

**Иван Ковачевић**

*Одељење за етнологију и антропологију  
Филозофски факултет Универзитета у Београду  
ikovacev@f.bg.ac.rs*

**Бојан Жикић**

*Одељење за етнологију и антропологију  
Филозофски факултет Универзитета у Београду  
bzikic@f.bg.ac.rs*

**Антропологија фудбала\***

**Апстракт:** Антрополошко занимање за фудбал у порасту је од почетка овог века, о чему сведочи повећан број истраживања, индивидуалних радова, колективних публикација и научних скупова. Узевши у обзир то да антропологија одавно није више наука о културно бизарном и егзотичном, јасно је да су прва антрополошка проучавања фудбала као културног феномена везана за оне средине у којима он представља битну културну значајку, што и јесте разлог ширења ове субдисциплине првенствено у Европи или посматрања фудбала као езотеричног феномена у неким срединама са дужом традицијом антропологије посвећене културама нативних заједница. Од првих аналогичних фудбалске игре и њених правила са ритуалима тзв. примитивних култура, антрополошко проучавање фудбала развило се у релативно свеобухватни приступ, који укључује истраживачко занимање за све учеснике неопходне за успостављање те игре као јавног, културног добра – играче, стручњаке, навијаче, новинаре, организаторе итд. – као и за разноврсне аспекте његовог културног манифестовања, од оруђа за конструисање идентитета и културног симбола, преко активности везане за слободно време и економију подједнако, до својеврсне апотеозе концепата глобализације и комодификације културних добара. Антрополошка проучавања фудбала присутна су и у Србији, где њихов предмет одговара оној позицији и улози коју фудбал, као недвосмислено културни артефакт, има у друштву Србије и земљама региона.

Кључне речи: фудбал, антропологија, култура, економија, културни идентитет, Србија

---

\* Резултат рада на пројекту МПНТР 177018 и на пројекту МПНТР 177035.

## Увод – антропологија и фудбал

Антропологија је толико разграната наука данас, да чак и онда када је не посматрамо у америчком четворопољном смислу – а када се, у погледу најшире схваћене теме овог текста, бави физичким карактеристикама спортиста, на пример (в. нпр. Ciorsac *et al.* 2010) – постоје толико разноврсна интересовања унутар ње за нешто што на први, или спољашњи, поглед није део њеног предметног инвентара, тачније што свакако није део традиционалног или класичног предметног инвентара, посматраног из перспективе дисциплине која наводно проучава само незападна, предтехнолошка, традицијска друштва. Чак и онда, дакле, када узимамо у обзир социокултурну антропологију као антропологију, одређена истраживања не могу да се уклопе у уобичајену представу ни о тако схваћеној дисциплини, пошто неупућенима изгледа као да посежемо за нечим што је општег карактера, разумљиво само по себи и свуда присутно, да нема потребе, наводно, ни за каквим другим тумачењима, осим онога „за шта сви знају да је тако”.

Фудбал, као предмет антрополошких истраживања, спада управо у такву категорију. Аутори овог текста имали су прилике да често чују питања: „А шта ту има да се проучава?”, односно: „А шта антропологија има с тим?”, како од стране људи изван академског контекста, тако и од стране људи из тог контекста. Зато ћемо започети наше представљање антрополошких интересовања за фудбал афоризмом Душка Радовића од пре више од три деценије, који, отприлике, гласи: „Жене би могле комотно да варају своје мужеве кад играју Звезда и Партизан, само кад би имале с ким.” У тих неколико речи садржано је и неколико истраживачких концепата, које нико не би оспорио као предмет антрополошког интересовања, попут рода, маскулинитета, полности, културне хегемоније, али не само да бисмо били веома далеко од исцрпљивања описа истраживачких начина на које нас фудбал занима као антропологе, већ ниједан од тих начина не представља поенту препознавања фудбала као предметног домена антропологије, сам по себи.

Ствар је у томе, једноставно речено, да фудбал, као ни спорт уопште, не поседује унутрашњу вредносну структуру, већ, с једне стране, представља флексибилно средство за приписивање симболичких својстава, на основу повезивања са друштвеним и културним идеологијама, односно средство преношења и ширења друштвених и културних идеја о различитим стварима са којима иницијално не би требало да има везе као врста игре (упор. Bradley 1996), а с друге стране, баш као врста игре која смисао добија својом практичном јавном употребом, подложен је свему ономе чему је подложна свака врста производа, а што се обично описује појмом комодификација. Другим речима, фудбал представља културни артефакт и

као такав чини легитимни део антрополошког предметног инвентара, те одатле и – антропологија фудбала.

Наравно, може се поставити питање: „Како је то фудбал предмет антропологије фудбала?” Антропологија фудбала може проучавати саму спортску игру кроз правила, актере, услове игре, предмете, радње и све оно што чини фудбал као игру. Могуће је испитивати функције и значења сваког елемента фудбалске игре. Са друге стране, домишљање о прапочецима, који излазе из оквира историјски заснованог истраживања, попут спекулација и површних аналогичности Дезмонда Мориса о фудбалу као замени за племенске ратове, припадају паранаучним занимањима и забавама. Сличног карактера је и тумачење Алана Дандеса о америчком фудбалу у коме постизање поена има симболику сексуалног акта (Dundes 1978), па чак и Елиасова тврдња да фудбал функционише као метафора насиља у друштву које се труди да се ослободи правог насиља и на тај начин цивилизује (в. Elias and Dunning 1986).

Антропологија фудбалске игре, међутим, сачињава тек један мањи део антропологије фудбала. Посматрано предметно, али и у реализацији, антропологија фудбала бави се далеко више феноменом фудбалског навијања. Понашање фудбалских навијача постало је једна од доминантних тема у антропологији фудбала, посебно у другој половини двадесетог века, од пораста насиља на фудбалским утакмицама и поводом њих. Следећи аспект фудбала који представља значајан предметни сегмент антропологије фудбала јесу медији и медијско праћење фудбала: од новинских извештаја, до радио и телевизијских коментара директних преноса фудбалских утакмица као најзначајних и најмасовних медијских приказа фудбала, па до оних мање популарних текстова и емисија у штампаним и електронским медијима. Посебан аспект антропологије фудбала односи се на организовање фудбалских такмичења која имају своја правила, значења и последице. У домену економске антропологије јесте целокупна фудбалска економска делатност, као и финансирање самих актера фудбалских такмичења.

