



Sveučilište u Zagrebu

KINEZIOLOŠKI FAKULTET SVEUČILIŠTA U ZAGREBU

Marita Ukić Zeman

**KINEZIOLOŠKA AKTIVNOST I PROCES
SUPKULTURALIZACIJE –
BMX SCENA U ZAGREBU**

DOKTORSKI RAD

Zagreb, 2023.



University of Zagreb

FACULTY OF KINESIOLOGY, UNIVERSITY OF ZAGREB

Marita Ukić Zeman

**KINESIOLOGICAL ACTIVITY AND THE
SUBCULTURALIZATION PROCESS – BMX
SCENE IN THE CITY OF ZAGREB**

DOCTORAL THESIS

Zagreb, 2023.



Sveučilište u Zagrebu

KINEZIOLOŠKI FAKULTET SVEUČILIŠTA U ZAGREBU

MARITA UKIĆ ZEMAN

**KINEZIOLOŠKA AKTIVNOST I PROCES
SUPKULTURALIZACIJE – BMX SCENA U
ZAGREBU**

DOKTORSKI RAD

Mentor:

prof.dr.sc. Benjamin Perasović

Zagreb, 2023.



University of Zagreb

FACULTY OF KINESIOLOGY, UNIVERSITY OF ZAGREB

Marita Ukić Zeman

**KINESIOLOGICAL ACTIVITY AND THE
SUBCULTURALIZATION PROCESS – BMX
SCENE IN THE CITY OF ZAGREB**

DOCTORAL THESIS

Supervisor:

Full Professor Benjamin Perasović, PhD

Zagreb, 2023.

Informacije o mentoru

Benjamin Perasović (1963., Zagreb), osnovnu i srednju školu završio je u Zagrebu. Godine 1986. diplomirao je jednopredmetni studij sociologije na Odsjeku za sociologiju Filozofskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu. Na istom fakultetu 1990. obranio je magistarski, a 1999. doktorski rad.

Od 1988. do kraja 1992. bio je zaposlen u Institutu za društvena istraživanja Sveučilišta u Zagrebu. Radio je na projektima „Male vjerske zajednice“, „Socijalna struktura i kvaliteta života u Hrvatskoj“ i „Socijalni i psihološki aspekti nasilničkog ponašanja sportske publike“.

Od 1993. zaposlen je na Institutu za primijenjena društvena istraživanja, kasnije Institutu društvenih znanosti Ivo Pilar. Radio je na projektima „Zloupotreba sredstava ovisnosti u RH“, „Socijalizacija djece i mladeži“, „Odnos grad – selo u Hrvatskoj postmodernoj perspektivi“, a od 2007. do 2013. sudjelovao je na projektu „Društvena re/konstrukcija na ruralnom teritoriju: razvojna samoodrživost“.

Također je sudjelovao i vodio nekoliko velikih međunarodnih znanstveno-istraživačkih projekata, od 2009. do 2013. vodio je hrvatsku dionicu projekta Post-Socialist Punk: Beyond the Double Irony od Self-Abasement, financirano od AHRC, UK. Od 2011. do 2015. bio je voditelj hrvatske dionice međunarodnog projekta „Memory, Youth, Political Legacy and Civic Engagement“ (MYPLACE) , u okviru FP7 programa EU. Od 2016. do 2019. voditelj je hrvatskog znanstveno-istraživačkog tima u međunarodnom projektu „Promoting youth involvement and Engagement“ (PROMISE) u sklopu Horizon 2020 EU projekata. Od 2018. do 2021. bio je voditelj hrvatskog znanstveno-istraživačkog tima u međunarodnom projektu u sklopu Horizon 2020 programa „Cultural Heritage and Identities of Europe/s Future“ (CHIEF).

Na Kineziološkom fakultetu do 2007. do 2010. sudjelovao je na projektu Dispozicijske i situacijske odrednice motivacije i kvaliteta života vježbača. Na istom fakultetu bio je nositelj većeg broja socioloških predmeta.

U znanstveno zvanje znanstvenog savjetnika u trajnom zvanju izabran je 23. listopada 2022. Na Kineziološkom fakultetu u Zagrebu izabran je 12. travnja 2022. u naslovno znanstveno-nastavno zvanje redovitog profesora.

Objavio je više od 40 znanstvenih radova, tri knjige, mentorirao je više od 100 diplomskih radova, tri doktorska rada, bio je gost profesor u više navrata (Japan i UK) i pozvani predavač na znanstvenim konferencijama širom svijeta.

Radovi Benjamina Perasovića pripadaju temeljnim radovima u području supkulture mladih, objavljeni su u prestižnim časopisima i kod uglednih izdavača.

Godine 2002. dobio je godišnju državnu nagradu za znanost za knjigu „Urbana plemena – sociologija supkultura u Hrvatskoj“. Nositelj je Spomenice Domovinskog rata 1991./1992., a na ratištu se borio u sastavu 148. brigade HV.

ZAHVALE

Četiri su se stvari morale dogoditi da bih završila ovaj doktorat. Sunčica je postala docent i dio Povjerenstva za ocjenu ovog rada, Ben i Marko objavili su važan rad koji pomiruje razlike supkulturalista i post supkulturalista, *freestyle* BMX postao je dio programa Olimpijskih igara 2021. i posljednje, ali ne najmanje važno, na svijet je došao moj predivni sin Vigo i potaknuo me da završim ovo putovanje.

Prije svega hvala mom mentoru Benjaminu Perasoviću, bez čijih se predavanja nikad ne bih zaljubila u ovo područje niti bih odabrala ovakvu temu u kojoj sam zaista uživala. Hvala na inspiraciji, pomoći i vodstvu! Zahvaljujem i mojoj mentorici „iz sjene“, Sunčici Bartoluci, bez njene pomoći ne bih bila tu gdje jesam. Hvala Sunčici na svakoj sugestiji, komentaru, pomoći i prije svega podršci i što je uvijek bila navijačica broj jedan. Hvala i ostalim članovima Povjerenstva za ocjenu rada, Marku i Rašeljki, što su pridonijeli kvaliteti mog rada svojim sugestijama i vrhunskim znanjem o temi kojom se ovdje bavim.

Hvala mojim roditeljima zbog kojih sam tu di jesam. Hvala na bezrezervnoj podršci u različitim životnim periodima. Veliko i neizmjereno hvala mom bratu Roku bez čijih savjeta i pomoći ne bih ni upisala doktorski studij.

Najveće hvala mom Ivoru što me upoznao sa sportovima o kojima pišem, vjerovao u mene i podržavao tijekom cijelog procesa. Da nema tebe – ne bi bilo ove disertacije. Hvala svim BMX-erima što su pristali na istraživanje i učinili ovu disertaciju mogućom. Posebno i najveće hvala Franu koji je ovo istraživanje potaknuo, a da toga nije ni svjestan, a kasnije mi pomogao sa hrpom detalja.

Hvala Luci na svakoj riječi podrške, na požurivanju, ulozi zapisničara i na kavama koje su teške dane na faksu učinile lakšima. Hvala Dinu, mom supatniku koji mi je pomogao puno s pisanjem, ali i preživljavanjem ovog procesa. Zahvaljujem mojoj prijateljici i lektorici Josipi koja mi pomogne uvijek kad je najviše trebam.

Naposljetku hvala Đurđici Kamenarić, dobrom duhu doktorskog studija Kineziološkog fakulteta na svakom podsjetniku, e-mailu i riječi podrške.

SAŽETAK:

Proces supkulturalizacije uglavnom se veže uz društvene aktore koji koriste glazbene pravce ili navijanje za klubove kao podlogu za stvaranje životnog stila i identiteta. Manje je poznato da same kineziološke aktivnosti i pojedini sportovi mogu mladim ljudima služiti u tome. Osim u dijelu akademske zajednice (isključivo u inozemstvu), ne postoje istraživanja procesa supkulturalizacije na osnovi kineziološke (sportske) aktivnosti iako u malobrojnim domaćim studijama o supkulturama mladih nalazimo pojmove koji na taj proces upućuju (Perasović, 2001). Istovremeno među mladima, u njihovom svakodnevnom komuniciranju, često se koriste pojmovi koji ukazuju na identitete „bajkera“, „skejtera“ i drugih, paralelno s terminima poput „pankera“, „navijača“ ili „partijanera“. Proces kojim neki mladi čovjek postaje „bajker“, odnosno veza između kineziološke aktivnosti i procesa supkulturalizacije, predstavlja glavnu temu ove disertacije. Dosadašnje promatranje BMX scene u Zagrebu omogućuje uvid u proces koji želimo istražiti. U skladu sa znanstveno-istraživačkom tradicijom, etnografsku metodu smatramo najprimjerenijom za dobivanje relevantnih podataka.

Ova disertacija podržava i proširuje neke zaključke drugih znanstvenika koji su istraživali ovaj specifični slučaj na drugim lokacijama (Rinehart, 2008, Wheaton i Thorpe, 2011, Wheaton 2019). Kulturna politika unutar ove skupine jedinstvena je i temelji se na prepoznatljivoj povijesti, ideologiji i identitetu. *Lifestyle* sportovi pružaju važan okvir za razumijevanje empirijskih i teorijskih dokaza i izazova sporta u dvadeset prvom stoljeću.

Ovo istraživanje daje vrijedne podatke o stavovima lokalnih BMX vozača o komercijalizaciji *lifestyle* sporta i uključivanju njihovog sporta u program Olimpijskih igara. U svojim naporima da ubrzaju uključivanje akcijskih sportova u olimpijski program, MOK (Međunarodni olimpijski odbor) uključio ih je s malo znanja o jedinstvenim kulturnim vrijednostima ili praktičnim zahtjevima sudionika u *lifestyle* sportu. Mnogi sudionici vide potencijalni gubitak autonomije unutar strogih olimpijskih struktura. Međutim, s obzirom na to da je BMX u Hrvatskoj još uvijek nedovoljno poznat, vozači vide dobrobiti uključivanja u program Olimpijskih igara, a to su rast popularnosti i napredak samog sporta. Iako će brak između *lifestyle* sportova i Olimpijskih igara zasigurno pridonijeti popularnosti BMX-a širom svijeta, može se pretpostaviti da će doći do daljnjeg razdora unutar BMX scene s obzirom na to da Olimpijske igre isključuju srž i prave vrijednosti *lifestyle* sporta, barem iz perspektive vozača. Ovaj metodološki pristup može pomoći u rasvjetljavanju složene dinamike komercijalizacije u *lifestyle* sportu.

KLJUČNE RIJEČI: BMX, supkulture, sport, komercijalizacija, Olimpijske igre

ABSTRACT

The subculturalization process is mainly associated with social actors who use music or winding for a football club as a basis for creating their own lifestyle and identity. Less known is that kinesiological activities or a sport can serve young people as a basis for creating subcultural style and identity. Except in one part of the academic community (mostly abroad), there is no research of subculturalization process based on kinesiological (or sport) activities in this region.

Although in few national studies of youth subcultures, we can find terms which refer to this process (Perasović, 2001), at the same time among young people, in their everyday communication, we can often find terms that indicate the identity of "bikers", "snowboarders", "skaters" and the other, parallel with terms such as "punks", "football fans" or "clubbers". How a young man becomes a "biker", what is the connection between kinesiological activities and subculturalization process, will be the main theme of this dissertation.

The previous observation and knowledge of the "BMX scene" in Zagreb provides insight into the process we want to explore. According to scientific research tradition in this area, ethnographic method seemed most appropriate for obtaining relevant data. This research therefore supports and extends some of the conclusions drawn by other scholars who have investigated this specific case (Rinehart, 2008, Wheaton and Thorpe, 2011, Wheaton 2019). The cultural politics within this group is unique, based on a distinctive history, ideology and identity. Lifestyle sports provide an important lens for understanding the empirical and theoretical trajectories and challenges of sport in the twenty-first century.

This research provides valuable information about local BMX riders' attitudes to the commercialization of lifestyle sports, and their inclusion in the Olympic Games. In their efforts to fast-track the inclusion of action sports into the Olympic program, the IOC (International Olympic Committee) incorporated them with little knowledge of the unique cultural values or practical requirements of lifestyle sports participants. Many participants see a potential loss of autonomy within the Olympic structures. However, since BMX is still not well known in Croatia, the riders see the benefits of inclusion only in the popularity and progress of the sport itself. While the marriage between action sports and the Olympic Games will certainly add to the popularity of BMX worldwide, it can be assumed that there will be a further rift within the BMX scene given that the Olympics exclude the core and genuine values of lifestyle sports, at least from the perspectives of riders. This methodological approach can help shed further light on the complex dynamics of commercialization in lifestyle sports.

KEY WORDS: BMX, subcultures, sport, commercialization, Olympic game

SADRŽAJ

1. UVOD	1
1.1. Terminologija	6
1.2. Teorija supkultura i ključni pojmovi	8
1.2.1. Supkulturne teorije u sportu	15
1.3. <i>Lifestyle</i> i mainstream sportovi	18
1.4. <i>Lifestyle</i> sportovi i droge	23
1.5. <i>Lifestyle</i> sportovi i komercijalizacija.....	26
1.6. <i>Lifestyle</i> sportovi i Olimpijske igre	32
1.7. <i>Lifestyle</i> sportovi i maskulinizacija	36
2. POVIJEST BMX-A	39
2.1. Povijest BMX-a u svijetu	39
2.2. Povijest BMX-a u Hrvatskoj	43
2.2.1. <i>Pannonian Challenge</i>	45
3. CILJ ISTRAŽIVANJA I ISTRAŽIVAČKA PITANJA	46
4. METODE ISTRAŽIVANJA	47
4.1. Promatranje sa sudjelovanjem.....	50
4.2. Intervjui	51
4.3. Uzorak ispitanika.....	53
5. REZULTATI	54
5.1. „Sve je to isti lifestyle“	54
5.2. „To je taj vibe, to je taj feel“	60
5.3. „Da nema BMX-a, ne bi bilo ni mene“	66
5.4. „Vidi njega što vozi dječji bicikl“	69
5.5. „Od BMX-a rade nogomet“	73
5.6. „Nije BMX tailwhip i barspin“	76
5.7. „Čipi čips, BMX vozač, nema veze s vezom.“	80
6. RASPRAVA	86
7. ZAKLJUČAK	98
8. POPIS LITERATURE:	105
9. PRILOZI	115
9.1. Prilog 1: Vodič za intervju	115
9.2. Prilog 2: Fotografije BMX scene	120

10. ŽIVOTOPIS AUTORICE	125
-------------------------------------	------------

1. UVOD

Pojava *lifestyle* sporta i njegov rapidni razvoj jedan je od najznačajnijih događaja posljednjih godina u svijetu sporta, a sociologija sporta do sada je tome posvećivala malo pozornosti. U svijetu se tek nekolicina autora bavi proučavanjem ovih sportova u društvenom kontekstu. Jedan od mogućih razloga za to je relativno težak pristup skupinama, odnosno malo je znanstvenika koji su uključeni u neku sportsku supkulturu. U ovom dijelu Europe nismo pronašli ni jedno istraživanje na ovu temu, što na neki način ovoj disertaciji daje mogućnost za kreativnost i nove spoznaje te konstrukciju nove terminologije u kontekstu sportskih supkultura. Posjet jednom natjecanju u *freestyle BMX-u (bicycle motosross)* prije osam godina na Jarunu probudio je kod mene interes za svijet *lifestyle* sporta i njegovo društveno značenje. Iako se radi o individualnom sportu, pojmovi kompetitivnosti i samog natjecanja imaju potpuno drugačije značenje od onog u *mainstream* sportovima, a sudionici navijaju jedni za druge. Kad jedan od vozača uspije izvesti trik koji dugo vježba, čak i ako to nije neki od najtežih trikova, nastaju ovacije publike (većinom ostalih vozača) i jednoglasna podrška. Istražujući sportove životnog stila, autori često navode kako ovim sportašima aktivnost kojom se bave uvelike određuje identitet. Iako postoje brojne definicije identiteta, možemo ga objasniti kao samo središte osobnog razvoja koje započinje u ranome djetinjstvu, a završava kulminacijom života (Huffaker i Calvert, 2005). Uloga identiteta posebno je važna za adolescente koji u toj dobi upoznaju sebe i druge oko sebe te definiraju i sebe i druge na poseban način. Identitet uključuje stvaranje slike o sebi i usvajanje nove uloge u društvu.

Kako bi razumjeli cijeli kontekst nastanka *lifestyle* sportova, identiteta koji sportaši stvaraju uz pomoć svoga sporta te načine na koji ih određuje grupa u kojoj se kreću, važno je objasniti pojmove iz naslova ovog rada. Prije svega moramo se podsjetiti kako se razvijala sociologija supkultura. Urbani kontekst mjesto je rođenja supkulturnih stilova na tragu onoga kojim se bavimo u ovom radu (Perasović, 2001). Čikaška škola urbane sociologije postavila je temelje za buduća istraživanja supkultura u prvim desetljećima dvadesetog stoljeća. Iz radova tadašnjih autora jasno je da su ih u to vrijeme zanimale urbane grupe različite od dominantne kulture. Upravo su autori Čikaške škole pisali monografije temeljene na kvalitativnim metodama koje se kasnije razvijaju i kao takve omogućuju detaljnije istraživanje različitih supkultura. Daljnji tijek sociologije malih grupa obilježavaju autori poput Alberta Cohena (1955) koji piše o „delinkventnoj supkulturi“, a velik broj studija nastalih pedesetih godina supkulture mladih iz radničke klase vide kao simptom nesposobnosti integracije u šire društvo.

Na razvoj koncepta supkulture utjecale su i teorije simboličkog interakcionizma čiji je doprinos za razvoj sociologije mladih velik. Radovi Beckera (1963) i Goffmana (1959) važni su za razumijevanje supkulturnog fenomena te stigmatiziranog položaja koji dio supkulturnih aktera u društvu ima.

Šezdesete godine prošlog stoljeća obilježio je pojam *kontrakultura*. Kontrakulturom se smatraju društveni pokreti i pojedinci koji se zalažu za radikalnu promjenu, zalažu se za promjenu društva iz temelja, žele alternativne vrtiće, medije i ekonomiju, odnosno potpuno nove društvene institucije. Oni osnivaju komune, oslabljuju granice slobodnog i radnog vremena, često se oslanjaju na filozofske ili neke srodne svjetonazorske pozicije, duhovne sustave i prakse (Krnić i Perasović, 2013). Kada uspoređujemo supkulturu i kontrakulturu, bitna razlika očituje se u činjenici da supkultura živi paralelno s dominantnom kulturom, na njenim marginama ili u povremenom doticaju, a s druge strane kontrakturni pokreti teže radikalnoj promjeni i izgradnji alternativnog društva. Za razliku od kontrakture, supkultura označava simboličke strukture i aktere koji jednim dijelom odstupaju od širih društvenih normi, a svoj identitet zasnivaju u slobodno vrijeme. Krajem šezdesetih i sedamdesetih godina pojavljuje se grupa autora poznata kao Birmingemska škola i ostavlja bitan trag u istraživanju supkultura. Središnja preokupacija ovih autora bila je oblikovanje supkultura, odnosno uloga glazbe, stila, rituala, slenga i ostalih obilježja ekspresije.

Nadalje, autori koji djeluju od sredine 1980-ih pa do danas na tragu postmoderne, također istražuju mlade, njihove identitete, stilove i životne preferencije. Njih nazivamo „post supkulturalistima“. U njihovim istraživanjima klasna analiza gubi na značaju, a raste zanimanje za procese potrošnje. Najveća je pozornost na analizi životnih stilova i identiteta formiranih pod utjecajima procesa potrošnje. Bennett (1999) govori o tome kako grupa gubi primarnu ulogu prostora čvrste identifikacije i postaje samo jedan od mogućih prostora gdje se izražava privremeni identitet. Tako definirana grupa nalikuje Maffesolijevom konceptu plemena gdje je naglašena promjenjiva priroda kolektivnih saveza kao posljedica potrošački orijentiranog društva (Krnić i Perasović, 2013). Novopleme (ili neopleme) karakterizira fluidnost, nestalnost, širenje i rasipanje. Kako je pojam supkulture sa svojim značenjem postajao sve diskutabilniji, autori kao što su Bennett (2000) i Miles (2000) počinju promovirati pojam životnog stila. Ovaj koncept vidi aktere kao aktivne potrošače čiji će izbor dobara ili obrazaca potrošnje reflektirati posredovani identitet (Krnić i Perasović, 2013). Važno je naglasiti da odabrani životni stilovi ne upućuju na specifično klasno zaleđe. I Bennett i Miles vide konstrukciju identiteta kao individualni projekt u kojem mladi nemaju čvrst identitet, već ga često biraju i mijenjaju kroz procese potrošnje i to neovisno o grupi kao referentnom okviru.

Scena je u posljednje vrijeme prevladavajući pojam u istraživanjima mladih i, ponajprije, popularne glazbe. Ovaj se pojam također koristi u opisivanju skupina mladih povezanih s nekim sportom. Važno je napomenuti kako sudionici našeg istraživanja sami sebe nazivaju „scenom“. Ona podrazumijeva fleksibilnost, fluidnost i raznovrsnost oblika i struktura, a određena je nizom elemenata koje dijele njeni pripadnici kao što su jezik, simboli, rituali, prostor i stil. Scena se mijenja djelovanjem svojih članova. Pojmom scena također se pokušava nadići klasni determinizam i analiza se nastavlja na razmatranje širega konteksta i dinamike oblikovanja obrazaca povezivanja oko različitih glazbenih praksi (Krnić i Perasović, 2013). U suvremenoj je sociologiji došlo do podjele između supkulturalista i post supkulturalista. supkulturalisti su nastojali održati pojam društvene klase kao središnji pojam kojim se razumijeva nastanak supkultura i posljedični koncept društvenih nejednakosti, dok su post supkulturalisti isticali postmodernizaciju društva smatrajući da mladi ne stvaraju čvrste supkulturne stilove kao nekada, već umjesto toga postoje grupe koje karakterizira privremenost, nepostojanost, fluidnost, nedostatak povezanosti s društvenom klasom te miješanje stilova. U dijelu akademske zajednice stvoren je stereotip da je supkulturalizacija proces stvaranja grupa sa čvrstim granicama (primjerice *rockeri*, *punker*i, *skinhead*si itd.), dok tribalizacija označava fluidniju i promjenjiviju grupu, potrošačke stilove i lako prelaženje iz grupe u grupu. Više od dva desetljeća nakon podjele između supkulturalista i post supkulturalista, jaz među njima i dalje je vidljiv. Na tragu nedavno objavljenog rada Perasović i sur. (2023), smatramo da je došlo vrijeme da se nadiđe navedena podjela, odnosno da se supkulturalizacija i tribalizacija shvate kao isti društveni proces s različitim nazivima. Perasović i sur. (2023) tvrde kako je danas jasno da su nekad unutargrupne granice bile propusnije nego se činilo, a da su u suvremenim malim grupama te granice čvrste i nepropusne. Autori uvažavaju klasu kao značajan faktor u procesu supkulturalizacije/tribalizacije, ali joj ne pridaju značaj niti determinističku ulogu koju je imala u Birmingemskoj školi.

Istraživanjem *lifestyle* sportova lako je uočiti kako je upravo nedostatak natjecanja jedno od njihovih glavnih obilježja. S obzirom na to da se kompeticija nalazi u definiciji samog sporta, važno je objasniti o čemu je riječ. U *lifestyle* sportovima postoje natjecanja, kao i pobjednici i nagrade. Međutim, sama srž pojma kompetitivnost drugačija je kod ovih sportova zbog njihove povijesti i načina nastanka. Ono što je otprije poznato jest da su ekstremni sportovi nastali drugačije od ostalih grana modernog sporta. Gotovo svi *lifestyle* sportovi nastali su u dječjim dvorištima, uglavnom dječaka, i to onih koji su imali beskrajno puno energije i vrlo malo straha. Gledajući svoje uzore na internetu i/ili televiziji, potičući jedni druge na bavljenje ovim sportom, naučili su nove trikove, pronašli istomišljenike i stvorili svojevrsnu supkulturu. Iako

se svi sudionici ovih sportova vole natjecati, uspoređuju se isključivo sa svojim prethodnim (ne)uspjesima. Zbog toga se u *lifestyle* sportovima govori o nedostatku natjecanja. Nadalje, ovi su sportovi nastali bez strukture, trenera, kluba, angažmana roditelja ili novca. Skupine vozača BMX-a ili *skatea* lako je prepoznati po načinu odijevanja, zajedničkom slengu i ritualima, iz čega zaključujemo da je riječ o supkulturi, posebnoj društvenoj skupini koja se razlikuje od šire kulture. U ovom radu bit će riječi o promjenama koje su se tijekom vremena dogodile u ovoj supkulturi, s naglaskom na ulogu komercijalizacije u transformaciji *lifestyle* sportova, preciznije *freestyle BMX-a*.

Postojeći radovi na temu *lifestyle* sportova pokušali su odgovoriti na neka od sljedećih pitanja: „U kojoj mjeri ovi sportovi nude alternativu kulturi tradicionalnih sportova?“, „Nude li egalitarne i osnažujuće rodne identitete, za razliku od ostalih sportova?“, „Nudi li *lifestyle* sport suprotnost komercijalnom svijetu tradicionalnog sporta?“ te „Na koji je način medijska industrija, i kultura uopće, pokušala prigrliti sportske stilove života?“.

Etnografska metoda najčešće je primjenjivana u istraživanju fenomena *lifestyle* sportova. Ona jedina nudi dubinski uvid u problem, no ne možemo generalizirati rezultate, već svako istraživanje odgovara na prethodno navedena pitanja u kontekstu skupine koja je bila sudionik određenog istraživanja. Upravo ćemo zbog toga u ovoj disertaciji etnografijom pokušati dati odgovore na ta pitanja u kontekstu vozača BMX-a u hrvatskom društvu.

O tome kako sportovi životnog stila postaju dijelom modernog društva počelo se pisati prije dvadesetak godina. U etnografiji vozača BMX-a jednoga američkog grada, Rinehart i Grenfell (2002) istražuju istu skupinu mladića u dva različita konteksta: dječaćkom, opuštenom druženju u kojem se postavljaju rampe za izvođenje skokova te korporativnoj aktivnosti u kojoj dječji *skate* parkovi postaju sigurno mjesto gdje djeca vježbaju svoje stečene vještine. Istraživanje je dalo odgovore na pitanja kao što su: „Gdje igra postaje biznis?“ te „Koje su sličnosti i razlike BMX kulture i drugih sportova?“. Navedenim etnografskim istraživanjem pokušalo se razumjeti BMX kao novi oblik, kako ga autori nazivaju, ekstremnog sporta, te raskrinkati složene veze između osnovnog oblika ove aktivnosti i biznisa.

Scott (2013) u svom istraživanju BMX scene zaključuje kako vozači koriste bicikl kao oblik otpora prema društvu, upravo zbog procesa komercijalizacije koji ima sve veći utjecaj na njihov sport. Puchan (2005) je pokušao istražiti razloge zbog kojih su ljudi očarani novim fenomenom ekstremnog sporta i mogućnostima koje on predstavlja za sponzore. Susanna Howe (1998), u svojoj knjizi „*(SICK) A Cultural History of Snowboarding*“ piše o raznovrsnim reakcijama kontrakultura i alternativnih kultura koje su se razmnožile u kulturi mladih. One dugo nisu bile „alternativne“, već su postale komodificirane čim se vidjelo da mogu postati unosne brojnim

sponzorima i medijima. Sve više autora zaključuje kako kontinuirano postojanje spomenutih sportova ovisi o masovnoj potrošnji. Tako je i s alternativnim oblicima glazbe (Howe, 1998; Wilson, 2002), alternativnim oblicima odijevanja/stila (Hebdige, 1979), sa *snowboardingom* (Howe, 1998), rolanjem (Rinehart, 2003), te mnogim alternativnim sportovima u nastajanju (Rinehart, 1998; 2000), uključujući BMX.

Uključivanje ekstremnih sportova u program Olimpijskih igara (OI) 2020., odnosno 2021. zbog pandemije korona virusa, potiče daljnje mogućnosti za istraživanje ovog fenomena. Može se reći da upravo sada svjedočimo jedinstvenom trenutku u povijesti kada će sportovi poput *freestyle* BMX-a, *skateboardinga* ili *parkoura* biti trajno promijenjeni. S obzirom na to da su OI globalno najpopularniji sportski događaj, što podrazumijeva veliku praćenost i televizijsku pokrivenost, proces komercijalizacije nemoguće je izbjeći. Ovom temom se dosad bavilo tek nekoliko istraživača, i to pretežno u sportovima kao što su surfanje, sportsko penjanje i *skateboarding* (Thorpe i Wheaton, 2019). Iako je Hrvatska mala zemlja, sa znatno manjim brojem vozača nego drugdje u svijetu, BMX scena je značajna za promatranje prethodno navedenih promjena. Druženjem s vozačima i pohađanjem različitih natjecanja, poput *Pannonian Challengea*, jednog od najvažnijih natjecanja u ekstremnim sportovima u Europi, mogao se dobiti uvid u to kako vozači reagiraju na proces komercijalizacije sporta. Reakcije samih bit će detaljno opisane i objašnjene u ovome radu. Također, prvo pojavljivanje *freestyle* BMX-a i sličnih sportova na Olimpijskim igrama u Tokiju 2021. omogućuje širu analizu procesa koji se događaju unutar scene.

Kako bismo odgovorili na tri temeljna istraživačka pitanja kojima smo se vodili u ovom istraživanju, a to su pitanje identiteta sudionika BMX scene u Zagrebu, propusnosti granica njihove grupe te utjecaja komercijalizacije na njihove stavove, proveli smo etnografsko istraživanje koje podrazumijeva promatranje sa sudjelovanjem i polustrukturirane intervju sa sudionicima scene. Prije svega, objasnit ćemo terminološke probleme vezane uz *lifestyle* sport koji je u fokusu ovog istraživanja. Dovedst ćemo *lifestyle* sportove u vezu s *mainstream* sportovima, procesom komercijalizacije, Olimpijskim igrama te važnim sociološkim pitanjima kao što su maskulinizam u sportu, upotreba droga i različite vrste identiteta. Zatim ćemo objasniti teorijski koncept supkulture i supkulture u sportu, kao i teorijski okvir komercijalizacije u *lifestyle* sportovima kojim smo se vodili. Nakon predstavljanja cilja, hipoteza i metoda istraživanja, rezultatima ćemo predstaviti najvažnije nalaze ove disertacije te ih tijekom rasprave povezati s prethodnim istraživanjima navedene teme.

U današnjem su društvu *lifestyle* sportovi sve popularniji – njima se bavi sve više ljudi te je moguće živjeti od bavljenja spomenutim sportovima, a za pretpostaviti je da se mijenja i

sama scena. Stoga se postavlja pitanje možemo li još uvijek govoriti o postojanju supkulture unutar sporta ili je riječ o nečem drugom što ćemo problematizirati u narednim poglavljima.

1.1. Terminologija

Iako su ekstremni/akcijski/*lifestyle*/avanturistički sportovi posljednjih dvadesetak godina doživjeli veliki porast popularnosti i medijske zastupljenosti, u znanstvenoj literaturi još uvijek se odvija rasprava oko ovog fenomena, pa i samih naziva koji su nejasno definirani i često krivo upotrijebljeni. Univerzalno se mogu opisati kao netradicionalni i neovisni avanturistički sportovi. Glavna obilježja ovih sportova su nekompetitivnost, otpor vanjskoj regulaciji, visoki rizik prilikom izvedbe i naglašena osobna sloboda sportaša (Wheaton, 2004). *Freestyle BMX* definiran je kao *lifestyle* sport (Milovanović, 2005). Srodni sportovi uključuju *skateboarding*, surfanje, *snowboarding* itd., a dijele zajedničke vrijednosti koje ih na neki način razdvajaju od tradicionalnih sportova. Ta se razlika temelji na vrijednosnom sustavu koji je nespojiv s tradicionalnim sportovima, a koje karakteriziraju natjecateljska, disciplinska i hijerarhijska određenja (Wheaton, 2004). Iako svaka od tih *lifestyle* aktivnosti ima različitu povijest, sve imaju tendenciju pokazivati svojevrstni supkulturni stil (Thorpe i Wheaton, 2011).

Pojmovi kao što su „akcijski sportovi“, „*whiz* sportovi“, „urbani sportovi“, „slobodni sportovi“, „*lifestyle* sportovi“, „alternativni sportovi“ i „rubni sportovi“ koriste se za opisivanje sličnih aktivnosti (Brymer i Schweitzer, 2013). Brymer (2010) definira ekstremne sportove kao one oblike aktivnosti u kojima uslijed veće pogreške dolazi do teške ozljede ili čak smrti. Pojam „ekstremni“ ne smatramo adekvatnim jer ne opisuje dovoljno dobro sportove koji su tema ovog istraživanja. Postoji čitav niz aktivnosti koje ugrožavaju život tj. zdravlje više nego *lifestyle* sportovi. Sportovi poput BMX-a, *skateboardinga* ili *snowboardinga* uglavnom se vježbaju u kontroliranim uvjetima. Zapravo, prema statističkim podacima ovi sportovi uzrokuju manje ozljeda od bejzbola ili boksa (Clemmitt, 2009). Drugi problem je što korporacije koje ulaze u ove sportove zbog promocije i zarade primarno koriste pojam „ekstremno“ radi reklame, a takvo poimanje sporta u suprotnosti je sa značenjem pojmova supkultura ili životni stil. Ako netko želi pridati radikalna, izvanredna, neobična svojstva nekom proizvodu, aktivnosti, pojedincu ili životnom stilu, pojavljuje se upravo ovaj izraz. „Ekstremno“ je danas povezano s bezalkoholnim pićima, zdravom hranom, ponašanjem slavnih, modom, šminkom i, naravno, za potrebe ovog rada, s relativno novom (u odnosu na povijest sporta) vrstom sporta.

Prema Midol i Broyer (1995), *whiz* sportovi naglašavaju brzinu, fluidnost, zabavu i slobodu. Pojam „*whiz*“ zadržao se samo u nekim predjelima Europe i nije dovoljno prepoznatljiv kad govorimo o sportovima kao što su BMX, *snowboarding*, *skateboarding* i sl.

Bennett i sur. (2002:180) preferiraju izraz akcijski sportovi, jer „akcijski sport oznaka je koja se stavlja na sportove koji nisu uobičajeni ili tradicionalni i često uključuju rizik, opasnost ili nekonvencionalna pravila i / ili tehnike. Također se razlikuju od tradicionalnih sportova u tome što se sportaši najčešće natječu na pojedinačnoj osnovi“. Iako je pojam akcijski sport nešto prikladniji od pojma ekstremni sport, i dalje nedovoljno opisuje životni stil sportaša, odnosno način na koji sport oblikuje njihov identitet.

Rinehart (2000:505) koristi pojam „alternativni“ sportovi sugerirajući kako isti „ideološki ili praktično nude alternativu vrijednostima glavnih sportova“. Propitujemo pojam „alternativno“ jer na taj način možemo opisati razne aktivnosti, od autohtonih narodnih (*folk*) igara do ultra maratona, tj. bilo koju aktivnost koju nije moguće podvesti pod „zapadnjački“ natjecateljski sport. Neki su teoretičari predstavljali nastanak ovih sportskih aktivnosti, kao i supkulture te stila života koji su se razvijali oko njih, kao novu fazu u razvoju sporta, nazivajući je „*postmodernom*“ (Rinehart, 1998; 2000; Wheaton, 1997). Međutim, u kasnijim istraživanjima, isti autori odustaju od navedenog pojma jer „bez obzira na teorijsku opravdanost takvih tvrdnji, njihov nastanak i popularnost treba razmotriti u odnosu na širi kontekst oko promjene suvremenih zapadnih kultura i identiteta“ (Wheaton, 2004:7).

Wheaton (2013:25) preferira izraz „*lifestyle* sportovi“ „jer je to izraz koji su prihvatili sami pripadnici kultura i onaj koji ta kultura i njihov identitet obuhvaća, signalizirajući važnost društveno-povijesnog konteksta u kojima su se te aktivnosti pojavile, oblikovale i egzistirale“. U ovom istraživanju sudionici također svoj sport, u ovom slučaju BMX, opisuju kao *lifestyle* sport. Stoga smatramo da je navedeni pojam najprecizniji i odlučili smo ga koristiti u ovoj disertaciji. Zadržali smo originalnu, englesku verziju pojma jer se radi o riječi koja je uvelike ušla u hrvatski diskurs, često je korištena u različitim medijima i sudionici ovog istraživanja stalno je koriste u svom narativu.

Iako popularizacijom, napretkom i komercijalizacijom *lifestyle* sportova oni postaju sve sličniji *mainstream* sportovima, s obzirom na porast natjecanja, kompetitivnosti i ostalih obilježja koja su ih u povijesti razlikovala, i dalje nalazimo sličnosti među sudionicima svakog od *lifestyle* sportova. Drugim riječima, vidimo obilježja njihovoga životnog stila u načinu odijevanja, govora i ponašanja u medijima. Iz navedenog zaključujemo da iako ih je zbog prethodno navedenih procesa teško i definirati kao alternativne ili ekstremne, i dalje sa sigurnošću možemo govoriti o *lifestyle* sportovima. Upravo taj pojam odražava i karakteristike navedenih aktivnosti i njihov širi sociokulturni značaj. Jarvie (2013) na zanimljiv način diferencira pojmove. Česta je greška povezivanje svih alternativnih sportova s ekstremnim

sportovima. Mnogi ekstremni sportovi spadaju pod okrilje alternativnog sporta, ali nisu svi alternativni sportovi ekstremni. Svaki sport koji može zaprijetiti posebno snažnoj ideologiji može se smatrati alternativnim sportom, ali ipak nisu svi alternativni sportovi povezani s načinom života (*lifestyleom*) ili opozicijom. Mnogi sportovi koji su se pozicionirali kao alternativa uobičajenim sportskim vrijednostima i izborima mogu imati neke iste karakteristike kao i *mainstream*. Jedan od najvažnijih razloga odabira pojma *lifestyle* kao relevantnog je činjenica kako sudionici smatraju *lifestyle* sportove dijelom svog identiteta i životnog stila bez obzira na to što on ostaje amaterski, ne predstavlja izvor zarade niti im osigurava egzistenciju. U ostalim, tzv. tradicionalnim sportovima, teško ćemo primijetiti sličnost među neprofesionalcima u kontekstu stila, glazbe koje slušaju, slenga koji koriste ili *websites* koje posjećuju. *Lifestyle* definira način na koji su sudionici tražili određeni stil života koji je bio središnji za smisao i iskustvo sudjelovanja u sportu te koji im je pružio poseban društveni identitet.

1.2. Teorija supkultura i ključni pojmovi

Supkultura podrazumijeva prepoznatljivu hijerarhijsku društvenu strukturu; jedinstveni etos ili skup zajedničkih vjerovanja i vrijednosti; i jedinstveni žargon, rituale i načine simboličkog izražavanja (Hebdige, 1979). U najširem smislu supkulture čine grupe ljudi koje dijele bitne zajedničke vrijednosti i norme čime se razlikuju od ostalih društvenih grupa (Krnić i Perasović, 2013). supkulture mladih već više desetljeća privlače pozornost i predmet su zanimanja sociologije i ostalih društvenih znanosti (Perasović, 2001). supkulturne ideologije su sredstvo kojim mladi zamišljaju vlastitu i druge društvene skupine, afirmiraju svoj osebujni karakter i potvrđuju da nisu anonimni članovi nediferencirane mase (Thornton, 1996).

