ili relacijski proces – konkretno, glagol biti: *taoci su Torcide*. (Ostali glagoli koji izražavaju odnosne procese su: imati, predstavljati, odnositi se na, definirati, simbolizirati, i dr.) Odnosni procesi izražavanju stanje određenog bivanja, kazuju da stvari i procesi postoje u odnosu na druge stvari (Machin i Mayr 2012: 104 i d.). Ovi procesi omogućuju nam da predstavimo kao činjenice (ili fakte) ono što bi se moglo klasificirati kao mišljenje. Stoga je i temeljem odabira glagolskog procesa za prikaz odnosa polariteta između negativno predstavljenog vršitelja i pozitivno predstavljenog trpitelja (žrtva) moguće ustvrditi da cilja ka predstavljanju kolektivne krivnje šire skupine navijača. Istovremeno, moguće je kroz prikaz kluba i institucije državnog nogometa uočiti i prikrivanje negativnog djelovanja ovih skupina aktera.

OKOLNOSTI PROCESA ili RADNJI

Okolnosti procesa govore *gdje, kada i kako* se nešto dogodilo. Riječ je o detektiranju vremenskog slijeda događaja i prostornom pozicioniranju. Ova analiza može ići i korak dalje ako se vremenske i prosorne okolnosti analiziraju multimodalno – uzimajući u obzir verbalne i vizualne odnose.

U naslovu se ne pojavljuju vremenske oznake. Na taj način *Divljaštvo u Splitu* i Hajduk i Hrvatski nogomet taoci su Torcide prikazujuju se kao procesi koji traju i kojima se ne zna kraj ni početak. Prostorna oznaka navedena je imenom grada, što, kao i odabir prikaza aktera, ukazuje na kolektivizaciju. Tim više, ovim leksičkim odabirom krivica se usmjerava ne samo na osobe koje prate nogometna zbivanja nego na stanovnike grada. Nerijetko se nogometni klubovi u medijskim prikazima poistovjećuju s cjelokupnom zajednicom i lokalitetom. Na taj način utvrđuje se ili verificira važnost sportskih klubova za cjelokupno stanovništvo grada te se grade kolektivni identiteti pripadanja određenoj skupini. Istovremeno, građenje kolektivnih identiteta stvara i odnose separacije i rivalstva između različitih zajednica i lokaliteta uzimajući za osnovicu identiteta sportski klub.

b)

Naslovna stranica 2 ***SLIKA***	*Naslovna stranica 1* *PRIKAZ*
	NASLOV **NOVINA**
	

KRAJ LIGE MRAKA

DOČEK NA POLJUDU

NAKON OTKAZIVANJA DERBIJA, 6000 NAVIJAČA DALO POTPORU 'BIJELIMA'

HAJDUČKI USTANAK

NAVIJAČI	BIJELI i HAJDUK		BIJELI i HAJDUK
doček potpora (hajdučki ustanak)	hajdučki ustanak vječni život **uzrok otkazivanja derbija*		**uzrok otkazivanja derbija*

pozitivno predstavljanje endogrupe **naglašavanje** negativno predstavljanje egzogrupe	negativno predstavljanje endogrupe **skrivanje** pozitivno predstavljanje egzogrupe

LIGA MRAKA **uzrok otkazivanja derbija* Kraj	

Vijest zauzima cijelu naslovnu stranicu dnevnih novina, odnosno prostor ispod imena novina. Tek su dvije popratne vijesti prikazane u gornjem, znatno manjem, dijelu iznad imena novina. Na taj način istaknuta je važnost teme o kojoj se govori. Naime, sve druge društvene, političke, ekonomske, životne teme stavljene su „po strani“ i, tim više, eliminirane iz medijskog prikaza toga dana kao nevažne u odnosu na nogometnu situaciju. Zbog svoje vizualno-prostorne istaknutosti, ovakvi oblici medijskih prikaza imaju potencijal ili snagu stvarati, naglašavati ili preusmjeravati društvene diskurse i, u predmetnom slučaju, potaknuti identifikaciju pojedinca ili zajednice s konkretnom nogometnom situacijom. U analiziranoj naslovnici moguće je situaciju predstaviti na sljedeći način: potiče se poistovjećivanje i suosjećanje **kolektiva** (Splićana, Dalmatinaca, navijača Hajduka) s radnjama koje su izvršili **igrači** (prekid derbija – zaustavili vladavinu lige mraka), a potom i **navijači** (dočekali igrače i dali potporu igračima).

Shema prikazâ okolnosti, procesa i sudionika

okolnosti i proces: zaustavljanje vladavine lige mraka // implicitni vršitelji: igrači „Bijeli“ (i navijači Hajduka) zaustavljaju djelovanje eksplicitnog subjekta/ vršitelja – lige

--- objekt nad kojim se vrši radnja postaje vršitelj radnje, preuzima ulogu u djelovanju

okolnosti i proces: doček na stadionu Poljud // implicitni vršitelji: navijači Hajduka; objekt: igrači

okolnosti i proces: *otkazivanje derbija // skriveni vršitelji (institucija, *igrači)

okolnosti i proces: potpora igračima // eksplicitni vršitelji: 6000 navijača; objekt: igrači – „Bijeli“

okolnosti i proces: Hajdučki ustanak (protiv lige mraka) // eksplicitni vršitelji: igrači i navijači; implicitni objekt: liga mraka

Analitički osvrt na prikaze

kraj lige mraka i *hajdučki ustanak*

Na koji način je verbalno i vizualno predstavljen dolazak nove ere *za klub Hajduk i navijače*?

Sintagme *kraj lige mraka* i *hajdučki ustanak* metaforički su prikazi posljedica čina *neodigravanja utakmice.* Obje sintagme smještene su u središnji dio naslovnice i protežu se s lijeva na desno tvoreći glavni dio naslova. Njihova istaknutost u suprotnosti je s verbalnim prikazom okolnosti ove novinske vijesti koje su predstavljene malom veličinom slova ispod slike igračâ (*doček na Poljudu*/ *nakon otkazivanja derbija...*). Na taj način okolnosti koje se odvijaju oko procesa o kojem se govori vizualno i informacijski stavljene su u drugi plan.