Напокон, антропологија фудбала представља својеврсно предметно огледало за два унутардисциплинарна становишта, да антропологија (треба да) проучава Другог – чему је у корену њено колонијално порекло, а за шта је одговор: „глобализација” – те да је антропологија компаративна наука, у суштини (в. Giulianotti and Robertson 2007) – за то се може рећи да је некада проучавала обичаје у различитим културама, а има ли општијег „обичаја” данас од фудбала!? Антрополошка тенденција јесте да се и спорт уопште, па самим тим и фудбал, посматрају као било који други друштвени или културни феномен, дакле у одређеном тематском оквиру и полазећи од одређених теоријских и методолошких поставки, односно као феномен који има очигот и посебног значаја за друштва из којих су сами антрополо-

зи. И једно и друго сразмерно често се испољавају кроз занимање за мултикултурну, имигрантску, мањинску и сличну страну домицилне културе, те као антролошко трагање за Другим код своје куће. Када је то у питању, опет имамо двоструки однос према другости: с једне стране, то је домаћа социокултурна другост – навијачи, као својеврсна алтернатива друштвеној и културној норми (чак и онда кад нагласак није на хулиганима), а с друге стране, то је „увезена” социокултурна другост – фудбал као култура имиграната, њихово самоизражавање, економска активност итд. (в. нпр. Roversi 1992, Brown 1998, Back *et al.* 2001), где се може поставити питање да ли оно за чим се трага јесте социокултурна маргинализованост, у ствари, а не смисао фудбала као културног феномена.

Фокус антропологије фудбала већим делом ипак је на културној комуникацији, односно на производњи културних значења и симбола, као и на њиховој употреби, до које долази у троуглу који сачињавају они који играју дату игру, они који је посматрају, прате и емотивно се инвестирају у њу, те они који је организују и медијски посредују. Неизвесност коју игра носи, као и страст коју побуђује међу њеним конзументима, јесу они елементи који онемогућавају да се о њој говори искључиво као о нечему што представља одраз друштвеног механизма и једноставног репродуковања друштвених односа (Faure et Suaud 1994). Искуство фудбалских конзументата јесте културно искуство, које служи као својеврсно увеличавајуће стакло за одређене појаве и процесе, како у појединачним друштвима, тако и у (фудбалском) свету уопште, али се односи на културну и интеркултурну перцепцију живота, заправо: неке утакмице су досадне а неке узбудљиве, некада се уложени труд исплати а некада не, понекад је потребна срећа да би се победило а о комуницирању етнокултурним стереотипима не треба ни говорити, пошто сви знамо да су Немци дисциплиновани и организовани, права „машина”, док су Латиноамериканци виртуозни али помало хаотични, бурног темперамента (Stroeken 2012).

Антрополошка истраживачка позиција у погледу фудбала у основи је двострука. Одатле: с једне стране, можемо се бавити политичким и економским чиниоцима одговорним за то како та игра изгледа данас, међутим, с друге стране, не морамо трагати за политичком и економском стварношћу иза игре, нити се бавити њом као објектом друштвене критике, већ игру можемо схватити *и* као ритуал, али у том смислу да њени конзументи, уз сопствену емотивну инвестираност у то, верују или сматрају да игра има сопствену унутрашњу логику, односно „истину” (Bromberger 1995). У том истраживачком смислу, није нам више довољна културна експертиза да бисмо тумачили одговарајућу културну комуникацију видљиву на неком општем нивоу, већ је, у фолклористичком маниру, потребно посегнути за културним формама које се производе „одоздо”, а у које су уткана културна

значења која могу бити различита од оних која ће dospети у општу, свима доступну културну раван, посредовану званичним политичким, медијским и академским дискурсима, зато што је дата комуникација намеравана тако да буде разумљива, на пример, само оним навијачким групама или њиховим локалним срединама чији припадници посежу за одређеним општепознатим културним симболима и користе их у сопствене сврхе (в. нпр. Hazard and Gould 2001, Жикић 2004).

Метод научног обавештавања антропологије фудбала не разликује се, одатле, од основних антрополошких истраживачких техника. Поред експертизе оне културе у којој, тј. за коју ће се вршити интерпретација, те упознатости с унутрашњом политичком, економском и нормативном логиком саме игре, познавања релевантних извора и литературе, практикује се квалитативно истраживање, опсервационо-партиципативно, које изискује да се антрополози упознају непосредно са ситуацијама у којима људи играју, гледају или организују фудбалске утакмице, а што често носи са собом дозу неповерења у озбиљност истраживачке теме – докле год се не представе резултати, рекли бисмо – која је изражена у редклифбрауновском односу шегачења колега са истраживачима фудбала или, како наводи један од њих (тј. нас ☺), „многе од мојих колега биле су скептичне и уживале су у коришћењу тог посебног дела мог истраживања као мог примарног означитеља, представљајући ме другим члановима академске заједнице речима: 'Ово је Мајк, његово истраживање састоји се од одласка у паб и гледања фудбала'“ (Weed 2007, 400).

### Фудбал, глобализација, глокализација и комодификација

Фраза да се „фудбал игра за навијаче”, на коју често наилазимо у медијима, било да је изговарају новинари, играчи или тренери, на одређени начин представља суштину антрополошког бављења фудбалом. Иако би могло да изгледа да би у центру наше пажње требало или барем могли више да буду они који „непосредно производе” ову игру, ње не би било без оних који је прате, уживају у њој, емотивно се инвестирају у њу, служе се њом као средством конструкције идентитета, дословно је купују и ко зна шта све не још, а то су све они људи који је не играју, нити учествују у њеном организовању. Чак и онда када се говори експлицитно о економском аспекту савременог фудбала, па се игра посматра као економски производ, као комодификована, ретке су антрополошке студије које се усредсређују на аспект њене унутрашње организације, рецимо на тржиште фудбалске радне снаге. Таква истраживања, попут, рецимо, оног о Гани као земљи која извози највише фудбалера у Африци, имају јасну социоекономску

димензију и указују на то да, на први поглед, индивидуални разлози миграције играча из те средине у неке друге (Јужноафричка Република и Европа, пре свега, али и нова фудбалска тржишта Азије) нису уопште последица индивидуалних економских ситуација, већ да разлози томе леже у изузетно добром раду с млађим фудбалским категоријама, али лоше организованим и још горе финансираним сениорским фудбалским такмичењима, где су потоње две ствари у потпуној супротности са ситуацијом у Јужноафричкој Републици, што је и чини највећом увозницом фудбалера у Африци (Darby and Solberg 2010).