Prva sociološka istraživanja onoga što kasnije nazivamo supkulturom javljaju se početkom dvadesetog stoljeća u okviru Čikaške škole. Glavni autori te škole, Thomas, Park, Burgess, McKenzie i Wirth, počinju stvarati etnografske mape društvenih i kulturnih teritorija grada s raznovrsnim populacijama (Vukušić, 2022). U fokusu njihovih istraživanja su obilježja različitih društvenih grupa u urbanom kontekstu i razumijevanje kulturnih razlika i specifičnosti. Ključni doprinos autora ove škole jest smještanje i razumijevanje devijantnog ponašanja unutar društvenog konteksta. Sam pojam pronalazimo pedesetih godina u tekstovima o delinkventnom ponašanju mladih. Pojam supkultura tijekom godina poprima različita značenja unutar različitih teorijskih okvira.

Kako navode Krnić i Perasović (2013), od samih početaka pojam supkulture upotrebljava se dvojako; pojam označava konkretnu društvenu grupu, ali i sustav vrijednosti, normi i način

života. Odnosno, supkultura je konkretan akter i simbolička struktura. U sociološkoj literaturi često susrećemo pojam „škola“ koji obuhvaća različita istraživanja, a provode ih različiti autori povezani djelovanjem u istoj instituciji. Tijekom godina nastale su brojne škole, najčešće prepoznatljive po temama kojima se bave njihovi istraživači, ali i po teorijskom utemeljenju primjerice funkcionalizma ili marksizma. Jedna od prvih škola koja se bavi kulturama mladih i koja je važna za daljnje razumijevanje pojma supkultura je Čikaška škola. Kada povežemo urbanu sociologiju kao temelj Čikaške škole s istraživanjima supkultura mladih, zaključujemo da je „rodno mjesto“ supkulturnih stilova mladih kroz povijest, ali i danas, urbani kontekst (Perasović, 2001). Blackman (2014) analizira radove Jenksa (2004) i Geldera (2007) te ističe da unutar Čikaške škole nikada nije eksplicitno upotrijebljen termin supkultura, pogotovo ne u situacijama kada se pojam vezuje uz supkulture mladih. Wirth kao predstavnik Čikaške škole 1938. godine piše jedan od utjecajnijih eseja *Urbanism as a way of life* u kojem naglašava važnost gradova i njihova razvoja. Tvrdi da grad postaje „centar kontrole ekonomskog, političkog i kulturnog života, koji je najudaljenije dijelove svijeta privukao u svoju orbitu, a različite sfere, ljude i aktivnosti utkao u jedan kozmos“ (Wirth, 1938:2). Drugi dio Wirthove teorije odnosi se na kreiranje načina života u urbanome društvu. Pretpostavka o specifičnome načinu života u gradu zanimljiva je ne samo u području sociologije grada, nego također za sociologiju supkultura koja će se razviti nakon Drugoga svjetskog rata. Kako navodi Vukušić (2022), urbani način života kao životni stil označava specifičan razvoj društva u gradu, koji podrazumijeva stvaranje novih ekonomskih, kulturnih i simboličkih odrednica karakterističnih za urbani kontekst. Čaldarović (2012) navodi kako su prikazi monografija čikaških autora važni jer je u njima sadržano konceptijsko, epistemološko i metodološko obilježje Čikaške škole iz prvih desetljeća 20. stoljeća. Upravo su monografije dale temelj razvoju kvalitativnih metoda istraživanja, posebno važnih u kasnijem istraživanju kultura i supkultura mladih.

Tijekom povijesti supkulture su često bile svrstavane na marginu društva, tj. bile su označene kao delinkventne. Prije pojma delinkventna supkultura, stvorila se ideja o pojmu supkulture u sociologiji. Prema Perasoviću (2001), konstrukcija pojma delinkventne supkulture uvjetovana je kombinacijom teorijskih aspekata Mertonove teorije anomije i teorija o diferencijalnim asocijacijama i kulturnoj transmisiji kao rezultatima istraživanja čikaških autora. Na temelju ovih teorijskih postavki sociolozi se 1950-ih godina okreću terminu delinkventne supkulture, a najznačajniji među njima je Albert Cohen koji je 1955. godine objavio knjigu *Delinquent Boys: The Culture of the Gang*. Delinkventni model je oblik ponašanja i skup normi koje pojedinac prihvaća u svojoj mikrosociološkoj sredini i kroz koji se socijalizira tražeći svoje mjesto u grupi. Terminom referentne grupe Cohen u svoje

istraživanje delinkventne supkulture ugrađuje još jedan važan sociološki element koji odgovara na pitanje kako nastaju supkulturni fenomeni. Predstavlja rezultate istraživanja mladih ljudi u Americi koji svoj referentni okvir i referentnu grupu nalaze u vršnjačkim skupinama nerijetko obilježenima uličnim kriminalom i drugim oblicima devijantnog ponašanja. Jedan od najvažnijih nalaza autora ovog razdoblja istraživanja supkultura jest da je „supkultura u isto vrijeme i jedan akter, ali i simbolička struktura“ (Krnić i Perasović, 2013:25).

U priči o nastanku i razumijevanju pojma supkultura važno je spomenuti simbolički interakcionizam čijim se utemeljiteljem smatra Herbert Mead. Interakcionistički autori nisu eksplicitno upotrebljavali pojam supkultura, ali su znatno doprinijeli interpretaciji devijantnosti.

Nadalje, 1960-ih godina nastaje pojam koji se kasnije u literaturi označava kao kontrakultura. Godine u kojima nastaju prvi takvi društveni pokreti obilježene su različitim događajima u svijetu i nastankom brojnih društvenih pokreta kao odgovora prvenstveno mladih ljudi na nezadovoljstvo svojom realnošću. Uzimajući u obzir i iskazivanje nezadovoljstva i pokušaj da se djelovanjem promijene vrijednosni okviri i tadašnje norme ponašanja, određenje kontrakture temelji se na obilježavanju različitih grupa unutar šireg društva koje odbacuju dotadašnje oblike ponašanja, vrijednosne sustave i norme. J. Milton Yinger (1960) u svom radu *Contraculture and Subculture* prvi put raščlanjuje pojam kontrakture od pojma supkulture te ga uvodi u akademsku raspravu koja će se cijelo desetljeće temeljiti na istraživanju i analizi pokreta i grupa koje su iznjedrile šezdesete godine (Vukušić, 2022). Yinger uočava distinkciju između supkulture, kao zasebne grupe u društvu koja stvara svoje specifične norme ponašanja te postaje referentna za svoje članove, te kontrakture u kojoj se odbacuju postojeće norme i stvaraju vrijednosti suprotne onima koje postoje u dominantnom društvu.

Dolazimo do značajne teorijske paradigme koja se bavi pojmom supkultura, a to je Birmingemska škola. Ova sociološka teorija nastala je na temelju proučavanja supkulturnih grupa mladih nastalih od kraja 1960-ih do danas. Birmingemska škola, kolokvijalni naziv za *Birmingham Centre for Contemporary Cultural Studies* (CCCS), jedna je od najvažnijih točaka u povijesti istraživanja supkultura mladih (Perasović, 2001). Oni gotovo u potpunosti pažnju posvećuju istraživanjima supkultura mladih. Unutar radova birmingemskih autora nailazimo na pojmove koje uz supkulturu vežemo i danas, a to su koncept životnog stila, uloga glazbe, slenga, rituala i ostalih oblika ekspresije. Prema Birmingemskoj školi, supkultura je razrješenje proturječnosti s jedne strane na ideološkoj razini, između radničke klase i novog hedonizma potrošnje, a s druge strane na ekonomskoj razini, između „budućnosti kao dijela socijalno mobilne elite ili dijela novog lumpenproleterijata“ (Cohen, 1972:94). Prema Cohenu, životni

stil sačinjen je od mnogih simboličkih podsistema čija artikulacija odražava distinkciju od roditeljske kulture. Osim već spomenutih pojmova stila, glazbe, slenga i rituala, autori koriste i marksističko nasljeđe klasne analize i Freudove pojmove ega i super ega. Važan pojam diskursa birmingemskih autora je i *bricolage* koji označava premještanja predmeta iz jednog konteksta u drugi stvarajući novi narativ i mijenjajući sadržaj poruke (Krnić i Perasović, 2013). Važno je spomenuti da su ovi autori sistematizirali područje koje se bavilo mladim ljudima, a supkulture su riješili stigme delinkvencije. Prema njima, supkulture su neka vrsta simboličke politike otpora matičnoj klasnoj kulturi i dominantnoj kulturi.

Za birmingemske autore klasa je bila ishodište supkultura mladih. John Clark (1976) ističe važnost koncepta slobodnog vremena u stvaranju mladenačkih supkultura pri čemu svoju raspravu širi općenito na odnos radničke klase i slobodnog vremena. On ističe da slobodno vrijeme radničke klase uopće nije slobodno, nego je ograničeno financijskim mogućnostima pojedinaca. supkulturalistički autori, a ponajprije autori Birmingemske škole, analizirali su stil kao konstitutivni element supkultura mladih i u njemu tražili odgovore na brojna pitanja. Kapitalno djelo koje se bavi stilom i svim njegovim posljedicama jest knjiga Dicka Hebdigea (1979) *Subculture: The Meaning of Style*. supkulturni stil je čvrsta cjelina pa se postavlja pitanje koja ga granica omeđuje i što granica stila znači za aktere određene grupe.

Početak devedesetih godina prošlog stoljeća pojavljuju se novi sociološki pristupi koji odbacuju uvjetovanost grupiranja mladih klasom (jednim od glavnih pojmova Birmingemske škole). Ovo razdoblje naziva se post supkulturalizam. Post supkulturalne teorije naziv su za koncepte s početka prošlog stoljeća koje se bave skupinama mladih ljudi, ali ne inzistiraju na pojmu supkultura. Scott Lash (1990) u svojoj knjizi *Sociology of Postmodernism* iznosi tri teze u kojima vidi osnovne razlike između modernog i postmodernog društva: o kulturnoj promjeni, o tipu kulture i o socijalnoj stratifikaciji. Teza o kulturnoj promjeni govori da je moderna razdoblje u kojem se događa kulturna diferencijacija, dok je postmoderna razdoblje kulturne dediferencijacije. Lash ovaj proces objašnjava na primjeru osobne prezentacije pojedinca kao sfere života u kojoj se ova promjena ponajviše očituje. Modernizam se temelji na diferencijaciji i autonomizaciji uloge označitelja, označenog i referentnog, a s druge strane postmodernizam problematizira ove uloge jer se sve više komunikacije upisuje u slike nego u riječi. Drugoj Lashovoj tezi temelj je tekstualnost modernizma. Govori da je modernizam „diskurzivna“, a postmodernizam „figurativna“ kulturna formacija. Teza o socijalnoj stratifikaciji zauzima dosta mjesta u Lashovu radu jer ga zanima kako je utjecaj postmoderne vidljiv u kontekstu modernog razumijevanja pitanja klasa u društvu i kako postmodernizam utječe na svaku zasebnu

društvenu formaciju. Možemo reći da modernistička kultura učinkovito destabilizira buržoazijski identitet, dok je postmodernistička kultura dobrim dijelom povezana s restabilizacijom buržoazijskog identiteta (Vukušić, 2022).

Sve se više govori o stilskoj fluidnosti i fleksibilnosti te se uvode novi pojmovi kao što su novopleme (neopleme), scena, afektivni savez, životni stil (posebno značajan za ovaj rad) itd. (Krnić i Perasović, 2013). Važno je objasniti kritike Birmingemskoj školi koje naglašavaju autori post supkulturalizma. Utjecaj žena u supkulturnim stilovima birmingemski autori potpuno zanemaruju. Angela McRobbie i Jenny Garber su još 1975. napisale kritičan tekst iz područja supkulture analize pod nazivom *Girls and subcultures* u kojem se prvi put upozorilo na to da supkulturna istraživanja gotovo potpuno zanemaruju ulogu djevojaka u kulturnim društvima mladih (McRobbie i Garber, 1997). Istaknuto je kako su djevojke nevidljive u svim klasičnim supkulturnim etnografskim studijama i novinarskim tekstovima iz tog područja. Ako su spomenute, to je najčešće u kontekstima koji nekritički osnažuju stereotipno poimanje žene kao manje – više isključivo seksualnog objekta (Krnić i Perasović, 2013). Gotovo 25 godina kasnije, Leblanc (2001) nakon detaljne revizije literature o supkulturama zaključuje kako istraživači rijetko dozvoljavaju da se razmotri ženska perspektiva u supkulturnim istraživanjima. Autorica naglašava kako nije dovoljno samo konstatirati prisutnost žena, već se mora istražiti i analizirati odnose među spolovima i norme koje iz tih odnosa proizlaze i način na koji se djevojke prema njima odnose. Kako navode Krnić i Perasović (2001), post supkulturno razdoblje početkom devedesetih godina donosi otvaranje novog diskursa supkulture analize unutar kojeg se na razne načine razmatraju problemi odnosa među spolovima i često prezentira ženu kao središnji subjekt supkulturalnih praksi i kulturne produkcije. U tom je razdoblju postojao niz ženskih *punk* bendova koji su poharali američke lokalne *punk* scene, a rane *punk* feministice otvorile su put za kreiranje alternativnih, osnaženih uloga djevojaka unutar supkultura (Krnić i Perasović, 2013). Bennett i Khan Harris (2004) tvrde kako je važno pridati posebnu pozornost pojavi stilova koji ističu reakciju djevojaka na jednake strukturne okolnosti koje doživljavaju mladići iste generacije. Post supkulturno razdoblje donijelo je odmak od postavki birmingemske škole i otvorilo prostor za kulturne analize koje se okreću istraživanju pitanja rodnih identiteta, seksualnosti, rase, etničke pripadnosti i dr.

Nadalje, važna kritika Birmingemske škole jest jednodimenzionalni pogled na otpor. Smatra se da u vezi sa supkulturalizmom nije odgovoreno na pitanje o mladima koji traže zabavu i ispunjenje slobodnog vremena, a lišeni su percepcije supkulture kao skupa simbola koje pretaču u otpor. Upravo su otpor, lokalnost i kratkotrajnost naglašeni elementi

supkulturalnog koncepta, a prilikom istraživanja *surfera* i *bikera* (Stedman, 1997.; Wheaton 2017) pitanje otpora dovodi se u pitanje s obzirom na to da su ove grupe važni sudionici potrošačkog društva. Međutim, na pitanje otpora u *lifestyle* sportovima ne možemo odgovoriti samo kroz potrošnju jer se on manifestira u mnogo drugih područja, a što ćemo pokazati dalje u radu. U postmodernoj perspektivi pozornost je skrenuta s problema ekonomske nejednakosti na analize životnih stilova i identiteta formiranih pod utjecajem procesa potrošnje. supkulturni stil postaje svojevrsna simulacija, stvar osobnog izbora, potpuno neovisna o klasi, spolu ili etničkoj pripadnosti (Muggleton, 2000). Drugim riječima, supkulturni je identitet odvojen od socijalne strukture. Neupitno je da post supkulturalisti dio svojih interpretacija stila vežu uz šire pretpostavke sadržane u postmodernoj struji razmišljanja pa su skloni ideji o fluidnosti identiteta, a u skladu s time vide i vizualnu ekspresiju kao nestabilni element. Muggleton i Redhead definiraju supkulturne aktivnosti isključivo kao hedonističke, a upravo tako označavaju velik broj mladih i njihovih životnih stilova (Vukušić, 2022).

Clark (2003) naglašava kako je proces komodifikacije pretvorio supkulturni stil u unosnu industriju. Naglašava da, primjerice, gola koža, neobični *piercing* ili plave traperice koji su nekoć bili izvor moralne panike, danas često pomažu u stvaranju novih tržišnih prilika. Drugim riječima, vrijednost supkulturnih znakova i značenja je potrošena. Neobična frizura od 2000-ih ne sugerira status autsajdera (Clark, 2003). Iako upućuju brojne kritike Birmingemskoj školi, Clark (2003), Bennett (2002) i Muggleton (2000) slažu se da je u zlatno doba te škole bilo moguće o stilovima mladih govoriti kao o izrazu otpora. Danas više nije tako, osobito zbog drukčijih uvjeta u kojima mladi žive, umreženog svijeta, a ponajviše zbog porasta korporativnog svjetskog kapitalizma.

Koncept koji je najviše kritiziran jest klasni determinizam. Taj teorijski okvir postmodernisti vide kao preusko postavljen i isključivo temeljen na marksističkoj tradiciji razmišljanja. Na tragu ovakve prosudbe teorije, jasno je da je daljnja kritika usmjerena na tvrdnje i interpretacije da je klasna podjela društva ishodište nezadovoljstva mladih koji zatim traže magično rješenje kroz supkulturu. Post supkulturalisti smatraju da društvena klasa više ne može biti viđena kao ishodište stila mladih.

Ono što je važno u ovom razdoblju jest i naglašavanje važnosti etnografskog pristupa i potrebe da se sa supkulturnim akterima razgovara. Danas postoje autori koji nisu pristali na striktnu podjelu između supkulturalista koji naglašavaju pojam društvene klase i post supkulturalista koji se vode mišlju da klasa nije glavno ishodište supkultura. Ovaj jaz prevladavaju fokusiranjem na sam proces supkulturalizacije/tribalizacije uzimajući dio pojmova od obiju istraživačkih skupina (Ueno 2003, Pilkington, 2016, Perasović i sur. 2023).

Osnovni elementi prema kojima se definiraju pojedine supkulture ujedno su i osnovni elementi prema kojima se i mladi danas određuju i oko tih elemenata grade svoje grupne identitete. To su sleng, glazba i stilovi odijevanja. Mladi preuzimaju elemente obiju kultura i prilagođavaju ih svojim potrebama te stvaraju nove elemente koji postaju obilježja grupe kojoj pripadaju (McRobbie i sur., 1976). Dok odijevanje i glazba nisu direktan proizvod supkulture, sleng i rituali jesu i kao takvi su manje podložni utjecajima izvana iako mogu reflektirati određene promjene u društvu (Cohen, 2007). Mladi se služe slengom, ali i nekim drugim jezičnim elementima kako bi iskazali grupnu solidarnost i kako bi se udaljili od određenih grupa. Specifičnim jezikom, ne samo slengom, mladi se služe ne samo da bi iskazali svoj grupni identitet, već i kako bi u određenim situacijama pokazali da su drugačiji i tako ukazali na svoju posebnost i individualnost (Skelin Horvat, 2017). Cutler (2006) ističe da u kreiranju i održavanju supkultura upravo jezik igra ključnu ulogu. Pripadnici supkultura koriste jezik upravo kao i pripadnici drugih društvenih grupa koje su organizirane oko određenih zajedničkih elemenata (profesije, statusa u društvu i sl.). Jezik pojedinih grupa obilježen je specifičnim oblicima, poput posebnog rječnika (npr. surferi imaju specijalizirane nazive za valove, *hip-hoperi* imaju mnoge gramatičke elemente karakteristične za afrički američki vernakularni engleski i sl.).

Kvalitativne metode, odnosno etnografska metoda od tada postaje nezaobilazna kod proučavanja socijalnih i društvenih grupa, a koristila se i prilikom ovog istraživanja. Jedan od prigovora bogatom nasljeđu Birmingemske škole odnosio se i na nedostatak etnografskih i srodnih empirijskih istraživanja u ključnim djelima autora te škole. S obzirom na primjerenost te kritike, kao i s obzirom na činjenicu da je nastao čitav „etnografski preokret“ u društvenim znanostima, možemo konstatirati da od devedesetih godina u ovom području dominiraju kvalitativne metode istraživanja s naglaskom na etnografiju. Pojmovi koji se uvode krajem prošlog stoljeća, a često ćemo ih koristiti u ovom radu, pojmovi su životnog stila i scene.

Bennett (2000) i Miles (2000) promoviraju pojam životnog stila nezadovoljni konceptom supkulture. Koncept životnog stila aktere vidi kao aktivne potrošače čiji će izbor obrazaca potrošnje reflektirati posredovani identitet, a eksperimentiranje postaje glavni faktor u konstrukciji identiteta. Životni stil ne upućuje na specifično klasno zaleđe. Obojica spomenutih autora zaključuju kako mladima identitet nije utemeljen u kolektivnom, već ih slobodno i često biraju i mijenjaju kroz procese potrošnje. Kako navode Tomić-Koludrović i Leburčić (2002), koncept životnog stila u posljednjih se tridesetak godina našao u središtu ne samo socioloških, već i drugih znanstvenih rasprava. Razlozi takve prominentnosti koncepta povezani su s procesima postindustrijske modernizacije i individualizacije što pridonose radikalnim

promjenama načina života. Koncept životnog stila omogućuje integraciju mnoštva različitih ponašanja, orijentacija i resursa u koherentan marketinški koncept i u sociološku teoriju (Tomić- Koludrović i Leburčić, 2002). Važno je naglasiti da se u području sociologije koncept životnog stila već dugo istražuje te je hrvatski prijevod već ustaljen u literaturi. Međutim, u području sociologije sporta koncept „sportova životnog stila“ ne postoji pa smatramo da je pojam *lifestyle* sporta poznatiji i zvučniji te ga takvog koriste sudionici ovog istraživanja.

Pojam scene se u počecima uglavnom vezuje uz povezanost mladih i popularne glazbe. Koncept scene nije ograničen ili geografski fiksiran, on je fleksibilan, fluidan i raznovrstan. Scena je određena nizom specifičnih elemenata koje pripadnici dijele: jezik, simboli, rituali, stil, prostor itd. Uvođenjem ovog pojma nastoji se nadići klasni determinizam, a analiza se širi na razmatranje šireg konteksta (Krnčić i Perasović, 2013). Pojam scene sve je češći i kod opisivanja grupa mladih ljudi koji nisu primarno vezani uz glazbu. Razlog zbog kojeg u ovom istraživanju govorimo o BMX sceni leži u tome što sudionici upravo taj pojam koriste kad opisuju svoju društvenu skupinu. Iako se u hrvatskom društvu ne može govoriti o različitim supkulturnim grupama tako da se razlikuju radnička i srednja klasa te da se jasno razlikuju stilovi koji bi pripadali jednoj ili drugoj klasi, ipak socioekonomski status roditelja dijelom utječe na izbor mladih ili njihovo opredjeljenje za neku određenu grupu ili stil, ali najčešće ne predstavljaju ni jednu klasu posebno (Perasović, 2002).

1.2.1. Supkulturne teorije u sportu

Kako navodi Jarvie (2013), posljednju četvrtinu dvadesetog stoljeća pojam supkulturne teorije stvarao se u raspravama o sportu, kulturi i društvu. Formiranje supkultura kao kolektivno rješenje ili rješavanje problema određenih slojeva društva, naširoko se koristilo u raspravi o sportu mladih, nasilju i sportu. U tom smislu sport je označen kao mjesto otpora i kulturne borbe. Poseban značaj imaju istraživanja o opoziciji *lifestyle* sporta tradicionalnom sportu, o važnosti stila, značaju sportskih rituala i otuđenosti od tradicionalnog sporta (u smislu da su mnogi odustali od bavljenja tradicionalnim sportom). Kako se društvo sve više podvrgavalo potencijalnim procesima globalizacije, važni su oni koji se svojim djelovanjem žele odvojiti od onoga što se smatra homogenizirajućom prirodom globalne kulture. Mnogi sportaši ne žele konzumirati proizvode globalne kulture i traže alternativne izvore užitka, dok drugi jednostavno odbacuju proces globalizacije. U ovom je kontekstu zanimljiv izraz „glokalizacija“. Ovaj pojam pomaže objasniti kako se simbioza lokalnog i globalnog razlikuje prema određenim kulturnim okolnostima (Robertson, 1995). Pojam „glokalizacije“ nastao je u japanskoj poslovnoj praksi, ali kada se primijeni na objašnjenje širih kulturnih projekata, može

se tvrditi da su projekti glokalizacije konstitutivna obilježja suvremene globalizacije (Robertson, 1995). Na primjer, unutar sportskih medija, glokalizacija nastaje korištenjem lokalnih izraza i referentnih točaka kao što su stalne rasprave o nacionalnim igračima i problemima za uokvirivanje ili tumačenje globalnih događaja kao što je finale Svjetskog kupa.

Dosadašnja istraživanja (Beal 1996; Rinehart, 2000; Wheaton, 1997; Wheaton i Beal, 2003;) *lifestyle* sportova u potpunosti odbacuju teorije supkultura Birmingemske škole jer uslijed promjena koje se događaju u suvremenom društvu ne možemo govoriti o otporu ni o klasnom determinizmu kako su to radili teoretičari supkultura 1970-ih i 1980-ih godina, što se naročito odnosi na ideju da se supkultura „rađa“ u radničkoj klasi. U pojedinim primjerima, odnosno u specifičnom vremenu ili prostoru društvena klasa može biti snažno povezana s nekom supkulturom. Ipak, generalno gledano društvena klasa uglavnom nije ishodište ili ključno mjesto nastanka mnogih današnjih supkulturnih stilova. *Snowboarderi* su, od kad postoji sport, bili srednja klasa i viša srednja klasa mladih ljudi koji su mogli priuštiti kupnju *snowboarda*, opreme, karte za žičaru i prijevoz do odmarališta (Donnelly, 2006). Većina prethodno spomenutih *lifestyle* sportova podrazumijeva opremu u koju je potrebno uložiti veću svotu novca.

Postmoderna supkulturna teorija želi se odmaknuti od modela socijalnog ograničenja i veći naglasak stavlja na potragu za individualnim značenjem u supkulturnoj praksi (Blackman, 2005). Izrazi kao što su supkultura i kontrakultura uobičajeno su korišteni za opisivanje alternativnih sportova u 1970-ima i 1980-ima kako bi prikazali njihove periferne pozicije i ideološku distancu od glavnih sportova (Corte, 2012). Na primjer, skejtborderi nisu samo ljudi koji vole voziti skejtbord, već su i „skejteri“, oni za koje se očekuje da sudjeluju u načinu života povezanim sa sportom. Za razliku od Muggeltonovih (2000) pripadnika supkultura baziranih oko stila, koji su se odupirali interpelaciji u imenovane supkulturne identitete, mnogi sudionici *lifestyle* sporta pokazuju stabilnije, zajedničko i jednoliko poimanje svojih supkultura, statusa i identiteta (Beal i Wilson, 2004). Wheaton (2003) kod svojih sudionika istraživanja, *windsurfera*, naglašava kako postoji posebno snažna svijest o grupnom identitetu koja je nastojala prijeći bilo koje uočene unutarnje razlike. Veći dio ranih istraživanja institucionalizacije i komercijalizacije *lifestyle* sporta usredotočio se na negativne učinke tih procesa smatrajući da je inkorporacija proces koji potkopava autentični i opozicijski karakter *lifestyle* sportova (Wheaton i Beal, 2003) i obično konceptualizira komercijalizaciju kao „korporativni proces eksploatacije i modifikacije od vrha prema dolje“ (Edwards i Corte, 2010:73). Pristup Birmingemske škole bio je nedovoljan za objašnjavanje i razumijevanje

nekadašnjih kultura koje su predstavljale otpor, a sad prihvaćaju komodifikaciju, samo da bi bile ciljna skupina sportske industrije. Ulozi medija i komercijalizacije u kulturnim formacijama mladih nije se pridavala sustavna pozornost niti je objašnjeno što se događa nakon što supkultura postane uočljiva u javnosti ili dio *mainstream* kulture. Suprotno tome, postmoderni pristupi pokušavaju razumjeti i objasniti složene i promjenjive odnose moći koji su uključeni u komercijalizaciju kultura mladih.

Grupni identitet sudionika *lifestyle* sporta obilježen je nizom simbola koji se protežu od korištene specijalne opreme i odjeće do glazbenog ukusa i vozila (poput dugoročnog statusa kombija VW u *surf* kulturi). Postoje i manje vidljivi aspekti koji doprinose društvenoj konstrukciji i regulaciji identiteta uključujući stav, oblike tjelesne kompetencije, hrabrosti i korištenje prostora. Kako su istraživanja niza različitih *lifestyle* sportova (na ulici, planini i vodi) pokazala, detalji, ukus i stil igraju važnu ulogu u konstrukciji prepoznatljivoga sportskog identiteta te članovi ne mogu kupiti ulaznicu u srž kulture (Wheaton, 2000; Ford i Brown, 2005; Thorpe, 2011).

Bourdieu (1984) opširno govori o onome što on naziva kulturnim kapitalom ili znanjem koje se akumulira odgojem i obrazovanjem koje pojedincu daje društveni status. Kulturni kapital okosnica je sustava razlikovanja u kojemu kulturne hijerarhije odgovaraju društvenim, a ukusi ljudi dominantno su oznaka klase. Na primjer, u Britaniji je naglasak dugo bio ključni pokazatelj kulturnog kapitala, a sveučilišne diplome dugo su bile kulturni kapital u institucionaliziranom obliku. Kulturni kapital razlikuje se od ekonomskog kapitala. Visoke razine prihoda i imovine često su u korelaciji s visokim razinama kulturnog kapitala, ali to dvoje također može biti u sukobu. Bourdieu smješta društvene skupine u vrlo složen višedimenzionalni prostor, a ne na linearnu skalu ili ljestvicu. Njegov teorijski okvir čak uključuje i raspravu o trećoj kategoriji, društvenom kapitalu, koji ne proizlazi toliko iz onoga što poznajete, koliko iz onoga koga poznajete (i tko poznaje vas). Veze u obliku prijatelja, rođaka, suradnika i poznanika mogu osigurati društveni status. Aristokracija je oduvijek davala prednost društvenom nad drugim oblicima kapitala. Razmišljajući o Bourdieuovim teorijama u odnosu na teren kulture mladih, Sarah Thornton (1996) došla je do pojma *hipnessa* kao oblika supkulturnog kapitala. Iako je supkulturni kapital pojam koji je skovala u vezi s vlastitim istraživanjem, on se prilično dobro slaže s Bourdieuovim sustavom mišljenja. Iako ga je Sarah Thornton koristila u svom istraživanju klupske scene, a ne sportske, ovaj pojam nam pomaže rasvijetliti dinamiku unutar različitih supkulturnih grupa. Supkulturni kapital daje status svom vlasniku u očima relevantnog promatrača. Na mnoge načine utječe na položaj mladih kao i njegov odrasli ekvivalent. supkulturni kapital može biti objektiviziran ili utjelovljen. Baš kao

što knjige i slike prikazuju kulturni kapital u obiteljskom domu, tako se supkulturni kapital objektivizira u obliku modernih frizura i dobro složenih kolekcija ploča. Onako kako je kulturni kapital personificiran u dobrim manirima i urbanom razgovoru, tako je supkulturni kapital utjelovljen u obliku znanja, koristeći trenutni sleng i izgledajući kao da ste rođeni za izvođenje najnovijega plesnog stila. Thornton (1996) utvrđuje kako je ukus ključni znak društvenog identiteta u akumulaciji supkulturnog kapitala. Jedan od razloga zašto supkulturni kapital zamagljuje klasnu pozadinu jest to što se dugo definirao kao izvannastavno područje, kao znanje koje se ne može naučiti u školi. Kao rezultat toga, nakon dobi, društvena razlika uz koju se ono najsustavnije usklađuje zapravo je spol. supkulturni kapital okosnica je alternativne hijerarhije u kojoj su osovine dobi, spola i rase upotrijebljene kako bi se determinacije klase, prihoda i zanimanja držale podalje. Thornton naglašava važnost mapiranja unutarnjih hijerarhija moći ili diferencijalnih statusa, unutar supkulture i među različitim supkulturama. Na tom tragu i Thorpe (2011) istražuje koliko su stil i odjeća važne oznake međugrupnih podjela između *snowboardera* i skijaša koji dijele isti prostor. supkulturni kapital uključuje niz različitosti unutar kulture (npr. okorjeli pripadnici vs. pozeri, alternativa naspram *mainstreama* i *underground* naspram medijski eksponiranih). Nadalje, u kontekstu Bourdieua (1984), neke *lifestyle* sportove možemo opisati kao društvena polja koja su karakterizirana kretanjem različitih vrsta kapitala – kulturnog, fizičkog i socijalnog kao središnjih u izgradnji identiteta. Ipak, pod utjecajem komercijalizacije, mnogi *lifestyle* sportovi doživljavaju podjele unutar sporta. Nameće se pitanje na koji se način ove podgrupe razlikuju, gdje su granice, koliko su te granice propusne i koliko je svaka podgrupa autentična. Te podjele u *windsurfu* opisala je Wheaton (2000), a Borden (2001) opisuje podjelu unutar skejtera. U ovom radu objasniti ćemo je li došlo do podjele unutar BMX scene i na koji se način komercijalizacija odrazila na pojedine podgrupe unutar te supkulturne grupe.

1.3. Lifestyle i mainstream sportovi

Kao u prethodnom poglavlju gdje se tematizira problematika terminologije te korištenja različitih izraza pri kategorizaciji sportova kao što su *freestyle* BMX, *skateboarding* ili *snowboarding*, slična rasprava nastaje oko korištenja pojma „*mainstream*“. Izraz dobro opisuje sportove koje suprotstavljamo *lifestyle* sportovima, a sudionici ovog istraživanja i sami ga često koriste, što će biti vidljivo u poglavlju Rezultati. Istovremeno, potrebno je naglasiti i određene probleme u korištenju pojma „*mainstream*“. Prije svega moramo razmotriti načine na koje su britanski istraživači prethodno konstruirali kulturni svijet mladih. Jedno od važnijih djela koje govori o kulturama i supkulturama mladih je *supkultura: značenje stila* Dicka Hebidgea

(1979). supkultura se na neki način suprotstavlja pojmu *mainstream*. Točne definicije *mainstreama* u navedenoj knjizi nema i često se odnosi na druge pojmove, ali kad bismo pronašli neku sredinu, mogli bismo *mainstream* opisati kao neku verziju buržoazije. Iako ovo objašnjenje nadopunjuje njegovu karakterizaciju supkultura kao pretežno radničke klase, teško da je opravdan prema većini mladih ljudi koji su izostavljeni iz slike. Hebdigeova višestruka opozicija avangarde protiv buržoazije, podređeno-nasuprot-dominantnom, supkultura-nasuprot-*mainstreamu* uredan je ideal, kako tvrdi Thornton (1996), koji se raspada kad se primijeni na povijesno specifične skupine mladih.

Hebdige (1976) i Mungham (1976) definiraju supkulture nasuprot *mainstreamu*. Hebdige *mainstream* doživljava kao buržoazijski, a supkulturnu mladež kao umjetničku avangardu. Mungham *mainstream* vidi kao ustajalu masu, samo su njihovi devijantni drugi, implicirano, kreativni i promjenjivi. Iako im se pripisuju različite klasne karakteristike, oba su *mainstreama* obezvrijeđeni kao normalne, konvencionalne većine.

Stephen Evans (1989) univerzalizira pogled na studente koji sada posjećuju plesne klubove i razlikuju se od glavne struje radničke klase koja posjećuje disko Meku. U skladu s tim, Evans pronalazi dvije različite kulture noćnih klubova u Sheffieldu: jednu „komercijalnu“, drugu „alternativnu“. Zanimljivo je da su glavni pravci mišljenja o društvenoj strukturi mladih među ovim britanskim znanstvenicima međusobno proturječni. Jedan pozicionira *mainstream* kao srednjeklasnu, dominantnu kulturu, dok ga drugi opisuje kao radničku, masovnu kulturu. Neki, dakle, vide alternativu kao (srednjeklasnu) studentsku kulturu, drugi kao (radničku) supkulturu.

Mainstream je prema Sarah Thornton (1996) neadekvatan koncept za sociologiju kulture. Upućivanje na *mainstream* često je način skretanja pitanja vezanih uz definiciju i reprezentaciju empirijskih društvenih skupina. Ponekad signalizira bespogovorno prihvaćanje gledišta mladih ili, bolje rečeno, univerzalizaciju utjelovljene društvene strukture određene skupine. U drugim prilikama binarno razmišljanje koje prati reference na *mainstream* upleteno je u niz vrijednosnih prosudbi, političkih asocijacija i novinarskih klišeja koji jedva da odgovaraju kulturama mladih o kojima je riječ.

Važno je spomenuti da se u literaturi o *lifestyle* sportovima u kulturnom i sociološkom kontekstu koristi isključivo pojam „*mainstream* sportovi“ kako bi se opisali oni sportovi koji su različiti od *lifestyle* sportova. *Mainstream* sportovi oduvijek su organizirani i standardizirani, dok su *lifestyle* sportovi tek u procesu izgradnje te su većinski još uvijek regulirani od strane samih sportaša. Upravo su promjene u hijerarhiji i ukidanje ustaljenog spontaniteta razlog našeg interesa za ovu temu. Mi ćemo se orijentirati na teoriju Sarah Thornton (1996) koja je svjesna da *mainstream* u sociološkom, supstancijalnom smislu, kao neki društveni akter s konkretnim

sociodemografskim karakteristikama zapravo ne postoji, ali postoji kao referentni okvir za pojmove poput većinsko, popularno, uvriježeno, općeprihvaćeno i sl. S obzirom na to da svi naši sudionici također koriste navedeni pojam na navedeni način, i mi ćemo ga koristiti u ovom radu. Sportovi poput nogometa ili košarke predstavljaju *mainstream* zbog toga što su općeprihvaćeni.

Vrijednosti povezane s *lifestyle* sportovima često su povezane s pojmovima stil života, rizik, sloboda, individualizam, uzbuđenje i dobrovoljnost, nasuprot *mainstream*, odnosno tradicionalnim sportovima i *mainstream* stilovima. Iako sportovi poput BMX-a ili *skateboardinga* postoje više od trideset godina, tek nedavno postaju sfera interesa sponzora i reklamnih kuća. S obzirom na rast popularnosti, događaju se promjene u unutargrupnim i međugrupnim odnosima i ponašanju samih sportaša. Dok jedni zagovaraju prvotne, antitradicionalne vrijednosti, drugi uviđaju moguću korist od popularizacije i na taj način postaju dijelom *mainstreama* (Jarvie, 2013). Danas zasigurno teško povlačimo točnu liniju između *mainstream* i marginalne kulture. Rinehart (1998) napominje kako su (kako ih on naziva) ekstremni sportovi popularno predstavljeni kao preferirane sportske aktivnosti za takozvane izgubljene, apatične i nihilističke mlađe generacije. Početkom 1990-ih u medijima je ta generacija bila predstavljena kao „ono što ne valja u SAD-u“, ali do 1995. godine korporativna Amerika otkrila je da ta generacija zapravo kontrolira 700 milijardi dolara pojedinačne i obiteljske potrošnje godišnje (Greenfeld i McDowell, 1998). Već tada se mogla uočiti dilema oko marginalne pozicije ovih sportova. Međutim, Becky Beal (1995) svojim istraživanjem supkulture *skateboardinga* pokušala je objasniti što taj sport čini alternativom *mainstream* sportu. Tri čimbenika istaknuta kao važna su kontrola sporta od strane samih sudionika, želja za individualizacijom sporta kao odvojenog od korporativnog sponzorstva i nedostatak konkurencije, što podrazumijeva da je kompetitivnost negativna, a suradnja i razmjena iskustava i stručnosti s ostalim članovima grupe ono je što nekome daje visoki status.