Drugi dio naslova *hajdučki ustanak* vizualno je veći od prvoga dijela te je značenjski u suprotnosti s metaforom *kraj lige mraka*. Kontrast se uočava i u bijelim slovima ispisanima preko crne pozadine; bijela boja simbol je kluba, a istovremeno i obilježje čistoće, te na taj način vizualno nadjačava (ili pobjeđuje) crnu boju pozadine i crnu boju kojom je ispisan prvi dio naslova *kraj lige mraka*.

Odluka igrača da ne odigraju utakmicu metaforički je prikazana kao simbol kraja *vladavine mračne lige hrvatskog nogometa* i *početka nove ere*. Odnosno, proces koji se prikazuje kao najrelevantniji jest dolazak nove epohe nakon događaja vezanih uz prekid utakmice. Pripisivanjem važnosti jednom događaju kao simbolu kraja kompleksnih i dugotrajnih procesa potiče se kolektivna snaga i identitet hajdukovih navijača, ali i šire lokalne zajednice. Tim više, sintagma *hajdučki ustanak* priziva znanja o hajducima kao borcima za slobodu protiv ugnjetača. Iako je na naslovnoj stranici vizualno (fotografije) i verbalno (ispod glavne fotografije) zabilježen proces koji *se odvio*, analiza teksta upućuje nas da je u glavnom tekstu predstavljena projekcija budućeg stanja i promjena čiji su akteri upravo igrači i navijači Hajduka. Međutim, o tom budućem procesu moguće je tek naslućivati s obzirom da je čitatelju dan bez jezičnih obilježja koja bi ukazivala na mjesto ili vrijeme: ne specificira se što će se, kako i kada učiniti. Stoga, glavni naslovi lišeni su prikaza mjesta i vremena i obilježeni su poimeničenjem, odnosno, ne isticanjem glagolskih procesa. Istovremno, akteri su jasno prikazani kako verbalno tako i vizualno, ne identificiraju se pojedinici nego je subjektima i objektima pripisana grupna identifikacija. Prikaz aktera predstavljen je u shemama ranije u tekstu.

Nakon otkazivanja derbija, 6000 navijača dalo potporu „Bijelima“.

U ovom iskazu nije naznačeno tko je otkazao derbi iako je poznato da radnju otkazivanja službeno može izvršiti institucija (u ovom slučaju HNS). Međutim, leksičkim odabirom poimeničenja (nominalizacije) prikriva se vršitelj radnje. Iako se ovim odabirom na prvi pogled ne sugerira pristranost, nastavak rečenice ističe da je potpora igračima uslijedila nakon otkazivanja, za što je kriv *netko drugi* (*Oni*). Činom poimeničenja – korištenja imenskih elemenata umjesto glagola – moguće je ukloniti vršitelje radnje i, samim time, prikriti odgovornost za pojedinu radnju. U ovom konkretnom slučaju, moguće je zaključiti da se, s jedne strane, želi ukazati na krivca koji otkazuje derbi (institucija), zbog čega slijedi reakcija potpore (navijači). Međutim, s druge strane, iz situacijskog konteksta poznato je da su igrači Hajduka ti koji su odlučili ne odigrati utakmicu radi pojedinih ekscesa prema njihovim navijačima koji su se odigrali prije početka utakmice, što je rezultiralo velikim nezadovoljstvom i konkretnim akcijama igrača. Utakmica je, slijedom okolnosti i pravila, otkazana legalno. Upravo zbog toga moguće je zaključiti da se sintagmom koja eliminira vršitelje (instituciju) i natpisom koji se svojom veličinom, i samim time slabijim značenjskim potencijalom, ne može mjeriti s naslovima *kraj lige mraka* i *hajdučki ustanak*, u ovom medijskom prikazu ostavlja po strani pitanje legalnosti/ nelegalnosti otkazivanja derbija. (*)

(Nadnaslov *Nakon otkazivanja derbija* mogao je, primjerice, glasiti: *igrači Hajduka nisu odigrali utakmicu* ili *prekinuli su utakmicu*, i sl.)

(...)

Ovaj analitički osvrt služi kao prijedlog za daljnju tekstnu i multimodalnu analizu medijskih prikaza. U oba teksta (naslovne stranice) cilj je bio detektirati elemente koji ukazuju na pozitivni i negativni prikaz nogometnih navijača, kluba Hajduk i drugih aktera. Ovakvim analizama moguće je ustanoviti i kako osobe koje pišu, uređuju i prenose tekstove indirektno prenose i (pristrane) pozitivne ili negativne vrijednosne stavove koji, na koncu, ako se učestalo pojavljuju, vremenom mogu prerasti u uvriježena društvena vjerovanja i prakse. U medijskim prikazima koji (pre)naglašavaju određeni događaj ili ga pak umanjuju ili skrivaju, postoje izbori koji stoje iza tih prikaza, njihovih verbalnih i vizualnih formi. (...)

Kratka usporedba naslovnih stranica (bilješke proces)

tranzitivnot i odnosi subjekt - objekt:

u jednom tekstu objekt je klub Hajduk i hrv. nogomet, subjekt je Torcida

u drugom tekstu subjekt su najprije igrači (stopirali utakmicu), a onda i hajdukovi navijači (doček, potpora). Igrači i klub iz žrtve koja trpi (objekt) svojim ustankom pretvorili su se u subjekt. *Je li liga mraka ovdje postala objekt? negirana je*

materijalni (glagolski) proces - činjenje, djelovanje: *Hajdučki ustanak* (ustanak – poimeničenje procesa „ustati protiv“, „pobuniti se“)

odnosni ili relacijski proces - glagol biti (imati, predstavljati, odnositi se na, definirati, simbolizirati): *taoci su Torcide*. Ovi procesi omogućuju nam da predstavimo kao činjenice (fakte) ono što bi se moglo klasificirati kao mišljenje.