Ђулијаноти је покушао да изврши типологију фудбалских навијача, узимајући у обзир њихов однос према самој игри, али и њеним битним манифестним елементима (клубови, играчи), као и према параферналијама (пратећи производи, попут, на пример, дресова, навијачких реквизита, различитих других материјалних предмета са ознакама фудбалских клубова препознатих као њихови тзв. званични производи). Та подела говори о навијачима, следбеницима, поклоницима и помодарима<sup>1</sup> (Giulianotti 2002), али за наше разматрање битно је да имплицира основну поделу навијача на оне који су ту због саме игре и на оне који су ту због брэнда, да се тако изразимо. У стварности, није једноставно разлучити да ли неко прати фудбал зато што га воли и познаје, зато што је емотивно инвестиран у неки клуб или зато што фудбал представља део културне свакодневице данас, и то врло популаран део, о којем се непрестано говори и пише у медијима, сачим треба бити упознат, производ који треба куповати, било поседовањем дреса, шоље са обележјима клуба или телевизијског пакета који омогућава целовито праћење најзначајнијих фудбалских такмичења. То двојство не постоји само на нивоу појединаца већ се огледа и у присуству различитих организованих група на стадионима, како оних који долазе да се дословно идентификују са својим клубом, тако и оних који „млако” навијају али су реквизитима опремљени у потпуности. Последица тога и јесте фудбалска глокализација, односно феномен постојања организованих навијачких група одређених клубова изван оригиналног социокултурног контекста тих клубова, па тако имамо клубове навијача „Интера”, „Барселоне” или „Манчестер јунајтеда” свуда по свету, практично, па, наравно, и код нас. Некада је то навијачко глокализовање поспешено тиме што за неке од највећих клубова из најјачих европских лига наступају наши играчи (упор. Ђорђевић 2009), мада та чињеница није пресудна за настанак и опстанак датог феномена.

Глокализација, наравно, јесте последица комодификације фудбала, али оно што стоји у корену обе појаве је, заправо, бављење фудбалом као

<sup>1</sup> Оригинални појмови за сваку од тих категорија могу се наћи у наслову дате библиографске одреднице.



друштвеним проблемом у Западној Европи. Свакако, није фудбал био друштвени проблем сам по себи, већ је то, првенствено, било насиље, при чему мислимо на Енглеску, тј. Велику Британију, пре свега, с обзиром на то да су решења која су примењена институционално у тој држави, у циљу сузбијања насиља на трибинама и у непосредној околини фудбалских стадиона, имала за последицу промену структуре и понашања оних који долазе на стадионе да уживо прате игру, као и њено претварање у економски производ који се може продавати и на друге начине, осим присуствовања самој утакмици. Мислимо на повећану „телевизичност” фудбала, односно на чињеницу да смо са најјачим фудбалским такмичењима, као нашом свакодневицом у погледу испуњавања слободног времена, почели да се сусрећемо онда када су организатори тих такмичења почели да функционишу као предузећа која продају свој производ широм света, а за шта је било неопходно, свакако, усредсређивање пажње на саму игру а не на дешавања, тј. сукобе међу навијачима (упор. Ђорђевић 2012).

Конструисање фудбала као друштвеног проблема, чије решавање изискује институционални ангажман државе као предуслов његовој комодификацији, није било условљено само насиљем. У Шпанији, на пример, то је био процес денационализације и деетнификације идентитета конструисаних путем коришћења фудбалских клубова као оруђа конструкције локалних етничких и националног идентитета. Наиме, почетком прошлог века, а пре грађанског рата у тој земљи, фудбал се развијао и био организован регионално, у чему су предњачиле Баскија и Каталонија, доприносивши изједначавању идентитета локалних фудбалских клубова с локалним етничким идентитетима. У време владавине Франсиска Франка, фудбал постаје моћно средство конструкције шпанског националног идентитета, односно симболичко средство гушења локалних етничких идентитета, да би тзв. периферни национализми у Шпанији поново користили локалне фудбалске клубове као део сопственог симболичког изражавања у периоду успостављања демократије у тој земљи након Франкове смрти. Напокон, у другој половини последње деценије прошлог века доносе се нови закони о спортским друштвима, који их трансформишу у приватно власништво, изузимајући их из домена директног утицаја органа локалних власти и усмеравајући их према тржишној економији, што заједно са тзв. Босмановим правилом,<sup>2</sup> постаје основ комодификације најзначајнијих такмичења у тој земљи и посредује својеврсној трансформацији фудбалске публике из „навијача” у „конзументе”, али и брендирању фудбалских клубова као,

---

<sup>2</sup> Правило по којем се у клубовима из ЕУ играчи из земаља ЕУ сматрају домаћим а не страним играчима и не потпадају под ограничења која намећу појединачни национални фудбалски савези у погледу броја странаца који могу да наступају у клубовима члановима тих савеза.

у суштини, економских производа и произвођача, истовремено (в. Lloris Goig 2008; 2012).

Комодификацију фудбала не треба посматрати као нешто што је завршено или што представља основну карактеристику те игре у данашњем свету. Тешко је рећи има ли више „навијача” или „конзумента”, односно бројчано разврстати оне који прате фудбал у категорије које је предложио Ђулијаноти, али чињеница – на коју антрополози обраћају истраживачку пажњу – јесте да се фудбал доживљава као ритуал, да се фудбалски клубови виде као стожери културних идентитета, да ривалства инспирисана фудбалом постају значајни социокултурни чиниоци у многим земљама, чак и онда када их не прати насиље, а да су фудбалски догађаји бременити културном симболиком, те да се културни смисао фудбала нипошто не исцрпљује његовим економским аспектом, ма колики део целовитог феномена он чинио.

### Фудбалски ритуал

Фудбалски ритуал дешава се на трибинама, подједнако колико и на терену, служећи не само међусобном одражавању игре и њене навијачке перцепције, већ и као имагинарно средство разрешења различитих противречности, постулираних фудбалом као социокултурним феноменом: дискрепанција у економском и социјалном статусу играча, односно оних који „производе” игру, и навијача, односно оних који је „конзумирају”; немогућност да утичу на исход игре оних који су често више емотивно инвестирани у њу (навијачи); потреба да буду идентификовани са емоцијом инвестираним у симбол или бренд који представља клуб, иако је то, у ствари, њихов радни задатак (играчи); чињеница да се игра не завршава на терену, ни у емотивном, ни у симболичком смислу (в. нпр. Kovačević 1987, Clark 2006). Физичко поље одвијања ритуала, при томе, шири се с његовом комодификацијом, пошто стадиони нису више једина стандардизована места окупљања навијача у циљу заједничког посматрања игре и дељења тог искуства, заједничког изражавања емоција у погледу исхода игре, већ то могу бити, на пример, пабови, тргови или било који јавни простор, практично (Weed 2007).

Доживљавање фудбала као ритуала јесте оно што утиче на његов, интеркултурно посматрано, широк избор за средство конструкције и изражавања идентитета – унутар једног друштва и у смислу симболичког представљања тог друштва. Фудбал служи за симболичко одређивање тога „ко смо ми”, те „за шта” или „против чега/кога се боримо”. Средство је дефинисања културних вредности и маркирања друштвеног простора,



те, у крајњем случају, представља основу за развој семантичке структуре која је имплицирана симболичком употребом елемената фудбалске игре. На пример, за изражавање националног или регионалних идентитета, медијску реконструкцију и интерпетацију националне историје, оправдавање сопствених друштвених циљева и демонизацију група перципираних као непријатељи друштва или неког другог социокултурног ентитета, па чак и за препознавање на други начин дискурзивно неоглашене прерасподеле економске моћи унутар неког социокултурног система (в. нпр. Bromberger 1993, Colović 2000, Ђорђевић 2006, Жикић 2007).