Yochim (2010) tvrdi da se pitanja autentičnosti marginalizirane kulture često temelje na pretpostavkama da se *mainstream* kultura bavi samo kapitalizmom i da samo pojedinci izvan te ideologije mogu stvoriti alternativne zajednice. U sociološkom smislu, *lifestyle* sportovi su „aktivnosti koje ili u ideološkom ili u praktičnom smislu nude alternativu glavnim sportovima i glavnim sportskim vrijednostima“ (Wheaton, 2013:18). Rinehart (2000) konceptualizira *mainstream* sportove kao institucionalizirane natjecateljske aktivnosti koje uključuju stroge fizičke napore, a sportaše opisuje kao „sudionike motivirane unutarnjim i vanjskim nagradama“. Nasuprot tome, u *lifestyle* sportovima naglasak je na eksperimentiranju s

aktivnostima koje zahtijevaju motoričke sposobnosti, kreativnost i rizik, s naglaskom na zabavu i osobni rast.

Lifestyle sportovi razvili su se u drukčijem društvenom kontekstu u odnosu na moderni organizirani sport, a njegova neformalna struktura utječe na položaj i status sudionika na sceni (Sisjord, 2009). BMX, sa širokim rasponom tjelesnih aktivnosti koje se obično nazivaju *lifestyle* sportovima, na različite je načine, od kojih su neki gore spomenuti, u suprotnosti s tradicionalnim sportovima. Objašnjenja zašto su ovi sportovi postali toliko popularni su različita. Nekima se popularnost objašnjava kao želja za pobunom protiv društva koje postaje previše „sigurno“, odnosno nedostaje rizika, dok je za ostale još uvijek riječ o želji da pripadaju supkulturi koja ide uz ekstremne sportove (Brymer i Schweitzer, 2017). Relativno nedavni rast masovnosti i popularnosti *lifestyle* sportova pruža znanstvenicima priliku za istraživanje sporta, igre i natjecanja iz nove, drugačije perspektive.

Kako navodi Kusz (2003), BMX je kulturna aktivnost koja valorizira prevladavanje vlastitih strahova i preuzimanje rizika. BMX vozači često su predstavljeni kao pojedinci koji vole riskirati, gurati svoja tijela do krajnjih fizičkih granica – zahtijevaju naše divljenje jer su spremni riskirati ozljede kako bi uspješno izveli trik. Kreativnost i želja za originalnošću i pokazivanjem jedinstvene individualnosti narativi su kroz koje se BMX-eri često predstavljaju. Neki autori (Beck i sur, 1992; Elias i Dunning, 1970) pokrenuli su ideju da sport, a posebno *lifestyle* sportovi, nudi nove izazove i zahtjeve u konzumerističkom društvu gdje je sve trenutno dostupno i gdje je rizik uvelike uklonjen povećanom razinom osiguranja i kontrole. Čini se da je, osobito među mlađim ljudima, svojevrsni trend pretvoriti hobi u posao, a ne graditi karijeru u tradicionalnom smislu. Postoji niz ljudi iz *lifestyle* sportova koji žive od kombinacije povremenih poslova, pisanja (putopisa ili članaka vezanih uz sport) i sponzorstava (samo vrhunski izvođači). Opaschowski (2000) objašnjava kako ovaj način života sudioniku nudi slobodu i samoodređenje, uživanje u svojoj ulozi i zadatku, uživanje u životu i ponos kroz prepoznavanje postignuća od strane drugih. Ostali razlozi navedeni kao glavne pokretačke snage su „zabava, bijeg od dosade, ostvarivanje mogućnosti za život, druženje s kolegama avanturistima i doživljavanje prirodnih sila“ (Puchan, 2004:172).

U ovim aktivnostima možemo vidjeti širi kulturni razvoj i paradokse naprednih kapitalističkih ili postmodernih društava. Na primjer, kako navodi Wheaton (2013:4), izrazi identiteta sve su više „fragmentirani, pokretni, višestruki, osobni, samo reflektirajući i podložni promjenama i inovacijama“. Smanjen je utjecaj kolektivnih vrijednosti, odnosno vrijednosti zajednice, a sve je veći fokus na individualcu (Wheaton, 2013). Ovo istraživanje propituje

predstavljaju li *lifestyle* sportovi, u ovom slučaju BMX, izazov dominantnim značenjima i iskustvima sporta i kineziologije.

Glavne značajke *lifestyle* sportova prema Wheaton (2017) su:

- Smatramo ih relativno novima. Kao što je Bourdieu (1984) napomenuo, mnogi od tih sportova potječu iz Sjeverne Amerike 1960-ih godina, a potom su ih američki poduzetnici uvozili u Europu. Svojim korijenima u kontrakturnim društvenim pokretima 1960-ih i 1970-ih mnogi zadržavaju karakteristike različite od tradicionalnih, natjecateljskih, institucionaliziranih, zapadnih „dostignuća“ sportskih kultura.
- Uglavnom su bazirani oko nekog novog predmeta (bicikla, daske, itd.) te novih tehnologija i inovacija. Napredak tehnologije omogućio je *lifestyle* sportovima rapidan razvoj (koji se često miješa s procesom komercijalizacije pa uzrokuje i raskol unutar supkulture).
- Stil života i oblici kolektivnog izražavanja, stil odijevanja, izgled i stavovi koji oblikuju određeni način života i društveni identitet, važna su karakteristika *lifestyle* sportova.
- Sudionicima *lifestyle* sportova važan je osjećaj jedinstva s prirodom, uživanja u trenutku i uzbuđenja koje prati sport.
- Sudionici naglašavaju kreativnost i način izvedbe. Rinehart (2000) ove sportove zove „ekspresivnima“, za razliku od natjecateljskih sportova koji su usmjereni prema nagradi i spektaklu, s obzirom na to da *lifestyle* sportovi gotovo nikad nisu usmjereni samo na publiku.
- Iako je komercijalizacija proces koji se itekako upleo u *lifestyle* sportove, unutar svake skupine sportaša nailazimo na članove koji odbacuju vanjsku regulaciju i institucionalizaciju sporta.
- Pripadnici su uglavnom bijeli „zapadnjaci“ iz srednje klase. Za razliku od tradicionalnijih sportova, supkulturna pripadnost obično se ne temelji na nacionalnim karakteristikama, već djeluje više transnacionalno, često se povezujući s drugim skupinama „alternativnog načina života“, poput onih koje se nalaze u umjetnosti, modi i glazbi. Neki praktičari svoje aktivnosti nazivaju umjetnošću.
- Aktivnosti su dominantno individualne. Nema tjelesnog kontakta, a naglasak je na osobnim izazovima i ciljevima.
- Mjesta na kojima se *lifestyle* sportovi prakticiraju uglavnom su novo izgrađena, bez jasnih granica i često su na otvorenom.

BMX po svakom navedenom kriteriju pripada *lifestyle* sportovima. Već preliminarno istraživanje, prije glavnog koje smo proveli u svrhu izrade doktorskog rada, pokazalo je kako navedene karakteristike dobro opisuju sudionike ovog sporta i u ovom dijelu Europe. Tijekom ove disertacije istražiti ćemo sve promjene kroz koje BMX prolazi i način na koji sudionici doživljavaju te promjene.

Rinehart i Sydnor (2003) istaknuli su nekoliko zapažanja o *lifestyle* sportovima. Primjećuju da je sve više tekstova iz područja antropologije, sociologije, povijesti, književne kritike i drugih područja znanja koji su utjecali na proučavanje i tumačenje *lifestyle* sportova. Popularnost *lifestyle* sportova je neupitna, a proširili su se na globalnom nivou. Upravo ta popularnost na neki način prijeti „monopolu“ tradicionalnih sportova, a istovremeno se bore da izbjegnju apsorbiranje u *mainstream* i posljedično izgube svoju bit. Kapital i unosna sponzorstva proželi su mnoge od ovih aktivnosti, tako da pojmovi identiteta, potrošnje i razlike ostaju istaknuti analitički kutovi za shvaćanje fenomena koji nazivamo *lifestyle* sport.

1.4. *Lifestyle* sportovi i droge

Lake droge i alkohol često su dio životnog stila sportaša koji se bave sportovima poput *snowboardinga*, *skateboardinga* i BMX-a. Promatranjem scene, sudjelovanjem na istoj i intervjuiranjem sudionika primijećeno je da su kanabis i alkohol vrlo često u upotrebi. S obzirom na to da su spomenuti sportovi uključeni u program Olimpijskih igara koje imaju striktna pravila, česta testiranja i antidoping politiku, nameće se pitanje je li upotreba zabranjenih (ali i onih dopuštenih) supstanci smanjena ili se koristi na neki drugi način. Iako se npr. marihuana smatra dopingom, u pravilima Olimpijskih igara nije razjašnjeno poboljšava li upotreba marihuane izvedbu ili baš suprotno, narušava li kvalitetu sportske izvedbe. Sociokulturni kontekst nezaobilazan je element pri razumijevanju uzroka, oblika, značenja i posljedica upotrebe droga.

Dubreta (2005) navodi da gotovo sve što povezujemo s problematikom droga upućuje na supstancije i aktivnosti koje se, ako izmiču strogo definiranom službenom nadzoru, promatraju u terminima socijalno nepoželjnog, nepoznatog, opasnog i devijantnog. Dosadašnje definicije droga socijalno su i kulturno determinirane te su kulturni, odnosno socijalni konstrukti. U striktno farmakološkom smislu, supstancije koje nazivamo drogama nemaju zajednička svojstva po kojima bismo ih razlikovali od ostalih, ono što one dijele nalazimo upravo u činjenici da ih društvo označuje drogama. To znači da učinci različitih droga imaju malo toga zajedničkog s načinima na koji su konceptualizirane, definirane i klasificirane (Goode, 1970). Kanabis, indijska konoplja, biljka je koja se, prerađena na način koji omogućuje

njezinu upotrebu radi postizanja psihoaktivnih učinaka, često označava jednom od najpopularnijih ilegalnih droga. Nekoliko je razloga za naglašavanje sociokulturnog konteksta uporabe kanabisa. Sociokulturni kontekst nije samo važan kriterij za interpretaciju prisutnosti droga u pojedinim društvima i kulturama, nego se očituje kao važan čimbenik za razumijevanje njihova učinka na psihu i ponašanje osobe. Drugo, propitivanje socijalnog i kulturnog konteksta upotrebe droga problematizira i devijantnu paradigmu upozoravajući da taj problem nije limitiran samo na devijantne skupine i pojedince koji ih upotrebljavaju, odnosno da problem upotrebe droga treba biti promotren u širem kontekstu rada i slobodnog vremena u modernim industrijskim društvima.

Upravo navedeni raznovrsni modaliteti upotrebe kanabisa, često združeni na razini malih, neformalnih grupa, nerazdvojivi su od specifičnoga mikrosocijalnog prostora i klime. Grupno obilježje njegove upotrebe s ritualima kojima se oblikuje specifična prostorno-vremenska matrica, u krugu bliskih ljudi, omogućuju promatranje sociokulturnog konteksta na razini proučavanja nastajanja mikrosvjetova, supkultura, unutar kojih je kanabis važan, a katkad i presudan integrativni čimbenik. (Dubreta, 2005).

Zanimljivo je kako Goode (1970) zaključuje da se sociogenost i kulturogenost upotrebe marihuane očituje u nekoliko faktora:

- Njezina se upotreba odvija u karakterističnom grupnom kontekstu.
- Pušenje marihuane uglavnom se odvija u društvu s onima koje držimo prijateljima, pri čemu su intimnost i bliskost među najbitnijim obilježjima međuljudskih odnosa.
- Međuljudski odnosi postojani su i dugotrajni.
- Izvjesni stupanj vrijednosnog konsenzusa primjetan je među pripadnicima grupe.
- Kao rezultat progresivne uključenosti u grupu može se evidentirati konvergencija vrijednosti.
- Pušenje kao grupna aktivnost održava kružnu koheziju, reafirmirajući grupne spona.
- Sudionici promatraju aktivnost kao legitimnu osnovu identiteta, dijelom definirajući sebe, ali i druge.

Goodeovi kriteriji važeći su danas u kontekstu *lifestyle* sportova. Na koji način sudionici ovog istraživanja koriste marihuanu, bit će razjašnjeno kroz rezultate i raspravu. Nadalje, droge su kroz povijest često spominjane u kontekstu kultura mladih i supkultura. Važnost supkulture operacionalizira se razmatranjem pojedinih aspekata socijalnog konteksta koji se mogu promatrati kao neka vrsta neformalne društvene kontrole. Uporaba droga podrazumijeva vrijednosti i norme, odnosno specifične vrste društvenih sankcija koje manifestiramo svojim ponašanjem. Goode (1970) misli da bi o pušačima marihuane bilo najprimjerenije govoriti kao

o pripadnicima supkulture, pri čemu među najrazličitijim značenjima koja se mogu pripisati tom pojmu sljedeći imaju najveću vrijednost:

- 1) u sociologijskom smislu, to je mala grupa u kojoj je stupanj međusobne afilijacije preduvjet za međusobno udruživanje određene kategorije pojedinaca, neovisno o tome jesu li oni istovremeno izvjesna supkultura.
- 2) antropologijski i etnografski, na tom stupnju pripadnici takve kategorije dijele distinktivan način života, oblici njihova vlastitoga zasnovanog socijalnog svijeta i svjetonazora razdvaja ih od osoba koje promatraju kao pripadnike ostalih društvenih kategorija.
- 3) sociopsihologijski, to je stupanj u kojem se identiteti oblikuju u ovisnosti o kategoriji, definiraju grupno pripadništvo kao važno, čvrsto i indikativno za vrstu osobe koja pripada toj kategoriji.

Bitno je naglasiti da zastupljenost kanabisa među mladima iz različitih društvenih slojeva, profesionalnih orijentacija i slično onemogućuje interpretaciju kanabisa samo kroz termine društvene stratifikacije i supkultura. Raširenost isprobavanja, povremenog i rekreativnog pušenja marihuane i hašiša nadilazi okvire neke striktno zadane, kanabisu posvećene supkulture. Rekreativnom upotrebom droga obuhvaća se neintenzivna, premda u ponekim slučajevima učestala i kontinuirana aktivnost povezana s užitkom i opuštanjem osobe u području radnog vremena (Dubreta, 2005). Opće je poznato da je kanabis ilegalno dostupan u cijelom svijetu. U SAD-u, od kuda *lifestyle* sportovi dolaze, kanabis je u nekim državama legaliziran, dok su njegovi derivati i proizvodi legalno dostupni u brojim zemljama Europe, kao i u Hrvatskoj. Istraživanje Hrvatskog zavoda za javno zdravstvo (HZJZ) i Instituta Ivo Pilar iz 2019. pokazalo je da su najveće životne prevalencije uzimanja kanabisa utvrđene u dobnim skupinama između 25 i 34 godine i 15 i 24 godine. Kanabis su znatno češće uzimali muškarci nego žene. Kanabis je u posljednjih godinu dana uzimala gotovo svaka četvrta osoba u dobi između 15 i 24 godine, a po učestalosti uzimanja slijedi dobna skupina između 25 i 34 godine (Štimac Grbić i Glavak Tkalić, 2020).

Svjetska antidopinška agencija (WADA) zabranila je marihuanu (kanabis) 2004. kad je ta organizacija prvi put napravila popis zabranjenih tvari. Stavke na popisu zadovoljavaju dva od tri kriterija – štete zdravlju sportaša, poboljšavaju izvedbu, protiv su sportskog duha. Oko druge točke nastaje nesporazum kada je u pitanju „trava“. Zabrana korištenja kanabisa predmet je mnogih rasprava u medijima, ali i u akademskoj zajednici. Godine 2011. WADA je branila zabranu kanabisa u radu objavljenom u časopisu *Sports Medicine*. Citirajući studiju o sposobnosti marihuane da smanji tjeskobu, WADA je otkrila da bi kanabis mogao pomoći sportašima da bolje rade pod pritiskom i ublaže stres prije i tijekom natjecanja (Draper i Macur,

2021). Metaanaliza iz 2021. otkrila je da većina istraživanja ukazuje na to da marihuana ometa fiziološke reakcije potrebne za visoku izvedbu promjenama krvnog tlaka i smanjenjem snage i ravnoteže. Rad se nije bavio učincima marihuane na anksioznost, ali postoje mišljenja da bi njezini drugi negativni učinci poništili sve dobrobiti (Harris i sur, 2021).

Nekoliko je zanimljivih slučajeva korištenja marihuane na Olimpijskim igrama. Čak i najpoznatijem plivaču na svijetu, Michaelu Phelpsu, zabranjeno je natjecanje na tri mjeseca 2009. godine, a izgubio je i sponzorstvo Kellogga nakon što su fotografije na kojima puši marihuanu procurile na internet. Međunarodni olimpijski odbor pokušao je oduzeti zlatnu medalju kanadskom *snowboarderu* Rossu Rebagliatiju jer je bio pozitivan na kanabis. Medalja mu je vraćena nakon što je sud presudio da nema službenog pravila protiv korištenja marihuane – Međunarodni olimpijski odbor zabranio ju je dva mjeseca kasnije. Tijekom proteklog desetljeća pravni status marihuane, i stav društva prema njoj, počeo se mijenjati. Urugvaj je prvi legalizirao kupnju i prodaju marihuane za rekreacijsku upotrebu 2013., a Kanada je to slijedila 2018. godine. Mnogo više zemalja marihuanu je donekle dekriminaliziralo, uključujući Južnu Afriku, Australiju, Španjolsku i Nizozemsku. U SAD-u je uporaba legalna u otprilike trećini država. Sve je češće prihvaćanje upotrebe kanabisa u medicinske svrhe, a mnoge zemlje, uključujući Ujedinjeno Kraljevstvo, dopuštaju medicinsku marihuanu. Važno je spomenuti da je 2019. WADA uklonila kanabidiol (CBD), komponentu kanabisa, s popisa zabranjenih, iako je kemikalija i dalje ilegalna u nekim zemljama, poput Japana – posljednjeg domaćina Olimpijskih igara (Levinson-King, 2021).

1.5. *Lifestyle* sportovi i komercijalizacija

U fokusu ove disertacije bit će supkultura ili scena unutar jednog *lifestyle* sporta, izazovi na koje nailazi i promjene koje prolazi uslijed razvoja i procesa kao što su komercijalizacija i komodifikacija.

Komodifikacija je proces kojim se autentični nematerijalni koncept, odnosno opipljivi entitet, pretvara u robu koja se zatim masovno proizvodi i prodaje (Adorno, 2001). Komercijalizacija sporta odnosi se na proces razvoja poslovnih načela i logike maksimizacije profita u skladu s vrijednostima potrošačkog kapitalizma (Bourdieu, 1984). Kao što je Donnelly (1996) sugerirao, komercijalizaciju modernoga natjecateljskog sporta potaknule su dvije glavne ometajuće pojave: televizija i sponzorstvo. U kontekstu sportova kao što su BMX, *skateboarding* ili *snowboarding*, Donnellyjeva ideja jasno je vidljiva. Kad su se spomenuti sportovi počeli prikazivati na televiziji, u kontekstu natjecanja ili reklama, prepoznata je njihova atraktivnost i marketinška vrijednost. Vrlo brzo nakon što je popularnost *lifestyle* sportova porasla,

sportašima je ponuđeno da reklamiraju proizvode koji nemaju veze sa samim sportom i tako zarade novac. Ovi procesi traju (i povećavaju se) do danas, a s njima dolaze i promjene u stilu života ovih sportaša, kao i u njihovom identitetu.

Kellner (1992) piše o „slomu“ identiteta koji se dogodio prelaskom iz tradicionalnog u moderno pa kasnije u postmodernom društvu. U tradicionalnom društvu identitet je bio relativno stabilan (utemeljen na radu, rodu, etnicitetu, religiji i dobi), dok u kasnom modernom društvu postaje mobilniji i osobniji. Mogućnosti za različitim izvorima identifikacije su se proširile. Povećala se popularnost sporta i aktivnog načina života u provođenju slobodnog vremena te sve veći dio populacije gradi svoj identitet i stil oko tih fenomena. Kako se povećala popularnost *lifestyle* sportova, sve veći dio mladih traži svoj stil i identitet u ovim sportovima. Taj stil se ogleda u mnogim simbolima kao što su odjeća, način govora, glazba, način provođenja slobodnog vremena, ali i neki životni cilj kojem zajednički teže. Taj se cilj kod *lifestyle* sportova uglavnom ogleda u slobodi, hedonizmu i načinu samoizražavanja. Midol (1993:27) navodi: „Kad sociološki opisana grupa ljudi nema drugi cilj u životu osim živjeti u svijetu valova ili snježnih padina, kad je cijeli život posvećen jednom trenutku ekstaze, vrijeme je da razmotrimo najintimniji način na koji ljudi stvaraju svoj kulturni otisak i čine ga značajnim“.

Lifestyle sportovi u fokusu su mnogih televizijskih emisija i filmova poput *Point Break*, *Blue Crush*, *Touching The Void* i *Dogtown i Z-Boys*, a pokazuju ono što autori opisuju kao važnost refleksnog doživljavanja opasnosti i „življenja u potpunosti“ u „društvu rizika“ (Wheaton, 2013). Specijalistički časopisi i dalje ispunjavaju internetski prostor, a održava ih višemilijunska industrija koja prodaje proizvode i način života podjednako za okorjele fanove i površne „pozere“. Stoga možemo reći da je vrijednost *lifestyle* sportova u tome što daleko nadilaze relativno nizak broj posvećenih aktivnih sudionika (Booth i Thorpe, 2007). Zvijezde poput Tonyja Hawka (*skate*), Shauna Whitea (*snowboard*) i Kellyja Slatera (surfanje), poput ostalih svjetskih sportskih slavni osoba, nadilaze svoje supkulture i postaju dio nacionalnog i internacionalnog prostora (Andrews i Cole, 2002). Privlačnost i uzbuđenje *lifestyle* sporta iskorišteno je u prodaji svih vrsta proizvoda i usluga koje se mogu zamisliti. Kao što je prethodno spomenuto, pojam *extreme* postao je sredstvo kojim korporacije i oglašivači iskorištavaju unosnu demografsku kategoriju „imućnih, mladih muškaraca“ (Wheaton, 2013).

Iako su autori (Kay i Laberge, 2002; Rinehart i Grenfell, 2002) *lifestyle* sportove definirali kao sportove koji ideološki ili praktično pružaju alternativu glavnim sportovima i njihovim vrijednostima, oni primjećuju da rast komercijalizacije mijenja sportaše i njihov doživljaj sporta. Rinehart i Grenfell (2002) tvrde da želja sudionika da se njihovi sportovi shvate

ozbiljno na nacionalnoj i globalnog razini njih tjera na sudjelovanje u komercijalnim događajima poput *X Gamesa*, ali tamo se susreću s korporativnim i medijskim sponzorima koji imaju različite ideje o tome kako organizirati i predstaviti sportove. Isti autori zaključuju da je priča o tome tko kontrolira prezentaciju ovih sportova priča o sukobima oko toga tko je vlasnik i tko će kontrolirati ekonomiju, ali i dušu tih sportova. Iako sudionici *lifestyle* sportova u potpunosti ne odbacuju komercijalizaciju te su često voljni poslužiti kao reklamni plakati za svoje sponzore, ipak se odupiru vanjskoj kontroli odluka o sportu.

Izvorni oblik BMX-a, koji nije osnovna tema ove disertacije, *BMX racing*, 2008. godine uključen je u Olimpijske igre. Profesionalizam, komercijalizacija, širi oblici spektakularnoga medijskog predstavljanja i kultura potrošača preobrazili su Olimpijske igre i vrijednosti „olimpizma“ sveli na marketinšku retoriku (Smart, 2018). Ovaj stav potvrđen je i drugim istraživanjima (Guttmann, 2002; Smith i Himmelfarb, 2008; Bale i Christensen, 2004). Primarni razlog leži u profesionalizmu, komercijalizaciji i konzumerizmu koji su pretvorili sport u spektakularni globalni posao orijentiran na potrošače i tržište. Ovi procesi prisutni su u svim sportovima, pa tako i u ekstremnim (*lifestyle*) sportovima, odnosno, u ovom slučaju BMX-u.

Bez obzira na to što se *X Games*, najveće svjetsko natjecanje u ekstremnim sportovima, održava više od 25 godina i postaje dio popularne kulture, sam pojam *lifestyle* sport uglavnom se smatra suprotnim od normativa ili tzv. *mainstreama*. Ipak, kao što je već rečeno, popularnost ovih sportova brzo mijenja nekoć buntovne, čak i delinkventne aktivnosti u dio modernog društva. Prema podacima *American Sports Data*, još 2004. godine je više djece „skejtalo“, nego igralo bejzbol u Sjedinjenim Američkim Državama. Sport, stil života i alternativne kulture privukle su znatan stupanj pozornosti, ponajviše zato što su ponudile popularnu alternativu glavnom sportu. *Lifestyle* sportovi postaju toliko popularni da su i velike korporacije počele tražiti svoju priliku unutar tih sportova. Jarvie (2013) naglašava kako dolazak novih *lifestyle* sportova u najširem smislu te riječi nastavlja postavljati nova pitanja i zahtijevati novi oblik razumijevanja. Želja za rizikom, naletima adrenalina i potragom za uzbuđenjem nisu novi, ali ograničenja i mogućnosti sporta i stila života u 21. stoljeću sve su veće. Unatoč globalnom prihvaćanju ovih aktivnosti, porastu broja sponzora koji novčano i marketinški podržavaju sportaše, manje je poznato kako svi procesi koji zahvaćaju *lifestyle* sportove utječu na same sportaše. Zasigurno ovi sportovi većom medijskom pažnjom gube ekskluzivnost pa se postavlja pitanje gube li i autentičnost, odnosno kako sami sportaši poimaju navedene promjene. U

fokusu ove disertacije jest supkultura ili scena BMX-a te izazovi i promjene koje se događaju uslijed razvoja te procesa komercijalizacije i komodifikacije.

Nema dvojbe da se *lifestyle* sport promijenio u posljednjih dvadesetak godina, i to ponajviše utjecajem komercijalizacije, odnosno povećanjem broja sponzora i mogućnosti zarade (Edwards i Corte, 2010, Thorpe i Dumont, 2018, Wheaton, 2013). Komercijalizacija je očito neizbježan proces, no primjećuje se dosta kontradikcija u stavovima samih aktera (kako u dosadašnjim istraživanjima u svijetu, tako i u ovoj disertaciji). Akteri tvrde da se autentičnost temelji na stavu koji je intrinzičan, odnosno da bi nečija motivacija trebala biti orijentirana na sport, a ne samo na novac. Istovremeno, oni ne diskreditiraju komercijalne procese na koje se oslanjaju zbog opreme, komunikacije i zarade za život. Iako akteri sami sebe ne smatraju dijelom *mainstreama*, njihovo ponašanje tome ne ide uvijek u prilog (Wheaton, 2003). Također je neupitno da sami akteri donekle prihvaćaju komercijalizaciju, no još uvijek nije sasvim jasna konstrukcija njihovoga vlastitog identiteta uslijed ovih promjena. Istraživači (Muggleton, 2000; Rinehart, 2002; Storey, 1999) se slažu da se odnos između supkulturnih članova i kulturnih industrija više ne može predstaviti kao dihotomni, odnosno slažu se da više ne možemo govoriti o supkulturama (u ovom slučaju sportskim) kao o otporu prema tradicionalnim vrijednostima i pravilima. Profesionalizacija donosi sportu određeni legitimitet od kojeg sami sportaši imaju koristi. Usprkos tome, bore se kako bi zadržali temeljne vrijednosti sporta. Problem mora biti empirijski ispitan kako bi se točno objasnila konstrukcija supkulturnog identiteta.

U ovom radu iskoristit će se teorijski koncept o odnosu između procesa komercijalizacije i BMX scene, teorija koju su konstruirali Edwards i Corte (2010), a o kojoj će više riječi biti kasnije. Oni komercijalizaciju konceptualiziraju kao višestrani proces koji provodi nekoliko kolektivnih i individualnih aktera te objašnjavaju kako ti akteri često imaju natjecateljske programe s obzirom na određeni stil života. Identificirani su i teoretski kategorizirani značajni društveni akteri koji su uključeni u komercijalizaciju lokalne scene tijekom dugog razdoblja njegova razvoja. Razlikuju tri različita oblika komercijalizacije. Takva podjela služi kao analitički okvir kako bi olakšali razumijevanje složenih i oprečnih utjecaja komercijalizacije na BMX, a potencijalno i na druge ekstremne sportove. Autori su podijelili oblike komercijalizacije na sljedeći način: *paraphernalia* – rekviziti i oprema (odnosi se na sve proizvode potrebne za samu vožnju, ali nevezane uz životni stil aktera, npr. oprema za bicikl); *movement* – pokret unutar scene (odnosi se na sve proizvode koji su vezani uz životni stil, a proizvođači su sami sportaši, npr. odjeća, obuća, neke vrste bicikala) i *mass market* – masovno tržište (odnosi se na sve proizvode koji nemaju veze s vožnjom bicikla, npr. prehrambeni

proizvodi). Njihovo istraživanje pokazalo je da su BMX vozači aktivni akteri svake od ovih triju vrsta komercijalizacije, no taj utjecaj nije nužno negativan. Pokazalo se da su mlađi vozači skloniji reklamiranju proizvoda nevezanih uz sport (*mass market*) od starijih. Najvidljiviji oblik je *movement* komercijalizacija; BMX vozači žele stvoriti što bolji proizvod, zarađivati od svog životnog stila i odoljeti „napasti“ *mass market*. Ovom disertacijom ispitat će se prolaze li vozači iz hrvatskog društva kroz navedene procese na sličan način, a postojeći teorijski okvir bit će detaljnije opisan u nastavku.

1.5.1. Komercijalizacija i BMX; nastanak analitičkog okvira

Neprestane promjene i brzi rast te popularnost *lifestyle* sportova pružaju znanstvenicima novi prostor za istraživanje sporta u društvenom kontekstu. Komercijalizacija i komodifikacija, dva pojma koja gotovo uvijek idu zajedno, neizbježni su kad govorimo o sponzorima, velikim natjecanjima ili svijetu reklame. U svim već spomenutim sportovima, upravo je ovaj trenutak ključan za promatranje navedenih promjena s obzirom na uključivanje u program ljetnih Olimpijskih igara, uplitanje sve većih sponzora i robnih marki u sport i nikad veću popularnost društvenih mreža u svakom području, pa tako i sportu. O navedenim procesima pisalo se u kontekstu rolanja, *skateboardinga* i surfanja, međutim, o BMX-u vrlo malo. Popularizacija *freestyle* BMX-a od strane velikih medija i marketinških tvrtki uvelike je utjecala na razvoj ovog *lifestyle* sporta. Dok neki unutar sporta kritiziraju korporativnu uključenost i osuđuju njezin utjecaj, drugi zauzimaju optimističnije stajalište naglašavajući izravne koristi komercijalizacije za supkulturu i za pojedinca (Beal i Wilson, 2004). Na tragu navedenoga, Edwards i Corte (2010) u svom radu konceptualiziraju odnose između sportskih supkultura i komercijalizacije. Identificirali su tri oblika komercijalizacije kao analitičkih uređaja kako bi olakšali opis i razumijevanje složenih i kontradiktornih utjecaja komercijalizacije na BMX, a potencijalno i na druge sportove životnog stila. Komercijalizaciju su definirali kao višestruki proces koji provode akteri, pojedinačno ili grupno. Identificirali su i teorijski kategorizirali značajne društvene aktore uključene u komercijalizaciju njihove lokalne BMX scene tijekom dugog razdoblja njezina razvoja. Razlikuju tri oblika komercijalizacije: pribor (*paraphernalia*), pokret (*movement*) i masovno tržište (*mass market*). Tri spomenuta oblika komercijalizacije ne podrazumijevaju tri vrste kompanija na koje nailazimo u svijetu *lifestyle* sporta, konkretno BMX-a. Ova tri oblika predstavljaju oblike procesa komercijalizacije koji objašnjavaju vezu *lifestyle* sporta i njegovih sudionika u smislu potrošnje. Na tom tragu, ono što nazivaju *movement* u potpunosti se nalazi unutar pokreta BMX-era, s obzirom na to da se taj oblik odnosi na tvrtke koje su u vlasništvu i direktnoj kontroli samih vozača. Ovaj oblik komercijalizacije

pojavlja se unutar scene kako bi se zadovoljile potrebe rastuće zajednice vozača. Tvrtke su se u početku fokusirale na proizvodnju opreme potrebne za sudjelovanje u sportu, ali danas ovaj izraz koristimo i za širi niz proizvoda koji se koriste za simbolično predstavljanje životnog stila (odjeća i slično). *Paraphernalia* se odnosi na tvrtke koje nisu u vlasništvu sudionika scene, ali prodaju opremu i dijelove potrebne za vožnju. U ovom obliku komercijalizacije proizvođači bicikala opće namjene ili sportske opreme prepoznaju rastuću potražnju za BMX biciklima i proizvode odgovarajuću liniju proizvoda kako bi zauzeli udio u toj tržišnoj niši. Njihova BMX oprema prodaje se preko postojećih trgovaca. *Mass market* oblik komercijalizacije prodaje svakodnevne proizvode (nevezane direktno uz sport) širokom tržištu, ali koriste vozače za promociju i marketing. Kako autori navode, ovaj oblik komercijalizacije koristi imidž i popularnost BMX-a, odnosno vozača, kako bi proizvod koji nema direktne veze s vožnjom prodali širokoj masi (primjerice prehrambeni proizvodi, kozmetički proizvodi itd.) Proizvodi koje proizvode tvrtke koje svrstavamo u *movement* smatraju se vjerodostojnijim i imaju veći kredibilitet među vozačima nego proizvodi iz kategorije *paraphernalia*. Ipak, potonji mogu nastojati uravnotežiti svoju smanjenu autentičnost sponzoriranjem istaknutih vozača kako bi podržali svoje proizvode. Oni to također mogu učiniti kupnjom *movement* tvrtki i stjecanjem njihovoga supkulturnog kapitala.

O tome koliko su oblici komercijalizacije važni za dubinsko shvaćanje scene BMX-a, ali i o promjeni identiteta i stavova vozača kroz povijest, govori izvrstan tekst jednog od vozača, Bretta Downsa (2003). Kao jedan od prvih vozača BMX-a navodi da su u procvatu BMX-a osamdesetih sport kontrolirale velike korporacije koje su proizvodile bicikle i proizvode, a njihovi su vlasnici kontrolirali medijske sadržaje i narativ. Te tvrtke nisu pratile smjer u kojem se sport razvijao i nisu omogućavale vozačima da odlučuju o bilo čemu. Sportu se drastično smanjila popularnost s obzirom na to da su velike korporacije nametale svoju volju vozačima i tako potaknule mnoge na to da u potpunosti odustanu. Časopisi, koji su bili žila kucavica sporta i koji su povezivali vozače diljem svijeta, prestali su s radom zbog povlačenja oglašivača koji nisu mogli prodati dovoljno proizvoda. Ne obazirući se na savjete vozača, proizvođači su od marketinških stručnjaka prihvatili savjete o dizajnu, u potrazi za sljedećim trendom. Posljedično, bilo je iznimno teško nastaviti vožnju jer je kvaliteta bicikala opala. Tada najbolji okviri za bicikle, koji su koštali više nego ikada prije, lomili su se za manje od šest mjeseci. Vozači su bili primorani proizvoditi vlastite bicikle i dijelove. Mnoge tvrtke osnovali su iskusni vozači kojima je dosadilo lomiti vlastite bicikle. Uzimajući svoje praktično znanje o tome što ne treba dizajnirati, nove su tvrtke usavršile bicikle i omogućile nastavak sporta. Kontrola nad sportom polako se vraćala na one koji su zapravo dio scene. Ova kontrola utjecala je ne samo

na dizajn bicikala, već i na cijelu industriju – od medija do samih vozača. Praznina u medijima popunjena je videozapisima koje su vozači stvarali kako bi predstavili svoju lokalnu scenu ostatku BMX zajednice ili stvarali *underground* časopise i distribuirali ih prijateljima. Naposljetku su se formirali novi časopisi koje su prodavaonice bicikala poštom distribuirale svojim kupcima. *Freestyle* natjecanja revitalizirana su kako bi vozači promovirali vlastite serije i restrukturirali način održavanja i ocjenjivanja natjecanja. Vozači su stekli kontrolu nad sportom marljivim radom, ustrajnošću i predanošću. Nakon drugog „buma“ sredinom 1990-ih (o čemu će više riječi biti u poglavlju Povijest BMX-a), kontrola se vraća u ruke velikih tvrtki. Scenom manipuliraju ljudi koji nikada nisu vozili bicikl. ESPN kontrolira glavne serije natjecanja, a sponzoriraju ih tvrtke koje nemaju veze sa samim sportom. Vozači se često tretiraju kao talenti u velikom medijskom događaju.

Sudionici *lifestyle* sportova aktivni su sudionici u svakom obliku komercijalizacije, što autori ne smatraju negativnim. Dapače, učinak varira ovisno o brojnim uvjetima i stajalištu sudionika. Na primjer, mnogi vozači BMX-a kritiziraju i opiru se utjecaju *mass market* komercijalizacije, dok su drugi iskoristili priliku za suradnju i zaradu, osobito mlađi, talentirani vozači. Ono čemu teže stariji vozači konzumacija je proizvoda isključivo iz *movement* kategorije. Želja većine vozača BMX-a je da stvaraju bolje proizvode, da zarađuju za život unutar supkulture vozača ili da se odupru uočenim negativnim učincima ostalih oblika komercijalizacije. U empirijskom dijelu rada utvrdit ćemo kako na komercijalizaciju gledaju i kakva iskustva imaju vozači na hrvatskoj BMX sceni. Ovaj analitički okvir omogućuje shvaćanje složenosti promjena i razvoja u *lifestyle* sportovima i analizira njihovu interakciju sa širim društveno-ekonomskim procesima poput komercijalizacije.

1.6. *Lifestyle* sportovi i Olimpijske igre

Olimpijske igre najveći su sportski događaj na svijetu, a biti dijelom ovog natjecanja san je većine profesionalnih sportaša. Same su Igre drugačije zamišljene od onoga kakve su danas. Njihov utemeljitelj Pierre de Coubertin zamislio ih je kao natjecanje amatera kojemu je glavni cilj internacionalizacija i povezivanje sportaša diljem svijeta bez obzira na njihove razlike. Profesionalcima, odnosno onima koji od sporta zarađuju, nastup na Olimpijskim igrama bio je zabranjen. Tako zamišljene Igre uklapale bi se u društveni kontekst u kojem su nastali *lifestyle* sportovi. Ipak, krajem dvadesetog stoljeća, pojavom brojnih velikih natjecanja, a pogotovo nastupom američkog *Dream Teama* u košarci 1992. u Barceloni, postalo je jasno da amaterski sport malotko hoće gledati ili u njega ulagati. Tako su Olimpijske igre promijenile svoju narav i posljednjih tridesetak godina gledamo gotovo isključivo profesionalce.