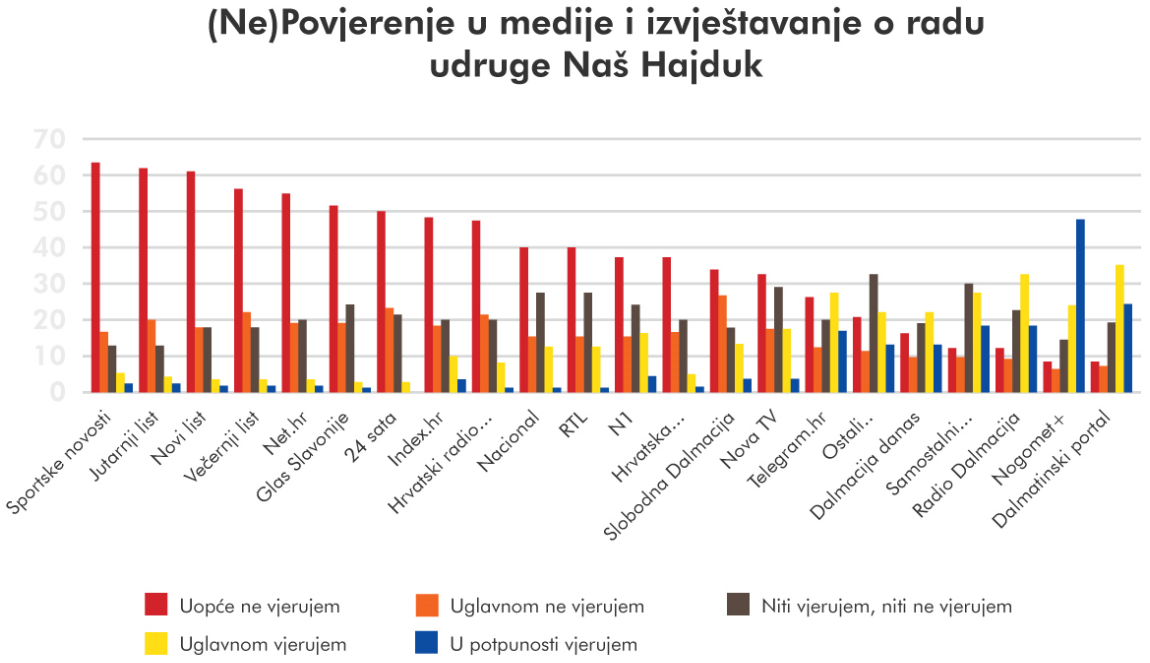
kolektivizacija (krivi svi navijači, jedna osoba napravila incident)

supresija i nominalizacija (nadnaslov *Divljaštvo u Splitu* eliminira aktere i odgovornost)

nominalizacija (i prenaglašavanje) (Kraj lige mraka)

PERCEPCIJA MEDIJSKOG IZVJEŠTAVANJA O UDRUZI NAŠ HAJDUK, KN TORCIDA I HNK HAJDUK

Kao što se dijelom vidi iz diskurzivne analize koja pokazuje kako je jezik izvještavanja opterećen pristranostima odnosno terminologijom koja čitatelje usmjerava prema poruci o navijačkim inicijativama kao destruktivnim i disfunkcionalnim, pogled na percepciju ispitanika vezano za tzv. srednjestrujaško medijsko izvještavanje ukazuje na obrazac koji upućuje na karakteristike pristranosti i tendencioznog izvještavanja u javnom prostoru. Iako svjesni činjenica da ispitanici u uzorku vjerojatno nisu ciljana publika većine medija koji su se našli u anketnom upitniku, analiza percepcije njihovog izvještavanja govori o izraženom jazu kada se obrađuju navijačke teme. S obzirom na temeljnu temu važnosti propitivanja „isplativosti hajdučke demokracije“, krenulo se od pretpostavke da je način na koji se u javnosti prikazuju navijačke inicijative u sklopu udruge, ali i percepcija rada medija relevantne za prihvaćanje ili odbijanje temeljnih ideja i ciljeva definiranih modelom upravljanja i borbom za transparentnije odnose u hrvatskom nogometu.



Grafički prikaz 7

Iz grafičkog prikaza 26 vidljivo je kako vodeći **nacionalni mediji „uživaju“ najviše nepovjerenja**, a valja posebno istaknuti problem koji je vezan za perjanice koncerna HANZA medije koji se i u navijačkim krugovima često ističu kao otvoreno neprijateljski, ne samo prema udruzi, nego i prema klubu navijača Torcida i prema HNK Hajduk, što je u više navrata istaknuto i unutar rasprave u sklopu fokus grupa:

*„...I čim ti vidiš članke o kaznama zbog ulice, zbog NH, automatski to prosječnom Hrvatu kaže da **ovi ne valjaju, da su huligani, da model ne valja**..."* (sugovornik FG_B1)

*„...**nikad nije spomenuta udruga ko neka lijepa priča**, kako se voli govorit o nekim drugima, rijetko san pročita pozitivan članak o udruzi koja je ipak napravila stvarno golem posal...jer iman osjećaj da bi bilo masu više ljudi učlanjeno da postoji pozitivna slika u medijima što se tiče toga..."* (sugovornik FG_B2)