Разумевање фудбала у одговарајућем друштвеном и културном контексту показује да не постоје тзв. бесконфликтна друштва, тј. таква без унутрашњих социокултурних тензија изазваних унутардруштвеним социоекономским, политичким или етнокултурним груписањем, а то чини управо на примеру неких средина које се узимају за примере социокултурне нормативне и стварне организованости и добробити. Фудбал не мора бити повод за конфликт, међутим, нити изражавати његову насилну страну, баш као што ни конфликт не мора бити насилан. Посматран из дијахронијске перспективе, малтешки фудбал данас, на пример, представља последицу симболичке сублимације идеја о културним идентитетима, које су узроковале друштвено организовање на основу политичке, класне, етничке, регионалне припадности у формативном периоду институционализације фудбалских такмичења у тој земљи, између два светска рата (Armstrong and Mitchell 2011).

Већ је више пута речено, а и из досадашњег текста се јасно сагледава, да је антропологија фудбала својим великим, ако не и највећим делом, антропологија фудбалске публике, тј. фудбалских навијача. Унутар типологија навијача, највећу пажњу је привукао онај тип навијача који се најлакше препознаје по изузетно активном и насилном понашању. Зашто се део фудбалске публике одликује таквим понашањем и да ли се оно може прогнати још нечим осим укалапањем у идентитете који се граде у фудбалском навијању? Осим идеалтипским изоловањем свега што је уклапајуће са навијањем, као што су национална/регионална/социјална/политичка идентификација, могуће је поређење са неким другим типовима публике и посматрањем основног одступања тих различитих публика на линији активног учешћа или пасивног посматрања.

Од свих публика које посматрају учеснике представе, публика музичких догађаја се креће од једног до другог краја осе, од попуно пасивне публике концерта класичне музике или опере, до хипер активне публике поп или рок концерта која игра и пева заједно са извођачем и тражено или спонтано комуницира са њим захтевајући да учествује у креирању самог концерта. Активност публике у позоришту је сужена и осим реакције на крају пред-

ставе могући су изливи одобравања (аплауз) и у току саме представе. Публика у циркусу има сличне опције понашања, с тим што се у одређеним тачкама може, и то углавном као објект, укључити у саму представу. Оно што разликује све поменуте продукције од фудбалске (и спортске, уопште) јесте унапред познати сценарио који одређује целокупни ток представе. Изузимајући неке форме експерименталног театра, реакција публике не може променити судбину главног јунака неке драме или опере. У спорту крајњи резултат је неизвестан, па се стога отвара простор за стварну или замишљену могућност утицаја публике на исход фудбалског догађаја. Чак и у таквим представама какве су биле гладијаторске борбе, без обзира на то што је располагала наградом или казном са могућом леталном последицом, публика није могла утицати на то ко ће победити. Ипак, спортско навијање као основну претпоставку има да публика „доприноси” резултату, што наилази на подршку самих актера фудбалске представе. Подршка уверењу да фудбалска публика има значаја и да може допринети победи „свога” тима произилази из целине приходовних односа који се успостављају између клуба и играча, са једне стране, и публике, са друге стране, где је приход који се остварује од улазница значајан део укупне зараде клуба. У спортским представама је веома редак случај да публика може да утиче на технологију саме игре и „помогне” свом тиму. Само у спорту где је потребна вербална комуникација између играча (амерички фудбал) могуће је високим нивоом буке ометати противнички тим.<sup>3</sup> Европске фудбалске стадионе карактеришу навијачке песме које такође остварују знатну буку, мада бука по себи нема утицаја на фудбалску игру. И поред снажног звука који остварују нпр. навијачи „Ливерпула” певајући клупску песму „You Never Walk Alone”, та песма не може директно утицати на способност противничког тима да се супростави домаћем „Ливерпулу”. И поред тога, навијачи, поготово у земљама које нису ни правно ни полицијски спречиле навијачко насиље, остварују највиши ниво активног делања кроз физичке сукобе са противничким навијачима или, у недостатку истих, са полицијом. Цео пут од навијања до насиља је обележен смешом настојања да се утиче на резултат и немогућности да се тај циљ оствари. Делање које има само митски, а не и стварни резултат, и чији митски карактер генеришу и навијачи и фудбалске компаније (клубови), као и медији, најчешће у

<sup>3</sup> На стадионима на којима се игра амерички фудбал (NFL) постоје уређаји за мерење буке који омогућавају „такмичење” између публика тимова из целе Америке. Публика која остварује најбољи резултат је из Сијетла и на стадиону „Century Link Field” навијајући за Сијетл Сихоуксе остварује буку од 137,6 децибела што јој омогућава да се поносно назива „дванаестим играчем” и да се на почетку сваке утакмице на том терену подиже застава на којој је дрес са бројем 12, што је редак вид одавања почаст публици од стране клуба.

служби високо комодификованог догађаја, на нивоу реалности остаје ван граница поља игре и ван утицаја на њу. Оно отклања базичну разлику између публице, која пасивно посматра спортско надметање без икакве могућности да утиче на његов резултат, и активних актера (фудбалера), чије способности одлучују о исходу такмичења. Висок ниво идентификације, која нема политичку конотацију, има повратно дејство на пасивне посматраче стимулишући их да пронађу начин сопствене активације. Као што је констатовано пре скоро три деценије, навијачка језгра се, попут борбе „наших” и „њихових” фудбалера на терену, на трибинама и улицама, исто боре против „њихових” навијачких формација (Ковачевић 1987, 82). Та „борба” коју навијачи воде је њихов излазак из положаја пасивног посматрача и, осим преласка у улогу актера, додатно оверава идентификацију, јер се ми и наши фудбалери заједно боримо против противника.

### Фудбал и идентитети

Случај сиријских хришћанских емиграната у Шведској, који су сви пореклом из исте области на граници југоисточне Турске и северозападне Сирије, а који кроз постојање два ривалска клуба из истог града покушавају да успоставе своје идентитете као засебне, не само у етнокултурном смислу дате локалности, већ и у погледу представљања сиријске хришћанске заједнице у Шведској, говори истовремено и о њиховом перципирању од стране локалног аутохтоног становништва. Они сиријски хришћани из Седерталјеа који себе сматрају Асирцима окупљени су око фудбалског клуба „Асириска”, док оне који се сматрају Арамејцима представља фудбалски клуб „Сирјанска”. Швеђани и Финци из тог места, међутим, идентификују обе заједнице као једну етнокултурну целину, између осталог и на основу тога што припадници обе заједнице бирају фудбал као спорт, односно свој културни симбол. Швеђани и Финци из Седерталјеа посвећени су хокеју, њега сматрају својством своје културе и за њега везују симболичко представљање локалне заједнице, док фудбал сматрају малтене страним културним елементом, што, наравно, није случај у целој Шведској, те јасно показује да у датој локалној средини спорт служи као етнокултурни идентификациони маркер, а да „фудбалско” разграничавање говори о постојању дворструког унутрашњег културног конфликта: између заједнице која себе сматра носиоцем аутентичних локалних етнокултурних вредности и емигрантских заједница, те између емигрантских заједница међусобно (Rommel 2011).