Lifestyle sportovi postupno su se uključivali u program Olimpijskih igara. Tako je, primjerice, *windsurfing* (jedrenje na dasci) uključen već 1984., a *snowboarding* postaje dijelom zimskih Olimpijskih igara 1998. godine. Uključivanju različitih sportova u program Olimpijskih igara prethodio je značajan pad mladih gledatelja. Na primjer, ljetne Olimpijske igre 2000. u Sydneyju zabilježile su pedesetpostotno smanjenje televizijskih gledatelja muškaraca u dobi od 18 do 34 godine (Simpson, 2002). Stoga možemo reći da se početkom 21. stoljeća olimpijski pokret suočio s jednom od kriza, odnosno s pitanjem kako ostati relevantan za suvremenu mladež. Međunarodni olimpijski odbor prepoznao je ovaj negativan trend u kasnim 1990-ima i tražio sportove koji privlače mlade između 16 i 24 godine. Naposljetku, *BMX racing* postaje dijelom Olimpijskih igara 2008. godine u Pekingu. S druge strane, *freestyle* BMX-a (kao i *skateboarding*, *surfing*, *parkour* i sportsko penjanje) postaju dijelom programa tek na posljednjim Igrama 2021. godine. Ulazak ovih sportova u program Olimpijskih igara nije se dogodio bez prepreka. Odražavajući „kontrakulturnu“ baštinu akcijskih sportova, mnogi su sudionici i dalje vidjeli ove aktivnosti kao alternativni način života, a ne kao sport (Wheaton, 2004) i slavili vrijednosne sustave koji često nisu bili u skladu s disciplinskim, hijerarhijskim te nacionalističkim olimpijskim režimom (Thorpe i Wheaton, 2011). Primjerice, u odgovoru na novine u kojima se navodi da bi *skateboarding* mogao imati svoj olimpijski debi na Olimpijskim igrama 2012. godine u Londonu kao aktivnost na kotačima u biciklističkoj disciplini, tisuće skejtera iz cijelog svijeta odgovorilo je potpisivanjem internetske peticije naslovljene na predsjednika MOO-a pod nazivom „Nema skejtanja na Olimpijskim igrama“. Peticija je naglasila da „skejt nije sport“ i „ne želimo da skejt bude iskorišten i transformiran kako bi se uklopio u olimpijski program“ (Thorpe i Wheaton, 2011).

Pretraživanjem stranice Olimpijskih igara može se naići na sljedeću rečenicu o *freestyle* BMX-u: „Sport je iz lokalne zajednice i kulture „neprikladnog“ sporta pretvoren u *mainstream* sport zahvaljujući opsežnoj televizijskoj pokrivenosti koja ga je učinila prepoznatljivim u svijetu sa Svjetskim prvenstvom koje se održava svake godine“ (Olympics, n.d). Iz ove rečenice vidljivo je temeljno nerazumijevanje prirode BMX-a, odnosno *lifestyle* sporta. Upravo je pretvaranje sporta u *mainstream* razlog zbog kojeg se uključivanju opiru brojni vozači diljem svijeta, a to su potvrdila i brojna istraživanja (Smart, 2018; Thorpe i Wheaton, 2011; 2018). Problem s uključivanjem BMX-a u program Olimpijskih igara nastaje čim je brigu za proces preuzeo UCI (Union Cycliste Internationale), krovna organizacija za ostale sportove koji se izvode na biciklu. Neslaganje brojnih vozača s ovim sistemom potvrđeno je u istraživanjima inozemnih BMX scena, ali i u ovoj disertaciji, o čemu će više biti riječi u rezultatima. Još jedan od argumenata koje iznose Thorpe i Wheaton (2011) taj je da do danas nijedan *lifestyle* sport

nije imao priliku upravljati sam za sebe u okviru olimpijskog modela, a ovaj gubitak autonomije i kontrole nad razvojem sporta bila je i ostala jedna od najvažnijih briga među sudionicima *lifestyle* sportova. Iz perspektive Međunarodnoga olimpijskog odbora, glavna prednost uključivanja u postojeću federaciju je ta što te organizacije već imaju iskustvo s ulogama, pravilima i propisima potrebnim za sportsko natjecanje koje će biti domaćin na Olimpijskim igrama. Brojna istraživanja *lifestyle* sportova (Honea, 2013; Thorpe & Wheaton, 2019) otkrila su da je za one sportove koji su uključeni u olimpijski program ovim modelom ozbiljno ograničenje (kako ga percipiraju sami sudionici) to što matična federacija nema razumijevanje kulture i poštivanje *lifestyle* sportova, onoga što njihove sportske kulture čini jedinstvenima i osebnima.

Povijest organizacije međunarodnoga natjecateljskog BMX-a uvelike je povezana s rastom ove aktivnosti u Sjedinjenim Državama i njegovom kasnijom komercijalizacijom i profesionalizacijom. Značajan broj vozača ozbiljno je shvatio natjecanja tijekom 1980-ih i aktivno sudjelovao u natjecanjima koja traže priznanje i sponzorstva. BMX postaje posebno medijski popraćen i popularan od kada je uključen u ESPN *X-Games*, 1995. Dio je ovoga najvećeg natjecanja u ekstremnim sportovima do danas. BMX je uz *skateboarding* jedan od glavnih razloga zašto su *X-Games* postale izuzetno uspješan i utjecajan međunarodni sportski događaj.

Iako su vrijednosti *lifestyle* sportova u početku bile nekomercijalne, na razvoj međunarodnoga natjecateljskog BMX-a uvelike je utjecao porast broja sportaša koji se profesionalno time bave, a kroz mogućnosti koje nude sponzori koji žele plasirati svoje proizvode. Nadalje, upravljačka tijela komercijalno su pokrenuta jer su uključivala predstavnike proizvođača opreme i kompanija za obuču i odjeću. Neki su sportovi već bili prilično komercijalizirani prije dolaska *X-Game*s. Uvođenje sporta u program *X-Game*s potaknulo je daljnju komercijalizaciju ovih sportova. Ovaj problem istražila je Honea (2013) analizom diskursa BMX vozača u kontekstu uključivanja u Olimpijske igre. Nešto manje od polovice komentara analiziranih u tom istraživanju pokazalo je potpunu potporu uključivanja BMX-a u Olimpijske igre te je pritom identificirano više prednosti nego nedostataka. Onima koji su izrazili zabrinutost zbog mogućih negativnih posljedica reakcije su bile strastvenije, a sve su se posebno odnosile na strahove da će olimpijsko uključivanje dovesti do toga da BMX-a scena postane *mainstream* i rezultirati time da sport odražava vrijednosti dominantne kulture. Ispitanici su se bojali da će se izgubiti izvorne *antimainstream* vrijednosti. Unatoč tome, gotovo četvrtina komentara tvrdila je da, iako mogu biti negativne posljedice, olimpijska uključenost neće imati puno utjecaja na BMX kao

cjelinu. Neki su ispitanici tvrdili da će slobodni stil (*freestyle* BMX) ostati netaknut, dok su drugi izjavili da će učinci biti kratkotrajni, utjecat će samo na sudionike profesionalne razine i biti nevažni za „istinske“ pristaše *freestyle* BMX-a. Ispitanici tvrde da postoji „paralelni svijet“ sudjelovanja koji postoji uz korporativno kontroliranu verziju, a u kojem se i dalje promoviraju izvorne vrijednosti sporta. Sudeći prema iskazima sudionika istraživanja, uključivanje u Olimpijske igre na neki je način stvorilo veće mogućnosti u „paralelnom svijetu“. Sport može privući nove sljedbenike stvarajući potražnju za novim stazama i parkovima i stvoriti kupce za tvrtke u vlasništvu vozača.

Freestyle BMX uključen je u Olimpijske igre u Tokyju 2021. (kao i *skateboarding*, surfanje i sportsko penjanje). Inkluzija ovih sportova nagovještava velike promjene na globalnoj razini, kao i u svakodnevnom životu ovih sportaša. Navedeno područje tek ostaje za istražiti. Pojavljuje se pitanje trenera, agenata, novinara, fotografa i raznih aktera koji neminovno dolaze sa profesionalizacijom *lifestyle* sportova. Većina ovih sportova započeta je pod *DIY* (*do it yourself*)¹ filozofijom. Ian Moran (2010) vidi *DIY* kao oslobođenje pojedinca od *establishmenta* putem samostalnoga kreativnog djelovanja u različitim sferama života. Pristup *DIY* može biti dio umjetničke produkcije, kao princip može postojati u izradi različitih predmeta, a može biti i simbolička konstrukcija kada govorimo o kreiranju različitih samoodrživih zajednica. Djelovanje je ili individualno ili kolektivno, bilo da je riječ o proizvodnji i konstrukciji nečega ili pak o stvaranju vrijednosnog i normativnog sustava koji odstupa od šireg društva. Ryan Moore (2004) pisao je o *punk* supkulturi u postmodernome društvu te zaključio da koncept *DIY* nadilazi granice stvaranja glazbe ili specifičnih dodataka kojima pojedinac upotpunjuje svoj vizualni identitet. Bennett (2018) govori o povijesti *DIY-a* i objašnjava da u današnje vrijeme taj pojam znači odmicanje pojedinaca od konvencionalne, stabilne i sigurne karijere i približavanje nestabilnom. Za ovakve karijerne puteve potrebno je posjedovati vještine koje su posljedica učenja kroz različite kulturne prakse mladih, a ne tijekom formalnog obrazovanja, zaključuje Bennett. Prema Bennettovoj definiciji BMX posjeduje karakteristike *DIY* filozofije. Nekad je bilo nezamislivo da će dječjački hobi kao što je savladavanje i preskakanje prepreka upotrebom bicikla postati unosan biznis. Za karijeru u BMX-u potreban je izniman skup vještina, kao i poznavanje načina na koji uz pomoć trenera, sponzora i menadžera povećati šanse za uspjeh u tom poslu.

Ulogu trenera sportaši doživljavaju suprotnom od svojih temeljnih načela i vrijednosti. Međutim, otkad su *lifestyle* sportovi postali institucionalizirani i kompetitivni i otkad se želja

¹ Doslovan prijevod je „uradi sam“

za uspjehom i pobjedom povećala, mnogi sportaši ipak traže pomoć trenera kako bi ostvarili svoje ciljeve. Treneri, barem u inozemstvu, nisu rezervirani samo za elitne sportaše. Roditelji traže profesionalce koji će trenirati njihovu djecu i otvaraju se novi veliki kampovi (npr. Camp Woodward, Windells) gdje djeca rade s trenerima i savladavaju nove sportske izazove. Još jedna grana sportske djelatnosti koja je u porastu u *lifestyle* sportovima jesu sportski agenti (Thorpe i Dumont, 2019). Uzevši u obzir atraktivnost ovih sportova, ne iznenađuje činjenica da su često traženi za razne reklame. Agenti u tome vide priliku za zaradom i sve ih više zastupa sportaše te komunicira s korporacijama koje žele da ih taj sportaš reklamira. U ovome se ogleda neraskidiva veza komercijalizacije i uključanja *lifestyle* sportova u program Olimpijskih igara.

1.7. *Lifestyle* sportovi i maskulinizacija

U okviru socioloških i kulturoloških istraživanja, posebno iz feminističkih i kritičkih studija o muškarcima i perspektivama maskuliniteta, središnja je pretpostavka da se na sport gleda kao na mjesto kulturne borbe i otpora u odnosu na rod (Hall, 1997). S druge strane, povijesno je sport kao fizička praksa toliko usko poistovjećen s muškarcima da je postao jedan od glavnih znakova muškosti u mnogim zapadnim društvima (Connell, 1995). Središnji pojmovi u definiranju muževnosti zapadne kulture u sportskom smislu jesu muškost, vještina i snaga. „Biti muško je, doslovno, utjeloviti silu, utjeloviti kompetenciju“ (Connell 1983: 27). Kako objašnjava Willis (1982), patrijarhalna ideologija postala je toliko usađena u popularnu svijest da se ženska inferiornost u sportu smatra prirodnom. Suprotno tome, *lifestyle* sportovi razvili su se u drugačijem društvenom kontekstu, kako neki autori (Wheaton, 2004) tvrde, čak iz kontrakulturnih društvenih pokreta 1960-ih i 1970-ih, a u suprotnosti s *mainstreamom*, tradicionalnom sportskom kulturom. Ovi bi sportovi po svojoj prirodi trebali ovisiti manje o natjecanju i statusu, trebali bi biti više individualistički i potencijalno manje rodno uvjetovani. Beal (1995) navodi da je u kontekstu *skateboardinga* sport analiziran kao mjesto gdje se osporavaju dominantne vrijednosti i norme i gdje se stvaraju alternativne norme i vrijednosti. S obzirom na to da ljudi koriste sport za izražavanje svog identiteta, za propitivanje načina na koji ih drugi identificiraju te za pomoć u stvaranju novih društvenih identiteta, sport je također presudan u održavanju i reprodukciji specifično muškog identiteta (MacClancy, 1996). Razrađujući ovu ideju, Dunning (2005) vidi sport istovremeno kao jedno od najznačajnijih mjesta otpora i izazova, ali i kao mjesto proizvodnje i reprodukcije, tradicionalne muškosti.

Ipak, mnogi teoretičari vide novu vrstu „muškosti“ koju nude ti sportovi, sportski oblik maskulinizacije koja je potencijalno fleksibilnija i na neki način ženstvenija (Donnelly, 1993).

Muškarci koji se bave *lifestyle* sportovima također su morali dokazati svoju muškost, ali na druge načine. Mnogi znanstvenici tvrde da je konstruiranje muškosti sudionika *lifestyle* sportova povezano s promjenama rodni uloga tijekom posljednjih četvrt stoljeća (Kusz, 2003; Wheaton, 2004). Sukladno tome, Whitson (1994:363) tvrdi da noviji sportovi poput *skateboardinga* i brdskog biciklizma mogu ponuditi fizičke prakse koje potiču da se „ženstvenost i muškost utjelovljuju u različitim oblicima i načinima koji omogućuju utjelovljenje moći na načine koji nisu vezani uz dominaciju ili rod“. Na sličan način, Midol i Broyer (1995:208) tvrde da u tim novim sportovima tijelo ima novi status povezan s „rodnom oslobađanjem, karakteriziranim njegovim zamagljenim granicama.“ Oni smatraju da pokreti tijela, iako energični, naglašavaju ritam, gracioznost, maštu i fluidnost. Mišićavost više predstavlja funkciju nego izgled. Ono što je sigurno jest da je razdoblje između 1960-ih i 1990-ih doživjelo eksploziju novih sportskih oblika u zapadnim društvima, kao i transformaciju postojećega sportskog uređenja i kulture (Wheaton, 2003).

Ipak, pitanje dominacije muškaraca u svim sportovima, pa i sportovima životnog stila, ostaje aktualno do danas. Od njihovog pojavljivanja brojni *lifestyle* sportovi pretežno su „muški“. (Howe, 1998; Rinehart, 2005). Primjerice, industrijom *snowboardinga* dugo su dominirali muškarci, a objektivizacija žena vidljiva je često, posebice na *snowboard* grafikama. Međutim, kako žene sve više čine veći dio tržišta *snowboarda*, reklamne taktike koje seksualiziraju žene su u padu u mnogim masovnim medijima za *snowboarding*, velikim dijelom zbog političke reakcije žena (Thorpe, 2008). Zanimljiv je primjer grafike na dasci *Burton Love* koja je izazvala brojne reakcije, kako u znanosti, tako i u popularnoj kulturi. *Love* daska prikazuje *vintage Playboy* modele, a na internetskoj stranici reklamirana je sljedećim riječima:

„Hi. My name is Love and I'm on the market for someone who's looking to score serious action, no matter where they like to stick it. I enjoy laps through the park; long, hard grinds on my meaty Park Edges followed by a good, hot waxing. Whether you're hitting it from the front or the back, my mid wide shape, supple flex, and twin tips like it kinky. Keegan and Mikkel love riding me, I hope you will too.“²

Burtonov povratak ovoj taktici predstavlja zanimljivu regresiju u onome što bi se moglo smatrati novijim napretkom u industriji. Ovu reklamnu kampanju Morgan Parmett (2015) sagledala je u širem rodnom, kulturnom i političkom kontekstu *snowboarda* i *lifestyle* sportova općenito. U svojoj studiji slučaja (*case study*) pojašnjava kako su prve reakcije na ovu dasku

² Reklama je ostavljena na originalnom jeziku jer smatramo da se ne može dovoljno dobro prevesti na hrvatski, a da srž poruke ostane ista.

bile burne, a na *Facebook* stranicama pojavila su se ozbiljna pitanja poput onog zašto *Burton* podržava nasilje nad ženama. Prosvjednici su pokušali potaknuti bojkot ovog brenda, međutim cijela kontroverza nije naštetila imidžu ove najveće svjetske *snowboard* tvrtke. Kako autorica navodi, prosvjednici su se usredotočili isključivo na uvredljive grafike, a ne na širi kontekst pozicije žena u društvu i sportu. Sugerira da su prosvjednici mogli i trebali aktivno raditi na izgradnji koalicija za rješavanje problema vezanih uz rodnu borbu oko prostora na planini, natjecanja i novčane nagrade. Također su mogli organizirati alternativna natjecanja koja bi obuhvaćala višestruke oblike ženstvenosti i muževnosti te aktivno mijenjati položaj žena u industriji i u svijetu sponzorstava. Ovaj primjer s jedne strane pokazuje kako žene imaju inferioran status, bez obzira na to što su sve vidljivije u ovim sportovima, dok s druge strane ova kontroverza nimalo nije naštetila *Burtonu*. Na tom se tragu nameće pitanje o društvenoj prihvaćenosti patrijarhata, kao i seksistički obojenog diskursa koji često prolazi „ispod radara“ te na njega akteri šireg društva često niti ne reagiraju. Ni jedna vozačica koju sponzoriraju nije odustala od suradnje niti im je pala prodaja opreme. *Burton*, kao jedna od vodećih *snowboarding* tvrtki, podržava i sponzorira vozačice od početka, što očito više govori o njihovom stavu prema rodnim razlikama od izoliranog slučaja *Love* daske. Unatoč navedenom, propustili su priliku promjene rodnih stereotipa i rodne socijalizacije u smjeru uspostavljanja egalitarnijih odnosa u sportu i društvu.

Nadalje, Kusz (2003) sugerira da su ovi sportovi oživjeli niz tradicionalnih američkih muških vrijednosti i težnji: snažan individualizam, osvajanje novih granica i postizanje individualnog napretka. Također, jedan od zaključaka istraživanja Wheaton i Beal (2003) bio je kako je autentičan status zasnovan na pretpostavkama maskuliniteta i bijele rase što potpunu inkluziju žena i pripadnika drugih rasa čini težom. Ipak, u svojim kasnijim istraživanjima, Belinda Wheaton (2010), jedna od vodećih autorica iz područja sociologije *lifestyle* sportova, zaključuje da, iako su mladi, bijeli, heteroseksualni muškarci iz srednjih i viših slojeva često dominantna sila mnogih *lifestyle* sportova, demografija se mijenja, osobito na marginama sportova, povećanim sudjelovanjem ljudi iz različitih društvenih klasa i dobnih skupina, uključujući žene i manjinske grupe.

Novija istraživanja ostalih autora potvrđuju sve veću uključenost žena u *lifestyle* sportove te sve bolji status žena u tim sportovima. Jarvie (2013) navodi da šezdeset posto učenika surfanja čine žene. Iako ne govorimo o njihovom djelovanju kao svojevrsnom društvenom pokretu, žene su se izborile za prostor u svijetu surfanja. Prva australska surferica bila je žena, Isabel Letham, koja je počela surfati 1914. godine, a sada je u australskoj Kući slavnih. U

Kaliforniji su žene počele surfati 1920-ih, a tijekom 1960-ih povećava se broj surferica i vještinom su sve bolje. Konkretno, Margo Godfrey predstavljala je novu vrstu surferica – onih agresivnijih, atletske građe tijela. Layne Beachley najuspješnija je surferica svih vremena i njezin je uspjeh privukao mnogo djevojaka surfanju. Danas u surfanju žene imaju podjednak status kao muškarci. U istoj su mjeri zastupljene u reklamama, zarađuju jednako i sponzori ih traže kao i njihove muške kolege.

Jasno je da su sportašice sve češće dijelom mnogih *lifestyle* sportova, ali u BMX-u ih ima poprilično malo (na hrvatskoj ih sceni nema uopće). Zanimljivo je istražiti zašto je tome tako. Iako su žene posljednjih godina imale veći pristup *lifestyle* sportovima, one su još uvijek manjina, slično onome na što nailazimo u širokom rasponu sportskih disciplina. Kako navode Kay i Laberge (2004), u praksi se žene jasno percipiraju kao fizički slabiji spol. Na primjer, smatra se da su manje spremne na rizik (ili „razboritije“), manje kompetitivne („manje egoistične“) i sklonije ozljedama („krhkije“). Kada žena fizički dobro izvodi neku aktivnost, to se često pripisuje dobrom upravljanju njezinom slabošću, a ne njezinoj relativnoj snazi. Slično tome, dok se muškarci koji se ozlijede doživljavaju kao oni koji preuzimaju rizik, dvostruki standard nalaže da je ozljeda žene posljedica prekomjerne kompenzacije njezine „prirodne slabosti“, a ne sklonosti preuzimanju većeg rizika. Ove misli spomenute su tijekom druženja i intervjua BMX vozača. U rezultatima ćemo dalje ustanoviti da, iako načelno nemaju ništa protiv uključivanja žena u njihov sport, upravo fizičke nedostatke smatraju razlogom zbog kojeg žene ne mogu biti toliko uspješne, a zatim i popraćene u njihovom sportu.

U hrvatskim *lifestyle* sportovima ima vrlo malo žena, a u BMX-u nema ni jedne vozačice. Tu ćemo činjenicu kasnije u radu razmotriti te pokušati zaključiti više o stavovima sudionika vezanima uz ulogu žena u sportu. Važno je spomenuti kako ovo istraživanje ostavlja prostor da se u budućnosti broj žena u *lifestyle* sportovima, posebice BMX-u, poveća i dalje istraži.

2. POVIJEST BMX-A

2.1. Povijest BMX-a u svijetu

BMX bicikl često se naziva „dječjim“ biciklom jer je manji od većine tipičnih bicikala za odrasle. BMX bicikl ima okvir od 20 do 21,5 inča koji ima sve uobičajene komponente tipičnog bicikla: dva 20-inčna kotača, vilice, upravljač, ručice, pedale i pogon s jednom brzinom. BMX bicikli mogu se razlikovati po specifikacijama, ovisno o vrsti vožnje koja se izvodi. Prema većini izvora, BMX se izvorno razvio u Kaliforniji šezdesetih godina prošlog stoljeća kao jeftinija i pristupačnija alternativa motokrosu (trkače staze za motocikle). Mladi su

pretvorili prazna dvorišta u improvizirane motokros staze i oponašali svoje uzore na *Schwinn Sting Rayu* (vrsta bicikla koja se prva koristila za utrkivanje i izvođenje trikova). Ovi inovatori doveli su do novog sporta, a popularnost BMX-a rasla je u cijeloj zemlji i širom svijeta. 1977. godine organizirali su vlastito upravljačko tijelo, Američku biciklističku asocijaciju (ABA), a prvo svjetsko prvenstvo održano je 1982. godine. BMX je u potpunosti integriran u *Union Cycliste Internationale* (UCI), međunarodno upravljačko tijelo za većinu biciklističkih vrsta, uključujući cestovni i brdski biciklizam. Dvije godine kasnije, predstavljen je u prvim Ekstremnim igrama (kasnije preimenovanim u *X Games*). Postoje dva osnovna oblika BMX-a: *racing* i *freestyle*. *BMX racing* razvio se prvi i slijedi model motokrosa, pri čemu su se utrke održavale na zemljanoj stazi. Kriterij za pobjedu je objektivan – pobjednik je onaj koji je prvi prešao ciljnu liniju. *Freestyle* BMX temelji se na izvođenju trikova čija je prosudba subjektivna. Kao što je već naglašeno, sudionici BMX-a često podržavaju *antimainstream* filozofiju i smatraju se dijelom supkulture koja odbacuje norme sportskog svijeta.

Freestyle BMX može imati različite oblike, a to su *flatland*, *dirt*, *vert* te za ovu disertaciju, ali i BMX kulturu općenito važniji, *street* i *park*. *Flatland* je oblik *freestyle* BMX-a u kojem vozači koriste jedan manji prostor i izvode trikove bez rampi pokušavajući stopalima ne doticati podlogu. *Dirt* je najbliži izvornom obliku aktivnosti, motokrosu. Vozači često koriste napuštena zemljišta, često i bez dozvole, kako bi si izgradili mjesto za skokove. *Vert* podrazumijeva *vert* rampu (poznatiju kao *half-pipe*) koja omogućuje izlijetanje nekoliko metara u zrak i dovoljno vremena u zraku za izvođenje trikova. *Park* je najpopularniji oblik *freestyle* BMX-a gdje se cijeli *run*, odnosno vožnja izvodi na elementima u *skate* parku konstruiranom isključivo za trikove. Bicikl za vozača u parku standardno ima kočnice i žiroskop – uređaj koji omogućuje da se sajle kočnice ne zapetljaju prilikom izvođenja *barspina* ili *tailwhipa*. Bicikl obično nema *pegove*, a ima potpuno spuštено sjedalo. Vozač u parku izvodi varijaciju od četiriju trikova: *spin*, *tailwhip*, *barspin* i *flips*. *Spinovi* uključuju 360, 720 i svako okretanje sa stupnjem koji je djeljiv sa 180. *Tailwhip* podrazumijeva da se okvir bicikla okreće oko vilica i ručke, a vozač sleti natrag na bicikl. Vrhunski vozači parka mogu napraviti čak četiri *tailwhipa* odjednom. *Barspin* je mjesto gdje vozač ispušta volan i okrene ga nekoliko puta. Vozači u parku obično izvode *flip* unatrag i unaprijed. Upravo je *park* uključen u program Olimpijskih igara.

Street BMX podrazumijeva izvođenje trikova na ulici koristeći zidiće, rukohvate, stepenice i sve što može poslužiti za zalet ili skok. Vozači *street* stila provode dosta vremena tražeći zanimljive i atraktivne lokacije i često snimaju videosnimke svojih trikova. *Street* se odnosi na vožnju BMX-a u urbanom okruženju. Ovaj oblik vožnje može se izvesti kako god vozač želi. Najbolji način da se to opiše je sljedeći: ulična vožnja jest vožnja urbanim

preprekama koje nisu bile namijenjene vožnji. Bicikl za *street* vozače obično nema kočnice i ima četiri *pega*. *Grind* uključuje korištenje *pegova*, malih metalnih cilindara postavljenih na osovine kotača kako bi klizili ili *grindali* uz izbočine ili rukohvate. Ulična je vožnja slobodni stil, vozač može izvoditi sve trikove koje želi, voziti se kako god poželi i raditi što god želi dok vozi svoj BMX bicikl. Iako postoji nekakav standard *street* vožnje, manje je strogo od ostalih i hvale je vrijedno kada se odstupi od norme, a što se čini i logičnim s obzirom na to da je *street* izvorno razvijen kao način pobune protiv korporativnih standarda natjecateljskog BMX-a (Downs, 2003) i održava BMX uistinu slobodnim. Važno je naglasiti ne samo razlike u biciklu, izvedenim trikovima i okruženju u kojem se vozi između *park* i *street* vozača, već i razlike u ponašanju. Vozači u parku obično se ne povezuju s huliganima zbog činjenice da se voze u *skateparku* – mjestu gdje bi se trebali voziti. Stoga oni ne uništavaju imovinu i na neki su se način prilagodili društvu vozeći se na mjestu koje je za to određeno. *Street* vozači, međutim, obično se povezuju s „banditima“ samo zbog činjenice da se voze izvan *skateparka*. Voze se na preprekama koje nisu namijenjene vožnji često uništavajući privatnu imovinu i na taj način kršeći zakon. Budući da ih se često opominje za navedeno ponašanje, skloniji su sukobima i obično se ne boje koristiti vulgarne riječi koje im zadaju probleme. Za mnoge je *street* posljednji neiskorišteni oblik BMX-a i način suprotstavljanja dominantnoj kulturi.

Freestyle BMX razvio se ubrzo nakon *racinga*, ali dugi niz godina bio je manje popularan. „Sredinom sedamdesetih vozači su neprestano tražili načine za proširenje svog sporta“, u dokumentarnom filmu *Joe Kid on a Sting Ray: The History of BMX*, navode Eaton i Swarr (2005). Otprilike u isto vrijeme, *skateboarding* je također dostigao vrhunac popularnosti. U to su vrijeme mnogi BMX vozači također skejtali jer su to smatrali kontrakulturom. Slika Thoma Lunda u *Skateboarder Magazineu* kako vozi BMX bicikl u jednom praznom bazenu smatra se neslužbenim početkom *freestyle* BMX-a. Godinu dana kasnije, 1976., Bob Haro počeo je voziti u *skate* parku i učiti osnovne trikove koji će postati temelj *freestyle* BMX-a (Scott, 2013). Do 1980. godine *freestyle* BMX počeo je privlačiti sve više pažnje, međutim, *BMX racing* i dalje je bio popularniji. Ipak, Bob Haro i R. L. Osborne oformili su prvi *freestyle* BMX tim pod nazivom *BMX Action Trick Team*. Svoj prvi nastup izveli su u Chandleru u Arizoni tijekom nacionalnog natjecanja (*half-pipe*). Nakon toga popularnost *freestyle* BMX-a naglo je porasla, dok je *BMX racing* bio sve manje praćen. Sredinom osamdesetih počinju se proizvoditi novi moderniji bicikli za *freestyle* BMX, dobivaju vlastitu publikaciju (*Freestylin' Magazine*), pojavljuju se prvi sponzori i prva natjecanja (Scott, 2013). BMX je postao toliko popularan u Americi da je Disneyland prikazivao pet televizijskih emisija dnevno o njemu.

Međutim, popularnost *freestyle* BMX-a popustila je kad MTV počeo organizirati BMX *tourove*. 1992. godine BMX je proglašen „mrtvim“. Vozači kraja prošlog stoljeća tvrde da je to najbolja stvar koja se dogodila jer se BMX tada vratio u ruke onih kojima nije bitan profit. Vozači su osnovali svoje tvrtke gdje su proizvodili bicikle i dijelove. *Street* BMX nastao je tada kao vrsta otpora korporativnom utjecaju na BMX. Dave Volker, legenda BMX-a, rekao je: „Bio sam zasićen lažnom slikom, vožnja na ulici bila je potpuno drugačiji način izražavanja" (Scott, 2013:32).

Tijekom proteklog desetljeća *freestyle* BMX stekao je značajnu popularnost, velikim dijelom zahvaljujući medijskom praćenju događaja poput *X Games* i *Gravity Games*. Godine 1995. *X Games* je vratio *freestyle* BMX natrag u *mainstream*. ESPN je pratio događaj održan u Newportu na Rhode Islandu na kojem je prisustvovalo skoro 200 000 ljudi. Ovo označava početak druge ere komodifikacije u BMX-u koja počinje 1995. godine i još uvijek traje, posebice uključivanjem *freestyle* BMX-a u program ljetnih Olimpijskih igara (Scott, 2013). Prepoznajući uspjeh BMX-a na *X Gamesu* te lakoću kojom se ovaj sport može uključiti u olimpijski program, Međunarodni olimpijski odbor je 2003. godine objavio da će BMX *racing* postati disciplina na Igrama 2008. godine u Peking. Iako su mnogi „okorjeli“ biciklisti bili razočarani te su potpisali peticiju protiv navedene odluke, neki su prepoznali političke čimbenike koji podupiru odluku Međunarodnoga olimpijskog odbora i države domaćina. Primjerice, britanski olimpijski prvak u biciklizmu Chris Hoy prihvatio je odluku o odustajanju od dvaju biciklističkih događaja na temelju činjenice da „Kina isporučuje 90% svjetskih BMX bicikala“ i da je „to sport za mlade“. (Hoy, 2008). S padom stopa sudjelovanja u BMX-u i blagim rastom industrije mnogi su sudionici i članovi industrije pozdravili izloženost i vidljivost ponudenu na Olimpijskim igrama (Thorpe i Wheaton, 2011). Vozači su bili podijeljenih mišljenja. Mat Hoffman, legendarni vozač BMX-a i osnivač Sportske asocijacije Hoffman, organizator tijela za *freestyle* BMX širom svijeta, snažno se protivio olimpijskoj inkluziji: „Stvorili smo *freestyle* BMX da radimo ono što volimo, da slobodno izrazimo svoju definiciju sporta, te molimo da viša sila ne sankcionira naše akcije“ (Honea, 2013:1263). *Freestyle* BMX predstavljen je na Olimpijskim igrama u Tokiju 2021. godine. Uključenje *freestyle* BMX-a popratilo je još više problema, počevši s nadležnim tijelom – *Union Cycliste International*. Neki vozači smatraju da UCI ne razumije srž *freestylea* te da će neminovno sport izgubiti na autentičnosti. S druge strane, popularnost sporta će porasti, pa su mišljenja o ovoj temi podijeljena širom svijeta.

2.2. Povijest BMX-a u Hrvatskoj

U Hrvatskoj se BMX razvio nešto kasnije te se zapravo svi navedeni procesi odvijaju upravo u sadašnje vrijeme. Riječ je o procesu supkulturalizacije koji se odvija u razdoblju kada BMX scena prolazi kroz proces komercijalizacije. Mi smo danas u mogućnosti promatrati ove procese u realnom vremenu, kada sport postaje olimpijskim i kada ta činjenica izaziva različite reakcije. Zbog toga je dodatno važno u ovom radu obuhvatiti aktualne procese i naznačiti oblike percepcije samih aktera, što može utjecati i na neke smjerove mogućih promjena na sceni i u njenoj budućnosti.

O povijesti BMX scene u Hrvatskoj pitali smo i same aktere pa će dio te povijesti biti prepričan i njihovim riječima. BMX u Hrvatsku dolazi uz *skateboard* kulturu. „*BMX se gradio na skejt kulturi s obzirom na lifestyle, način oblačenja i slično. Brendovi koji su podržavali skejt su podržavali BMX itd.*“ (9). U svijetu se najprije razvio *BMX racing*, a tek onda *freestyle BMX*, u Hrvatskoj nisu postojale discipline, odnosno pojavio se isključivo *freestyle BMX*. Kako je rasla popularnost *skateboardinga* i BMX-a na ovim prostorima, pojavili su se brendovi i *shopovi* poput Šupice, Warehousea, Kvizija i *skate* orijentiranih brendova. Njihovom pojavom i podrškom vozačima dolazi do razvoja BMX-a. Vozilo se po cesti (nastaje *street*), po brdovitim, šumskim terenima (*dirt*), a nešto kasnije pojavljuje se i *flatland*. *Park* se pojavljuje posljednji, onda kad je popularnost BMX-a bila dovoljno velika da se sagrađe odgovarajući *skate* parkovi u Zagrebu i Osijeku. Jedan od sudionika scene pojašnjava: „*Sve je buknilo kad su se počeli otvarati BMX shopovi, odnosno ne BMX shopovi, nego bike shopovi s BMX-ima. Ako si čula za Haro, Haro ti je, ono, brend koji je doveo MTB, zatim BMX, sve naravno iz Amerike.*“ (9)

U počecima su se *lifestyle* sportovi paralelno razvijali, posebice gradnjom *skate parkova*. „*Kak' je krenulo sve dolaziti, počeli su se raditi skejt parkovi i sve je to progresalo³, i BMX i skejt i role... to je sve prije išlo zajedno, nije se odvajalo kao recimo košarka i nogomet, taj lifestyle, svi se okupljaju na jednom mjestu.*“ (13)

Pojava prvoga hrvatskog BMX brenda, *Zion Bike Coa*, u velikoj je mjeri utjecala na ubrzani razvoj tog sporta kod nas. *Zion* je početkom ovog stoljeća sponzorirao najbolje vozače BMX-a u Hrvatskoj: Juru Baraća, Aleksandra Manojlovića, Filipa Strbada i ostale. U popularnosti i podršci BMX-u Hrvatska je tada bila ispred susjednih zemalja, čak i Slovenije, što je danas teško zamislivo. Nadalje, bio je aktivan *DNA* – portal ekstremnog sporta, zatim *Scare Crow*, stranica na kojoj su vozači iz cijele države redovito objavljivali snimke svojih vožnji. Scena je

³ Napredovalo

rasla u Splitu, Istri, Rijeci i Slavoniji. U *Warehouseu* (*skate shop* koji je kasnije imao zatvoreni *skate park*) zatim su krenule škole BMX-a i scena se nastavila razvijati. Mislav Štrajher i njegov *Zion* proizvodili su bicikle, organizirali natjecanja i sponzorirali vozače.

Devedesetih je postojalo tek nekoliko vozača, dok je početkom 2000-ih scena ojačala, posebice u Osijeku. Ekipe tadašnjih vozača sad su organizatori *Pannonian Challengea*, a Igor Vukadinović Poki sudio je *freestyle* BMX na Olimpijskim igrama u Tokiju. Zahvaljujući inicijativi osječkih vozača, tamošnji *skate park* jedini je „pravi“ *skate park* u Hrvatskoj. Opširnije o *Pannonian Challengeu* i njegovom utjecaju na razvoj ovog sporta u Hrvatskoj bit će riječi u idućem poglavlju.

Nekoliko godina kasnije, kada su tad najbolji i najaktivniji vozači krenuli odustajati od BMX-a zbog nedostatka novaca u sportu, u potrazi za poslom tj. izvorom prihoda, taj razvoj se značajno usporio. Kako kaže naš sugovornik: „*Ta firma je krenula propadat' kako su odlazili vozači. Kako je padao interes za sportom u Hrvatskoj, sport se prestao razvijati. Svi vozači su odrastali, imali su poslove, cure, žene i djecu, a u BMX-u nema para i sve se krenulo raspadat'. Nismo bili na razini većih zemalja. Nisu vozači dobili recognition⁴ od države. Nema ničeg novog.*“ (9)

Danas je scena značajno drugačija i pojavljuju se dvije struje, a što će kasnije kroz disertaciju biti detaljno pojašnjeno. Prvu struju čine *park* vozači koji se trude kvalificirati na Olimpijske igre i ostala velika natjecanja, koji ozbiljno treniraju i žele živjeti od svog sporta, dok drugu struju čine *street* vozači, entuzijasti koji svoj doprinos sportu daju organizacijom *jamova* i natjecanja kojima je primarna svrha druženje, širenje životnog stila i zezancija. Međutim, ovih je potonjih sve manje, a naš sugovornik ističe: „*Tadašnja scena naša je bila puno jača, a ljudi su bili puno uključeni. Sada ljudi samo gledaju svoju guzicu i ne žele obogatit' scenu, nego samo svoju guzicu. Neki nikad nisu ništa napravili ni organizirali, a voze 15 godina. Znam dečke koji voze pet godina, a napravili su pet puta više. Zagreb kao najveći grad i grad s dugo godina najvećom scenom je pao u zaborav i gle ga, nema nikakav park, nema niš'.. Prije je bilo drukčije, lifestyle, extreme sport zajednica je bila jača*“.

Od spomenutog razdoblja, takozvanog „zlatnog doba hrvatskog BMX-a“ do danas, ovaj sport u Hrvatskoj prolazi ispod radara. Nema većih ulaganja u sport, sve se svodi na entuzijizam i interna ulaganja samih vozača. Treba napomenuti da je 2020. Varaždin dobio svoj park jer je Marin Ranteš, svjetski prvak 2019. i najbolji hrvatski BMX vozač, Varaždinac. Ostali gradovi,

⁴ Prepoznatljivost

uključujući glavni grad Zagreb, i dalje nemaju adekvatne parkove. Veliki problem hrvatske BMX scene jest nedostatak zatvorenih *skate* parkova koji bi omogućavali vježbanje tijekom nepovoljnih vremenskih uvjeta i brže napredovanje. S druge strane, možda je upravo taj nedostatak učinio hrvatsku scenu supkulturom, a ne „samo“ sportom, što je jedna od tema ove disertacije.