*„Hajduk jednostavno magnet za medije, i što je **priča senzacionalističkija i postavljenija u radikalnom smislu, da se dešavaju potresi, šokovi, ovo i ono, jednostavno izaziva više klikova, odgovara za čitanos**t...a treća stvar je što su **mediji u dobroj mjeri bili uvezani sa Dinamom, Hanžeković je bija u upravi Dinama i sasvim sigurno im cila ta priča ne odgovara, i sigurno da je zbog toga pisanje o Hajduku još negativnije**...još jedan razlog je što su sportski novinari užasno potkapacitirani, zato su i završili ka sportski novinari, i oni realno ne mogu pričat o ničemu osim o utakmici i i ove su im stvari totalno nebitne, jedan je splitski novinar reka "Pustite me više s ovim financijskim izvještajima, ja oću Evertone"...i tu je sukus cile priče, **oni jednostavno ne žele i nemaju volje analizirati stvari na toj razini**, i tu se može jedno cilo istraživanje napraviti, percepcija udruge NH u sportskoj rubrici i percepcija udruge u ostalim rubrikama u medijima...ja mislin da bi vidili ogromnu razliku...i to je jedan tip problema, što malo umanjuje utjecaj ovih ostalih segmenata..."* (sugovornik FG2)

*„...na regionalnoj razini, lokalnoj, u Splitu, također postoji veliko nepovjerenje medija prema ovom modelu...čak ne bi reka nepovjerenje, koliko **zločestoća,** i pišu negativno o Hajduku i ovome modelu **isključivo iz osobnih razloga**, a to je da su prije ovoga modela **svi oni imali privatne interese, i novčane, materijalne, nematerijalne stvari poput besplatnih karata, privilegija, pa čak i funkcija u samom klubu**."* (sugovornik FG1)

*„...**glavni mediji u državi** - Hanza Media, Jutarnji List, Slobodna Dalmacija, koja nažalost i dalje ima ključnu rič kad se gleda Hajduk, jer masu ljudi je čita... **beskičmenjaci, koji jednostavno pišu ono šta in se kaže**...a i treća stvar - "if it bleeds, it leads", više će klikova il prodanih novina dobit ako se na naslovnici popljuca trener i neki igrač zato šta je ili nije igra, nego da se kaže da su nakon 5 utakmica odigrali dobro, te neke tehničko-taktičke komponente koje jednostavno široj masi nisu zanimljive...evo, sad je na zadnjem derbiju bila bakljada, od 50 baklji 2-3 pale na tartan, odma je udarna vijest da je opet kazna, opet ovo-ono...to šta neki europski Dinamo šta tuče Benficu nama nije priša centar 2 puta, to nikom ništa, jer jebiga, Hajduk je izgubija iz glupog gola...tako da, taj omjer šta će oni pustit je očito splet svih ovih stvari šta san nabroja."* (sugovornik FG3)

*„...Ja se slažem da **ima zloće, ima i interesa, al ima tu i površnosti, nezainteresiranosti i neprofesionalnosti**...imate kolumniste Jutarnjeg, Slobodne ili slično, ljudi koji o Hajduku pišu 30-40 godina, sad se pojavio NH koji je postao neki faktor u Hajduku, suvlasnik, i da oni u tih 10 godina nikada sami nisu izrazili nikakvu zainteresiranost da uopće upoznaju udrugu, upoznaju šta je to, upoznaju ljude...meni je to jednostavno nepojmljivo, čudno i meni jednostavno neshvatljivo...znači, vi se bavite Hajdukom, pišete o njemu 30-40 godina, pojavi se neki pokret, udruga koja postane faktor u svom gradu, a da vas to nikako ne zanima..."* (sugovornik FG4)

Novi List i Glas Slavonije, iako prema ovim pokazateljima stoje visoko u smislu nepovjerenja, valja istaknuti kako istovremeno imaju i velik udio odgovora u kategoriji „ne znam, ne mogu procijeniti", no nepovjerenje je sigurno vezano i uz element regionalne vezanosti za rivalske klubove (NK Rijeka, NK Osijek). S druge strane tablice vidimo portale poput **Telegram.hr, neprofitne medije i samostalne novinare te lokalne portale i portal Nogomet +**. Nužno je istaknuti i relativno dobru

poziciju Slobodne Dalmacije iako spada pod HANZA grupu, iako se kroz fokus grupe mogla detekirati nesklonost mediju zbog percepcije površnosti i senzacionalističkog pristupa izvještavanju vezano za udrugu Naš Hajduk, HNK Hajduk i KN Torcida. Slično kao i u prethodnim analizama, percepcija povjerenja u medijsko izvještavanje može se i gledati kao zbirni indeks s obzirom na specifični skup medija.

Tablica 25 Deskriptivni podaci za indekse povjerenja u medije

	N	min	max	M	SD
Indeks povjerenja u nacionalne medije (Večernji list, Jutarnji list, Sportske novosti, index.hr i ostali)	1329	10	46	17.59	7,63
Indeks povjerenja u Telegram, N1 i Nacional	1358	3	15	7,25	3,23
Indeks povjerenja u lokalne medije (Dalmacijadanas, Dalmatinski portal i Radio Dalmacija)	1416	3	15	10	3,27
Indeks povjerenja u neprofitne medije i nezavisne novinare (nogomet + i ostali)	1186	3	15	9,75	3,27

Iz tablice 25 vidljivo je kako imamo **četiri specifična indeksa koji se razlikuju s obzirom na tip vlasništva, ali i domet u smislu lokalne, regionalne ili nacionalne publike**. Razlika je važna jer se suštinski nacionalni mediji mogu svrstati u tzv. srednjestrujaške medije, uz svojevrsnu mekšu alternativu u obliku Telegrama, N1 i Nacionala kao element koji objedinjuje specifične vlasničke lokalne i neprofitne medije. Pogled na distribuciju svakog pojedinačnog indeksa otkriva kako upravo najviše nepovjerenja uživaju nacionalni mediji, dok **najbolje prolaze lokalni i samostalni novinari te neprofitni mediji.**[26] Razlog ovakve razlike u povjerenju vezano je uz načine na koji se pratio rad udruge, ali i rad HNK Hajduk te rad KN Torcida[27] sa strane nacionalnih medija i sa strane lokalnih te nezavisnih i neprofitnih medija.[28] U svjetlu iznesenih podataka, dodatnu zanimljivost predstavlja usporedba ovih

[26] Ovdje, međutim, valja ponovno naglasiti kako dobivene vrijednosti nisu i reprezentativne vrijednosti navijačke populacije te je za pretpostaviti kako bi odnos povjerenja i nepovjerenja možda bio nešto drugačiji da su u većem broju zastupljeni stariji navijači te navijači iz ruralnih područja. U korist te tvrdnje govori i podataka kako u ispitanici koji spadaju u dobnu kategoriju 51 + pokazuju znatno više povjerenja od ispitanika koji su u dobi od 21 do 40 godina starosti kada je u pitanju izvještavanje o udruzi Naš Hajduk.