Слично као у просторно ограниченом случају из Шведске, фудбал бива конституисан као граничник спољашњих, или „туђих”, и унутрашњих,

или „својих”, културних вредности на националном нивоу у Аустралији. Спортови који се у тој земљи сматрају „својим”, односно делом власти-те културе, јесу крикет, рагби и аустралијски фудбал<sup>4</sup>. Фудбал – она игра коју под тим именом знамо ми, а и већина планете, а за коју у Аустралији користе исти израз као у Северној Америци, „сокер”, пошто изразом „фудбал” означавају нешто друго – изазива јавне полемике у последњих неколико деценија у погледу тога коме или чему служи, односно има ли или нема места у аустралијском друштву и култури. Међутим, питање је: „Коме припада та култура?” Тим пре, јер је у последњих десетак година фудбал постао најмасовнији спорт у тој земљи, односно организована спортска активност која има највише регистрованих учесника у свим узрастима и обе полне категорије; однос према фудбалу конструисан је на линији унутрашње ентокултурне диверсификације аустралијског друштва, дакле, из перспективе становништва англосаксонског порекла (в. Hallinan *et al.* 2007, Rosenberg 2009).

Спорт се сматра важним чиниоцем изградње националног идентитета у Аустралији, одакле се, наиме, његовом битном друштвеном функцијом сматра способност асимиловања различитих усељеничких идентитета у јединствени аустралијски идентитет. Све до друге половине шездесетих година прошлог века, међутим, политика одобравања усељавања у Аустралију руководила се биологицистичком идејом културне инфериорности ваневропског, али и небританског становништва у односу на људе пореклом с Британских острва, што је имало за последицу својеврсно фаворизовање развоја одређених спортова (крикет, рагби, аустралијски фудбал) на штету неких других (фудбал, пре свега) (Тунап 2007). Није лако одговорити на питање: „Због чега је то било тако?”, имајући у виду да сви побројани спортови имају корен у британској култури и да их већи део света сматра „британским” или „енглеским”, а да то у свету важи нарочито за фудбал.

Одговори које су понудили аустралијски истраживачи крећу се у правцу тога да се фудбал доживљава тако као да представља страног ткиво у аустралијском спорту и друштву због одговарајуће медијске конструкције, а која је, са своје стране, заснована на томе да становништво небританског порекла показује кудикамо више интересовања за тај спорт неголи за друге спортове, али и да се „традиционално” окупља око одређених фудбал-

---

<sup>4</sup> Игра се на овалном терену, знатно већих димензија од фудбалског, јајоликом лоптом која подсећа на ону која се користи у рагбију или америчком фудбалу, тимови имају по 18 играча, а сваки од њих брани и напада на три гола. Могу се постићи 6 или 1 поен, у зависности од тога кроз који гол је прошла лопта. Утакмица траје 4x20 минута тзв. чисте игре. Лопта се додаје унапред шутирањем ногом или песницом, а гол се може постићи само шутирањем ногом.

ских клубова, сматрајући их својим етнокултурним симболом и везујући их за националне симболе својих матица. Фудбал је, тако, сматран игром „Вогова”<sup>5</sup> у Аустралији, докле год национални државни тим није успео да се етаблира као чинилац од некаквог значаја на међународној фудбалској сцени (квалификавањем за три последња светска првенства) и докле год није заживела професионална фудбалска лига. Треба имати у виду и то да је предуслов формирања такве лиге била деетницизација фудбалских клубова, њихово установљење као франшиза, слично клубовима у америчком професионалном спорту и прекид било какве њихове везе са различитим етничким заједницама Аустралије (упор. Rosenberg 2009, Hughson 2001, Hallinan *et al.* 2007).

Мало ко се не би сложио с тврдњом да фудбал, односно спорт уопште, представља згодно средство за конструкцију различитих културних идентитета, а пре свега националног, одакле је знатан број антрополошких истраживачких подухвата ишао у том правцу. Његова аналитичка вредност не исцрпљује се само ако се посматра у смислу могућности коришћења као симбола сублимираног насиља или означавајуће замишљене линије која дели „нас” од „њих”; фудбалска култура, сама по себи, може бити употребљена као представа културе одређеног друштва, намењена за одашиљање поруке о њој изван дате културе или за њено аутодефинисање унутар ње саме. Два најчешћа начина на које се то ради јесу повезивање спортске културе неке средине с њеним идентитетом током организовања међународних такмичења у оквиру ње, те постојање културне представе о поседовању сопственог идентитета игре, тј. посебног фудбалског стила, карактеристичног за њу, који се сматра њеним културним својством исто колико исхрана или обичаји, на пример.

Са друге стране, колико год фудбал, поготово такмичења државних репрезентација, представља средство за изградњу националног идентитета, тако постоје и такмичења која по својој природи то нису. Трансформација једног од најзначајних европских фудбалских такмичења од Купа националних шампиона у Лигу Шампиона у којој игра више тимова из исте земље, показује како се такмичење, које је било у идентитетском смислу попут првенстава националних репрезентација, постепено трансформацијом претвара у такмичење у коме се доминантно конструишу клупски, а не национални, па чак ни локални идентитети. На пример, у протекле две деценије финалну утакмицу су играла два шпанска клуба („Реал” из

---

<sup>5</sup> У аустралијском говору „Wog” је, у ствари, акроним за израз „*wealthy oriental gentleman*”, којим се подсмешљиво означавају људи небританског порекла. У последње време више се примењује на Аустралијанце азијског порекла, неголи на Италијане или Балканце, на пример.