2.2.1. *Pannonian Challenge*

Pannonian Challenge već je globalno poznati festival ekstremnog sporta⁵. Iako je nastao kao ideja nekoliko entuzijasta koja se počela rađati sredinom 1990-ih, ove godine slavi dvadeset i četvrti rođendan. Ovaj festival zamišljen je kao događaj na kojem se kroz opušteno druženje omogućilo BMX, *skate* i *inline* natjecanje tijekom dana, dok bi u večernjim satima sudionici mogli posjetiti raznovrstan program urbane kulture popraćen energičnim tulumima i koncertima. Danas jedan od najvećih osječkih brendova započeo je vrlo skromno. Naime, prvo formalnije natjecanje duhovitog naziva, „Tko Prvi Govno Mrvi“, smatra se „nultim“ izdanjem *Pannonian Challengea* nakon kojega su se na osječkom Srednjoškolskom igralištu počeli pojavljivati prvi obrisi prostranog *skate* parka. Godinu nakon, odnosno 1999., održan je prvi službeni *Pannonian Challenge* koji je odmah privukao veliki broj zainteresiranih gledatelja, dok je već na četvrtom izdanju cijela priča zaokružena i nastupima poznatih lokalnih urbanih bendova – *Debelog Precjednika* i *Gužve u 16-ercu*, kao i DJ-eva poput Slya i Omera koji su bili zaduženi za dobru atmosferu. Moderno uređeni i inženjerski projektiran *skate* park, uz odličnu organizaciju samog natjecanja, tada je počeo privlačiti sve veći broj sportaša na sljedeća izdanja *Pannonian Challengea* zbog čega su kapaciteti dotadašnjeg *skate* parka povećani. Najveći zaokret tako se dogodio 2013. godine kada cjelokupan *skate* park i festival sele na znatno veći prostor u blizini popularnoga gradskog kupališta *Copacabana*. Brojni su sponzori tada počeli prepoznavati značaj *Pannonian Challengea* za cijelu regiju, ali i za sam razvoj ekstremnog sporta, zbog čega je festival počeo nezaustavljivo rasti, a posljednjih godina okuplja najbolje sportaše i brojne posjetitelje.

Koliko je festival daleko dogurao, dovoljno govori činjenica da su nagrade za najbolje vozače na samim počecima bile simbolične, dok danas nagradni fond cijelog natjecanja iznosi 15 000 eura – što je među najvećim nagradnim fondovima ekstremnih natjecanja u Europi (*Pannonian Challenge*, n.d). *Pannonian Challenge* iznjedrilo je ponajbolje stručnjake u svijetu

⁵ Koristimo pojam „ekstremni“ jer se *Pannonian Challenge* tako oglašava.

BMX-a. Tome svjedoči činjenica da je „osječka petorka“, koju čine Igor Vukadinović, poznatiji kao Poki, Zdenko Liška, Marko Karalić, Edvard Peroli i Adrian Javor, kreirala *skate park* na Olimpijskim igrama 2021. godine. Ove se Igre smatraju povijesnim za BMX i *skateboarding* jer su prvi put obuhvaćale BMX i *skateboard* discipline. Igor Vukadinović bio je dio sudačke petorke na ovom najvećem sportskom događaju. Japanski organizatori angažirali su ih ponukani primjerom osječkog *skate parka* kao jednog od najboljih u svijetu. Time je *Pannonian Challenge* indirektno dobio svjetsko priznanje (Wikipedia, n.d).

Pannonian Challenge neupitno je najpoznatiji i najprepoznatljiviji proizvod hrvatske scene *lifestyle* sporta. Pridonio je izgradnji najvećeg i najboljeg *skate parka* u državi, omogućio vozačima izvrsne uvjete treniranja i ugostio najbolje aktualne svjetske vozače. Ipak, s obzirom na to da je festival nastao kao entuzijastični projekt lokalnih BMX vozača, današnja zajednica očekuje veće ulaganje u domaću scenu, veću potporu mladim vozačima i drugačiji tretman samog natjecanja. U rezultatima ćemo pokazati kako lokalna scena gleda na promjene kroz koje je *Pannonian* prošao i način na koji je komercijalizacija promijenila njegovu bit. „Covid“ godina 2020. značajno je doprinijela negativnog percepciji *Pannoniana* unutar BMX scene. S obzirom na to da se natjecanje održalo bez publike sa strogim pridržavanjem epidemioloških mjera, a sudjelovati su mogli samo pozvani vozači (od petnaest vozača samo trojica bila su iz Hrvatske), osim same vožnje, nije bilo ni traga onome što BMX zapravo jest – životni stil.

3. CILJ ISTRAŽIVANJA I ISTRAŽIVAČKA PITANJA

Cilj je ove disertacije istražiti vezu između kineziološke aktivnosti (u ovom slučaju upotrebe BMX bicikla) i procesa supkulturalizacije. Primarno nas zanima kako mladi ljudi koriste sport u procesu oblikovanja vlastitoga životnog stila i identiteta.

Mnogi se autori (Genzuck, 2003; Reeves i sur., 2008; Shagrir, 2017) slažu da u etnografskom istraživanju nije moguće unaprijed odlučiti kako kategorizirati informacije i, sukladno tome, postaviti hipotezu. Struktura se pojavljuje tijekom analize podataka i identificiranja nalaza koji proizlaze iz istraživanja. Osim želje za propitivanjem postojanja supkulture zasnovane na upotrebi BMX bicikla, na osnovi dosadašnjih istraživanja i rasprave formulirali smo tri glavna istraživačka pitanja:

1) Koji su oblici korištenja BMX-a u svakodnevnom životu i eventualnoj izgradnji životnog stila i identiteta?

2) Koliko su granice same scene čvrste ili propusne?

3) Mijenja li proces komercijalizacije percepciju BMX scene kod samih aktera?

Istraživanje je dalo jasne odgovore na naša istraživačka pitanja, a njih ćemo detaljno objasniti u raspravi. U rezultatima istraživanja izdvojeno je sedam glavnih tema koje ćemo detaljno analizirati. Identifikacija tema i njihovih kategorija unutar ovih nalaza omogućila je davanje teorijskih objašnjenja, identifikaciju samog fenomena i donošenje zaključaka.

4. METODE ISTRAŽIVANJA

Poznato je da se BMX dijeli na *BMX racing* i *BMX freestyle*. Potonji uključuje različite discipline: *street*, *park*, *vert*, *flatland* i *dirt*. *Dirt* se odnosi na vožnju BMX-a na zemljanim brdovitim površinama na kojima vozači iskopaju tzv. *kickere*, odnosno nizbrdice koje im omogućuju zalet, a zatim i izbačaj prilikom kojeg rade neki trik. *Flatland* su različiti trikovi na maloj površini, a odnosi se uglavnom na skakanje biciklom u mjestu, trikove na prednjem kotaču i vrtnje na biciklu oko svoje osi. *Park freestyle*, danas olimpijska disciplina, oblik je korištenja BMX-a u *skate* parku. Najčešći elementi koje vozači izvode biciklom jesu salta (naprijed i natrag), *tailwhip* ili okretanje stražnjeg kotača nekoliko puta oko svoje osi te *barspin* ili okretanje volana nekoliko puta oko svoje osi u skoku. *Street freestyle* BMX podrazumijeva korištenje bicikla na cesti, odnosno korištenje gradskih površina, stepenica, rukohvata i drugih lokacija za izvođenje trikova. Istražujući lokalnu scenu *freestyle* BMX vozača, primijetili smo kako se na ovim prostorima većinom voze discipline *street* i *park*. Tek se nekoliko vozača bavi ostalim disciplinama. Nadalje, velike su razlike uočene između stavova *park* i *street* vozača vezanih uz sport kojim se bave i način na koji ga shvaćaju. S obzirom na to da su sudionici ovog istraživanja većinom vozači *street* stila te da su upravo oni supkulturalna duša same scene, u istraživanju smo se fokusirali upravo na ovu grupaciju. Kako bismo stekli dubinsko razumijevanje navedene scene, korištene su kvalitativne metode istraživanja: promatranje sa sudjelovanjem i polustrukturirani intervjui dopunjeni dnevnicima s terena i praćenjem medija koji se bave temom BMX-a.

Empirijska istraživanja izrazito su važna za razvoj socioloških teorija, posebice za provjeru njihove valjanosti činjenicama utvrđenim provedbom terenskih istraživanja. Lamza Posavec (2021) ističe da se metode istraživanja klasificiraju primarno na dva načina: kao kvalitativne i kvantitativne istraživačke metode te kao *field* i *desk* istraživačke metode. Ovo je istraživanje usmjereno na kvalitativne *field* (terenske) metodološke alate kojima nastojimo odgovoriti na istraživačka pitanja ovog rada, odnosno ispitati postavljenu hipotezu. Perasović (2001), pišući o razvoju sociologije supkultura, ističe ulogu Čikaške škole kroz sintagmu o

„kvalitativnom povratku podacima“. Prije prezentiranja metodoloških aspekata našeg istraživanja važno je spomenuti neke informacije o različitim pristupima koji su se primjenjivali prilikom istraživanja supkultura mladih kroz povijest.

Kako Vukušić (2022) u svojoj doktorskoj disertaciji ističe, u razdoblju nakon Drugoga svjetskog rata intenziviraju se istraživanja o mladima kao specifičnim sudionicima društva te time raste i fond teorijskih konstrukata o toj temi. Tijekom djelovanja Birminghamske škole, kao važnog razdoblja za istraživanje supkultura mladih, u nekim slučajevima nije dovoljno konzistentno postavljen metodološki okvir, ali sama ideja o neformalnim promatranjima mladih temelj je za zaokret koji će se dogoditi kasnije.

U sociologiji se posljednjih nekoliko desetljeća događa tzv. kvalitativan zaokret (Culyba i sur., 2004). Autori ističu potrebu da se istraži jedan specifičan element kvalitativnih istraživanja, a to je etnografija. Prema njima, primjena etnografskog pristupa još nije dovoljno afirmirana u sociologiji. Na tragu navedenog, autori zapravo govore o problemima koje stvara ovakav pristup istraživanju, ponajviše interpretacija rezultata dobivenih etnografskim istraživanjem. Naime, dio sociologa najčešće je u prošlosti prigovarao da etnografija nema znanstveni legitimitet. Danas možemo potvrditi da to nije točno (Lamza Posavec, 2021). Etnografski pristup sadrži nekoliko različitih metoda istraživanja, što jasno pokazuju i neke od istaknutijih etnografija supkulturnih grupa, primjerice, *In garageland: Rock, youth and modernity* (Fornäs i sur., 2014), *Goth* (Hodkinson, 2002) ili recentnija istraživanja društvenih pokreta: *Loud and Proud: Passion and Politics in the English Defence League* (Pilkington, 2016) i *An ethnography of English football fans. Cans, cops and carnivals* (Pearson, 2012).

U ovoj disertaciji važno je opisati i objasniti svakodnevni život grupe koju istražujemo, njihove rituale, stil i sleng. Bitno je iz neposredne blizine proučiti sadržaj njihovog djelovanja. Hammersley (2007) problemski postavlja pitanje vezano uz obuhvatnost etnografije kao istraživanja, iznosi oprečne stavove različitih autora koji se zauzimaju za ideje o etnografiji kao holističkom pristupu do onih koji tvrde da se uz pomoć etnografije dubinski istražuju posebnosti pojedinih slučajeva. U našem radu primjenjujemo metodologiju koja uzima u obzir oba shvaćanja etnografije jer istražujemo relativno malu grupu, ali ne možemo zanemariti holističku dimenziju u analizi društvenih uvjeta u kojima grupa djeluje. Širi je društveni kontekst važan jer svijet supkulture i dominantne kulture nije odijeljen magičnom granicom lišenom međusobno determinirajućih faktora (Vukušić, 2022).

U istraživanju su korišteni podaci dostupni u relevantnoj literaturi (knjige, znanstvene i stručne publikacije), a također i oni dobiveni analizom sekundarnih izvora: različitih internet

portala, *podcasta* i televizijskih prijenosa. Upotreba polustrukturiranih dubinskih intervjua podrazumijeva bolje razumijevanje kompleksnosti kulture i scene (Brenner, 1985). Ove metode korištene su kako bi sudionici mogli slobodno izraziti svoja iskustva BMX-a. Dubinski intervjui smatraju se valjanim za razumijevanje utjecaja konteksta u kojem se aktivnosti provode na njihovo značenje. Kvalitativne metode omogućavaju reinterpretaciju podataka tijekom istraživanja (Maxwell, 2012), a ta fleksibilnost potrebna je kako bi se razumjele ideje i korelacije među uspostavljenim teorijama korištenim u ovom istraživanju. Otvorenost prema raznim teorijskim interpretacijama, kao i metodološkim pristupima, omogućuje istraživaču da pruži živopisniju sliku složenoga i dinamičnoga kulturnog fenomena koji se proučava.

Etnografija opisuje ideologije, ponašanje, odnose i kontekstualne faktore koji definiraju zajednice (Lofland, 2002; Wolcott, 1999), stoga je namjera istraživača bila detaljno opisati određenu scenu, scenu *freestyle* BMX vozača u Hrvatskoj. Konačno, generalni cilj ove disertacije jest razvijanje dubinskog razumijevanja BMX scene unutar određenoga društvenog konteksta. Etnografija i rad na terenu jedine su metode koje nam omogućuju tako detaljan uvid u neku skupinu ljudi i podatke na temelju kojih možemo nešto zaključivati. Etnografija opisuje društveni svijet malih skupina ljudi, uključujući aktivnosti, interese, pravila i stilove (Frosh i sur., 2003; Griffin, 2000; Holt & Sparkes, 2001; Lofland, 2002; Wolcott, 1999). Svrha je čitatelja privući u društveni svijet ljudi i stvoriti uvid i perspektivu informacijama o njihovim svakodnevnim aktivnostima.

Budući da je istraživačka metoda kvalitativna, a ne kvantitativna, nalazi se ne mogu generalizirati na bilo kakvu veću populaciju. Po definiciji kvalitativni podaci nisu statistički usporedivi. Međutim, Kvale (1994) razlikuje statističku generalizaciju od analitičke generalizacije i smatra da se kvalitativni podaci mogu primijeniti na kontekst izvan pojedinaca ili grupa koje se proučavaju. „Analitička generalizacija uključuje argumentiranu prosudbu o stupnju do kojeg se rezultati jedne studije mogu upotrijebiti kao vodič za ono što se može dogoditi u drugoj situaciji. Temelji se na analizi sličnosti i razlika u dvije situacije“ (Kvale, 1994:233). U tom smislu, rezultati ove studije mogu se generalizirati, barem kao alat za vođenje daljnje analize procesa kulturne produkcije i reprodukcije među supkulturnim skupinama.

Znanstveni doprinos ovog rada ponajprije je vidljiv u znanstveno utemeljenom prikazu općih obilježja i zakonitosti BMX scene u Zagrebu, odnosno jedne skupine mladih koja koristi kineziološku aktivnost u izgradnji svog identiteta. Ovo je prva disertacija koja se bavi *lifestyle* sportom kao zasebnom temom na području Europe. Nedvojbeno ovaj rad predstavlja doprinos domaćoj sociologiji sporta i daljnjem propitivanju i unaprjeđivanju spoznaja o supkulturnim grupama vezanim uz sport, a utemeljenih na podacima prikupljenima kvalitativnom

metodologijom. Pragmatična svrha ove disertacije jest bolje razumijevanje supkultura u sportu, važno za razumijevanje kulture mladih u cjelini. Ovaj rad pruža mogućnost za daljnje istraživanje supkultura mladih u ostalim sportovima, posebice (dovoljno neistraženih) *lifestyle* sportova na ovim prostorima.

4.1. Promatranje sa sudjelovanjem

Promatranje sudionika središnji je dio etnografskog istraživanja, čini ga jedinstvenim i otvara puteve važnim vrstama informacija do kojih je teško doći na drugi način. U ovom dijelu istraživanja istraživači promatraju osobna zbivanja u specifičnom kontekstu. Promatranje sudionika omogućuje davanje objašnjenja, konteksta, razloga i potkrepljenja pretpostavki te je kao takvo nezaobilazni dio etnografije. Promatranje sa sudjelovanjem događa se u prirodnom okruženju sudionika i zato omogućuje razlikovanje ponašanja, ispitivanje interakcija i nedostatka interakcije među sudionicima te slušanje neformalnih razgovora i njihovog tona (Shagrir, 2017). Lamza Posavec (2021) u svom metodološkom udžbeniku za društvene znanosti ističe glavne razlike između znanstvenog i svakodnevnog opažanja. Za razliku od svakodnevnog, znanstveno opažanje podrazumijeva: 1) sustavnost – provodi se s unaprijed određenim ciljem i prema određenom planu (definirano je što i kako će se opažati); 2) planirani opseg – provodi se unutar unaprijed određenog opsega, tj. s namjerom da bude što je moguće potpunije (da obuhvati sve aspekte relevantne za ciljeve istraživanja), ali da ne prelazi perceptivne mogućnosti opažatelja te da se ne gubi u nebitnim detaljima; 3) kontrolu – opažatelj sam definira i nadgleda okolnosti u kojima se opažanje provodi (vrijeme i mjesto opažanja, specifične pojedinosti opažanja itd.); 4) raspolaganje instrumentima opažanja – opažatelj raspolaže određenim instrumentima uz pomoć kojih bilježi ili snima podatke o predmetu opažanja (tzv. *check* liste ili opservacijski uzorak s elementima koje treba opažati, različita tehnička pomagala); 5) objektivnost – znanstveno opažanje mora biti objektivno, a to znači da opažatelj mora oštro razlikovati činjenice od vlastite interpretacije (npr. ako opaža osobu koja plače, ne smije zabilježiti „vidim tužnu osobu“ jer plakati možemo i zbog veselja – činjenica je samo da osoba plače); 6) bilježenje podataka – podaci se moraju bilježiti (zapisivati, snimati) da bi što vjernije odražavali stvarni događaj ili pojavu koja se opaža (pamćenje nije dovoljno pouzdano, a nezabilježene podatke opažatelj može nesvjesno promijeniti u skladu s osobnim iskustvom, vlastitim stavovima i sl.); 7) uvježbanost opažatelja – opažatelj mora biti posebno uvježban da bi mogao odvojiti bitno od nebitnoga, objektivno procijeniti opserviranu pojavu, događaj ili ponašanje (odvojiti subjektivnu interpretaciju od činjenica) i obuhvatiti cijeli opseg opažanja. Dakle, opažanje je vrsta kvalitativnog istraživanja jer omogućava da se uoče obilježja

promatrane pojave, događaja ili ponašanja, ali ne i njihovo mjerenje. Ipak, kad je riječ o velikom broju opažanja, neki se rezultati mogu i kvantificirati. Pritom valja razlikovati izravno (naturalističko, nesudjelujuće, jednostavno) i sudjelujuće opažanje, u kojem se istraživač uključuje u interakciju s ispitanicima. Pritom istraživač nije pasivan promatrač i njegovo se sudjelovanje može kretati od djelomičnog (npr. postavljanje određenih pitanja) do potpunog (uključivanje u promatranu grupu i situacije u kojima se ona nalazi). U ovom istraživanju, autorica je promatrala samu scenu i na njoj sudjelovala u razdoblju od rujna 2019. do lipnja 2020. S obzirom na to da već godinama poznaje većinu aktera, ulaz na scenu nije bio čudan niti problematičan. Kako je vrijeme odmicalo, upoznala se sa još više sudionika scene. Osim u zagrebačkom *skate* parku, na Jarunu, druženje sa sudionicima odvijalo se na raznim *street jamovima* i natjecanjima diljem Hrvatske, kao i u ugostiteljskim objektima i ostalim mjestima na kojima se ispitanici druže. Tijekom ovog razdoblja, vođen je dnevnik u kojem su zapisivane sve bitne izjave i događaji važni za predmet ovog istraživanja. U disertaciji je korišteno 47 zapisa iz terenskog dnevnika, od čega se 40 zapisa odnosi na *jamove* i natjecanja tijekom kojih smo se družili, a sedam s neformalnih druženja u slobodno vrijeme.

4.2. Intervjui

Intervjui su sredstvo za prikupljanje bogatih i detaljnih informacija izravno od istraživane populacije, predstavljenih njihovim riječima. Svend Brinkmann (2014) tvrdi kako su takvi razgovori najraširenija vrsta intervjua u društvenim i humanističkim znanostima jer omogućuju veliku razinu razgovorom „proizvedenih saznanja“. Istraživač od sugovornika traži da rekonstruiraju i svojim riječima opišu događaje i društvena iskustva, svoja mišljenja, uvjerenja i osjećaje, istovremeno im ostavljajući dovoljno vremena i mogućnosti da tečno i otvoreno izraze svoje mišljenje (Shagrir, 2017). Podaci su prikupljeni metodom polustrukturiranih dubinskih intervjua. Snimljeni intervjui transkribirani su *verbatim* i potom kodirani u programu za analizu kvalitativnih podataka MAXQDA2022. Korištena metoda za kodiranje i interpretaciju iskaza sugovornika bila je tematska analiza.

Tematska analiza popularna je za analizu kvalitativnih podataka u mnogim disciplinama i poljima (Braun i Clarke, 2013; Clarke i Barun, 2018), a služi identifikaciji, analizi i izradi izvješća o obrascima (temama) unutar podataka (Braun i Clarke, 2006). Tematska analiza pokušava locirati ponavljajuće obrasce ili teme na temelju kojih će biti moguće opisati što proizlazi iz tekstualnih podataka. Glavne prednosti ove analize jesu fleksibilnost u pogledu teorijskog okvira, istraživačkih pitanja, metoda prikupljanja podataka i veličine uzorka te primjenjivost i jednostavnost primjene (Braun i Clarke, 2013). Prilikom analize slijedili su se

propisani koraci Brauna i Clarkea (2006) koji se odnose na familijariziranje s podacima, kodiranje, razvoj tema (generiranje inicijalnih tema, pregled uočenih tema, definiranje i imenovanje konačnih tema) te pisanje istraživačkog izvještaja. Transkripti su čitani više puta, a kodovi su se razvijali iz tih čitanja sve dok iz podataka nisu izdvojene teme koje su kasnije postale osnova za analizu. Postojanje unaprijed zamišljene strukture intervjua važno je kako bi se pozornost zadržala na temama koje se istražuju te kako bi razgovor bio usmjeren prema ključnim točkama cjelina obuhvaćenih planom istraživanja. Ovim su istraživanjem obuhvaćeni intervjui sa 17 ispitanika, trenutnih sudionika BMX scene u Zagrebu u najširem kontekstu. S obzirom na to da je sama scena relativno mala, istraživanje je prošireno i na vozače koji dolaze u Zagreb na natjecanja, druženja, snimanja i ostale aktivnosti vezane uz scenu te koje ostali vozači smatraju dijelom scene. Informacije dobivene ovim putem ne bi bilo moguće prikupiti ni na jedan drugi način.

Intervjui su provedeni u razdoblju između lipnja 2020. i srpnja 2021. godine. Većina intervjua provedena je u Zagrebu, tri u Osijeku, jedan u Splitu, a dva putem *Skypea*. Mjesto za provođenje intervjua birali su sami ispitanici, a to su najčešće bili ugostiteljski objekti gdje smo se družili i inače. Sve je intervju osobno provela autorica ovog istraživanja. Svaki intervju trajao je između 60 i 120 minuta. Svi su razgovori bili dobrovoljni, a sudionici su bili potpuno informirani o svrsi ovog istraživanja i njihovim pravima. Potpisali su izjavu kojom odobravaju snimanje i korištenje njihovih izjava za potrebe ovoga doktorskog rada.

Inicijalni nacrt polustrukturiranog intervjua sastojao se od pet tematskih blokova razrađenih s više potpitanja. Intervjui su uključivali razna pitanja o sceni, položaju vozača na sceni, utjecaju komercijalizacije, odnosno sponzora i povećanja popularnosti na sami sport. Postojeće blokove pitanja dopunili smo specifičnim pitanjima i temama koje smo uočili tijekom promatranja sa sudjelovanjem. Sudionici su mogli govoriti koliko god žele o određenoj temi te se autorica nije strogo držala protokola intervjua s obzirom na to da je sa svakim sudionikom razgovor drugačije tekao. U početku je vodič za intervju konstruiran i testiran jednim preliminarnim setom pitanja i s jednim od sudionika BMX scene. Pitanja su se mijenjala i prepravljala tako da stimuliraju sudionike na što jasnije i živopisnije odgovore. Finalni instrument sastojao se od nekoliko tema: (1) Sociodemografski podaci, (2) Perspektiva i evolucija scene, (3) Vanjska percepcija BMX-a, (4) Komercijalizacija sporta, (5) Osobne vrijednosti i supkulturalna obilježja.

Prvi dio intervjua sadržavao je sociodemografska pitanja i pitanja o inicijalnom kontaktu sa scenom. Kada smo razgovarali o tom početnom kontaktu, dotaknuli smo se motivacije pri

ulasku na scenu, utjecaja životnih uvjeta aktera prije tog ulaska te njihova pozicioniranja na sceni. Sljedeći blok obuhvatio je pitanja o stavovima aktera o samoj sceni te potencijalima scene. Treći blok sadržavao je pitanja o vanjskoj percepciji BMX-a. Sudionici su govorili o tome kako misle da njihova okolina doživljava BMX kao sport te njih kao „bajkere“. Dotakli smo se stavova roditelja, profesora, prijatelja i slučajnih prolaznika. Sljedeća pitanja bila su vezana uz komercijalizaciju sporta. S obzirom na nedavni ulazak *freestyle* BMX-a u program ljetnih Olimpijskih igara, mijenja se koncepcija sporta, što neizbježno dovodi do promjena unutar same scene. Razgovarali smo o razmišljanjima aktera hrvatske scene o promjenama na globalnoj i lokalnoj razini. U posljednjem bloku bavili smo se osobnim vrijednostima aktera te supkulturalnim obilježjima BMX-era. Pitanja su se odnosila na percepciju vlastitog identiteta ispitanika, njihovog stila, slenga i rituala. Razgovarali smo o njihovom mišljenju o spomenutim terminima. Pitanja su se također odnosila na stil kao razlikovni faktor od šireg društva ili pak na izostanak ovakvih opažanja. Izlasci na teren i tijekom etnografskog istraživanja utjecali su i na modifikacije u intervjuima. Istovremeno, autorica je provjeravala koliko se odgovori na pitanja iz intervjua podudaraju s ponašanjem prilikom promatranja. Svi intervjui, kao i zapisi iz dnevnika, kodirani su uz pomoć programa MAXQDA. Slijedili smo šest faza kodiranja: upoznavanje s podacima, generiranje početnih kodova (informirano literaturom), traženje tema među kodovima, pregled tema, definiranje i imenovanje tema te izrada konačne analize (Boyatzis, 1998). Teme su dodatno kontekstualizirane u okviru recentnih istraživanja koja se odnose na uključivanje ekstremnih sportova u Olimpijske igre.

4.3. Uzorak ispitanika

Provedeno je kvalitativno etnografsko istraživanje koje je obuhvatilo 17 intervjua s ključnim akterima zagrebačke BMX scene. Sudionici su u uzorak odabrani namjerno, s obzirom na njihovu ulogu na BMX sceni i po kriteriju učestalosti vožnje i angažmana na samoj sceni. Osim sudionika na zagrebačkoj sceni, intervjuirani su i vozači iz drugih gradova čiji je doprinos hrvatskoj BMX sceni velik i koji su važni za potpuno shvaćanje problema kojim se ova disertacija bavi. Sudionici su sami odabrali mjesto provođenja intervjua, a sve intervjue je osobno provela autorica ovog istraživanja. Sudionici istraživanja bili su upoznati s predmetom i ciljem istraživanja te su potpisali suglasnost kako bi se intervjui mogli snimiti diktafonom i kasnije transkribirati. Sve intervjue transkribirala je autorica istraživanja. Sudionicima nisu iskazani dob i spol s obzirom da su svi muškarci približno istih godina, kao ni mjesto rođenja jer bi to narušilo njihovu anonimnost.

Od svih sudionika BMX scene pozvanih na intervju, samo se jedan nije odazvao. Svi sudionici ovog istraživanja su punoljetni muškarci, bijelci. Raspon njihovih godina je od osamnaest do dvadeset i sedam. Svi vozači su završili srednju školu, studiraju ili su završili studij. Svi sudionici rade druge poslove (koji ne uključuju vožnju BMX-a). Roditelji svih ispitanih vozača imaju srednju stručnu spremu.

Intervjuirano je trinaest *street* vozača, dva *park* vozača, jedan fotograf koji je i bivši vozač. Sedamnaesti je sudionik novinar, organizator i voditelj većine natjecanja te bivši vozač. Svi sami sebe te međusobno jedan drugog smatraju dijelom scene.

5. REZULTATI

U sljedećem poglavlju prikazat ćemo rezultate istraživanja. Rezultate smo podijelili na poglavlja koja su derivirana iz specificiranih istraživačkih pitanja te smo dodali još nekoliko tema koje su se pojavile tijekom etnografskog istraživanja. Važno je istaknuti da se teme međusobno isprepliću i objašnjavaju jedna drugu. Naslovi svakog poglavlja često su izrečeni citati pripadnika scene koji slikovito opisuju temu o kojoj je riječ. U prikazu rezultata vodili smo se što je moguće više ujednačenom strukturom kako bi i komparativno-analitička moć dobivenih rezultata bila veća. Na kraju svakog dijela postoji završno poglavlje u kojem su ukratko objašnjeni najvažniji zaključci svake teme.

5.1. „Sve je to isti lifestyle“

U prvom poglavlju ovog dijela bit će riječi o sličnostima i razlikama između *lifestyle* sportova i ostalih, *mainstream* sportova, zatim među pojedinim *lifestyle* sportovima, a naposljetku među različitim vrstama *freestyle* BMX-a. Promatranje sa sudjelovanjem pokazalo je razlike među svim trima navedenim skupinama, a intervjui su potvrdili naša zapažanja. Zanimljiv nalaz ovog dijela jest da su granice među različitim *lifestyle* sportovima, primjerice između *skateboardinga* i *street* BMX-a, propusnije nego one među različitim stilovima BMX-a. U raspravi ćemo detaljnije objasniti kako taj nalaz odgovara na jedno od istraživačkih pitanja. *Lifestyle* sportovi, kao što je BMX, razvili su se izvan kulturalnih društvenih pokreta 1960-ih i 1970-ih u suprotnosti s *mainstream*, institucionaliziranom i tradicionalnom sportskom kulturom (Donnelly, 1993). Ovo istraživanje potvrdilo je prethodno ustanovljene razlike između tradicionalnih ili *mainstream* sportova i alternativnih, odnosno *lifestyle* sportova. Svi ispitanici potvrđuju povezanost *lifestyle* sportova s pojmovima poput stil života, rizik, sloboda, individualizam, uzbuđenje i dobrovoljnost. Tri čimbenika istaknuta kao važna u uočavanju

razlika su: u *lifestyle* sportovima istaknuta je kontrola sporta od strane samih sudionika, želja za individualizacijom sporta kao odvojenog od korporativnog sponzorstva i nedostatak klasične konkurencije i kompetitivnosti na koje smo navikli u svijetu sporta.

Jedan od iskaza koji na najbolji način opisuje kako sami akteri vide razliku između svog i ostalih sportova kaže:

„Ne možeš ti taj “vibe”⁶ opisat riječima. To moraš vidit'. I ti si nam rekla da nisi mogla vjerovat' kakav je to “support”⁷ iako se natječemo. Nema tu konkurencije. Netko lenda⁸ „flair”⁹ i svi smo prehepi.“ (1)

Isti sudionik u nastavku intervjua spominje kako on vidi razlike između tradicionalnih i alternativnih sportova. Važno je napomenuti da danas u svijetu, među profesionalcima u sportovima kao što su BMX, *skateboarding*, *snowboarding* i ostali *lifestyle* sportovi, postoje treneri, menadžeri i ostale strukture koje su prije u ovim sportovima bile nezamislive. Upravo ove promjene čine BMX (i ostale *lifestyle* sportove) komercijaliziranim i sličnijim *mainstream* sportovima, no više o faktorima komercijalizacije pisat ćemo u jednoj od sljedećih tema.

„...ali prije svega – sloboda, nema trenera, radiš stvari kako god ti želiš, nema pravila, ali opet imaš smjernice, možeš uvijek pitat' nekog iskusnijeg, boljeg. Uz to, otkaćenost, koje nemaš u nogometu, jer prvo moraš postat' jako jako dobar da možeš gurat' neki svoj stil. Dok u BMX-u, to ne moraš postat', ne moraš postat' ekstremno dobar da bi mogao furat' svoj stil, radit' na neki način na koji želiš“ (1).

I drugi potvrđuje prethodno navedeno te također uspoređuje BMX s nogometom. Upravo tom usporedbom, to jest naglašavanjem razlika među tim dvama sportovima koriste se skoro svi sudionici ovog istraživanja:

„Nogomet je samo sport, a ako dovoljno duboko uđeš u BMX, to je lifestyle. U nogometu npr., imaš trening, odeš u kafić i to je to. Nemo's ti podić' scenu, nemo's ti organizirat' nešto. U

⁶ Osjećaj

⁷ Podrška

⁸ Sletiti, prizemljiti se

⁹ Element u kojem vozač izvodi salto unatrag s okretom za 180°

nogometu je veća kompetitivnost. Prikazano je da se kao ne vole, sad tu su i navijači... Na bajku si kreativan, uđe ti u krvi, nikad ne staješ kreirat' nešto. Teško je usporedit BMX s drugim sportovima“ (4)

Još jedna tvrdnja ide u prilog navedenim razlikama:

„Mainstream profesionalni sport po definiciji je to. Natjecanje, bez pravila nema toga, nema rasta, nema života od toga, jedno vuče drugo. To je ok, to je evolucija. Meni to ne prija, ne možeš raditi trik u kojem se ne osjećam dobro, to može rezultirat' ozljedom. Pokušavam to izbalansirat'“.(7)

Još jedna stavka po kojoj razlikuju *lifestyle* sportove od onih *mainstream* jest i stil odijevanja:

„Stoji da ćeš po načinu odijevanja skužit' brže skejtera nego nekog 'ko igra tenis.“ (2)

Iako svaki *lifestyle* sport ima svoje posebnosti; povijest, identitet i razvojni tempo, svi dijele iste karakteristike, a to su individualizam, „uradi sam“ filozofija i poseban supkulturni stil. Sudionici koji su dugo na sceni uglavnom vide svoju kulturu kao drugačiju od natjecateljske, kompetitivne, zapadnjačke, tradicionalne sportske kulture (Wheaton, 2004).

Jedan od sudionika (1) slaže se s prethodno navedenim. Njegovim riječima rečeno:

„Poteklo je sve iz sličnih stvari: skejt, surfanje, to su isti ljudi u svim tim sportovima. Postoje neki ljudi, tipa Shaun White, kao on je ekstremni sportaš, al' on to nije po meni. On ne spada u taj profil, ne bi' ga naveo u pozitivan primjer ekstremnog sportaša. Previše je kompetitivan, usmjeren je na taj uspjeh, na natjecanje“.

Stavovi o razlikama među pojedinim *lifestyle* sportovima su ambivalentni. Ono što povezuje skejtere, BMX-ere i rolere mjesta su na kojima se okupljaju, odjeća i slični rituali. Dok dio sugovornika vidi razlike u ponašanju aktera iz različitih sportova, većina smatra da osim drugačijeg rekvizita koji koriste, razlike u životnom stilu nema. Promatranjem utvrđujemo da su razlike zbilja neprimjetne. Manjim BMX natjecanjima i BMX *jamovima*⁶ primarni je cilj promocija sporta zadržavajući iskonske vrijednosti istoga. Zbog toga uključuju i aktere drugih

sportova, najčešće *skateboardinga*, a nekad romobila i rola (važno je naglasiti da je u Hrvatskoj broj rolera i vozača *scootera* (romobila) jako malen).

Iz dnevnčkog zapisa 21.9.2020.:

„Nije bitno je li BMX, samo da se nešto događa, samo da je pravit' gluposti, da je ekstremno“.(18)

Freestyle BMX i skateboarding su lifestyle sportovi koji u Hrvatskoj imaju najviše sudionika. S obzirom na to da se ove dvije scene druže na istim mjestima i voze na istim natjecanjima, gotovo su se svi sudionici u intervjuima fokusirali na sličnosti i razlike baš među ovim dvjema skupinama:

„Jedino oni voze skejt, a mi bajk. Samo je sport drugi, sve ostalo je isto.“ (6)

S druge strane, sudionik 3 vidi razlike:

„...mi smo najbolji haha, skejteri su mi onak' nekak', protiv BMX-era. Recimo, nikad nisam videl BMX-era koji mrze skejtere, dok skejtera koji mrze BMX-ere ili rolere ima jako puno. Pogotovo u Zagrebu. To mi je, mi smo drukčiji, prihvaćamo sve. U snowboardu je isto sve super.“ (3)

Još jedna važna karakteristika jest da su aktivnosti dominantno individualne. Nema tjelesnog kontakta, a naglasak je na osobnim izazovima i ciljevima. *Lifestyle* sportovi gotovo nikad nisu usmjereni samo na publiku.

„Ako gledamo neki basic¹⁰, skejt mi je najteži, pa BMX... tako nekako. A ljudi koji se bave ekstremnim sportovima su možda opušteniji. Ne želim stavljat' label¹¹, generalizirat'. Između skejtera i bajkera nema neke razlike. Skejteri kažu da je BMX opasniji jer ti je među nogama. Skejteri su malo strpljiviji, puno vremena i truda treba za usvojiti' trik, čini mi se da BMX ide brže. BMX je ekstremniji malo od skejta. Ali to je do sportaša. Ako odluči skakat' preko puno stepenica, ekstremno je svakako.“ (17)

Podsjetimo se na značajke *lifestyle* sporta koje je kategorizirala Belinda Wheaton (2017) iz uvodnog dijela ove disertacije. Autorica tvrdi da se *lifestyle* sportom smatraju oni sportovi

¹⁰ Osnove

¹¹ Etiketirati

koji su bazirani oko nekoga novog predmeta (bicikla, daske, itd.) te novih tehnologija i inovacija. Važna značajka je stil života i oblici kolektivnog izražavanja, stila odijevanja, izgled i stavovi koje oblikuju u određen način života i određeni društveni identitet.