[27] U instrumentu su korištene i mjere povjerenja u medije kada je riječ o izvještavanju i ovih aktera gdje su dobivene slične vrijednosti. Zbog ograničenosti prostora, nisu prikazani niti analiziranu u ovom izvještaju.

[28] Primjerice, u trenutku pisanja ovog teksta, portal Index.hr donosi sljedeći naslov povodom smrti bivšeg igrača Hajduka Jurice Jerkovića: „Jurica Jerković: Nikad se neću vratiti u Hajduk. Potjerali su Matošića i Holcera“. (https://www.index.hr/sport/clanak/jurica-jerkovic-plakao-sam-kad-sam-odlazio-iz-hajduka-ali-necu-se-vratiti/2090423.aspx) Iako je sam tekst relativno umjeren, naslov je tendenciozan i senzacionalistički, formatiran na način da se sugerira kako je problem aktualan, a ne dio povijesne priče. Drugi primjer je vezan uz tekst Večernjeg Lista i udruge Naš Hajduk gdje se, međuostalim, u naslovu online članka navodi sljedeće: „Čim vatreni ponovno zakorače na Poljud, Naš Hajduk gubi smisao. Protiv čega bi se borili?“ I sam tekst, kao i naslov sugeriraju kako je smisao i svrha udruge Naš Hajduk isključivo borba protiv hrvatske nogometne reprezentacije, čime se tendenciozno iskrivljava vrlo jasan i dokumentiran i transparentan cilj i djelovanje udruge. Mišljenje je potpisnika ovog izvještaja kako upravo ovakvi tekstovi stvaraju percepciju nepovjerenja navijača prema skupu nacionalnih medija jer bolje prolaze loše, nego odmjerene i dobre vijesti o udruzi Naš

indeksa s dosada analiziranim indeksima vezanim za politički i društveno angažman ispitanika, te stavovove o populizmu i autoritarnosti kao i učestalost izlazaka na izbore za NO HNK Hajduk te percepcije primjenjivosti „socios“ modela na druge društvene aktere i institucije. (tablica 26)

Tablica 26 Korelacijska analiza indeksa povjerenja u medije i odabranih indeksa

	Indeks povjerenja u nacionalne medije (Hanza, Styria i ostali)	**Indeks povjerenja u Telegram, N1 i Nacional**	**Indeks povjerenja u lokalne medije (Dalmacijadanas, Dalmatinski portal i Radio Dalmacija)**	**Indeks povjerenja u neprofitne medije i nezavisne novinare**
Učestalost izlazaka na izborima za NO HNK Hajduk	**-,196****	,032	,051	**,061***
Indeks konzervativne filozofije vlasništva i upravljanja HNK Hajduk	**,445****	-,023	**,059***	**-,194****
Indeks aktivnog članstva u udrugama i organizacijama	**,071****	,003	,028	,018
Indeks pasivnog članstva u udrugama i organizacijama	0,26	-,042	**-,059***	**-,079****
Indeks političkog aktivizma	**,085****	,036	.,003	-,009
Indeks građanskog aktivizma i volonterstva	**-,187****	-,035	**-,054***	**0,74***
Indeks populizma	**,077****	**-,131****	**,056***	**-,060***
Indeks autoritarnosti	**,071****	**-,154****	-,021	**-,133****
Indeks primjenjivosti socios modela	**-,079***	**,086****	**,081****	**,168****

***razlike su p<0,05, **razlike su p<0,01**

Iz podataka je vidljivo kako **veće povjerenje u izvještavanje medija poput Jutarnjeg lista, Večernjeg lista, Indexa i ostalih stoji u visokoj pozitivnoj korelaciji sa stavovima kako HNK Hajduku treba „jedan gazda“ i konzervativniji model upravljanja koji uključuje veću zastupljenost veterana te pomirljiv ton prema krovnoj nogometnoj organizaciji**, no s druge strane u negativnoj je povezanosti o učestalosti izlazaka na izbore za NO HNK Hajduk te indeksom građanskog aktivizma i volonterstva. Drugim riječima, **veće participacija i u demokratskim procesima i u volontersko-građanskim aktivnostima je vezana za one koji nemaju visoko povjerenje u načine na koji nacionalni mediji izvještavaju o radu udruge Naš Hajduk**, dok suprotno vrijedi za one koji bi umjesto socios modela voljeli vidjeti neki oblik dokapitalizacije kluba s „jednim vlasnikom“ na čelu. Iako su nešto slabije snage povezanosti, svejedno su statistički značajne. Odnos između indeksa populizma i autoritarnosti i povjerenja u rad nacionalnih medija stoji s jedne strane, dok je suprotna tendencija, odnosno manja sklonost i autoritarnosti i populizmu povezana s povjerenjem prema neprofitnim i nezavisnim medijima veće, ali i medijima tzv. „mainstream alternative“ poput Telegrama, N1 i Nacionala. Također, **veći indeks povjerenja prema Telegramu, N1 i Nacionalu u prosjeku više izražavaju ispistanici sa završenim većim stupnjem obrazovanja (fakultet i više), dok nacionalnim medijima u uzorku najviše vjeruju nezaposleni (ili umirovljeni) ispitanici i ispitanice**. Iz prikazanih podataka vidljivo je kako postoji veza između navijača i navijačica koji ne poklanjaju svoje povjerenje