Мадрида и „Валенсија” – 2000), па два италијанска („Милан” из Милана и „Јувентус” из Торина – 2003), два енглеска („Манчестер Јунајтед” и „Челзи” из Лондона – 2008), па два немачка („Бајерн” из Минхена и „Борусија” из Дортмунда – 2013) и, поново, два шпанска клуба („Реал” из Мадрида и „Атлетико” из Мадрида – 2014), при чему су у последњем случају то два клуба из истог града. Такође, поменуто Босманово правило је довело до могућности, али и реализације утакмица у државном шампионату у којима се на терену не налази ниједан играч са држављанством земље чији се шампионат игра. На тај начин је покидана веза између „нашег националног” и „нашег клупског” идентитета, јер и када клуб игра против тима из друге државе не остварује се национална идентификација са фудбалерима који су држављани трећих земаља или чак земље из које је противнички клуб.<sup>6</sup>

Појам „спортска култура” није лако дефинисати једнозначно. Овде је употребљен у смислу појма „лепо понашање” и односи се на достојанствено, коректно према противнику, а пуно позитивних емоција према ономе шта се заступа, односно за шта се игра. Такво је, на пример, било понашање навијача и играча домаћина Афричког купа нација, одржаног у Гани 2008. године. Жеља организатора тог такмичења била је, наиме, да се свету пошаље таква слика о Гани која ће је приказати позитивно – не кроз приче о природним лепотама, туризму, гостољубивости, економској и политичкој стабилности итд. – већ путем представљања онога што сами жители те земље сматрају битним својством културе своје земље, спортском културом у домену онога шта представља истовремено значајан економски чинилац и извор националног поноса, а то је фудбал, тачније везаност за национални фудбалски тим у свим узрасним такмичарским категоријама. Део организације датог тамичења представљали су, одатле, медијски едукативни утицаји на домаћу публику да навијање за свој тим не пређе границу према ниподаштавању и вређању противника, а поготово да страсти изазване фудбалским такмичењем остану у фудбалским контекстима – на стадионима и око њих, те током оних дана у којима се играју утакмице. Полазиште таквих акција била је идеја да, ако фудбал представља оно најбоље што има Гана, онда и све везано за представљање тог фудбала свету треба да буде најбоље (Fumanti 2012).

<sup>6</sup> Та веза се кида и могућношћу да у реперзентацији играју „натурализовани” фудбалери који нису рођени у земљи за коју наступају већ су у њу дошли као фудбалски „гастарбајтери” а потом добили држављанство, уз играче који су деца ранијих гастарбајтера или емиграната. Тако је створена занимљива ситуација на Европском првенству у фудбалу 2008. године, када је у мечу Немачка–Пољска Лукаш Подолски на додавање Мирослава Клосеа постигао гол за Немачку, док је у мечу Швајцарска–Турска на додавање Ерена Дердиока Хакан Јакин постигао гол за Швајцарску.



Представа о сопственој фудбалској посебности као одлици културе дате средине проучавана је у Аргентини на два, за то битна, нивоа: међу играчима и међу навијачима. Циљ је био сазнати шта једни а шта други сматрају кључем те посебности. За играче, посебност аргентинског фудбала јесте то што представља маскулине аспекте њихове културе – луцидност, индивидуализам, изузетно умеће с лоптом, тј. технику, а у игри је све то отелотворено дриблингом, одакле се тежи томе да лопта током игре буде што више на земљи и у ногама играча, а што мање у ваздуху и у простору. То је оно шта називају „нуестра”<sup>7</sup>. Навијачи, са своје стране, сматрају да „нуестра” представља социоисторијски феномен, у чијем су корену „портер” и страст. „Портер” јесте назив за оно што зовемо „пољанчетом” у овдашњем фудбалском жаргону. То је место на којем се „рађају” фудбалери – тамо дечаци из сиромашних делова аргентинских градова играју фудбал и тамо их примећују тренери. Страст јесте оно што се сматра нематеријалним квалитетом игре, њеним духом. То је оно што поседују сви велики аргентински играчи и што доприноси њиховим успесима. Онда када аргентински фудбал запада у резултатске кризе, сматра се да је страст нестала из њега и чека се на појаву новог играча, „пibeа”<sup>8</sup>, који ће је вратити у игру свог клуба и аргентинске репрезентације. А, све то заједно – „нуестра”, „портер”, страст и „пibe” – представља елементе онога што Аргентинци виде као сопствену културу и себе саме: као иницијално сиромашну средину, чији припадници сопственом креативношћу, која је немерљиво и

<sup>7</sup> „*La nuestra*”, дословно „наша” (игра), тј. „наш стил” (игре).

<sup>8</sup> „*El pibe*” значи дечак, али овде се односи на младог играча знатно нижег од просечне висине мушкараца у Аргентини или крхкије грађе, који поседује изузетну фудбалску технику али и фудбалску лукавост, који је због свега тога изложен грубим насртајима противничких играча, а чији живот изван терена јесте буран и подложен разноврсним ризицима. Имајући у виду тај опис, јасно је због чега је, на пример, Марадонин надимак био „пibe”, тачније, „*el pibe de oro*” – „златни дечак”. Занимљиво је то, међутим, да дати опис одговара и стрип јунаку Ниперу Лоренсу (*Nipper Lawrence*), чије фудбалске авантуре су објављиване у Великој Британији, али и у СФРЈ током 1970-их година. Нипер је надимак, заправо, који у енглеском језику означава малог дечака, односно дечака крхкије или нежније физичке грађе – или, у другом издању *Енглеско-српскохрватског речника* Живојина Симића, Београд: БИГЗ 1983, између осталог: *уличног дерана*, за шта бисмо могли да кажемо, барем у шали, да представља својеврсну сублимацију значења израза „*pibe*” у Аргентини у контексту фудбала – а визуелизација Нипера Лоренса умногоме подсећа на Марадону (укључујући и црну, коврцаву косу), иако је стрип настао у време у којем је Марadona тек започињао с озбиљнијим тренинзима, 1970. године. Очигледно је да Аргентинци нису једини који цене фудбалску технику пре физичке снаге, иако то не изгледа тако, можда ☺.

одређењу неухватљиво специфично својство те средине, као и умећем и довитљивошћу, превазилазе злоћудности судбине и прослављају се у свету, прослављајући тиме и своју културу и своје сународнике (Giulianotti 2003, Archetti 1999).