Iz sljedećeg citata možemo zaključiti kako akter vidi različitost tradicionalnih sportova (ili kako ih on naziva – običnih sportova). Također, možemo primijetiti da sudionik ne smatra da aktere pojedinih *lifestyle* sportova razlikuje išta više od rekvizita koji koriste za vožnju:

„Mislim da ti obični sportovi ne pružaju dovoljno zabave, nego je orijentiranost na uspjeh...Tu si u tom „vajbu“, u tom „lifestylu“, nas to zadovoljava, svi se negdje pronadu. Jedina razlika su ti „propovi“¹², ali to je isti „lifestyle“. (9)

Još jedna tvrdnja potvrđuje navedeno:

„Volim ja navijat' i pobijedit', ali mržnja i razlike, to ne valja. To u našem sportu ne postoji. Prekršio si taj zamišljeni kodeks, zapravo to je moral. Ovdje želiš bit' bolji zbog sebe, a ne da pobijediš.“ (13)

Jedan od profesionalnih *park* vozača vidi BMX kao najprofesionalniji od *lifestyle* sportova i vidi da se najbrže mijenja. Kasnije ćemo detaljno raspraviti razlike između *park* i *street* vozača te razlike u njihovom stavu prema BMX-u i njegovoj perspektivi. Kaže:

„Skejteri su 'ajmo reć' opušteni, nisu kompetitivni, nisu zdravi toliko, nisu profesionalni, voze za svoj gušt. Takav je BMX bio prije. Role su isto kao skejt. Nekako bi' rekao da je BMX na vrhu što se tiče profesionalnosti, postajemo najbližiji nogometu. Vani je skateboard najplaćeniji ekstremni sport, kod nas nije to tako.“ (11)

Kao što je prethodno rečeno, unutar *freestyle* BMX-a više je stilova. Različiti stilovi podrazumijevaju različite identitete vozača. *Freestyle* BMX dijeli se na *flatland*, *dirt*, *park* i *street*. *Flatland* su različiti trikovi na maloj površini, a odnosi se uglavnom na skokove biciklom u mjestu, trikove na jednom kotaču i vrtnje na biciklu oko svoje osi. *Dirt* se odnosi na vožnju BMX-a na zemljanim brdovitim površinama na kojima vozači skaču tzv. *kickere*, odnosno nizbrdice koje im omogućuju zalet, a zatim i izbačaj prilikom kojeg rade neki trik. *Park*

¹² Rekviziti

freestyle, danas olimpijska disciplina, oblik je korištenja BMX-a u *skate* parku. Najčešći elementi koje vozači izvode biciklom su *salta* (naprijed i natrag), *tailwhip* ili okretanje stražnjeg kotača nekoliko puta oko svoje osi te *barspin* ili okretanje volana nekoliko puta oko svoje osi u zraku. *Street freestyle* BMX podrazumijeva korištenje bicikla na cesti, odnosno korištenje gradskih površina, stepenica, rukohvata i drugih lokacija za izvođenje trikova. Kao što smo prethodno naglasili, primijetili smo kako se na ovim prostorima većinom voze discipline *street* i *park*. Iako je hrvatska scena mala, razlike među vozačima svakog stila postoje. Vozači različitih stilova često se susreću, ali rijetko voze zajedno. Poznavatelji scene primjećuju razlike u njihovom izgledu i ponašanju. Jedan od sudionika živopisno je opisao razlike među vozačima svakog stila:

„Osobe koje su okrenute estetskoj shemi, oni su u flatlandu. To su njonje¹³, nježniji. Seljaci, ne seljačine, nego seljaci s poštovanjem, oni su okrenuti u dirt. Svi sa sela, manjih gradova, naprave skakaonicu u dvorištu, tako krenu. U park krenu ozbiljniji likovi sa sportskim pristupom. Street je otkaćen pristup, to je pravi BMX, sve je počelo s tim.“ (15)

Riječima jednog parkera:

„Ima podjela, natjecanja su fokusirana na park, vjerojatno je marketinški jače, atraktivnije. Ja uvijek idem na isto mjesto, streeteri idu svuda. Oni mogu voziti po cijelom Zagrebu, njima je to kul, meni to nije kul. Dosadno mi je. Volim letit'. Oni vole tehničku vožnju, mene to ne privlači osobno. Kao hip-hop i balet, sve je ples, ali drugačije je. Volim ić' vozit street s njima, ali nije mi toliko za ispunit' dušu. Ali i uvjeti su takvi, nema svugdje parka“ (5)

Razlike su unutar *freestyle* BMX-a, prema sudionicima ovog istraživanja, jasne. *Streeteri* su percipirani (i od ostalih, ali i od njih samih) kao „pravi“ BMX-eri, oni koji su najmanje komercijalizirani i koji voze isključivo iz ljubavi. Osim toga, često se smatraju svojevrsnim delinkventima s obzirom na to da je njihovo „igralište“ ulica, sa svim što mogu iskoristiti za vožnju i izvedbu trikova. *Parkeri* su profesionalci. Radi se o najambicioznijim vozačima kojima je cilj unovčiti svoj sport i živjeti isključivo od BMX-a. Kasnije će s više primjera biti pokazano kako je u BMX-u u Hrvatskoj nemoguće unovčiti sport isključivo preko sponzora, pa možemo tvrditi da su *parkeri* morali napustiti izvorne vrijednosti sporta i ozbiljnije pristupiti vožnji. Isključivo *dirt* vozača u Hrvatskoj je jako malo. Većina sudionika scene tako je počela s

¹³ Slabići

bavljenjem BMX-om, „kopajući skokove“ u vlastitom ili tuđem dvorištu. Danas vozači često posjećuju nedavno izgrađeni *dirt park* „Jazbina trails“. Taj *jam* okuplja BMX i MTB vozače Zagreba i okolice. Naposljetku, svega nekoliko *flatland* vozača na sceni smatra se „šminkerima“. Oni također ne odolijevaju procesima komercijalizacije i komodifikacije s obzirom na to da je njihov stil vožnje onaj koji je atraktivan za reklame i talent *showove* (s obzirom na to da zahtijeva najmanje opreme i prostora).

Ovo istraživanje pokazalo je razlike između *lifestyle* sportova i *mainstream* sportova. Promatranje sa sudjelovanjem pokazalo je da sudionici istraživanja često razgovaraju o tome zašto voze BMX. Upravo navedene karakteristike, nedostatak tipične kompetitivnosti i vanjske regulacije sporta njihova su motivacija za bavljenje upravo ovim sportom. Na manjoj sceni kao što je naša te su razlike naglašenije nego u sličnim istraživanjima većih (primjerice američke) scena.

5.2 „To je taj vibe, to je taj feel“

Glavna hipoteza ovog rada pretpostavila je da mladi ljudi koriste BMX bicikl u stvaranju identiteta i životnog stila. Istraživanjem je bilo posebno važno utvrditi prolaze li sudionici ove BMX scene kroz process supkulturalizacije. Kako Krnić i Perasović (2013:25) kažu: „supkultura je konkretan akter i simbolička struktura“, a ovom temom pokazat ćemo zašto BMX scena odgovara ovoj definiciji. supkultura implicira prepoznatljivu društvenu strukturu, jedinstven set zajedničkih vrijednosti i uvjerenja, jedinstven žargon, ritual i načine simboličkog izražavanja (Hebdige, 1979). Grupni identitet sudionika supkulture vozača *freestyle* BMX-a obilježen je nizom simbola, od odjeće i opreme koju koriste do ukusa za glazbu. Beal i Wilson (2004) naglašavaju kako sudionici svakog *lifestyle* sporta pokazuju stabilno, jednako razumijevanje supkulture, odnosno statusa i identiteta.

Metoda promatranje sa sudjelovanjem pokazala je koliko je važna vizualna ekspresija, a zatim i međusobne podjele kojima su uzroci ponajprije stil, glazba kao odrednica stila te karakterističan sleng. Sudionici lokalne BMX scene prepoznatljiviji su po svom stilu odijevanja. Iako ne mare pretjerano za izgled, barem tako tvrde, većinu se uvijek može vidjeti u tenisicama jednog od brandova *skate* obuće, uskim trapericama i majici nekog BMX branda (sve češće lokalnih, manjih brandova). Svi su tetovirani, većina ima *piercing*, a često nose kape i nakit. Gotovo svi sugovornici misle kako *mainstream* javnost često ne može prepoznati o kojem stilu

je točno riječ, osim kada akteri uz sebe imaju bicikl ili *skateboard*. Svjesni su da većina javnosti njihov stil percipira kao „skejterski” iako su oni zapravo BMX-eri, no ne iskazuju da im to smeta.

Sudionike smo u intervjuu zamolili da opišu jednog stereotipnog BMX vozača:

„...neke šuze Nike, Etnies, SB, Adidas skate, šta ja znam. Tamne hlače, majicu vezanu za bajk, Vans ili nešto. Možda ima kapu. Zapravo uvijek ih možeš prepoznat po tome kako su obučeni. Možda nećeš znat' je l' skejter ili BMX-er, ali prepoznaš“ (2)

U svojim počecima, vozači su odjećom imitirali poznate svjetske BMX-ere. Dugi niz godina Etnies je tvrtka koja sponzorira profesionalne *lifestyle* sportaše, a upravo je ta firma najpoželjniji brend za sponzorstvo među našim sudionicima. Promatranjem je uočeno koji odjevni stil njeguju vozači, a intervjuima je potvrđeno:

„...patike firme koje suportaju bajk, ko Etnies, malo šira majica, ja vozim da mi nisu gola leđa u manualu¹⁴. Neki vole izgledat ko pro rajder¹⁵. Ja nisam nikad imao nekog idola, od svih po malo.“ (3)

„Baš me briga, to je nekako dio mene. Kad sam ušo u to, u BMX-u furaš Nike SB, Vansice, uske hlače, pa ostane kad odrasteš.“ (4)

Još jedan element koji smo istraživali, a obilježava stil naših sudionika, jest glazba koju slušaju. Zanimalo nas je koliko im je važna, koliko kroz glazbu grade stil i je li neka posebna vrsta glazbe dio identiteta ovih grupa. Pokazalo se da ne postoji jedinstven odgovor na pitanje što slušaju, nego je na sceni prisutno i prihvaćeno nekoliko žanrova. Promatranjem sa sudjelovanjem primijećeno je da se često puštaju *reagge*, *trip-hop* i *hip-hop*, a većina sudionika istaknula je američki *trap* kao nešto što često slušaju.

„A šta se glazbe tiče, nema pravila. Definitivno će ekstremni sportaši naginjat' alternativnoj glazbi. A i način druženja je specifičan za ekstremne sportaše. Al to ide iz toga što su ekstremni sportaši slobodniji.“ (2)

¹⁴ Vožnja na prednjem kotaču

¹⁵ Profesionalni vozač

Vožnja je glavni ritual za bajkere. Vožnja za BMX-ere ima najveću važnost i jedan je od osnovnih razloga bavljenja ovom aktivnošću, daleko bitniji od natjecanja. Vozači voze na ulici ili u *skate* parku. Pokazali smo da akteri koji se bave *street* BMX-om ulicu smatraju ishodišnim mjestom svojih aktivnosti pa *street session* (vožnju na ulici, van *skate* parka) smatraju najvažnijim te time održavaju izvorne vrijednosti tog sporta – zabavu i užitak. *Park* vozači voze se isključivo u *skate* parku, što je i logično jer svoje trikove ne mogu vježbati bez uvjeta koje ima samo *skate* park.

Marihuanu i alkohol kao dio scene i njenu prisutnost u ritualu vožnje istaknuli su brojni sugovornici. Tipičan dan opisuje sudionik (4), videograf i fotograf, bivši vozač:

„Prođiramo se, kad se krene ozbiljno snimat', vadim kameru i tražim kut. Svi smo sretni, odemo kupit' piva, sjednemo, prejeben dan i to je to.“

Na sličan način govori i sudionik (5):

„To je „core¹⁶“ BMX-a, nać' se, zezat', vozimo zajedno, družimo se, napijemo i zabavimo, od tu je sve krenulo“ (5)

U uvodnom dijelu objasnili smo kako je upotreba droga i alkohola dio *lifestyle* sportova diljem svijeta. Tome u prilog ide činjenica da se na najvećem svjetskom natjecanju u ovim sportovima ne vrši doping kontrola, za razliku od primjerice Olimpijskih igara. Upotreba droga nešto je što sudionici vide kao dio svog životnog stila, kao i ono što ih razdvaja od ostalih, tradicionalnih sportova:

„Dio lifestylea je pušenje trave...Baš zbog toga su specifični i dobri ti sportovi“ (1)

„Ti ako igraš u Dinamu, ti ne možeš pušit travu, možda i želiš, ali ne smiješ. Profesionalni sportovi su uvjetovani pravilima.“(9)

Dubreta (2005) navodi kako pušenje marihuane ne manifestira bijeg ni simbolički otpor, nego je kontinuirano ugrađivano u pluralizaciju stilova mladih kao jasno prepoznatljivu

¹⁶ Srž

modernizacijsku naznaku u razvoju društva. Utoliko je pušenje „suputnik u brijanju“ kao terminu kojim se izražavaju različiti oblici ekspresivnosti, od hedonističkih do stvaralačkih, dominantnoj kulturi jednako neprobavljivih. Mnogi su sudionici izrazili negodovanje zbog etiketiranja scene (narkomani i klošari) ili omalovažavanja bavljenja njihovim sportom (dječji bicikl). Svjesni su da dio njihovih rituala sredina doživljava kao devijantne, ali ih smeta što se time prekriva sportski sadržaj koji razumiju ljudi u inozemstvu, ali ne i kod nas. Ova percepcija jednim je dijelom u vezi i sa činjenicom da je u hrvatskom društvu i pravni okvir kriminalizacije kanabisa pogodovao konzervativnim interpretacijama i percepcijama aktera koji su povezani s njegovom konzumacijom. U mnogim zapadnim zemljama postoji i liberalniji pravni okvir (u kojem male količine nisu ilegalne) i liberalnija kulturna klima u kojoj ne dolazi do etiketiranja na način kao u hrvatskom kontekstu. Na sličnom tragu su bavljenje BMX-om doživjeli i roditelji sudionika scene. Osim loše slike o „bajkerima“, najčešći spomenuti razlog roditeljske brige i zabrana bavljenja ovim sportom jesu ozljede. Većini sudionika roditelji su u nekom razdoblju iskazali nezadovoljstvo činjenicom da im se dijete bavi BMX-om, međutim, svi se slažu da su roditelji promijenili mišljenje do njihove odrasle dobi.

Još jedno obilježje supkulture je specifičan sleng. Iako se većina riječi s kojima smo se susreli i za njih potražili objašnjenja od aktera tiče tzv. kodiranog jezika kojim se nazivaju pojedini trikovi, elementi trika ili prepreke koje preskaču, bajkeri koriste određene izraze kako bi opisali kako se osjećaju ili koliko im se nešto sviđa. Tako, primjerice, postoje sljedeći nazivi: *jump* (skakaonica), *box* (element koji se preskače u *skate* parku), *rejl* (rukohvat na koji skaču pri izvođenju trikova). Iako nisu svi sudionici iz istog grada, većina je u Zagreb došla na studij ili u potrazi za poslom, svi se slično izražavaju, upotrebljavaju mnogo stranih riječi od kojih su najčešće: *vibe* (dobar osjećaj), *core* (izvorno), *lifestyle* (životni stil) i *sick* (bolesno), a od hrvatskih riječi često koriste: „bolesno“ i „jebeno“ kako bi opisali nešto što im se jako sviđa.

Ono što je važno istaknuti kao zajedničko obilježje ove scene jest specifična motivacija za odabir BMX-a kao aktivnosti kojom se bave. Svi sudionici intervjua naglasili su kako voze bicikl isključivo iz ljubavi, ne očekujući ništa. S obzirom na to da se radi o iznimno teškoj aktivnosti u kojoj su ozljede vrlo česte i neizbježne, zanimljivo je vidjeti koliko vozača odabire BMX svjesni da od toga sporta vjerojatno neće živjeti, a moraju provesti jako puno vremena na biciklu savladavajući nove trikove.

„Vozim skroz iz gušta. Nisam nikad ozbiljno razmišljao o odustajanju, ali kad ne vozim dugo, znam promislit' zašto se uopće vozim. Ali kad opet stanem na bajk, skužim to je to, baš je passion¹⁷. To nije sport u kojem samo tako uspjeti, moraš ga voljeti. Ne gledamo novac, bitno da nam je dobro, da je vajib. Malo nas je i držimo se svi zajedno. Vjerujem da je u drugim sportovima to drugačije, masu ih je. Mi smo međusobno različiti, ali imamo tu neku crtu, želju za adrenalinom i nečim ekstremnim, to nas povezuje. Svi koji voze su mi frendovi.“ (7)

Kroz dnevničke zapise i intervjue nekoliko je puta spomenuta kreativnost kao jedno od temeljnih obilježja BMX-a i razlog zbog kojeg su vozači izabrali bavljenje baš ovim sportom.

„U nogometu imaš balon i šutaj ga, BMX je svaki dan neka inovacija“ (4)

Posebice *street* vozači naglašavaju važnost vlastite kreativnosti i stila u vožnji. Smatraju da je to ono što vozača čini dobrim i što ga ističe iz mase. Iako BMX natjecanja, pogotovo ona veća, imaju stroga pravila i zna se koji trikovi prolaze bolje od drugih, sudionici iskustveno tvrde da zanimljiv stil uvijek bude primijećen od ostalih vozača, ali i od sudaca. Jedan od najboljih hrvatskih *street* vozača naglasio je kako će njegova vožnja biti primijećena i adekvatno nagrađena bez obzira na to što ne izvodi elemente koji se boduju visokim ocjenama kao neki iz *park* kategorije. Iz dnevničkog zapisa (29.9.2019.):

„U Hrvatskoj je scena mala, ali ima super vozača. Vani ima ljudi koji brutalno voze. Ali ni'ko ih ne cijeni, nema vajba. Ja mogu lošije vozit', ali uvijek ću bolje proć' na jamu nego drugi, ljudi cijene taj stil i vajb.“ (19)

Važan faktor kad govorimo o identitetu je rod. Promatranjem sa sudjelovanjem uočili smo da nema vozačica na hrvatskoj BMX sceni, pa su svi naši sugovornici bili muškarci. Oni su govorili kako je takva situacija od samih početaka ovih aktivnosti u Zagrebu, ali smatraju kako se time ne pokazuje dominacija muškaraca, nego da djevojke nisu pokazivale zanimanje za bavljenje ovim sportom, vjerojatno jer je fizički jako zahtjevan. Govorili su da znatan broj djevojaka sudjeluje u druženjima, odlasku na različite događaje, to jest – sudjeluju na marginama scene, ali vozačica BMX-a nema.

¹⁷ Strast

“Nema ih kod nas, ali zašto ne, ako se time želi baviti, nek' se bavi. Ima žena koje voze park bolje od mene i svih. Ma kul bi mi bilo i da moja cura vozi BMX, zašto ne.” (7)

“Ja bi' uključio žene jer one doprinose toplini i atmosferi svakog sporta. To je dosta bitno!” (1)

U uvodnom dijelu pokušali smo dati perspektivu žena u *lifesyle* sportovima. Na pitanje zašto žene nisu ravnopravne u svim poslovima, pa tako i u sportu, teško je dati jasan odgovor, ali iz perpektive sudionika ove scene razlog leži najviše u fizičkim predispozicijama:

„Ja bi' volio da moja cura vozi bilo šta, ha ha. Mislim da je to super. Možda je rolanje za njih bolje, ovo je stvarno fizički teško. Ali nema diskriminacije.” (9).

„Žene su generalno malo slabije i teško im je. Park još da, treba znat izletit', ali street je samo snaga. Razina je niža, ali mijenja se. Imaš žensku iz Amerike, Hannah nešto, radi čuda ženska. Mislim, izgleda k'o ja, mrcina je, ali trga!” (2)

Sudionici istraživanja tvrde da bi voljeli da se više žena uključi u BMX. Argumentacija koja naglašava spolne, biološke razlike između muškaraca i žena (fizičku snagu i sl.) ona je koja se i u ovom sportu koristi kao opravdanje za rodnu neravnopravnost. Možemo primjetiti kako smatraju da je BMX „muški sport” za koji je potrebna snaga, hrabrost i odvažnost.

“Vani ima ženski, ali nije to baš tak'. Nije baš ženski sport, ne želim da glupo zvuči. Uvijek se nađe. Ak' vole to, nek' voze.” (13)

Iako deklarativno podržavaju ulazak žena na scenu, pitanje je koliko su akteri spremni, zbog predrasuda i stereotipa utisnutih rodnom socijalizacijom, aktivno sudjelovati u otvaranju scene ženama vozačicama/sportašicama.

Kad kaže: *„izgleda ko ja, mrcina je, ali trga”*, jasno pokazuje čvrste stereotipe o tome što je ženstveno i kako žena treba izgledati. I u ovom sportu stereotipi se manifestiraju u binarnom shvaćanju sporta kao dominantno muškog područja, fizička dominacija i snaga poželjne su muške, a ne ženske osobine, što unatoč otvorenosti spram drugih i drugačijih govori u prilog rodnoj neravnopravnosti. Iako u teoriji BMX (i ostali *lifestyle* sportovi) pružaju mogućnost ponovnog pregovaranja o rodnim identitetima, tradicionalne strukture društvene i kulturne

moći i nejednakosti nastavljaju se reproducirati unutar njih. Pojavni progresivni elementi u sportskim kulturama ograničeni su dominantnim elementima.

Glavna tema i temeljno istraživačko pitanje ove disertacije tiče se utjecaja vožnje BMX bicikla na izgradnju identiteta i životnog stila sudionika. Ova se tema spontano prožela svakim intervjuom i bez iznimke sudionici spominju kako je upravo BMX bio najvažniji faktor njihovog odgoja i oblikovanja u osobe koje su danas. Istraživanje je potvrdilo da je bez sumnje vožnja BMX-a izgradila poseban identitet vozačima i da žive specifičan životni stil koji su kreirali kroz vožnju bicikla. Na tragu rečenog potvrđujemo da se radi o sportskog supkulturi. Prvo istraživačko pitanja koje smo postavili prilikom postavljanja istraživanja bilo je: „Koji su oblici korištenja BMX-a u svakodnevnom životu i eventualnoj izgradnji životnog stila i identiteta?” Ovo poglavlje dijelom je odgovorilo na navedeno istraživačko pitanje. Vožnja BMX-a iz perspektive aktera najvažniji je faktor u izgradnji njihovog identiteta. Kod svih sudionika prisutno je postavljanje BMX-a u središte vlastitih strasti, preokupacija i zadovoljstva.

5.3. „Da nema BMX-a, ne bi bilo ni mene“

U ovom poglavlju zanimalo nas je kako su se sudionici počeli baviti ovim sportom, što ih je zadržalo u sportu i što im je sport značio tijekom odrastanje. Tijekom prepričavanja svojih početaka u sportu, svaki je sudionik naglasio koliko mu je važno bilo specifično razumijevanje na koje je naišao u *skate* parku i koliko mu je vožnja bicikla pomogla u razvoju samopouzdanja i osjećaja prihvaćenosti u društvu tijekom odrastanja. Navedeno potvrđuje citat iz intervjua jednog vozača:

„Cijeli dan mi je bio BMX, gledao sam videe, u skate parku smo se vozili, zezancija ovo – ono, skupa bi išli doma, pa opet avantura, bježanje od policije ako nemaš svjetla i to, svidjelo mi se. Svi su u skate parku dobrodošli. Znaš kak' u školi te ne'ko i maltretira i to, na skate parku je svako prihvaćen. Ja sam k'o klinac mislio da me neće prihvatit', strah me bilo ić' na skate park, ali nije tak', uvijek je društvo svih prihvaćalo.“ (3)

Nadalje, vozači prepričavaju kako su se u *skate* parku osjećali dobrodošlo od strane „starosjedioca“:

„Ali taj feeling¹⁸ kad ne klikneš s nikim... Jedino di sam imao feeling da sam doma je bio skate park. Dođeš i čovjek od 25 godina se druži s djetetom od 12. Uvijek stariji zajebavaju klince, bullying. U skate parku toga nema, svi smo ko neki veliki razred. Od 5 do 30 godina, i nema bulija¹⁹, izgradi te to kao čovjeka, jer se od malih nogu socijaliziraš s toliko različitih ljudi. Različiti profili gdje se možeš usuditi reći što želiš i nećeš biti ušutkan.“ (5)

S navedenim se slaže i sudionik 4:

„Bilo mi je glupo sam, bili su uvijek svi stariji, ali morao sam se upoznati s njima. Ali na sreću, prihvatili su me. Mislim da me ni jedno društvo nije prihvatilo ko oni. Tak' je krenulo, svaki dan zajebancija. Ali tek nakon te ozljede noge smo se baš počeli družiti. To me nekako preokrenulo...vjerojatno su se sažalili, ha ha ha.“

Sve ono što su istraživanja pokazala da razlikuje BMX (i ostale srodne sportove) od tradicionalnih, upravo je ono zbog čega su se sudionici ovog istraživanja zadržali u sportu. U intervjuima naglašavaju koliko je za njih važna ekipa, način druženja, a pogotovo drugačija vrsta kompetitivnosti. Vozači se vole natjecati, ali ne jedni protiv drugih, već protiv „starog“ sebe. Važno im je savladati novu vještinu, a ne biti bolji od ostalih. Sljedeći citat govori u prilog tome:

„Kad me netko pita zašto vozim BMX. Ne vozim da budem bolji ili ne znam ja šta, prvenstveno vozim zbog prijatelja, zbog te cijele zajednice, kad trebam nekom opisat' taj sport, to je sport u kojem vlada neko ogromno poštovanje, nema nikakve ljubomore i zavisti, svi dižu jedni druge i rastu jedni s drugima. Mi se možemo natjecat' između sebe, ali to je zdravo natjecanje u kojem ćemo mi zajedno rast', a ne gdje će ne'ko bit' u egomanijačkom tripu. Znači prvenstveno vozim zbog prijatelja.“ (9)

U ovom sportu kažu da su pronašli svoje istomišljenike s kojima se slažu oko pogleda na svijet i s kojima dijele puno više od same aktivnosti kojom se bave. Ovaj nalaz upućuje na to da se radi o sportskoj supkulturi koja dijeli zajednički etos, jedinstven žargon, rituale i načine simboličkog izražavanja.

¹⁸ Osjećaj

¹⁹ Nasilnika

„Počeo sam upoznavat' ljude u čijem mi je društvu bilo lijepo, zbog toga sam ostao. Na početku, imaš satisfakciju od trika, ali to nije dovoljno. Druženje, ljudi, ekipa, to te privlači u taj svijet. Ja sam se s tim ljudima našao na istoj stranici, istom razmišljanju, kliknuli smo. Da su ostali samo negativni o kojima sam ti pričao, ja bi' prestao. Određeni tipovi ljudi se skupljaju oko određenih stvari.“ (8)

Svi se slažu da je BMX najviše ono što ih je izgradilo i odgojilo. Neki akteri tvrde da je vožnja bicikla i boravak u *skate* parku više utjecao na formiranje njihovog identiteta i ponašanja od roditelja ili škole:

„Ali to me spasilo. Da nije bilo BMX-a i tog društva, ne bi bilo ni mene. Više sam naučio u parku nego u školi, to je sigurno. Kad mi ne'ko kaže kako sam dobro odgojen, tu mi nemaju zaslugu starci. 90% vremena sam bio u parku.“ (10)

Jedna od odrednica *lifestyle* sportova je njihova individualnost. U intervjuima su nam vozači ispričali da su u svojim počecima vozili sami i da im to nikad nije bio problem jer im je bicikl pružao kanal kroz koji su mogli izraziti svoju kreativnost i ispuniti ciljeve koje su si zadali:

„To me izgradilo. Sam sam se htio vozit', padnem, boli me, ali ne odustajem, želio sam više. Taj neki osjećaj koji ganjam.“ (2)

„Ne znam, uvijek mi je bio „place²⁰“ za sebe, mogu se ić' izvozit' što god da bude, ako sam pod stresom ili nešto, uvijek je tu, ne znam.“ (6)

Kasnije, kada su postali dijelom scene, druženja i zajednička putovanja postala su ono što ih je zadržalo uz BMX.

„BMX je masu važan dio mene. Definitivno me BMX odgojio. To sam što jesam zbog BMX-a. Na početku baš bajk, moj stav prema BMX-u, vozio sam sam. A kasnije putovanja, ekipa, onda i taj dio“.(7)

²⁰ Mjesto

Sudionici su sami spontano izrazili što su naučili vožnjom BMX-a, bez da su dobili to pitanje. Naglašavaju životne lekcije koje nadilaze sam sport.

„Da ništa u životu ne ide bez truda, rada i odricanja. Što se tiče rizika, ne možeš ići po strani, moraš nekad probijati' granice. Ali ako granicu probiješ previše, dobit ćeš po glavi. Moraš granice probijati' malo po malo. Nikad ne smiješ ignorirati' slabije od sebe. Naučilo me da moramo pomagati' jedni drugima.“ (4)

Ova je tema u intervjuima zauzela poprilično puno prostora, a pokazala je vrlo zanimljive rezultate. Svi sudionici proučavane BMX scene vožnju su započeli sami ili s uskim krugom prijatelja u svom rodnom gradu uviđajući da im je zabavno biciklom preskakati neke predmete ili prepreke. Bez podrške roditelja, trenera ili nekog trećeg, učili su tu novu vještinu pokušavajući prekopirati nekog stranog vozača. Jedan je sudionik sin *motocross* vozača, pa je imao u startu veću podršku svog oca, ali roditelji ostalih nisu pokazivali interes za njihovu novu strast. Dapače, sudionici izvještavaju da su roditelji često izražavali strah od ozljeda i brigu jer im se to činilo kao gubljenje vremena. Nemamo podatak koliki je broj dječaka zbog ovih razloga odustao od vožnje BMX-a, ali zanimljivo je primijetiti motivaciju naših sudionika za nastavkom bavljenja sportom za koji nisu imali nikakav podržavajući sistem ni vanjsku nagradu. Svi sudionici naglasili su važnost društva kojim su bili okruženi vozeći BMX. Tvrde kako ih je to društvo bezuvjetno prihvatilo bez obzira na razlike ili godine i kako im je pomoglo u izgradnji identiteta i samopouzdanja, kako u samoj vožnji, tako i u životu.

5.4. „Vidi njega što vozi dječji bicikl“

Jedna od tema u polustrukturiranim intervjuima bila je vanjska percepcija sporta, što podrazumijeva stavove okoline o BMX-u. Kako smo prethodno ustvrdili, BMX kao mali i relativno novi sport u Hrvatskoj nije medijski zastupljen. Većina vozača smatra da je medijska pokrivenost njihovog sporta nedovoljna, a i ovo malo što se piše, nije način na koji bi oni voljeli da ih se predstavlja:

„Moralo bi se više o tome pisati' na pravi način... Trebalo bi se kontrolirati kako mediji pišu. Treba se istaknut' dobra ekipa, ljudi, a ne trikovi, adrenalin i ludost. Salto i kaciga. Jebeno što sad uopće pišu o Rantešu [najboljem vozaču u Hrvatskoj], ali to je nekakav preretardiran

način za predstavljat BMX. True²¹ BMX nitko 'ko ima veze s medijima neće htjet' predstaviti'“.
(1)

Slaže se i sudionik 4:

„Šta ja znam, Modrić osvoji zlatnu loptu, ljudi misle vau, on je Hrvat. Ranteš osvoji svjetski kup, jebe se ljudima. On njima vozi dječji bicikl.“ (4)

Jasno im je zašto je to tako. U BMX-u, posebice u Hrvatskoj, ne kolaju novci kao u sportovima poput nogometa ili tenisa. Osim objektivnih razloga, smatraju da se gledateljima puno teže poistovjetiti s „ekstremnim“ sportašima i da s takvim sportovima u životu većina ima manje kontakta.

„BMX je tak' mali sport, ekstreman je, nije toliko popularan, ljudi ne znaju praktički niš' o njemu, možda vide nekoga i misle si kul ovo – ono, ali ne mogu se baš poistovjetiti s tobom, dok recimo rukomet igraš u školi, stalno ga vidiš na TV-u i onda normalno da je popularnije, više je sponzora, možeš se kladit' na te sportove, vrti se lova, a u BMX-u nema toga.“ (3)

Svjesni su da se njihova scena često povezuje s „klošarenjem“. Ovaj termin ukazuje na imidž BMX sportaša u Zagrebu i njihovu percepciju u društvu. Doslovan prijevod riječi „klošar“ s francuskog je – beskućnik. Naši sudionici ovaj termin često sami koriste, što je interesantno jer su oni svojevrsni „sportski beskućnici“. Kako smo prethodno pisali opisujući rituale ove scene, druženje na klupama oko *skate* parka, alkohol, cigarete i marihuana dio su životnog stila sudionika ove scene. Površno gledajući, ne čine se kao sportaši i prolaznici donose zaključke na temelju toga. Ljudi, barem na ovim prostorima, nemaju gdje vidjeti drugu sliku BMX-a.

Sudionik 3 kaže:

„Problem predstavljanja tih ekstremnih sportova je, recimo, puši se trava, dosta. Glupo mi je eksponiranje toga. Recimo Ziggy, kaj rizle imaju raditi u sportu. Kakve to veze ima, glupo mi je što su BMX i ti sportovi malo klošarski. Zna se događat' da starci s klincima odu na skate

²¹ Istinski

park i vide tam' neke koji puše travu i ne'sh dofurat' dijete kasnije jer misliš da će ga povuće' ekipa.“

Sláže se i sudionik 8 koji je odrastao u drugom gradu:

„Prije 5 godina, kad netko vidi klinca na bajku, droga, alkohol, trava, kao i skejteri. Ta neka supkultura koja je u svim mogućim medijima tako prikazana, nažalost. Danas već kako je Internet prezasićen kontentom²², ljudi shvaćaju da je to sport. Kod nas ne toliko, ali vani shvaćaju. Dan danas sretnem čovjeka u liftu koji me pita što ja vozim taj dječji bicikl.“

Zanimalo nas je kako na njihovu aktivnost gledaju roditelji, profesori, ali i slučajni prolaznici. Odgovori koje smo dobili poprilično su homogeni. Skoro svi sudionici tvrde da okolina nema dovoljno informacija o sportu, a primarno se fokusiraju na opasnost od ozljeda i moguć negativni utjecaj društva. Roditelji aktera BMX scene koju smo promatrali nisu odmah podržavali bavljenje ovim sportom. Neki sudionici govore o tome kako su im često branili vožnju te ih stavljali u kaznu, međutim nije ih to spriječilo da se bave BMX-om.

„U početku je bilo: ostavi se bajka, nemoj vozit', zaključavanje bicikla, skrivanje bajka, ucjene, kazne, ali jebiga, kad nešto voliš, ništa te ne može spriječiti.“ (5)

„Na početku su reagirali jako loše. Zbog toga sam odustao od nogometa. Shvatili su da me to ne zanima. Kad bi me stavili u kaznu, kao ne smiješ ići na nogomet, meni bi bilo svejedno. Kao ok, ne moram, imam bajk“. (7)

Svjesni su kako su starijim generacijama bliži sportovi poput košarke ili rukometa. Poznatiji su im, znaju više ljudi koji se njima bave i imaju *a priori* pozitivan stav prema njima. S druge strane, *lifestyle* sportovi nastali su na ulici, alkohol i lake droge dio su životnog stila, pa izgledaju nedovoljno ozbiljno.

„Roditelji se više okreću tim tipičnim, općeprihvaćenim sportovima baš iz razloga što, zbog one pretpostavke, gle ovaj nogometaš ili rukometaš je dobar, on je dobar dečko, a postoji dosta loših priča o BMX-erima, skejterima, snowboarderima...“ (10)

²² Sadržajem

Gotovo su svi istaknuli kako postoje dvije percepcije šire javnosti. S jedne su strane prolaznici koji su zainteresirani za to čime se bave te im daju podršku, a u drugim situacijama prolaznici ili stanari okolnih zgrada smatraju ih krivcima za devastaciju prostora i stvaranje buke. Iskustva vozača sa stavovima slučajnih prolaznika potvrđuju prethodno spomenuto. *Street* vozači najčešće su doživljeni kao delikventi. Ljudi vide njihovu vožnju kao uništavanje javne ili privatne imovine, a ne kao sport.

„Babe dok gledaju streetere to gledaju ko vandalizam, ali njima je ulica playground”²³
(11)

„Ima ljudi koji će reć' bravo, svaka čast na trudu, ali ima ljudi koji to vide kao vandalizam, jer smo pretežito vozili street. Tjerali su nas od tamo gdje bi vozili. A mogu to skužit', što sam stariji, kužim da grajndanje²⁴ po zidiću od mramora koji pukne da je to vandalizam. Mislím mene boli briga, ja sam platio porez za to, ha ha.” (7)

Sudionici ove BMX scene većinom su studenti ili su završili studij. Smatraju da ih šira javnost na neki način još više osuđuje s obzirom na godine ili akademski stupanj:

„Ljudi to ne razumiju, vide to ko neki vandalizam, to je iskrivljena slika apsolutno. Valjda to tako vide jer kod nas nema skejt parkova, moramo bit' po ulicama da bi' nešto naučili. Najčešći komentar je vidi ovog idiota od 24 godine na malom biciklu.” (9)

„Čim ja guram bicikl, misle vidi majmuna, budući doktor dentalne medicine s ovim malim biciklom. A ja ne bi' bio tu da nema BMX-a.” (8)

Ovo poglavlje pokazalo je najčešću vanjsku percepciju BMX-a u Hrvatskoj, onu negativnu. Ipak, postoje i drugačiji primjeri. Majka našega najpoznatijeg vozača poznata je kao njegova najveća navijačica. Od malih ga nogu prati na sva natjecanja, vozi u zatvorene *skate* parkove kako bi mogao trenirati i zapravo je postala dijelom scene. U Osijeku je izgrađen kvalitetan *skate* park za potrebe održavanja *Pannonian Challengea* koji je uvijek posjećen od strane brojnih građana, pa se vidi kako je u tom gradu BMX nešto poznatija priča. Posljednje dvije godine u Osijeku su organizirane škole BMX-a za djecu. Pohađa ih preko 30 dječaka, od kojih

²³ Igralište

²⁴ Vožnja po rubu nekog objekta ili po rukohvatu

najmlađi ima tek tri godine. Na BMX treninge djecu prate roditelji koji postaju sve uključeni u sport u kojem donedavno pojmovi „trener“ ili „trening“ nisu postojali. Iako ove promjene pridonose stvaranju bolje slike o BMX-u i njegovoj sve većoj prepoznatljivosti, iz perspektive vozača utječu negativno na pravi smjer razvoja sporta. Sve je ovo primjer upletenosti komercijalizacije u *lifestyle* sportove, a više će biti obrazloženo kroz sljedećih nekoliko tema.