Hajduk, HNK Hajduk i KN Torcida. No, kako bi se stekla preciznija slika stanja, potrebno je napraviti i precizniju analizu sadržaja te precizniju percepciju i recepciju publike, unutar reprezentativnih okvira i medijske arhive i navijača.

nacionalnim medijima i izvještavanju o radu udruge Naš Hajduk te obrazaca ponašanja i vrijednosti karakterističnih za demokratska društva i društva s izgrađenom građanskom kulturom i svijesti. No, nužno je napomenuti da ovaj odnos ne znači kako je veza između njih uzročno-posljedična, odnosno kako medijski sadržaj oblikuje te stavove i obrasce ponašanja, ali svakako ukazuje na njihovu povezanost. Recepcija medijskog izvještavanja kada su u pitanju nacionalni mediji je navedena i unutar razgovora u sklopu fokus grupa:

„...ti nacionalni mediji, mi smo u Splitu i ***nacionalni mediji nisu toliko pratili tu priču****...naprimjer, vi ste imali u Zagrebu pokretanje četvorice kapetana, oni su odmah dobili gostovanje u emisiji Nedjeljom u 2, udarni termin, imali ste da je Mamić tamo 4-5 puta gostovao, a* ***NH - kao jedna udruga koja je po broju članova među najvećima u Hrvatskoj, koja sad iza sebe ime neke rezultate i razne projekte - nikad neće dobiti takav termin.****...mi smo čak pokušavali da do tog termina dođe, da dobijemo prostor, ali ga nismo još dobili...iako imamo iza sebe puno veći rad i kredibilitet nego, primjerice, ta 4 kapetana što su im 30 tisuća potpisa skupili navijači, njih isturili, njima to nije prošlo i svak se razbježao na svoju stranu, to je živjelo 2 mjeseca (smijeh)...ali su dobili prime termin na televiziji.“* (sugovornik FG2)

*„...****ako ćeš ti meni stavit Štimca na prime time na HRT, dobro jutro da nećeš izvještavat o NH****, jer to ti se kosi sa svim i ti to nećeš napravit, o Slobodnoj neću niti pričat...pod hitno tribamo to prominit, samo se ne mo'š borit protiv toga, niko te ne želi, šta ću, objavit na Fejsu da smo pomogli maloj Mili, ko će to vidit? A ne može nigdi drugdi izać zato što niko ne da da izađe...i triba pod hitno poboljšat komunikaciju, samo opet ne znan kako, prema starijin ljudima, meni mater i otac jedino čitaju Slobodnu, i da nemaju mene doma oni bi bili totalni kreteni...****ne bi imali pojma šta se događa, ne bi bili članovi...jer ne mogu oni uć na stranicu Telesporta i N+.****..“* (sugovornik FG_B3)

„...što se tiče Hajduka, uvik isto, ***iskrivljavanje istine, clickbaitovi, di god se može stavit Hajduk u naslov, stavi se u naslov, jer se na to klika.****..u biti jedino pozitivno se piše kad pobjeđuje, a onda je i ova naša priča pozitivna, šta napravimo u tom nekom razdoblju kad se pobjeđuje je dobro, a kad se gubi, uredno nas se gurne u neku priču da mi vladamo klubom, da mi upravljamo klubom...“* (sugovornik FG_B1)

„...al ono šta je meni upalo u oko, naslov, je li, ***kad je Pušniku dalo otkaz, bia je naslov u novinama da mu Hajduk mora isplatiti 400 tisuća kuna...10-15 dana ranije je Dinamov Bugar - Petkov ili kako već - dobija 300 tisuća eura...to je možda glupost, al da je pisalo 3 milijuna kuna ili koliko je to već, drugačije bi ljudi pročitali taj naslov.****..a ovako, kad pročita 300 tisuća eura i 400 tisuća kuna...“* (sugovornik FG_B4)

„..., ***bia je transfer nekog igrača koji nije odigra minute za Dinamo, to je odličan uspjeh Dinamove škole, prodali su igrača za milijun eura bez da je odigra minute za seniorsku ekipu...mi prodamo onog Maganjića - još jedan talent bježi iz Hajdukove škole bez da je odigrao i minutu...ista cifra, prodali ga za milijun eura...al kad mi to napravimo, bježi, raspad****...“* (sugovornik FG2)

*„...****Treći dres Hajduka, crni, jel, razapelo nas, ustaše****, protivno tradiciji, taj treći dres je bija po novinama non-stop...****Dinamo ima treći dres crni, reprezentacija ima drugi dres crni...jeste ikad pročitali da je to protivno tradiciji?“*** (sugovornik FG_B2)

Zanimljivi su i podaci iz tvrdnji prema kojima su ispitanici procijenjivali način na koji su mediji u prosjeku izvještavali o ključnim događajima vezano za povijest navijačkog pokreta i inicijative.

Tablica 27 Distribucija odgovora percepcije medijskog izvještavanja o ključnim događajima vezanim za povijest navijačkog pokreta

	Negativno	**neutralno**	**Pozitivno**	**Ne znam, ne mogu procijeniti**
Kodeks	33,4%	33,1%	**26%**	7,5%
Prosvjed ispred gradske uprave radi jamstva za kredit	37,8%	31%	**24,4%**	6,8%
Izbori za NO 2011. – 2015.	27,6%	**41%**	19,3%	12,1%
Neodigrani derbi na Maksimiru	**73%**	14,9%	8,4%	3,7%
Prosvjed na Rivi	37,4%	36,7%	**21,3%**	4,6%
Izbori za NO 2015. – 2018.	30%	**46,1%**	15,1%	8,8%
Smjena Marina Brbića	**68%**	22,7%	3,9%	5,4%
Smjena Ivana Kosa	**72,1%**	18,9%	5,2%	3,8%
Izbori za NO 2018. – 2022.	35,8%	**44,2%**	14,2%	5,8%
Akcija otkup dionica "Ili jesmo, ili nismo""	30,4%	41,8%	21%	6,8%