### Антропологија фудбала у Србији

Са процесом модернизације и антропологизације етнологије у Србији у последњој четвртини двадесетог века фудбал је полако улазио у фокус антрополошких истраживања. Први кораци су стигли из проучавања паралитературе, тј. „дивље књижевности”, када је Иван Чоловић за предмет анализе узео новинске извештаје са фудбалских утакмица. Почевши од текстова Љубодрага Вукадиновића, дојена српског спортског новинарства тог времена, па до извештаја са утакмица младе генерације послератних спортских новинара, митска потка надметања „наших” и „њихових” је свеприсутна. „Немогући подвизи, чудесне победе над демонски јаким и опасним противницима чине једну од основних тема митологије па и фудбалске митске приче.” (Чоловић 1985, 251) На танкој граници између фолклора и популарне књижевности, паралитература или „дивља књижевност” је представљала прву додирну тачку антропологије и фудбала у оној, тада малој, мери у којој се додиривала са антропологијом, такође петрификована фолклористика заробљена у оквирима епске и лирске народне поезије, тј. народне књижевност у традиционалном смислу. Спој етнологије и традиционалне фолклористике нарушен је већ када су фолклористичка истраживања ушла у савремене облике књижевности, као што су текстови новокомпонованих песама, епитафи на савременим надгробним полочама, читуље и слично (Чоловић 1985). Поновни спој је омогућен када је етнологија ушла у процес модернизације и антропологизације, мада само са оним делом неинституционализоване фолклористике који је респондирао модерној српској антропологији у време њеног настанка. Улазак фудбала у антропологију, у периоду њеног постепеног етаблирања, није прошао без пасивног отпора, који се огледао у игнорантском односу према изложби „Костими и реквизити фудбалских навијача”, у Манаковој кући, 1986. године (Ковачевић 2011, 367–369). Текст настао у оквиру истог настојања да фудбал постане део антрополошког поља није објављен у тадашњим стучним часописима већ у *Гледиштима*, часопису за друштвена питања (Ковачевић 1987). Од тих раних почетака који су још увек имали знатно обележје алтернативе или чак научне гериле, до тренутка када је фудбал у најразличитијим аспектима постао легитиман предмет антрополошког ис-

траживања, прошло је скоро две деценије. Изузетак, донекле, представља наставак бављења фудбалом, у измењеним, ратним околностима, у тексту Ивана Чоловића „Фудбал, хулигани и рат” (Čolović 2000; 2001), с обзиром на то да је аутор био институционално везан за антрополошку установу, али је текст објављен далеко од тадашњих официјелних публикација. Дефинитивно естаблирање фудбала у фондус предмета антрополошког проучавања започиње неколико година касније текстовима

Б. Жикића „Гест у егзотеричном контексту” из 2004. (Жикић 2004) и Марине Симић „Конструкција идентитета једног фудбалског клуба на примеру ФК Обилића”. Жикић посматра понашање фудбалера непосредно по постизању гола у контексту антропологије геста, тумачећи гест фудбалера „Торина” приликом постизања гола у градском дербију против „Јувентуса” (Жикић 2004), док Марина Симић (Симић 2004) проучава митске елементе убрзане изградње идентитета фудбалског клуба који је био у експресној и краткотрајној експанзији узрокованој улагањем моћног појединца (породице). Изоловано посматрано, ти текстови су сасвим „нормалан” део „нормалне” антропологије фудбала и делују као да је изучавање фудбала део вишедеценијске антрополошке традиције, иако то није био случај. Оно што их чини значајним елементом институционализације фудбала у српску антропологију јесте чињеница да су објављени у *Гласнику Етнографског института САНУ*, једном од једина два стручна часописа који су тада излазили. Са проширењем часописне базе (обновом часописа *Етноантрополошки проблеми*<sup>9</sup> и покретањем часописа *Антропологија*<sup>10</sup>) отворен је већи простор за објављивање антрополошких радова, па самим тим и радова из антропологије фудбала. Тако се у периоду од 2006. до данас објављује више радова који се директно односе на фудбал, и то на понашање навијача као маркера топографије града (Жикић 2007), улози фудбала у изградњи националног и других идентитета (Ђорђевић 2006, Ђорђевић 2009) или активност специфичних навијачких група (Гаџановић 2013). Академско естаблирање фудбала у оквиру антрополошког проучавања спорта у потпуности је остварено успешном одбраном докторске дисертације „Улога фудбала у конструкцији локалног и глобалног идентитета у савременој Србији”, одбрањене 2014.<sup>11</sup>

<sup>9</sup> Издавач је Одељење за етнологију и антропологију Филозофског факултета Универзитета у Београду.

<sup>10</sup> Издавач је Институт за етнологију и антропологију Одељења за етнологију и антропологију Филозофског факултета Универзитета у Београду.

<sup>11</sup> Докорат је на Филозофском факултету у Београду одбранио Иван Ђорђевић, студент докторских студија етнологије и антропологије

## Литература

- Archetti, Eduardo 1999. *Masculinities: Football, polo and the tango in Argentina*. Oxford: Berg.
- Armstrong, Gary, Jon P. Mitchell. 2011. Defence and attack: empire, nation and resistance in inter-war football in Malta. *Social Identities* 17 (3): 303–320.
- Back, Les, Tim Crabbe, John Solomos-. 2001. *The Changing Face of Football: Racism, Identity and Multiculture in the English Game*. Oxford: Berg.
- Bradley, Joseph M. 1996. Abstruse and insecure? Irish immigrant identity in modern Scotland. *Social Identities* 2 (2): 293–310.
- Bromberger, Christian. 1993. “Allez l’O.M., Forza Juve: The Passion for Football in Marseille and Turin”. In *The Passion and the Fashion: Football Fandom in the New Europe*, ed. Steve Readhed, 103–152. Aldershot: Avebury.
- Bromberger, Christian. 1995. *Le match de football: Ethnologie d’une passion partisane à Marseille, Naples et Turin*. Paris: Editions de la Maison des sciences de l’homme.
- Brown, Adam. 1998. *Fanatics! Power, Identity and Fandom in Football*. London: Routledge.
- Ciorsac, Alecu, Adriana Isvoran, Vasile Ostafe. 2010. The anthropometric and fitness characteristics of the football players competing in the Romanian juniors championship. *Papers on Anthropology* 19: 59–68.
- Clark, Tom. 2006. ‘I’m Scunthorpe ’til I die’: Constructing and (Re)negotiating Identity through the Terrace Chant. *Soccer and Society* 7 (4): 494–507.
- Čolović, Ivan. 1985. *Divlja književnost*, Beograd: Nolit.
- Čolović, Ivan. 2000. *Politika simbola. Ogledi o političkoj antropologiji*. Beograd: XX vek.
- Čolović, Ivan. 2002. „Fudbal, huligani i rat”. U *Srpska strana rata*, ur. Nebojša Popov, 456–481. Beograd: Samizdat B92.
- Darby, Paul, Eirik Solberg. 2010. Differing trajectories: football development and patterns of player migration in South Africa and Ghana. *Soccer and Society* 11 (1-2): 118–130
- Dundes, Alan. 1978. Into the Endzone for a Touchdown: A Psychoanalytic Consideration of American Football. *Western Folklore* 37 (2): 75–88.
- Ђорђевић, Иван. 2006. Спорт и национални идентитет. Фудбалска прича „непостојеће” нације. *Antropologija* 2: 22–34.
- Ђорђевић, Иван. 2009. Умеју ли антрополози да играју фудбал? Спорт и идентитет у савременој Србији. *Antropologija* 9: 89–103.
- Ђорђевић, Иван. 2012. О фудбалу, антропологији и транзицији. Наративи о насиљу и безбедности у савременој Србији. *Етноантрополошки проблеми* 7 (2): 431–446.
- Elias, Norbert, Eric Dunning. 1986. *Quest for Excitement: Sport and Leisure in the Civilizing Process*. Oxford: Blackwell.
- Faure, Jean-Michel, Charles Suaud. 1994. Les enjeux du football. *Actes de la recherche en sciences sociales* 103: 3–6.