5.5. „Od BMX-a rade nogomet“

Godina 2021. godina bila je vrlo važna za *lifestyle* sportove jer je to godina kad su se mnogi od njih uključili u program ljetnih Olimpijskih igara. U ovoj ćemo disertaciji opširno pisati o benefitima i manama ovog procesa te percepciji samih aktera o njima. Ono što popularizacija sporta, koja je neminovna kad sport postane olimpijski, zasigurno donosi jest interes sponzora za taj sport, odnosno sportaše. Sponzori, povećanje moguće zarade od vožnje i povećan interes javnosti donijeli su mnoge promjene u BMX, kako u svijetu, tako i u Hrvatskoj. Zanimljivo je primijetiti kako se scena razdvaja uslijed komercijalizacije. Jedan dio scene usmjeren je na natjecanje i uspjeh, dok je drugima na prvom mjestu dobra zabava i ono što sami nazivaju „pravim“ vrijednostima, bez obzira na postignuti uspjeh ili broj sponzora. Ono što se pokazalo ovim istraživanjem to je da su *park* vozači ovi prvi – natjecatelji, dok su *street* vozači i dalje fokusirani na druženje i zabavu. Nema sumnje da se *lifestyle* sportovi brzo razvijaju, a samim tim dolazi i do pojačanog interesa medija i velikih sponzorskih kuća. Dok neki unutar BMX supkulture kritiziraju upletenost korporacija u njihov sport, ostali naglašavaju pozitivni utjecaj komercijalizacije na pojedinca i cijelu scenu (Edwards i Corte, 2010). Unutar sporta postoje frakcije koje se zalažu za komercijalizaciju, odnosno protiv nje (Thorpe i Wheaton, 2011). Oni vozači koji kažu da su protiv komercijalizacije uglavnom su stariji vozači koji su već dugo na sceni te smatraju da je uključivanje BMX-a u natjecanja organizirana od strane tradicionalnih sportskih organizacija način prodaje alternativnih vrijednosti (Humphreys, 2003). Čini se da su mlađe generacije *freestyle* sportaša spremnije prihvatiti nove mogućnosti, a događaji poput *X Gamesa* i natjecanja u organizaciji samih vozača i dalje imaju više autentičnosti od Olimpijskih igara (Beal i Wilson, 2004; Wheaton, 2004). Možemo zaključiti da je hrvatska BMX scena nalik svjetskoj u tom pogledu:

“Pozitivna je stvar, *X Games* koliko god da je striktan ovo – ono, ne oduzima *freestyle* i slobodu, koju *OI* oduzimaju. Dio *lifestyla* je pušenje trave... Baš zbog toga su specifični i dobri ti sportovi. *X Games* to ne oduzima. Prije *X Games* nema doping testa jer 90% vozača puši

joint. X Games je to sve uzeo u obzir, dok sva UCI (FISE) natjecanja to oduzimaju. I zato gube tu true populaciju. Ova natjecateljska populacija u BMX, oni idu u OI, i neka idu. Ovi true – oni su BMX, ovi drugi nisu, oni su kao neke lutke, krivi ljudi koji izlaze samo na temelju postignuća, krivi ljudi“.(1)

„Kad gledaš cijelu BMX scenu, treš ljudi iz BMX će se odijelit' i oni će tvorit' svoju scenu, treš BMX vozača koji vole blještave rame da to svi vide, a s druge strane su ovi koji imaju sponzore, ali toliko ih ljudi poštuju zbog toga što su napravili za BMX, to je ta shema, kod nas, ne'ko te cijeni jer si dobra osoba i to je to. Nema veze kak' voziš. U BMX-u će te i sponzori uzet' ako si dobra osoba, jer šire pravi vajb, oni su hodajući promotori BMX-a, zbog tog svog pozitivnog razmišljanja i pogleda na život oni privlače ljude u to...“(1)

Postoji eksplicitna svijest o tome da BMX postaje dijelom *mainstreama*. BMX postaje sve popularniji. Ipak, ovdje ne govorimo o svim tipovima vožnje. Taj tip vožnje – *park* je natjecateljski, poput onoga viđenog na *X-games* ili *Pannonian Challengeu*. Ova vrsta je isključivo natjecateljska, a vozači se ocjenjuju na temelju tehnike, stila i dovršenosti trikova koje sastavljaju u *runovima*. Mnogi od trikova su manje – više isti, ali s dodatnim varijacijama. Na primjer, *flips*, *tailwhips*, *barspins* i *spins* četiri su glavne komponente ove vrste vožnje (kako je prije objašnjeno u poglavlju „Povijest BMX-a“). Neki popularni trikovi na natjecanjima su 360 dvostruki *tailwhip* (okretanje za 360 stupnjeva dok radite dva *tailwhipa* u zraku), dvostruki *backflip*, front *flips*, 1080 (okretanje tri potpune rotacije u zraku) i sve vrste varijacija ovih trikova sa sve većim brojem *tailwhipova* i/ili *barspinova* ubačenih kako bi se povećala razina težine trikova. Ovu vrstu vožnje naši sudionici smatraju *mainstreamom*. Na primjer:

„Imam jednu rečenicu; od BMX-a prave nogomet. Daju nam se tako stroga pravila, toliko se sve gleda, gdje ti je noga sletila, to je velika razlika. Sve manje je freestyle, sve se gleda, tko je koliko sletio, koliko leti. Svi rade iste trikove, jer ti najbolje prolaze na natjecanju. Nitko ne radi trikove u kojima najviše gušta. Prije to nije bilo tako. I ja danas vozim tako. Učim trikove koji mi se ne sviđaju, ali ako se želim time baviti, jebiga moram. Ako profesionalno želim vozit', postaje mi to posao, moraš nekad radit' nešto što ne voliš. Mainstream sportovi su oduvijek bili takvi, određeno vrijeme, određena pravila. BMX se mijenja. Sad je sve manje razlike, pa dresove su nam obukli. Prije su vozači vozili u onom u čemu im je ugodno, danas nosiš dres.“ (5)

Na sličan način i sudionik pod brojem 7 govori o *mainstreamu* u BMX-u:

„Park mi je k'o nogomet. Više je sport. Imaš sprave i trikove i mo'š ih birat', ali na streetu je više mašta. Elementi nisu stvoreni da budu elementi.“ (7)

Kako je prethodno spomenuto, na Olimpijske igre 2021. uvrštena je *park* disciplina *freestyle* BMX-a. Upravo u tom segmentu nailazimo na razdvajanje scene, i to između *park* i *street* vozača. Kao što je već rečeno, prema Downs (2003), za mnoge je *street* posljednji neiskorišteni oblik BMX-a i način suprotstavljanja dominantnoj kulturi. O svijesti kako je unutar BMX-a došlo do diferencijacije koja je posljedica komercijalizacije BMX-a, a time i standardizacije *parkera* i njihova rada i sudjelovanja na natjecanjima što dio ljudi sa scene smatra izdajom ili prodajom:

“Streeteri žele ić' vani i nalazit' nešto novo. Sve šta vidiš ti je nešto novo za probat'. Parkeri dolaze i znaju šta će radit'. Street je baš true BMX, nikad ne znaš šta te čeka kad putuješ. A skate park znaš kako izgleda. Parkeri su pičkice, streeteri su tvrdi, preskače 20 stepenica. Parkeri su u štitnicima, a streeteri ne. Parkeri su sportaši, streeteri su istinski đir!“ (4)

Naglašavaju kako je temeljna razlika komponenta natjecanja. Kad se sport regulira izvana, kad postoje egzaktna pravila, odnosno elementi koje sportaš mora izvesti da bi bio ocijenjen visokim brojem bodova, tada će sportaš raditi samo te elemente:

„Ima više vrsta BMX-a, ima street, i tko odabere street uglavnom ne voli natjecanja, voli snimat' videa i to, ali parkeri koji se trude oko natjecanja i trikova, to je drugi dio BMX-a. Neki to možda ne vole jer to je zapravo ponavljanje istih trikova, ali to se tak' mora. Nemreš sto trikova, radiš ono što ti je ziher²⁵. (3)

Osim natjecanja, ono što razlikuje *streetere* i *parkere* jesu sponzorstva i količina novaca koja se ulaže u sport. Dok ovi prvi uglavnom ne mogu živjeti isključivo od BMX-a, potonji su zanimljiviji sponzorima, a mogu osvojiti vrijedne nagrade i na natjecanjima. Tako je u inozemstvu i u Hrvatskoj:

²⁵ Sigurno

„On je najbolji u Hrvatskoj, bio najbolji na svijetu, a živi, ne baš posebno dobro. Ima te sponzore, al' realno to nije baš. Vani možeš, al' BMX je tak' sport, najbolji mogu si zašparat'²⁶ za život. Nije ko nogomet, tu neki može u selu igrat' i on bu si zaradil' lovu. U BMX-u nije tak', nema šanse, jedino najbolji imaju dobre ugovore, nagrade od natjecanja i tak'. Street vozači, ovi s videa, ne znam dal' si mogu osigurat' dovoljno za život.“ (12)

Rinehart (2000) ove sportove zove „ekspresivnima“ za razliku od natjecateljskih sportova koji su usmjereni prema nagradi i spektaklu, s obzirom na to da *lifestyle* sportovi gotovo nikad nisu usmjereni samo na publiku. To je argument kojim se vode naši sudionici objašnjavajući zašto nije moguće u potpunosti izvorni BMX uklopiti u kontekst Olimpijskih igara. Zanimljiva je izjava sudionika 5 koji kaže:

„BMX je freestyle, znači radiš ono što voliš kako želiš, bez da ti itko išta govori. Slobodan stil koji te oblikuje ko čovjeka. Sloboda da radiš što želiš na biciklu.“

Pokazalo se da vozači nisu jednoobrazno protiv procesa komercijalizacije, ali pokazuju zabrinutost oko toga kako je njihova aktivnost prikazana i kakav to utjecaj može imati. Mediji i procesi komercijalizacije koriste se za stvaranje raznih supkulturnih identiteta, što pomaže ilustrirati međusobno konstitutivne procese u izgradnji identiteta BMX-era. Kao što je ranije navedeno, ključne komponente *lifestyle* sportova uključuju *ne-mainstream* aspekte kreativnog senzibiliteta, predanost stvarnom procesu i individualistički stav. BMX se prvenstveno vozi „za sebe“. Vozači se bore za održavanje ovih temeljnih vrijednosti dok uživaju u legitimitetu koji proizlazi iz profesionalizacije. Iz intervjua je očito da postoje različite interpretacije koje zapravo predstavljaju složene načine na kojima vozači razgovaraju o sve većoj popularnosti svog sporta.

5.6. „Nije BMX tailwhip i barspin“

Uključivanje *freestyle* BMX-a u program ljetnih Olimpijskih igara sigurno je jedan od najvećih događaja za ovaj sport u povijesti. Olimpijske igre podrazumijevaju regulirana pravila ocjenjivanja, odijevanja i zaštite od ozljeda. Od sporta koji u samom nazivu sadrži „slobodni stil“ teško je tražiti uniformiranost i logično je za pretpostaviti da sam sport mora proći kroz

²⁶ Uštedjeti

velike promjene kako bi postao olimpijski. S obzirom na to da je u Hrvatskoj scena mala, sudionici vide prednost uključivanja *freestyle* BMX-a u program Olimpijskih igara u vidu povećanja prepoznatljivosti i popularnosti samog sporta. BMX danas nije dovoljno poznata priča u Hrvatskoj:

„Recimo, neke dvije bakice vide nas kako skačemo po zidu. Ne vide oni da mi treniramo, one vide da mi uništavamo zid, ali ako netko udara loptu u zid, onda trenira“. (1)

S druge strane, akteri uviđaju i mane spomenutog procesa, a to su „uniformiranje“ sporta, to jest mijenjanje osnovnih postavki njihovog sporta.

„BMX je freestyle, tko to može ocjenjivat'. Ako imaju zadani trik, to moraju vježbat'. To je žalosno, ali zato postaje „pravi“ sport. Što se tiče tih natjecanja, ne vidim negativnu stranu, zašto bi bilo negativno. Mijenja ga se da, ali to je kako čovjek gleda na to. Uvijek možeš na svoj način to gledat'. Bit će više mogućnosti za nadolazeće generacije. Nek' se uniformira. Uvijek će netko bit' klošar i vozit' street ko mi.“ (7)

Najveća težnja BMX vozača ovih prostora je zatvoreni *skate* park u kojem će moći voziti kad vožnja na otvorenom nije moguća. Kako bi došlo do izgradnje zatvorenog *skate* parka, odnosno većeg ulaganja gradske uprave u njihov sport, sudionici su svjesni da BMX mora postati vidljiviji, kako na svjetskoj, tako i na lokalnoj razini. Prepoznaju vrijednost uključivanja u program OI kako bi postigli svoj cilj, istovremeno svjesni kako striktna pravila ne mogu popratiti ono što BMX zapravo jest i zbog čega se oni bave upravo tim sportom. Nekoliko smo puta spomenuli razlike između *park* i *street* vozača koje se i ovdje jasno vide. *Parkeri* imaju više koristi od komercijalizacije i popularizacije BMX-a, s obzirom na to da ovise o *skate* parku kako bi vozili i trenirali. Osim toga, oni su se kroz istraživanje pokazali kao profesionalno nastrojeni te kao oni koji žele živjeti od vožnje BMX-a.

„To je dobro i pozitivno. To što ulazi na OI će otvorit' oči vlastima i izgradit će se skate parkovi i BMX škole. Ako ne postoji indoor park²⁷, nemoguće je imati školicu cijele godine.“ (9)

²⁷ Zatvoreni *skate* park

„Ne vidim ništa negativno. Mislim, BMX nije 'ko će više barspina ili tailwhipa napraviti', jer nije, ali super da ekipa koja to voli, da se ima priliku natjecati' na OI.“ (2)

Služe se i sljedeći sudionik koji vidi da bi veća vidljivost BMX-a mogla utjecati i na vanjsku percepciju sporta i samim time veću prihvaćenost među populacijom. Ipak, kao *street* vozač iskazuje razlike među pojedinim stilovima naglašavajući da njima nije važno natjecanje za razliku od *parkera* te kaže:

„Meni je to super. To je sport, nije samo strast, ušlo ili ne ušlo. Bit će više prihvaćen. Bit će sport, a ne izmišljotina. Neće starci misliti' da smo klošari i drogeraši, smatramo se još lošom ekipom. Ljudi izvan toga će ozbiljnije shvatiti'. Što se tiče nas streetera, vjerojatno će nam bit' smiješno, boli nas briga, to je zabava. Kompetitivnoj ekipi će to bit' super. Samo nek' rokaju. To im je prilika za dokazivanjem i zaradom.“ (7)

U natjecateljskom BMX-u zna se koliko se vrednuje koji trik. Svaki vozač mora uvježbati ono što se ocjenjuje visoko kako bi se mogao plasirati na Igre. Sudionici scene vide da postoje (i postojat će sve više) mladi vozači koji žele „klasični“ pristup. To podrazumijeva trenera, redoviti trening i vježbanje propisanih trikova u sigurnim uvjetima. Vozači su spremni na sve kako bi pretvorili svoj hobi u posao. BMX je nesumnjivo težak sport koji zahtijeva mnogo vježbe i odricanja, pa je shvatljivo da je nekima logično prihvatiti promjene kako bi od svog sporta zarađivali.

„Definitivno trebamo indoor park, foampit²⁸, onda spust obložen spužvom, a preko toga guma. Te stvari da imamo... vidim sad koliko brže klinci napreduju sa spužvama, meni je prije trebalo 6 mjeseci da nešto savladam..“ (5)

Wheaton (2017) u svojoj kategorizaciji *lifestyle* sportova kaže da iako je komercijalizacija proces koji se itekako upleo u *lifestyle* sportove, unutar svake skupine sportaša nailazimo na članove koji odbacuju vanjsku regulaciju i institucionalizaciju sporta. Unatoč određenim benefitima, svjesni su da stroga olimpijska pravila oduzimaju neke od osnovnih vrijednosti sporta, sam životni stil:

²⁸ Dio od spužvi u *skate* parku namijenjen uvježbavanju trikova

„Mislim da je super što je BMX na OI jer to utječe na razvoj sporta. U BMX-u kao sportu nek' postoje norme i pravila. Jer i mi ulažemo trud. Ali mislim da, koliko god da imaju OI pozitivan utjecaj, pola imaju i negativan. Zamjere ti „vajb“. Prozvat će čovjeka, odradit će svoje, i to je to. Ko ovaj što skače u dalj. Dođe, skoči, i on je čao“.(1)

Zanimalo nas je što će veliko natjecanje kao što su Olimpijske igre promijeniti u *lifestyle* sportovima. Sudionici su nam ukazali na uključivanje trenera i organiziranih treninga, testiranje na doping te strogu regulaciju trikova koji se na natjecanju izvode. Smatraju kako time BMX gubi izvorni smisao jer taj sport oduvijek obilježavaju sloboda i izostanak vanjske kontrole. Nadalje, prethodno smo pisali o ritualima na sceni te spomenuli kako se marihuana i alkohol često koriste. Posljednja rečenica iskaza u nastavku, koja je i naslov ovog poglavlja, najbolje opisuje stav vozača o navedenoj temi. Nisu samo trikovi ono što čini BMX, već je to životni stil.

„Pratim ih, drago mi je što je BMX na OI, ali od kad je priča o tome, BMX gubi taj kao izvorni, kak' bi rek'o, natjecanja nisu to što su bila. Sve ide u olimpijskom smjeru, svi treniraju, paze na prehranu, antidoping pičke materine. Ali više ljudi ulaže i trudi se. Britanija ima svoj tim, imaju trenera, idu po kampovima. Poprave ti bajk odmah, to je recimo super. Ali diže se natjecateljski mindset²⁹ koji nije taj. Jam je za scenu, a natjecanje je za uspjeh i novce. Na jam ideš za druženje i to...nije BMX tailwhip barspin“ (4)

Sportovi poput BMX-a služe kao prikladan izbor za analizu procesa komercijalizacije u sportu jer tradicionalno promiču oprečne vrijednosti i jer trenutno prolaze kroz brzu komercijalizaciju.

Nešto više od polovice komentara analiziranih u ovoj studiji naznačilo je punu potporu olimpijskom uključivanju BMX-a i bilo je više identificiranih prednosti nego nedostataka. Međutim, među onima koji izražavaju zabrinutost zbog mogućih negativnih posljedica, odgovori su bili strastveniji, a zabrinutosti su se posebno odnosile na strahove da bi olimpijsko uključivanje dovelo do „*mainstreaminga*“ BMX-a i rezultiralo time da sport odražava vrijednosti dominantnih sportskih oblika. Ispitanici su iskazali bojazan da će se izgubiti izvorne *antimainstream* vrijednosti. Olimpijsko uključivanje, sugeriraju, ugrožava kontrolu sudionika nad organizacijom i predstavljanjem sporta. Ipak, uključivanje u *mainstream* sportski svijet Olimpijskih igara je, prema iskazima, na neki način stvorilo veće mogućnosti. Može privući

²⁹ Stanje uma

nove pristaše, stvoriti potražnju za novim parkovima (posebice zatvorenih) te stvoriti klijente za tvrtke u vlasništvu vozača. BMX pruža pravodoban i relevantan laboratorij za analizu procesa komercijalizacije onih sportskih oblika usmjerenih prema sudionicima. BMX, kao i neki drugi *lifestyle* sportovi, razvio je neugodan savez s dominantnim producentima kulture, uključujući i Međunarodni olimpijski odbor i ESPN (*X Games*). Kao što ovdje analizirani iskazi pokazuju, sudionici cijene mnoge učinke *mainstreaminga* sporta, ali se opiru potpunom uključivanju BMX-a kao *mainstream* sporta.

5.7., „Čipi čips, BMX vozač, nema veze s vezom.“

U ovom dijelu podsjetit ćemo se na teorijski okvir o vrstama komercijalizacije kojim smo se vodili u istraživanju. Prema Edwards i Corte (2010) postoje tri osnovna tipa komercijalizacije: pribor (*paraphernalia*), pokret (*movement*) i masovno tržište (*mass market*). Ova tri oblika predstavljaju oblike procesa komercijalizacije koji objašnjavaju vezu *lifestyle* sporta i njegovih sudionika u smislu potrošnje. Na tom tragu, ono što nazivaju *movement* u potpunosti se nalazi unutar pokreta BMX-era, s obzirom na to da se taj oblik odnosi na tvrtke koje su u vlasništvu i direktnoj kontroli samih vozača. *Paraphernalia* se odnosi na tvrtke koje nisu u vlasništvu sudionika scene, ali prodaju opremu i dijelove potrebne za vožnju. *Mass market* oblik komercijalizacije prodaje svakodnevne proizvode (nevezane direktno uz sport) širokom tržištu, ali koriste vozače za promociju i marketing. Kako autori navode, mnogi vozači BMX-a kritiziraju i opiru se utjecaju *mass market* komercijalizacije, dok su drugi iskoristili priliku za suradnju i zaradu, osobito mlađi, talentirani vozači. Ono čemu teže stariji vozači konzumacija je proizvoda isključivo iz *movement* kategorije. Želja većine vozača BMX-a jest da stvaraju bolje proizvode, da zarađuju za život pomoću svog hobija i da se odupru uočenim negativnim učincima ostalih oblika komercijalizacije.

Iz citata našeg sudionika može se uočiti potpuno neslaganje s idejom da BMX vozač reklamira proizvode koji nemaju veze sa sportom (*mass market* oblik komercijalizacije), a što ide u prilog istraživanju prema kojem smo se vodili:

„Glupo mi je to užasno. Jebeni Čipi čips. Nemoj me jebat'. Šta čips ima s tim. Zamisli tog lika koji je to platio, bačeni novci za kurac. Čipi čips, BMX vozač, nema veze s vezom. Kome prodaješ tu priču? Zašto?“ (2)

S druge strane, iako se svi vozači slažu da bi bilo idealno da mogu samo voziti i živjeti od toga, stvarnost nije takva. Kako bi ipak svoj sport unovčili, bolji i ambiciozniji vozači moraju prihvatiti sponzorstva velikih kompanija koja samo naizgled ulažu u scenu, ali svakome tko dublje sagleda problematiku komercijalizacije u *lifestyle* sportu, jasno je da samo koriste sportaše za svoju propagandu i novac. Jedan sportaš izjavio je sljedeće:

„Kad sam bio u Red Bullu na razgovoru, pričali smo o tom ispijanju Red Bulla, i kasnije si mislim: „je l' ja uopće želim to?“ Energetska pića su najveći otrov. A ja za novce trebam djeci govoriti da to piju. A ako ne radim to, morat ću za novce radit' nešto drugo što ne volim. Doslovno trebaš prodat' dušu. Imam baš te moralne dileme. Sanjaš to kao klinac, a kad ti dođe. Ali, radije bi zaradio 10 000 kn od Red Bulla, nego da radim u trgovini. Mislim se, ja ću te novce zaraditi u parku.“ (5)

Hrvatski vozači cijene strane kolege koji vraćaju sceni i koji podržavaju temeljne vrijednosti BMX-a svojim postupcima i izjavama. U poglavlju o komercijalizaciji razjašnjeno je kako taj proces razdvaja scenu, a sljedeća izjava opet potkrepljuje tezu da sportaši ne žele novac sponzora koji ne podržavaju temeljne vrijednosti i nisu u skladu s njihovim životnim stilom. Na pitanje postoje li vozači koji žive od BMX-a, a da to rade na dobar način, sudionik 1 odgovara:

„Postoji. Naprimjer Garrett, Nathan Williams, ja ga ne poznam, al' on je došo i reko Monsteru, stari moj, daj lov, možemo mi surađivat', al' ne budem ništa reko klincima, ne budem se sliko s tvojom jebenom limenkom. Jer ja sam true lik i koliko god da je paycheck³⁰ velik, ne budem govorio da ćeš bolje trikove radit' ako piješ Monster. Ne budem.“ (12)

Dalje isti sudionik kaže:

„Ja bi' reklamirao Sky Colu, al' nikad ne bi' direktno to reklamiro ni pričo da zbog toga mogu trikove. Ljudi u tim situacijama shvaćaju zaš' postoji Sky Cola meni tad. Sad sam ja dvoličan. Al fora je u tome da, ako želim tražit', to je način kako bi' se podigao na višu razinu gdje bi' mogo doći, pustit' Sky Colu i ne ovisit' o tome. Ali ako to pomaže da ja odem negdje vozit' u

³⁰ Plaća

dobre parkove, meni to znači, ta lova. Ali ne bi' lagao za nikakve pare. Ne bi' se prodao. Ne vidim u tom smisao, postaješ lažni ambasador tog sporta.“(12)

Sudionik pod brojem 14 slaže se s prethodnim da bi pristao na sponzorstvo brenda iza kojeg stoji, koji i sam koristi:

„Ali prije svega bi' volio vozit' za neku BMX ili clothing³¹, recimo Etnies, volim to, reprezentio³² bi' na najjače. Nikad ne bi' govorio da je nešto dobro ako meni nije.“(9)

U Hrvatskoj se *movement* tip manifestira preko takozvanih *crewova*. Pojam *crew* u bajkerskom kontekstu podrazumijeva vozače koji imaju isti cilj, a to je promocija i unapređenje vlastitog sporta. Najčešće se njihov trud, kako bi postigli taj cilj, ogleda u čestom snimanju novih videouradaka vlastite ili tuđe vožnje, organizaciji natjecanja ili druženja, organizaciji BMX škola za djecu ili fotografiranju vozača. *Crew* je vezan uz određeni grad, odnosno vozači iz nekog grada okupe se pod jednim nazivom te nose odjeću s obilježjima svog *crewa* ili lijepe naljepnice s njihovom oznakom na svoje bicikle. *Šuma Crew* najveći je i najpoznatiji BMX *crew* u našoj zemlji. Osnivači spomenute udruge proizvode svoje majice, kape, naljepnice i ostale dodatke koje gotovo svi pripadnici hrvatske BMX scene podržavaju, tj. upotrebljavaju. Kupuju njihove proizvode, reklamiraju ih na društvenim mrežama i dolaze na njihova događanja, odnosno poznati *Šuma Crew Jam*. Radi se o tipičnim predstavnicima *movement* tipa komercijalizacije, dakle o sadašnjim ili bivšim vozačima koji su počeli proizvoditi majice iz ljubavi i entuzijazma, a sada vide i mogućnost zarade i žele na taj način obogatiti scenu, a istovremeno zaraditi za život.

Jedan od osnivača kaže:

„Želim to pretvorit' u brand s kojim ću predstavljat' true bike, true lifestyle, pravi način ulaska u BMX i tako dalje. To je zbog druženja, ljudi, ljubavi prema tome, satisfakcije od prave vožnje. Ne mogu ti opisat' koliko ti je svaki taj trenutak takvo zadovoljstvo. Ne moraš ništa uspjat'. Nekad samo vozim BMX do trgovine, i tak' mi je lijepo.“(13)

I drugi član *Šuma Crewa* potvrđuje koliko im je važno podržavati temeljne vrijednosti BMX-a svojim radom:

³¹ Odjeća

³² Reklamirati

„Evo jednog smo sad i izbacili, ha ha. Mislim, bio je jako medijski popraćen, i kao družili smo se, sve bilo ok, može. I ono nema ga. Mislim, svi radimo nešto za bajk. Pitamo ga šta ima, pa daj ajde bar slikaj majicu, ali on ništa. Nema, treba to riješit'. Ne volim te šminkere. Daj odjebi i daj kacigu nekom 'ko vozi'“(16)

Kao što je i istraživanje Edwardsa i Cortea (2010) pokazalo, mlađi vozači pokazuju razumijevanje za različite tipove sponzorstava. Čak i ako se radi o *brandu* koji nije izvorno vezan uz BMX i ostalim sadržajima ne podržava vrijednosti tog sporta, prihvaćaju sponzorstvo. S obzirom na to da je scena u Hrvatskoj mala i zarađivati za život isključivo baveći se ovim sportom poprilično je izazovno, sportaši prihvaćaju i one suradnje s čijom se filozofijom u potpunosti ne slažu.

„Ali ne osuđujem nikoga, ma ok mi je sve. Takva nam je situacija, moraš prihvatit' sve sad. Bolje vozit' na neki popust, nego za ništa. Dobiješ bar neke dijelove za nagradu.“(4)

Paraphernalia tip komercijalizacije u Hrvatskoj nije zastupljen s obzirom na to da ne postoji vozač koji proizvodi svoje dijelove za bicikl. Dijelove moraju nabavljati s *web shopova* s obzirom na to da su ugašeni svi hrvatski *shopovi* s BMX opremom jer im je zbog malog interesa poslovanje bilo neodrživo:

„Ljudi ne mogu opstat', mislim, malo je vozača, malo kupuju. Mislim, imaš neki dućan, al' ne možeš sve imat' i onda ekipa naručuje iz vani, doći će mu dosta brzo i kupit će ono što želi.“(15)

BMX u Hrvatskoj nije toliko popularan kao u razvijenim dijelovima Europe, u Americi i Australiji. Zbog relativno malog broja vozača tvrtke koje su se bavile isključivo prodajom BMX opreme više ne postoje. S druge strane, danas je mnogo lakše nabaviti dijelove za bicikl i odjeću iz inozemstva nego što je to bilo prije nekoliko godina. Iako mali dio vozača koji žele profesionalizirati BMX pristaje reklamirati proizvode koji nemaju veze s njihovim sportom (*mass market* tip komercijalizacije), većina sudionika izrazila je izrazito nezadovoljstvo i otpor prema tome. Ti vozači žele da *movement* tip komercijalizacije bude prevladavajući. Trude se svojim proizvodima popularizirati BMX te uz svoj brend okupiti cijelu scenu koja dijeli iste vrijednosti i strast prema tom sportu.

Za hrvatski kontekst cijele BMX priče važno je objasniti kako se najveći festival ekstremnog (kako ga oni oglašavaju) sporta, *Pannonian Challenge*, mijenjao uslijed procesa komercijalizacije. *Pannonian* su osnovali vozači entuzijasti, a danas možemo reći da je *mainstream* proizvod koji, iz perspektive ostalih sudionika scene, ne podržava elementarne vrijednosti sportova o kojima je riječ.

„Recimo ove godine su došle neke cure iz agencije za koju sam trebao početi raditi, one su fancy³³, cajke, ovo – ono, studiraju ekonomiju. Znači iz agencije koja je radila PR za Pannonian, njihova je uloga bila snimat storije. Bio je live za BMX, snimale su intervju za izložbu. Prvi put sam za njih čuo i prvi dan, vani vruće, sve prljavo. A vidim njih, gledaju si nokte, haljinu. I sad ja vidim taj intervju njihov kasnije, kažu: Pannonian se živi tijekom cijele godine. A one prvi put tu. Mislim si pička ti materina, što ti znaš. Tu si pet dana.“(16)

Intervju iz kojeg je idući citat održan je krajem 2020. godine tijekom pandemije. Te se godine *Pannonian Challenge* održao, ali u skroz izmijenjenim uvjetima zbog pandemije Covid 19. Nije bilo publike, a mogli su prisustvovati samo pozvani vozači profesionalci. Ostalim vozačima nije bio dozvoljen ulaz, štoviše, zaštitari su tjerali mlade vozače koji su se htjeli fotografirati s najboljim BMX-erima svijeta koji su tamo bili. To je nešto što su sudionici istraživanja zamjerali organizatorima i razlog zbog koje sve manje vozača bira otići na *Pannonian*.

„Scena ne voli Pannonian, ne rade to za scenu ko mi. Ograde su, pravila, ne može bilo 'ko doć'. Ove godine iako je bila korona, kad su role, BMX vozači ne smiju ulaziti u atletsku zonu. Šta bi trebali strani vozači ići u grad dok nije njihov sport.“(17)

Jedan od noviteta koje su organizatori *Pannonian Challengea* osmislili jest da, osim glavnog događaja u Osijeku, postoje manja natjecanja po ostalim hrvatskim gradovima, tzv. *Pannonian Tour*. Kako su naglasili, ideja *Toura* bila je osnažiti scenu i pružiti priliku manje poznatim vozačima da sudjeluju u natjecanju. Međutim, vozačima se nije sviđala ideja jer su mišljenja da organizatori provode ta natjecanja samo zbog svoje promocije.

³³ Elegantno, profinjeno

„Jebiga, Pannonian je proizvod, koliko god govore da su tu za scenu, nije to to. Imaju oni neki budžet, 50 000 kuna mjesečno, i šta, dovedeš par vozača, i potroše sve. Ali šta scena ima od tog? Ok, družiti ćemo se s vozačima, al' to je dva dana i gotovo. Ima taj Tour, ali to je samo da oni sebe promoviraju kroz medije.“(12)

Naši sudionici i tu uviđaju stavljanje naglaska na sponzore i na komercijalne aspekte sporta:

„Sad Pannonian Tour nešto diže, ali meni se ne sviđa kako oni rade. Prije su dolazili radi društva, moglo se spavat' na elementima. Organizatori na Pannonianu brane vozačima da imaju svoje boce vode. Alo, 'ko si ti? On ti dođe radit' show, on ti dođe odvožit' da bi ti imao korist od njega. Taj dio je otišao u krivom smjeru.“(3)

Iako se pandemijske 2020. godine situacija na BMX sceni u Hrvatskoj značajno promijenila, posebice vezano uz *Pannonian Challenge*, dva dnevnička zapisa iz 2019. već pokazuju kako vozači mijenjaju mišljenje o ovom najpoznatijem natjecanju i uviđaju kako organizatori ne podržavaju iskonske vrijednosti ovog sporta. Iz dnevničkog zapisa s *Pannoniana* 2019. godine:

„Nije mi više gušt toliko vozit' jer sport više nije true.“(20)

„...ova muzika tu je za druge ljude, ne za vozače.“(21)

Nedavno istraživanje *skateboard* i rollerske scene u Zagrebu (Vukušić, 2022) pokazalo je da pripadnici drugih *lifestyle* sportova dijele isto mišljenje s BMX-erima o *Pannonian Challengeu*, odnosno njegovim organizatorima. Akteri *skateboard* scene iskazuju nezadovoljstvo organizacijom i misle da su „na crnoj listi broj jedan zato što samo gledaju svoju zaradu i ništa ne vraćaju nazad sceni“ (Vukušić, 2022:134).

Pannonian Challenge nastavlja se održavati, a najuspješniji i najpoznatiji svjetski BMX vozači odazivaju se pozivu organizatora. Međutim, svake godine sve manje pripadnika hrvatske BMX scene sudjeluje na tom natjecanju. Kao što smo prethodno napomenuli, nemoguće se u potpunosti oduprijeti procesu komercijalizacije u sportu te su vozači spremni prihvatiti neke novonastale promjene u nadi da će od njih profitirati u kontekstu otvaranja novih parkova i popularizacije sporta. Ostaje nam istražiti kako će se scena mijenjati u sljedećem razdoblju, no ono što možemo pretpostaviti nakon ovog istraživanja jest da sadašnji vozači, odnosno akteri

lokalne BMX scene, neće podržavati nastojanja *Pannonian Challenge* da profesionaliziraju BMX i potpuno će prestati dolaziti na ovaj događaj. Nova, manja natjecanja i *jamovi* organizirani od pripadnika scene omogućuju im druženje i dobar provod, a dosad je to bio jedini motiv odlaska na *Pannonian*.

6. RASPRAVA

U ovom ćemo poglavlju kroz diskusiju sažeti najvažnije nalaze istraživanja hrvatske BMX scene. U raspravi ćemo analizirati rezultate našega etnografskog istraživanja te ih usporediti sa supkulturnim teorijama u sportu i sa zaključcima stranih autora koji su istraživali druge BMX scene. Sažet ćemo i objasniti rezultate kako bismo mogli u zaključku odgovoriti na ključna istraživačka pitanja kojima smo se vodili tijekom istraživanja. Razmotrit ćemo koji su oblici korištenja BMX-a u svakodnevnom životu i izgradnji životnog stila i identiteta, koliko su granice same scene čvrste te detaljno pojasniti kako proces komercijalizacije mijenja percepciju BMX scene kod samih aktera.

Na početku istraživanja postavili smo hipotezu: „Mladi ljudi koriste BMX bicikl u procesu stvaranja svoga životnog stila i identiteta te tako stvaraju autonomnu scenu u prepoznatljivim granicama u odnosu na svoje vršnjake i širu socijalnu okolinu”. Hipotezom smo pretpostavili da lokalna BMX scena čini sportsku supkulturu, tj. da mladi ljudi okupljeni oko vožnje BMX bicikla imaju skup zajedničkih vrijednosti koji odudara od onih u *mainstream* sportovima. Vrijednosti su apstraktne ideje o tome što je dobro, ispravno i poželjno. Kako smo se na početku disertacije odlučili sportove kao što su BMX, *skateboard* i *snowboard* okupiti pod nazivom *lifestyle* sportovi, za pretpostaviti je da će sudionici dijeliti životni stil, a to smo tijekom istraživanja i potvrdili. Kroz najvažnija istraživačka pitanja kojima smo se vodili tijekom istraživanja detaljnije ćemo objasniti proces supkulturalizacije u sportu.

Koji su oblici korištenja BMX-a u svakodnevnom životu i eventualnoj izgradnji životnog stila i identiteta?

Stil života sredstvo je osobnog, društvenog i kulturnog izražavanja. Sudionici aktivnosti o kojima govorimo u ovom radu imaju određeni stil života koji je kao takav središnji za značenje i iskustvo sudjelovanja u sportu i daje im poseban i ekskluzivan društveni identitet. *Lifestyle* sportovi i s njima povezani životni stilovi značajna su mjesta za izgradnju identiteta i

nose neke od središnjih pitanja i paradoksa modernih društava kao što je izražavanje vlastitog identiteta koje postaje sve fluidnije i fragmentarnije (Wheaton, 2004). Kao i druge skupine „alternativnoga životnog stila“, *lifestyle* sportovi uključuju „lokalno situiranu politiku identiteta ukorijenjenu u praksi životnog stila“ (Hetherington, 1998:3). *Freestyle* BMX, kao i ostali *lifestyle* sportovi, nastao je u slobodno vrijeme mladih bez vanjske regulacije i čvrste strukture. Dio naziva ovog sporta – *freestyle* – sugerira da sport nema čvrstih pravila, odnosno da se BMX može koristiti na koji god način vozač želi. Dosadašnja literatura i sami akteri različitih BMX scena karakteriziraju *street* BMX kao predstavnika „pravog“ BMX-a. Većina sudionika našeg istraživanja bavi se upravo tom vrstom *freestyle* BMX-a i koriste bicikl za izvođenje trikova i vožnju preko bilo koje prepreke koju pronađu vozeći se gradom. Ono što je mnogo značajnije načini su na koji oni BMX koriste za provođenje slobodnog vremena van konteksta samog sporta. Zanimalo nas je kako koriste bicikl za izgradnju različitih aspekata vlastitoga životnog stila.

Slično kao u drugim istraživanjima BMX scena, naši akteri aktivnost kojom se bave češće opisuju kao životni stil nego kao sport. Sudionici su pokazali jedinstven životni stil koji im daje poseban društveni identitet. Atkinson (2010) tvrdi da se unutar modernih društava u posljednjih 20 godina omogućuje stvaranje prostora za „istraživanje *nemainstream* identiteta, životnih stilova i fizičkih kulturnih praksi koje ne oponašaju natjecateljski, hijerarhijski i patrijarhalni moderni sport“. Individualizirani i uglavnom neregulirani oblici sporta (kao što je *freestyle* BMX) pružaju sudionicima prostor za izgradnju kulturnih i supkulturnih identiteta, za razliku od mnogih tradicionalnih institucionaliziranih sportova.

Intervjui su pokazali da su svi sudionici počeli trikove na biciklu izvoditi uz stariju braću ili prijatelje u svom dvorištu ili na ulici, a kasnije, stvarajući blisku skupinu prijatelja koja se bavila tom aktivnošću, sport su zavoľjeli i nastavili se baviti njime. Svi su sudionici naglasili da je *skate* park bio mjesto gdje su se osjećali prihvaćeno te da je ekipa u *skate* parku bila najvažniji faktor njihovog odrastanja. U intervjuima su naglasili da ih je BMX odgojio, odnosno da „nema BMX-a, ne bi bilo ni njih“. Savladavanje novih vještina, podrška prijatelja i nedostatak tipične kompetitivnosti koja obilježava ovaj *lifestyle* sport ono su što smatraju najvažnijim u kontekstu vlastitog sazrijevanja. Grupni identitet sudionika BMX scene obilježen je nizom simboličkih oznaka koje se protežu od specijalizirane opreme koja se koristi do odjeće i glazbenog ukusa. Promatranjem sa sudjelovanjem utvrđeno je da sudionici dijele zajednički stil odijevanja. Vozači su prepoznatljivi po „skejterskim“ teniscama (najčešće *Vans*, *Etnies* ili *Adidas SB*), uskim hlačama i *oversized* kratkim majicama ili trenirkama. Gotovo svi vozači imaju tetovaže,

a većina ih ima i nekoliko *piercinga*. Kao što su pokazala istraživanja niza različitih životnih stilova, iako ukus i stil igraju važnu ulogu u izgradnji osebujnoga sportskog identiteta, članovi ne mogu „kupiti svoj put“ u središte kulture (Thorpe, 2011; Wheaton, 2000). Umjesto toga, za glavne sudionike, „autentični“ identitet izgrađen je oko izvedbe same aktivnosti (Wheaton & Beal, 2003).