Prema tablici 27 vidljiva je prisutna dominantno negativna percepcija kod svih navedenih događaja uz nešto pozitivniju percepciju pokrivanja događaja poput donošenja Kodeksa, prosvjeda ispred gradske uprave radi jamstva za kredit te prosvjeda na rivi. Kao svojeversna suprotnost stoje interne aktivnosti i odluke kluba poput smjene predsjednika uprave, ali i odluka o neodigravanju derbija na Maksimiru. Kao najmanje problematičnim u smislu medijskih izvještavanja percipirani su izbori za Nadzorni odbor HNK Hajduk i to u svim dosadašnjim periodima. I kroz razgovor u sklopu fokus grupa navedeni su elementi koji potencijalno objašnjavaju ovakvu percepciju:

„...moj je dojam da se o udruzi izvještavalo pozitivno dok je to djelovalo kao neka simpatična priča navijača, dok to nije postalo neki stvarni faktor, decision maker, možda sad pretjerujen s tin, al dok nije imala stvarni utjecaj i postala dovoljna velika, dok je nisu počeli percipirat kao nekoga ko može značajno utjecat na puno procesa...i neke stvari su se zapravo čak i u mainstream medijima prikazivale pozitivno, ***čak i prosvjed ispred Banovine, prosvjed protiv HNS-a, to je sve mahom prikazivano kao neka dosta pozitivna stvar****, i ne mogu točno identificirati šta je bio taj critical juncture da se to prominilo...ali očito je da je posljednje dvije godine drastično promijenjen diskurs pisanja, i zapravo bi bilo zanimljivo istražiti koji je to momenat koji je to prominija, i iz toga nekako izvuć uzroke koji su tome prethodili, ja ih ne mogu identificirat ovako napamet...“* (sugovornik FG2)

„...bilo je odstupanja, bilo ih koji su stvarno imali medijsku pozornost, bar na nekoj lokalnoj razini, naprimjer ***događaj na Pjaci kad je kupljeno 25 dionica, kad je potpisan ugovor, sutradan je preko cijele naslovnice Slobodne Dalmacije izašla slika "Naš je Hajduk"****...znači, bilo je nekih razdoblja i nekih događaja kad je to bilo dobro pokriveno, al opet je to bilo dosta površno, nije se išlo u neku dubinu, da se ljudima razjasni šta, nego se išlo za nekim momentom...prikaže se fasada, a ne prikaže se u dubinu.“* (sugovornik FG3)

Upravo je ovdje zanimljivo i spomenuti recepciju naslovnica u fokus grupama, obrađenih u poglavlju analize diskursa, gdje sudionici na sljedeći način vide naslovnicu koja uokviruje na negativni način navijački incident na utakmici Hajduk-Rijeka:

*„...Vizualno je napravljeno tako da **ti pari da je naslov "Napad rotvajlera" vezan uz ovoga momka** livo...u prvom planu ti je momak u crnome i bili naslov "Napad rotvajlera"...znači, da u dvi sekunde ovo pogledan, krivo bi poveza...“ (sugovornik FG4)*

*„**Napad rotvajlera**, **nije ovo slučajno,** pas i...to je baš ta **psihologija, utjecaj, kad vidiš te slike**...“* (sugovornik FG_B2)

*„...Ovo je **generalizacija, neki redikul je uletija sa štapon i odma su krivi svi šta su bili na Sjeveru tu utakmicu, sve su to huligani**...još te ovako spoji s rotvajlerom...tako su i Rilova izbacili na onoj jednoj fotografiji sa pacovon...“* (sugovornik FG3)

*„...Ja mogu samo reć - možda je **totalno pogrešna perspektiva** - Hajduk je kroz povijest ima situacija kad su navijači uletili u teren i doslovno pribili suca...ovdi je momak uletija u teren i nije ga ima namjeru pribit, malo je šeta oko njega, a naslovnica je ovakva kakvu svi vidimo, katastrofa...a **isti ti događaji u povijesti su bili prikazani ka nešto - neću reć najnormalnije, al ok...navijači su ušli, pribili suca i idemo dalje...znači, gora situacija se prikazala puno pitomije**...“* (sugovornik FG2)

Naslovnica u kojoj se tematizira neodigravanje derbija na Maksimiru pak ima drugačiju recepciju i manje je problematična sugovornicima:

*„...**Pozitivno** mi djeluje, **super...;** „Ovo je super, meni je **ludilo**, to je to...“; „Bengalke, **simbol otporu**...ludilo...* (uglas više sugovornika)

*„Zanimljivo je i ovo u dnu, znači sutra je specijal, to je bilo pred Gradsko vijeće, znači, da Slobodna izbacuje neku analizu toga šta će biti na Gradskom vijeću na 16 stranica je dosta zanimljivo, **vidi se da im je to u tom trenutku bila top stvar**...“* (sugovornik FG2)

*„...Tu se baš lijepo **vidi povezanost navijača i igrača, tu su oni jedno**, i to je isto možda dobra poruka cile naslovnice...zapravo su slike baš tako napravljene, igrač, navijač, igrač, navijač, oni su svedeni u tom trenutku na istu razinu, **svi su jednako bitni, svi su ka dio istog**...“* (sugovornik FG1)

Iako su vidljive jasne distinkcije u recepciji sadržaja, valja naglasiti kako je **uzorak u fokus grupi obrazovaniji i aktivno sudjeluje kroz volontiranje i druge aktivnosti u sklopu udruge te je onda i recepcija očekivano formatirana na ovaj način**. S obzirom da nije provedena fokus grupa s navijačima koji nemaju povjerenja u rad udruge i koji su protivnici socios modela, ne može se sa sigurnošću reći kako bi izgledala njihove recepcija medijskih sadržaja, no podaci iz anketnog dijela istraživanja koji analiziraju percepcijski dio sugeriraju kako bi vrlo vjerojatno bila dijametralno suprotna od gore navedenih izjava. Daljnja istraživanja svakako moraju uključiti i taj segment u analize kako bi konačna slika bila preciznija i jasnija.