- Fumanti, Mattia. 2012. Black chicken, white chicken: patriotism, morality and the aesthetics of fandom in the 2008 African Cup of Nations in Ghana. *Soccer and Society* 13 (2): 264–276.
- Giulianotti, Richard. 2002. Supporters, Followers, Fans, and *Flaneurs*. A Taxonomy of Spectator Identities in Football. *Journal of Sport and Social Issues* 26 (1): 25–46.
- Giulianotti, Richard. 2003. Forging Identities: Reviewing Key Studies in the Relations Between Gender, the State, and Globalization in Latin America. *Reviews in Anthropology* 32 (4): 345–358.
- Giulianotti, Richard, Roland Robertson. 2007. Sport and globalization: transnational dimensions. *Global Networks* 7 (2): 107–112.
- Hallinan, Christopher J, John E. Hughson, Michael Burke. 2007. Supporting the ‘World Game’ in Australia: A Case Study of Fandom at National and Club. *Level Soccer and Society* 8 (2–3): 283–297
- Hazard, Patrick, David Gould. 2001. “Three Confrontations and a Coda: Juventus of Turin and Italy”. In *Fear and Loathing in World Football*, eds. Gary Armstrong and Richard Giulianotti, 199–219. Oxford/New York: Berg.
- Hughson, John. 2001. “The Wogs are at it Again”: The Media Reportage of Australian Soccer “Riots”. *Football Studies* 4 (1): 40–55.
- Kovačević, Ivan. 1987. Fudbalski ritual. *Gledišta* 28 (5–6): 71–82.
- Ковачевић, Иван. 2011. Музеји и модернизација: дрес, трактор и пластична лутка, *Етноантрополошки проблеми* 6(2): 365–380.
- Llopis Goig, Ramón. 2008. Identity, nation-state and football in Spain. The evolution of nationalist feelings in Spanish football. *Soccer and Society* 9 (1): 56–63
- Llopis Goig, Ramón. 2012. From ‘socios’ to ‘hyper-consumers’: an empirical examination of the impact of commodification on Spanish football fans. *Soccer and Society* 13 (3): 392–408.
- Rommel, Carl. 2011. Playing with difference: football as a performative space for division among Suryoye migrants in Sweden. *Soccer and Society* 12 (6): 850–864.
- Rosenberg, Buck Clifford. 2009. The Australian football wars: fan narratives of inter-code and intra-code conflict. *Soccer and Society* 10 (2): 245–260.
- Roversi, Antonio. 1992. *Calcio, Tifo e Violenza*. Bologna: Il Mulino.
- Stroeken, Koen. 2002. Why ‘the world’ loves watching football (and ‘the Americans’ don’t), *Anthropology Today* 18 (3): 9–13.
- Tynan, Michael. 2007. Shifting Egalitarianisms and Contemporary Racism in Rural Victorian Football: The Rumbalara Experience. *The Australian Journal of Anthropology*. 8 (3): 276–294.
- Weed, Mike. 2007. The Pub as a Virtual Football Fandom Venue: An Alternative to ‘Being there’? *Soccer and Society* 8 (2-3): 399–414.
- Жикић, Бојан. 2004. Гест у егзотеричном контексту. *Гласник етнографског института САНУ* LII: 17–28.
- Жикић, Бојан. 2007. Когнитивне „приче за дечаке”: урбани фолклор и урбана топографија. *Етноантрополошки проблеми* 2 (1): 73–107.

Ivan Kovačević

Department of Ethnology and Anthropology  
Faculty of Philosophy, Belgrade

Bojan Žikić

Department of Ethnology and Anthropology  
Faculty of Philosophy, Belgrade

### The Anthropology of Football

Anthropological interest in football has been on the rise since the beginning of the century, which can be attested to by the rising number of studies, papers, collective publications and scientific conferences on the topic. Seeing as anthropology is no longer the study of the culturally bizarre and exotic, it is clear that the first anthropological studies of football as a cultural phenomenon are linked to those environments in which football figures as an important cultural trait, which is the reason why this sub discipline thrived in Europe or in places where football was treated as an esoteric phenomenon and where there was a longer tradition of anthropological study of native cultures. From the first analogies between the game of football and its rules with rituals of so called primitive cultures, the anthropological study of football developed into a relatively encompassing approach which includes interest in all the actors who establish the game as a public, cultural good – players, experts, supporters, journalists, organizers etc. – as well as its various cultural manifestations, in the form of a tool for the construction of identity and cultural symbol, a leisure activity with ties to economy, to a specific apotheosis of the concepts of globalization and commodification of culture. Anthropological studies of football are present in Serbia as well, and their subject matter corresponds to the role and position held by football, as a cultural artefact, in Serbian society and other countries in the region.

*Keywords:* football, anthropology, culture, economy, cultural identity, Serbia.

### Anthropologie du football

L'intérêt anthropologique pour le football est en hausse depuis le début de ce siècle, dont témoigne un nombre accru de recherches, de travaux individuels, de publications collectives et de congrès scientifiques. Étant donné que l'anthropologie n'est plus depuis longtemps une science sur le culturellement bizarre et l'exotique, il est clair que les premières recherches anthropologiques sur le football en tant que phénomène culturel sont liés à des milieux dans lesqu-



els il représente une caractéristique culturelle essentielle, ce qui est en réalité la raison de l'expansion de cette sous-discipline principalement en Europe, ou de la considération du football comme phénomène exotérique dans certains milieux avec une tradition longue d'anthropologie consacrée à des cultures des communautés natives. Depuis les premières analogies du jeu de football et de ses règles avec les rituels des cultures appelées primitives, l'étude anthropologique du football s'est développée en une approche plus ou moins globale, qui réunit l'intérêt scientifique pour tous les participants indispensables à l'établissement de ce jeu en tant que bien public, culturel – joueurs, experts, supporters, journalistes, organisateurs, etc. – ainsi que pour les aspects divers de sa manifestation culturelle, depuis les outils pour la construction des identités et du symbole culturel, en passant par les activités liées au temps libre et l'économie à parts égales, jusqu'à une certaine apothéose des concepts de globalisation et de comodification des biens culturels. Les études anthropologiques du football sont présentes également en Serbie, où leur objet coïncide avec le rôle que le football, en tant qu'artefact culturel sans ambiguïté, a dans la société de Serbie et les pays de la région.

*Mots clés:* football, anthropologie, culture, économie, identité culturelle, Serbie

Prihvaćeno / Accepted for publication: 23. 06. 2014.