ZAKLJUČNA RAZMATRANJA – HAJDUČKA DEMOKRACIJA KAO „ISPLATIVI“ MEHANIZAM (NAVIJAČKE) OBRANE OD AUTORITARNIH I PROTUMODERNIH PROCESA U DRUŠTVU?

Rezultati provedeni u sklopu projekta „Hajdučkom suradnjom (i volonterstvom) do društvenog razvoja“, iako manjkavi u nekim segmentima uzorkovanja, ukazuju na obrasce ponašanja i vrijednosti navijača i navijačica HNK Hajduk koji se ne uklapaju u „zdravorazumsku“ percepciju navijačke subkulture kao destruktivne, društveno neangažirane i sklone antidemokratskim stavovima. Upravo suprotno, rezultati sugeriraju kako postoji potencijalna distinkcija unutar navijačkog korpusa s obzirom na vrijednosni okvir i filozofiju vlasništva i upravljanja klubom. Iz podataka se tako mogu izvuću dvije temeljne osovine prema kojima je navedena razlika najistaknutija: **vrijednosna i participacijska**. U vrijednosnoj s jedne strane stoje navijači i navijačice koje su u prosjeku više skloni prihvatiti „socios“ model, vide klub kao suvremeni i moderni kolektiv koji favorizira stručnost naspram identitetskoj pripadnosti te su istovremeno manje autoritarni i manje skloni populizmu i populističkim političkim obrascima. S druge strane su ispitanici skloniji dokapitalizaciji ili privatizaciji, no oni iskazuju u prosjeku znatno više sklonosti autoritarnim i populističkim rješenjima, manje su društveno angažirani i imaju više povjerenja u krovni nogometni savez te nacionalne medije. Participacijska dimenzija, gledana kroz učestalost izlaska na izbore za Nadzorni odbor HNK Hajduk, pokazuje kako ispitanici koji su praktično vezani uz demokratske procese kluba također u prosjeku znatno više odbijaju autoritarne vrijednosti i stavove, populizam te više sudjeluju u volonterskim aktivnostima od ispitanika i ispitanica koji ne sudjeluju na izborima za NO HNK Hajduk. Navedeni obrasci ukazuju na pozitivan odnos između povezanosti s idejom „narodnog“ kluba ili „kluba zajednice“ i društvenog angažmana, no jednako tako ukazuju na važnost formalne organiziranosti navijačke inicijative u obliku udruge jer strukturira djelatnosti aktera željnih promjena ne samo u hrvatskom nogometu, nego i u hrvatskom društvu. U konačnici, bez obzira na nužnost detaljnije analize i dodatnih istraživanja na ovu temu, ostaje nužno zaključiti kako je strukturiranje i racionalizacija aktivnosti navijačkog pokreta otvorila potencijalno relevantan prostor za amortizaciju protudemokratskih i antiintelektualnih praksi te iz tog razloga udrugu Naš Hajduk treba gledati kao hvale vrijedan napor u dizanju kapaciteta civilnog sektora i građanske kulture u Hrvatskoj.

BIBLIOGRAFSKI IZVORI

Bežovan, G. (2003) Zakonski, politički i kulturni okvir za razvoj civilnog društva u Hrvatskoj. *Revija za socijalnu politiku* 10(1): 23-44.

Bežovan, G. i Zrinščak, S. (2007): Civilno društvo u Hrvatskoj. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk.

Derado, A., Dergić, V., i Međugorac, V. (2016) Mladi u Hrvatskoj i populizam: analiza „plodnog tla" za razvoj populizma mežu mladima u gradu Zagrebu primjenom mješovite metode. *Revija za sociologiju* 46(2): 141-173.

Ilišin, V. (2007) Slobodno vrijeme i interesi mladih, U: Mladi: problem ili resurs. (ur: Ilišin, V i Radin, F.), str. 179-201. Zagreb: Institut za društvena istraživanja u Zagrebu.

Ilišin, V. (2011) Vrijednosti mladih u Hrvatskoj, *Politička misao: časopis za politologiju* 48(3): 82-122.

Ilišin, V., Gvozdanović A, Adamović, M. Potočnik, D., Baketa, N., i Kovačić, M. (2019) Istraživanje mladih u Hrvatskoj. Zagreb: Friedrich Ebert Stiftung.

Franc, R., Šakić, V. i Maričić, J. (2007) „Građanski aktivizam u Hrvatskoj", *Društvena istraživanja* 16(1): 111-132.

Šalaj, B. (2007) Socijalni kapital – Hrvatska u komparativnoj perspektivi. Zagreb: Fakultet političkih znanosti

Lalić, D. (2011) Torcida: pogled iznutra. Zagreb: Profil multimedija.

Vrcan, S. (2003) Nogomet, politika, nasilje: ogledi iz sociologije nogometa. Zagreb: Jesenski i Turk.

Kress, G. & Van Leeuwen, T. (2001). Multimodal discourse: The modes and media of contemporary communication. London: Arnold.

Kress, G. R. & Van Leeuwen, T. (2006). Reading images: The grammar of visual design. London: Routledge.

Machin, D. (2016). Introduction to multimodal analysis. Bloomsbury Publishing.

Machin, D. & Mayr, A. (2012). How to do critical discourse analysis: A multimodal introduction. Los Angeles: Sage.

Machin, D. & van Leeuwen, T. (2007) Global Media Discourse—A critical introduction. London: Routledge.

Perasović, B. i Bartoluci, S. (2007) "Sociologija sporta u hrvatskom kontekstu", *Sociologija i prostor,* 175(1): 105-119.

Perasović B., Mustapić M. (2013): „Football supporters in the context of Croatian sociology: Research perspectives 20 years after", *Kinesiology*, 45 (2): 262-275.

Van Dijk, T. A. (1998). Ideology: A multidisciplinary approach. Sage.