Ostali aspekti pridonose društvenoj konstrukciji, izvedbi i regulaciji utjelovljenog identiteta, uključujući sleng i rituale. Slično kao što Vukušić (2022) zaključuje za sudionike ispitanih grupa u njegovom istraživanju među kojima su i skejteri, kroz sleng možemo pratiti dva odvojena procesa. Iako su ih supkulturalisti i post supkulturalisti vidjeli kao oprečne, ovo istraživanje pokazuje da se oni djelomično preklapaju upravo po slengu. S jedne strane postoji unutargrupni sleng, često konstruiran u vezi sa specifičnim aktivnostima grupe bajkera (*bank, rail, halfpipe, grind*, itd.), dok s druge strane sleng sugerira ono što Chaney (2004) vidi kao uopćavanje supkultura i integriranje njihovih elemenata u opću populaciju mladih. Primjerice, riječi *vajb, brija, treš* i druge ishodište imaju u pojedinim stilovima kroz povijest, ali postale su dio integriranog slenga mladenačke populacije u Zagrebu. Rituale prepoznajemo u nizu aktivnosti kojima smo svjedočili i o kojima su nam sudionici pričali. Ono što bajkeri nazivaju „*session*“ ili neobavezna vožnja u parku ili po gradu, te „*jam*“ kao okupljanje BMX-era iz cijele države kako bi zajedno vozili i družili se (bez natjecateljskog karaktera), glavni su rituali za vozače. Upravo je to glavni razlog njihovog bavljenja ovim sportom. Uživaju u samoj vožnji, ali i u druženju s pripadnicima scene koje ne podrazumijeva upotrebu bicikla. Kao što smo u rezultatima spomenuli, upotreba marihuane i alkohola dio su druženja na BMX sceni.

Promatranjem smo ustvrdili da klasa za aktere ne predstavlja važnu referentnu točku. Sociodemografski podaci pokazuju da svi sugovornici smatraju da pripadaju srednjoj klasi. Svi mladi obuhvaćeni našim istraživanjem pohađaju ili su završili studij (većinom višu školu). Iako je *freestyle* BMX relativno „skup sport“ zbog čestih popravaka i zamjena dijelova bicikla uslijed (neuspjelih) trikova, istraživanje je pokazalo da većinu sudionika scene sponzorira neka tvrtka koja proizvodi dijelove pa ih dobivaju besplatno. Ostali često kupuju rabljene dijelove. Ostali troškovi vezani uz sport vezani su uz putovanje na „*jamove*“ ili natjecanja. Akteri scene uglavnom putuju u dogovoru s drugima te dijele troškove.

Birminghamska škola, teoretizirajući o supkulturama, pretežito se obraća britanskoj, radničkoj klasi te muškim supkulturama kao skupinama koje (simbolički) rješavaju probleme i usredotočila se na pitanja otpora i stila. Oni pretpostavljaju odvojenost od komercijalnih procesa i homogenost te naglašavaju maskulinističke konotacije supkulture. Hall i Jefferson (1976) uredili su zbornik radova naslova *Resistance through Rituals*. Unutar zbornika nalaze

se radovi birmingemskih autora u kojima se obrađuju različiti elementi supkultura mladih. Ono što povezuje sve te grupe, prema Hallu i Jeffersonu (1976), jest otpor koji je višedimenzionalan i nalazi se u biti supkulture. Pri tome nije svaki otpor praćen ritualom niti svaka ritualna ekspresija u svojoj biti ima otpor, ali u skladu s načelima Birminghamske škole zaključujemo da je osnova ritualnog djelovanja supkultura najčešće obilježena otporom. Kao što smo kroz disertaciju objasnili, birmingemskim autorima zamjeralo se pretjerano pojednostavljenje u interpretaciji supkulturnoga grupiranja i otpora kroz supkulturu. Ipak, brojni se kritičari birmingemske škole slažu da je u to vrijeme bilo moguće o stilovima mladih govoriti kao o izrazu otpora. Danas više nije tako, ponajviše zbog drukčijih uvjeta u kojima mladi žive, potpune dominacije i utjecaja korporativnog kapitalizma na društvene procese, pa tako i na proces socijalizacije mladih u suvremenom društvu. Post supkulturalisti vide otpor ili, bolje rečeno, hedonizam kao element koji je „izbrisao“ otpor pripisan supkulturama u prethodnim istraživanjima. Već u prvim istraživanjima scene elektroničke glazbe (Chaney, 2004; Redhead, 1990) autori su upozorili na odmak od otpora i pomicanje prema hedonizmu mladih ljudi. Njihovo sudjelovanje u ritualima objašnjavali su kao uživanje i bijeg od svakidašnjice. Važan doprinos razumijevanju pojma otpora dao je Ueno (2003.) koristeći glazbu kao središnju točku okupljanja mladih. Zaključio je da između otpora i hedonizma postoji spona koja je u ranijim istraživanjima izostala, a to je *resilience* (otpornost). U ovom kontekstu Ueno vidi važnost otpornosti kao faktora konstrukcije party-entiteta. Time ulazi u raspravu o kojoj smo već govorili, a koja se odnosi na fluidnost i povremenost okupljanja svojstvenih postsupkulturalistima. Ueno svojim radom zapravo pokazuje da se može govoriti o fluidnosti, ali da ona nije bez sadržaja. U priči o otporu, važno je spomenuti stajalište Sarah Thornton (1996) koja zaključuje kako je u postindustrijskom društvu individualizirane potrošnje, gdje je prioritet onih moćnijih segregacija i klasifikacija, na kulturnu razliku teško gledati kao na progresivnu. U tom je smislu svaka kulturna razlika potencijalna osnova za stvaranje hijerarhije. Slijedom toga, supkulturna opozicija samo je fantazija, a kulture mladih nemaju stvarni subverzivni potencijal. Ono što definira većinu mladenačkih kultura jest elitizam koji nije zaokupljen iskazivanjem otpora dominantnoj kulturi, već konstruiranjem razlika među različitim mladenačkim supkulturnim pokretima.

Postoje situacije u kojima naši sugovornici vide svoje djelovanje kao otpor prema nekome ili nečemu. Za početak, važno je spomenuti nastanak *street* stila. *Street* načinom vozači su se pobunili protiv pravila i strukture organiziranih natjecanja. Kod *street* vozača naglasak nije stavljen na natjecanje ili slavu, već na iskopavanje skokova na osamljenim lokacijama i vožnju radi čistog užitka. To je u biti vrsta pobune protiv establišmenta. Nadalje, kad govorimo

o otporu, moramo objasniti korištenje javnog prostora na nekima neobičan način. S obzirom na to da u intervjuima vidimo da mnogi slučajni prolaznici njihovu aktivnost vide kao vandalizam, a neke tipičnije sportske aktivnosti poput igranja loptom ne, možemo zaključiti da za njih to znači da iskazuju otpor prema svima koji krivo percipiraju njihove aktivnosti ili ih stigmatiziraju jer se njima bave. Svojevrsan otpor gotovo svi sudionici pružili su svojim roditeljima koji su im u početku branili bavljenje BMX-om ističući kako je to gubljenje vremena i kako će tako „upasti u loše društvo“. Koncept otpora kod BMX scene najvidljiviji je prema institucionalizaciji sporta uključivanjem na Olimpijske igre. Promatranjem sa sudjelovanjem uočeno je, a intervjuima potvrđeno, da bajkeri smatraju da se *lifestyle* sportovi ne mogu na pravilan način prikazati na natjecanjima koja su tako strogo regulirana i da se time gubi osnovna i izvorna vrijednost sporta – kreativnost na biciklu.

Teško je analitički pristupiti pitanju roda jer djevojaka na sceni nema, barem ne u jezgri scene, ali to valja promatrati kao nalaz sam po sebi. Iako sugovornici izražavaju pozitivan stav prema mogućnosti ulaska djevojaka na scenu, u njihovom diskursu pronalazimo elemente seksizma i maskulinizma. Slično kako Dunning (2005) vidi sport istovremeno kao jedno od najznačajnijih mjesta otpora i izazova, ali i proizvodnje i reprodukcije tradicionalne muškosti, ovo je istraživanje pokazalo da *lifestyle* sport kao što je BMX još uvijek nije mjesto promjene usađenih patrijarhalnih vrijednosti. Također, jedan od zaključaka istraživanja Wheaton i Beal (2003) bio je da je autentičan status zasnovan na pretpostavkama maskuliniteta i bijele rase što potpunu inkluziju žena i pripadnika drugih rasa čini težom, a što ovo istraživanje na određeni način također potvrđuje. Sudionici smatraju kako nikada veći broj djevojaka nije bio zainteresiran za bavljenje tim aktivnostima, ponajprije jer se radi o fizički zahtjevnom sportu u kojem su ozljede vrlo česte. S obzirom na navedeno, postavlja se pitanje koliko je patrijarhat društveno prihvaćen, kao i pitanje zašto akteri društva često ne reagiraju na seksistički obojeni diskurs. BMX vozači često se u javnosti predstavljaju kao pojedinci koji vole riskirati, koji vole gurati svoja tijela do fizičkih granica, koji zahtijevaju naše divljenje jer su dovoljno hrabri riskirati i spremni riskirati značajne ozljede kako bi uspješno izveli trik, a što su sve obrasci povezani s općim pojmovima hrabrosti, snage, neustrašivosti i srodnim karakteristikama tradicionalnog koncepta muškosti. Na temu rodnog identiteta zanimljivo je istražiti izazivaju li *lifestyle* sportovi rodne uloge, identitete i odnos moći u „tradicionalnim“ sportovima. Mnoge natjecateljske i profesionalne sportske kulture na visokoj razini promiču i slave muškost koju obilježavaju borbena natjecanja, agresija, hrabrost i čvrstina, dakle muškost koja može biti seksistička, podržavati nasilje, čak i promicati homofobne i rasističke tendencije. Ne možemo ustvrditi da je BMX mjesto osnaživanja žena. BMX vozači zasada su propustili priliku

promjene rodnih stereotipa i rodne socijalizacije u smjeru uspostavljanja egalitarnijih odnosa u sportu i društvu. Iako deklarativno otvoreni, temeljne vrijednosti tradicionalne muškosti još se nisu značajno promijenile. Belinda Wheaton (2010) zaključuje da, iako su mladi, bijeli, heteroseksualni muškarci iz srednjih i viših slojeva često dominantna sila mnogih *lifestyle* sportova, demografija se mijenja, osobito na marginama sportova, s povećanim sudjelovanjem ljudi iz različitih društvenih klasa i dobnih skupina, uključujući žene. Upravo je taj nalaz potvrđen na zagrebačkoj BMX sceni gdje primjećujemo sve više žena koje gledaju natjecanja i pokazuju sve veći interes.

Koliko su granice same scene čvrste ili propusne?

Metodama promatranje sa sudjelovanjem i intervju istražili smo što za aktere znači pojam scene, prepoznaju li njezine granice te u kojoj su mjeri granice njihove grupe čvrste ili propusne. Nakon prikaza rezultata našeg istraživanja postalo je jasno kako odgovor na ovo istraživačko pitanje nije jednoznačan. Potrebno je promotriti *lifestyle* naspram *mainstream* sportovima, zatim sličnosti i razlike među pojedinim *lifestyle* sportovima te na kraju, najznačajnije, razlike unutar stilova *freestyle* BMX-a, posebice između *streeta* i *parka*. Spomenute razlike posljednjih nekoliko godina postale su značajnije.

Lifestyle sportovi u mnogočemu su u opoziciji s *mainstream* sportovima. Rinehart (2000:506) sugerira da su *lifestyle* sportovi aktivnosti koje „ili ideološki ili praktično pružaju alternativu *mainstream* sportovima i *mainstream* sportskim vrijednostima”. Neki od najpopularnijih svjetskih sportova poput nogometa, košarke, odbojke ili američkog nogometa su timski, dok su *lifestyle* sportovi mahom individualni. Sportovi koji su označeni kao ekstremni, akcijski ili kako smo mi izabrali – *lifestyle*, oni su koji utjelovljuju „alternativne” sportske vrijednosti kao što su antikonkurentnost, antiregulacija, visoki rizik i osobna sloboda. Sudionici *lifestyle* sportova nisu (barem dosad bili) institucionalizirani s upravnim tijelima, nemaju utvrđeno vrijeme ili mjesto treninga ili trenere. Ovi sportaši nose jedinstvenu i prepoznatljivu „urbanu” odjeću, odnosno nemaju sportske dresove. Njihov stil nastao je grupnim konsenzusom, a nije nametnut izvana. Uzimanje droga, alkohola i alternativna glazba stereotipno su povezani sa sudjelovanjem u *lifestyle* sportovima. Kao što sugerira Rinehart, razlika među ovim sportskim oblicima i unutar njih najbolje je istaknuta nizom rasprava o njihovim značenjima, vrijednostima, statusima, identitetima i oblicima. Akteri BMX scene koju smo u ovom radu istražili svoj sport vide kao drugačiji od tradicionalnih, odnosno *mainstream* sportova. Sve intervjuje prožimaju usporedbe nogometa kao najunosnijeg i najpopularnijeg

sporta na svijetu s BMX-om. Sudionici tom usporedbom žele pokazati zbog čega su odabrali BMX te zašto su se nastavili njime baviti, a to je osjećaj pripadanja kolektivu, stalna kreativnost i individualnost u vožnji. U posljednje vrijeme primjećujemo kako su *lifestyle* sportovi postali „tradicionalizirani” te kako odražavaju neke od stereotipnih karakteristika *mainstream* sporta, barem u ovom „profesionalnom” dijelu. Sve ono što je kroz povijest razlikovalo ove dvije kategorije, u posljednje se vrijeme rapidno mijenja. Stapanjem *lifestyle* sportova s krovnim agencijama koje ne prepoznaju njihove temeljne karakteristike i vrijednosti zbog uključenja u program Olimpijskih igara, ti se sportovi neupitno mijenjaju. Sve te promjene dovode do rasipanja unutar grupa sportaša s obzirom na njihove osobne ambicije i stilove.

Sve *lifestyle* sportove povezuju maloprije navedene sličnosti, no oni su ipak nastali u različitim povijesnim trenucima i imali su drugačiji tijek razvoja i globalnog prisvajanja. Mnogi se autori slažu u viđenju takvih aktivnosti kao „alternative” i potencijalnog izazova tradicionalnim načinima „viđenja”, „bavljenja” i razumijevanja sporta (Rinehart 1998; Wheaton 2000; Midol i Broyer 1995). Sa svojim korijenima u kontrakulturnom društvenom pokretu 1960-ih i 1970-ih (Midol i Broyer 1995) mnogi imaju karakteristike koje se razlikuju od tradicionalnih pravila natjecateljskih i maskuliniziranih dominantnih sportskih kultura. Postoji sinergija između različitih industrija *lifestyle* sporta i njihovih medija. Korporacije proizvode opremu za nekoliko *lifestyle* sportova, ponekad pod različitim markama. Tvrtke za proizvodnju odjeće kao što su Quiksilver, Roxy i O’Neil prodaju na nekoliko različitih tržišta *lifestyle* sportova uključujući *skateboarding*, surfanje, jedrenje na dasci, *snowboarding* i druge te su brzo iskoristile potencijal novonastalih i brzo rastućih aktivnosti kao što je *kitesurfing*.

Dakle, dok svaki *lifestyle* sport ima svoju specifičnost u vidu vlastite povijesti, identiteta i obrazaca razvoja, postoje zajedničke točke u njihovoj ideologiji, kao i u potrošačkim industrijama koje proizvode robu za taj određeni sport. Šira javnost najvjerojatnije neće zamijetiti razlike u izgledu pripadnika BMX scene u odnosu na sportaše ostalih *lifestyle* sportova, posebice skejtera. Ipak, detaljnim promatranjem i proučavanjem male su razlike vidljive. Iako pripadnici BMX scene tvrde da im vizualna ekspresija nije važna, promatranjem je lako uočljivo da njom grade identitet. Većina sudionika se osim BMX-om bavi još nekim *lifestyle* sportom u manjoj mjeri (*snowboardingom*, *skateboardingom*, *motocrossom* itd). Većina ih u intervjuima sugerira da većih razlika unutar sportaša različitih *lifestyle* sportova nema. Nekolicina je spomenula da razlike postoje, najčešće u vidu provođenja vremena (npr. *skejteri* su percipirani kao klošari) ili u količini kompetitivnosti (*snowboardere* vide kao usmjerenije na natjecanje). Stoga možemo zaključiti kako scena nema tako čvrste granice među

različitim *lifestyle* sportovima. Iako su usvojili stil, modu i filozofiju surfera i skejtera, *snowboarderi* su od početaka ovog sporta bili srednja i viša srednja klasa mladih koji si mogu priuštiti kupnju *snowboarda*, opreme za *snowboarding*, karte za žičaru i prijevoz do skijališta. Nastavno na razvoj *snowboarda*, zasigurno je postojao generacijski sukob jer su se mladi pokušavali razlikovati od svojih roditelja i sporta svojih roditelja – skijanja (koje je tijekom 1980-ih postalo popularna aktivnost u slobodno vrijeme među srednjom i višom srednjom klasom). Takvi pokušaji razlikovanja, odvijali su se na istim skijalištima kojima su u to vrijeme dominirali skijaši. *Snowboarderi* su usvojili stilove (odijevanja i glazbe) i ponašanja koji su demonstrirali njihov prezir i razlike prema skijašima koje su shvaćali kao privilegiranu skupinu naspram onih koji si to ne mogu priuštiti. Kod ostalih srodnih sportova primjećujemo sličan oblik otpora prema roditeljskoj kulturi u počecima.

Dok se većina vozača specijalizirala za jednu vrstu vožnje, postoji mnogo križanja u različitim stilovima. Bicikli se čine sličnima, ali imaju specijalizirani dizajn ili komponente za specifičnu upotrebu. Specijalizacija u dizajnu bicikala najlakši je način da se utvrdi koju vrstu vožnje netko koristi. Svakako, ono u čemu se razlike najviše očituju jesu motivi za bavljenje sportom i rituali, a najviše ih primjećujemo između vozača *street* i *park freestyle* BMX-a. Više smo puta spomenuli pojam koji je skovala Sarah Thornton (1996) – supkulturni kapital. To je podvrsta kulturnog kapitala na temelju kojeg se pojedine scene, u ovom slučaju BMX scena, stratificiraju iznutra. Thornton naglašava kako mnogi profesionalci povezani s nekom scenom zarađuju upravo na osnovi supkulturnog kapitala. U ovom slučaju to su fotografi i videografi, neki vozači, ali prije svega organizatori *Pannonian Challengea* koji su supkulturni kapital BMX-a komercijalizirali i na mnoge spomenute načine materijalizirali. Kako smo već naveli, dok *streeteri* voze zbog druženja, zabave te snimanja videa zbog promocije sporta, *parkeri* su motivirani natjecanjima. Nadalje, ovi se prvi više druže, češće voze zajedno i putuju po Hrvatskoj tražeći adekvatna mjesta za vožnju. Druženja im, osim vožnje, često uključuju zajedničke izlaske, alkohol i marihuanu. S druge strane, *park* vozači imaju drugačiji način provođenja vremena. Sportu pristupaju profesionalnije, češće treniraju, kad ne voze u parku, odlaze u teretanu i manje vremena provode družeći se s ostalima. Najveći broj sudionika istraživanja (*street* vozači) sebe vide u opoziciji prema *mainstreamu*, pa će tako oni koji pristaju na vježbanje propisanih elemenata samo kako bi mogli nastupiti na nekom natjecanju biti označeni kao neautentični. Oni koji se fokusiraju na podržavanje scene snimanjem videa, organizacijom i posjetima malim *jamovima* i natjecanjima bit će označeni kao oni „pravi”. Jedan od najvažnijih faktora koji određuje pripadnost ovoj grupi jest ljubav prema samom

sportu, a ne pretvaranje sporta u posao. Zanimljivo je da unutar ove kulture vlada ideja o besklasnosti, odnosno uopće se ne razgovara o tome koliko tko zarađuje ili što radi. Varijabla dobi identificirana je kao element distinkcije jer stariji vozači (23 i više godina) one mlađe vide kao „fejkere” i njihove vrijednosti smatraju iskrivljenima.

Stil i sleng svih vozača BMX-a poprilično je sličan i ne nalazimo razlike među njima. Zanimljivo je primijetiti kako su granice među različitim *lifestyle* sportovima (pogotovo skejtera i *street* BMX-era) propusnije od onih između *street* i *park* vozača. Scene su povezane, a s druge strane postoje čvrste granice unutar scene. Ovaj primjer pokazuje složenost supkulturnog svijeta, a procesi supkulturalizacije istovremeno pokazuju fragmentaciju i *cross-over*. Ambivalentnost odgovora na pitanje granica zapravo je prisutno od 1950-ih godina do danas. Sociološke teorije koje smatraju da su granice stilova ili isključivo čvrste ili isključivo propusne nisu u pravu, s obzirom na to da se granice uspostavljaju i mijenjaju s obzirom na prostor i vrijeme, odnosno konstantno se definiraju i redefiniiraju.

Mijenja li proces komercijalizacije percepciju BMX scene kod samih aktera?

Posljednjih godina korporativno inzistiranje na *mainstreamingu* ovih sportova sve je agresivnije. Došlo je i to značajnog pomaka u načinu na koji se sportovi predstavljaju u medijima. Televizijske kuće poput Disney Corporation, ESPN, MTV i velike korporacije kao što su Pepsi, Coca-Cola i Red Bull prisvojile su i odredile velik dio medijske slike *lifestyle* sportova u svijetu. Sami sportaši prepoznaju inherentnu isprepletenost medija sa samom prirodom njihovih sportova i njihovih sportova kao svojevrsne „robe“. Isto tako, emitiranje i oglašavanje ovih sportova prožeti su postmilenijalskim strategijama te potiču društvene stavove prema navedenim sportovima. Iako su procesi profesionalizacije i institucionalizacije u *lifestyle* sportovima poput surfanja ili *snowboardinga* počeli prije nekoliko desetljeća, u BMX-u (te srodnim sportovima koji su uključeni u posljednje OI) tim procesima svjedočimo danas. Moramo razmotriti je li sam životni stil sporta, njegove specifične karakteristike i etos, ili njegova kontekstualna (povijesna i vremenska) odrednica ono što sportu omogućuje da zadrži određenu autonomiju od tih procesa. Drugim riječima, kada ono što nazivamo *lifestyle* sportovi gubi komponentu životnog stila kao onu najvažniju? Postavlja se pitanje je li njihovo mijenjanje – institucionalno, komercijalno i obrazovno – neizbježno?

Potaknuti industrijom i vrlo unosnim poslovima koji njihov *lifestyle* prodaju mnogima, *lifestyle* sportovi imaju važnost koja nadilazi relativno mali broj aktivnih sudionika. Nadalje,

globalni potrošački kapitalizam prodire u *lifestyle* sportove na sve raznovrsnije načine. Sudionici istraživanja iskazuju nezadovoljstvo kad neki vozač prihvaća sponzorstva koja nisu u skladu s vrijednostima sporta jer smatraju da se na taj način „prodaje“. Tu se misli na (komercijalno) prisvajanje ideologija u suprotnosti s *lifestyle* sportom. Iz intervjua je očito da postoje suprotstavljena tumačenja koja zapravo predstavljaju složene načine na koje vozači progovaraju o sve većoj popularnosti svog sporta. Različiti stavovi vozača o komercijalizaciji pokazuju društvene pozicije koje zauzimaju unutar svoje supkulture. Diskurzivne strategije povezane sa svakom pozicijom pomažu osvijetliti identitete koje ovi vozači konstruiraju. Dok *street* vozači odbijaju prevelik utjecaj komercijalizacije, pa čak i bojkotiraju veća natjecanja poput *Pannonian Challengea* jer se ne slažu s njihovim vrijednostima, *parkeri* u prvi plan stavljaju prednosti koje im procesi komercijalizacije donose.

Proces institucionalizacije, posebno izražen kroz stavove prema konkurenciji i regulaciji, pruža zanimljiv aspekt u razumijevanju komercijalizacije ovih aktivnosti. Privlačnost i uzbuđenje ovih sportova iskorišteni su za prodaju različitih vrsta proizvoda, usluga i iskustva. Medijski apetit za takvim sportovima ilustriran je uspjehom ESPN-ovih *X-Games* koje su do 2003., u manje od deset godina od njihovog početka, okupile globalnu publiku od 50 milijuna gledatelja. Suprotno tome, tijekom tog razdoblja, mlada publika Olimpijskih igara stalno je opadala (Thorpe i Wheaton, 2011). Pojava i sve veća medijska potpora sportovima poput *racing* BMX-a, jedrenja na dasci ili *snowboardinga* na Olimpijskim igrama dokaz je njihove stalne privlačnosti mladoj publici.

Popularnost *X Games* bila je ključna u njegovanju rasta i popularnosti ovih sportskih aktivnosti, a možda i u stvaranju želje za novim „alternativnim“ sportskim aktivnostima. BMX je postao jedan od vodećih sportova ljetnih *X Games*, a najbolji među vozačima natječu se upravo ondje. Namjera ovoga medijski stvorenog konglomerata *nemainstream* sportskih praksi jest isticanje kreativnosti, individualnosti i označavanja sebe kao „drugačijeg“ te sudjelovanje u aktivnostima koje se izvode pojedinačno, ali prakticiraju u malim grupama koje cijene osjećaj zajedništva. Osim toga, BMX-eri često predstavljaju svoje sudjelovanje u BMX-u kao „stil života“. Nastavno na to, BMX se može shvatiti kao determinirajuća sila kroz koju sudionici konstituiraju identitete. Pokret za predstavljanje BMX-a kao stila života također je strategija koja se koristi za promociju i komercijalizaciju samog sporta. Ipak, sudionici našeg istraživanja *X Games* vide kao „manje zlo“, odnosno smatraju da je sudjelovanje BMX-a na *X Gamesu* u redu jer natjecanje nije toliko strogo regulirano te je mnogo više u skladu sa životnim stilom vozača nego Olimpijske igre.

Uključivanje *freestyle* BMX-a u program Olimpijskih igara nije teklo glatko. Vozači diljem svijeta suprotstavili su se uključivanju njihovog sporta pod krovom UCI-ja. Otvoreno pismo (objavljeno u društvenim medijima) Mata Hoffmana, predsjednika Međunarodne *freestyle* BMX federacije (IBMXFF), naglašava probleme s *freestyle* BMX-om koji je uključen u UCI za Olimpijske igre u Tokiju 2020. Hoffman opisuje suradnju s UCI-jem i MOO-om tijekom proteklih 15 godina, samo da bi on i drugi čelnici u sportu opetovano bili „isključeni jer su poštivali zavjet našem sportu da ćemo zaštititi jedinstvenost koju smo izgradili“ (Hoffman 2018). Zaključuje odbijanjem „prodati svoj sport upravnom tijelu koje nikada nije bilo uključeno u njega i nije ga istinski zanimalo“ (Hoffman 2018). Brojna istraživanja *lifestyle* sportova (Honea, 2013; Thorpe & Wheaton, 2019) otkrila su da je za one sportove koji su uključeni u olimpijski program ovim modelom ozbiljno ograničenje (kako ga percipiraju sami sudionici) to što matična federacija nema razumijevanje kulture i poštivanje *lifestyle* sportova, onoga što njihove sportske kulture čini jedinstvenima i osebujnima. Kako na svjetskoj, tako i na lokalnoj razini vozači pokazuju nezadovoljstvo temeljnim nerazumijevanjem karakteristika i vrijednosti njihovoga sporta. Iako svjesni benefita postajanja olimpijskim sportom u vidu popularizacije sporta i potencijalne izgradnje zatvorenog *skate* parka u Zagrebu, prije svega vide sigurne promjene koje će uključivanje na OI donijeti. Ono što je najzanimljiviji nalaz ovog istraživanja jest da *street* vozači pokazuju čvrste stavove koji se protive promjenama u sportu i sigurnost da na njih to neće utjecati, dok s druge strane *park* vozači biraju prihvatiti sve potencijalne promjene kako bi se „probili“ u svijetu BMX-a i postali profesionalni vozači koji žive od toga. Stoga možemo zaključiti da je odgovor na ovo istraživačko pitanje dvojak.

Edwards i Corte (2010) u svojoj etnografiji BMX vozača iz Greenvillea u Americi razlikuju tri vrste komercijalizacije. To su *paraphernalia*, *mass market* i *movement* komercijalizacija. Dok na većoj i razvijenijoj BMX sceni kao što je američka vozači aktivno sudjeluju u svim trima vrstama, na našoj sceni situacija je nešto drugačija. Važno je istaknuti kako svi hrvatski vozači moraju dijelove za bicikl i opremu za vožnju naručivati iz inozemstva s obzirom na to da su se lokalni dućani zatvorili. Stavovi o vrstama komercijalizacije i njihovo podržavanje varira s obzirom na položaj vozača na sceni. Na primjer, dok se *street* vozači BMX-a odupiru utjecaju komercijalizacije *mass market*, *park* vozači iskoristili su tu priliku – osobito mlađi, vrlo talentirani vozači. Vrsta komercijalizacije koju svi vozači podržavaju i potiču je *movement* komercijalizacija koja podrazumijeva želju vozača BMX-a da stvore bolje proizvode, da zarađuju za život unutar supkulture i da se odupru uočenim negativnim učincima

komercijalizacije. Potencijal *movement* oblika jest izgradnja alternativnih sportskih institucija i osiguravanje neovisne infrastrukture za dugoročnu ustrajnost sporta.

Ova etnografija BMX scene omogućila je brojne spoznaje o dinamici naše scene. Nedavni nagli rast popularnosti BMX-a pridonio je izgradnji nekoliko *skate* parkova, a onaj u Osijeku jedan je od boljih *skate* parkova na otvorenom na ovim prostorima. Upravo osječki park pružio je starijim vozačima priliku da osnuju *freestyle* BMX škole i educiraju djecu o osnovama ovog sporta, a i prošire scenu. Također, osnivači *Pannonian Challengea*, najvećeg festivala ekstremnog sporta na ovim prostorima, proširili su svoje djelovanje na svjetsku BMX scenu. Jedan od njih sudjelovao je u dizajniranju olimpijskog *skate* parka u Tokiju, a drugi je sudio u *freestyle* BMX disciplini na posljednjim Igrama. Naš najbolji vozač, Marin Ranteš, nažalost je prošli put ostao bez Igara zbog nedovoljnog broja bodova (bodove skuplja država, a ne sam vozač, tako da jedan hrvatski vozač nije mogao parirati zemljama za koje bodove skuplja veći broj vozača), ali svakako je popularizirao ovaj sport u našoj zemlji. U trenutku kada su se održavale kvalifikacije za OI, nekoliko vozača pokušalo je ostvariti maksimalni broj bodova na natjecanjima kako bi pomogli da se Marin Ranteš kvalificira. Ovakvu gestu teško da ćemo vidjeti u nekom od tradicionalnih sportova. Navedene činjenice potvrđuju da mala hrvatska BMX zajednica prati svjetsku i zauzima važno mjesto na svjetskoj BMX sceni. Ipak, ostaju brojna pitanja. Jesu li promjene koje popularnost donosi uopće pozitivne za sport? Postoji li šansa da se sport ne promijeni? Ovaj metodološki pristup može pomoći u rasvjetljavanju složene dinamike komercijalizacije u *lifestyle* sportu.

Sudionici ovog istraživanja prije svega nadaju se kako će veća prepoznatljivost njihovog sporta pridonijeti izgradnji zatvorenih *skate* parkova, što je nužno da bi mogli napredovati. Također, nadaju se da će se uložiti u postojeće *skate* parkove u Hrvatskoj. Smatraju da će tako dobiti priliku zadržati postojeće supkulturne vrijednosti jer sada ovise o vlastima u pitanju omogućavanja novih uvjeta. S jedne strane, sve je više mladih vozača koji žele postati uspješni u svome sportu, a s druge strane *skate* parkovi postaju mjesta na kojima se noću pije i druži, pa na taj način i uništava sami inventar. Nadležne gradske vlasti za sada ne pokazuju interes za rješavanje tog problema. Sudionici nailaze na probleme prilikom organizacije bilo kakvog BMX događaja koji ne mogu sami financirati. Iako najveći i najpopularniji BMX *crew* u Hrvatskoj postoji već deset godina, nisu dobili nikakvu financijsku pomoć grada kako bi mogli organizirati jedan manji BMX festival.

Živimo u vremenu najvećeg „*booma*“ *lifestyle* sportova, a budućnost *freestyle* BMX-a je u zraku. Kao što se u prošlosti već dogodilo, tržište bi moglo postati zasićeno, a proizvodnja

bi mogla izmaknuti kontroli. S druge strane, BMX bi mogao dobiti više priznanja i izloženosti. Iako nikada nije istinski asimiliran u svijet velikog sporta, mogao bi tu pronaći svoje mjesto. S dozom skepse, mišljenje sudionika je sljedeće: ako vozači, proizvođači i promotori odluče raditi zajedno i odnositi se jedni prema drugima s uzajamnim poštovanjem, stvari bi mogle uspjeti. Iz dokaza predstavljenih u ovom poglavlju čini se da većina vozača ima ambivalentan stav prema komercijalizaciji svoje aktivnosti. Ne sviđa im se činjenica da se kreće prema *mainstreamu*, ali uživaju u legitimitetu koji stječu njegovom sve većom popularnošću. U razmatranju načina na koje se *lifestyle* sportovi „sportiziraju“ moramo uzeti u obzir različita mjesta, prostore i izraze (supkulturnog) otpora koji se pojavljuju među akterima. Velik dio ranijih istraživanja o institucionalizaciji i komercijalizaciji *lifestyle* sportova usredotočen je na negativne učinke tih procesa koji potkopavaju „autentični“ oporbeni karakter *lifestyle* sportova. Kroz primjere koji su ovdje navedeni pokazali smo inventivnost i snalažljivost mladih ljudi i njihovu sposobnost oblikovanja vlastite kulture, identiteta i iskustava na načine koji nisu u potpunosti određeni od strane odraslih, javnih vlasti, korporativnih interesa ili sociokulturnih normi.

7. ZAKLJUČAK

Pojava i brzi rast popularnosti *lifestyle* sportova jedan je od najznačajnijih događaja u sportskom smislu u posljednjih nekoliko godina kojemu je zajednica sociologije sporta do sada posvetila malo pozornosti. Ovaj rad može poslužiti jačanju marginalnog statusa *lifestyle* sporta u Hrvatskoj i pruža novi način na koji znanstvenici mogu biti uključeni u reprodukciju trenutnih odnosa moći u sportu istražujući ove tzv. „male“ sportove. Ova disertacija zasigurno pruža pogled na rastuću kulturu sporta koja je rijetkima dobro poznata, barem u Hrvatskoj i susjednim zemljama. Ono što je poznato kao akcijski sportovi, ekstremni sportovi, postmoderni sportovi ili što je Belinda Wheaton nazvala *lifestyle* sportovi, predstavlja fenomen koji postavlja mnoga pitanja kojima se ovo istraživanje bavilo. Primarno se misli na pitanja o tome kako i u kojoj mjeri *lifestyle* sportovi nude alternativnu kulturu dominantnim sportskim praksama, pitanja identiteta i životnog stila sudionika, sve do važnog pitanja komercijalnog utjecaja na ove sportove. Razvijajući se u jedinstvenom povijesnom okruženju; od korporativnog sponzorstva, industrije zabave i rastuće mlade, bogate demografije, *lifestyle* sportovi proširili su se svijetom daleko brže od većine poznatih sportova ((Thorpe i Wheaton, 2011). Životni stil, identitet i supkulture u sportu važne su za razumijevanje rastuće popularnosti *lifestyle* sportova i njihove globalne kulturne privlačnosti među mladima. Izraz *lifestyle* sport pomaže nam sažeti načine

na koje sudionici i potrošači aktivnosti traže određeni stil života, način življenja koji je središnji za značenje i iskustvo sudjelovanja u sportu i koji im daje poseban i isključiv društveni identitet (Wheaton, 2004).

Mladi ljudi koriste BMX bicikl u procesu stvaranja svoga životnog stila i identiteta te tako stvaraju autonomnu scenu u prepoznatljivim granicama u odnosu na svoje vršnjake i širu socijalnu okolinu. Ovu glavnu hipotezu ove doktorske disertacije istražili smo višemjesečnim promatranjem sa sudjelovanjem i polustrukturiranim intervjuima sa sudionocima lokalne BMX scene. Željeli smo razumjeti važnost i značenja koja BMX-u pridaju sportski sudionici, članovi supkulture. Naglasak na istraživanju značenja i dinamike unutar supkulture, razumijevanje načina na koji su ti društveni identiteti i oblici kolektivnog izražavanja konstruirani i izvedeni, prepoznaje značaj popularne kulture kao temelja identiteta ljudi. Poput identiteta konstruiranih u mnogim drugim oblicima popularne kulture, *lifestyle* sportski identiteti mogu predstavljati mjesto gdje se identitet stvara. Naše istraživanje pokazalo je kako hrvatski vozači BMX bicikla zaista na osnovi te specifične kineziološke aktivnosti stvaraju svoj životni stil i specifičan identitet, odnosno prolaze proces supkulturalizacije/tribalizacije. Za mnoge sudionike, osobito one vrlo predane, supkulturni statusi i identiteti smatrani su važnijima od drugih sfera njihovih života ili identiteta, uključujući u nekim slučajevima plaćeni posao i nacionalne, rodne ili rasne identitete. Taj proces sudionici opisuju u intervjuima pričajući o svojim prvim danima u *skate* parku gdje navode da su osjetili da ih stariji pripadnici scene prihvaćaju i kako ih je „ekipa izgradila u ono što su danas više nego roditelji“.

Zadatak ove disertacije bio je odgovoriti na tri glavna istraživačka pitanja. Etnografija nam je omogućila dobivanje jasnih odgovora i zaključaka kroz šest glavnih tema koje su se pokazale relevantnima. Istraživanju smo pristupili etnografski koristeći se promatranjem sa sudjelovanjem i polustrukturiranim intervjuom kao metodološkim alatima kojima najbolje možemo prodrijeti u specifičan svijet ovakve grupe. Na prvo istraživačko pitanje dobiveni su homogeni odgovori. Svi sudionici smatraju da je upravo BMX najvažniji faktor u izgradnji njihovog identiteta i životnog stila. Tijekom istraživanja utvrđeno je da sudionici BMX scene imaju prepoznatljiv stil odijevanja, sleng koji koriste i rituale koje provode. Dosadašnja istraživanja sportskih supkultura, odnosno *lifestyle* sportova, potvrđuju kako klasni determinizam nije primjeren u analizi, odnosno da društvena klasa uglavnom nije osnovna karakteristika sportskoga supkulturnog koncepta. Međutim, akteri iskazuju pripadnost kolektivu, pritom zadržavajući autonomiju, slušaju sličnu glazbu, koriste se istim slengom bez obzira na to iz kojeg grada dolaze i imaju specifičan i prepoznatljiv stil odijevanja. Sportske supkulture koje su glavni predmet ovog istraživanja u određenoj mjeri možemo povezati s

pojmom otpora te ih promatrati kao supkulturu. S obzirom na navedeno, pojam supkulture ostaje relevantan u interpretaciji procesa stvaranja identiteta i životnog stila kroz BMX, jedan od temeljnih *lifestyle* sportova. Proučavajući aktere, nailazimo na obilježja životnog stila o kojem govore post supkulturalisti, kao i na fluidnost i fleksibilnost granica scene.

Na pitanje propusnosti granica ove scene nemoguće je dati jednoznačan odgovor. Premda ubrzane promjene koje se događaju u svijetu *lifestyle* sportova ove sportove približavaju *mainstreamu* na mnogo načina, akteri pokazuju otpor prema tome i želju da sport zadrži izvorne vrijednosti. To je pokazalo istraživanje ove BMX scene, kao i brojna istraživanja drugih scena *lifestyle* sportova. Granice među različitim *lifestyle* sportovima nisu čvrste. To se ogleda u činjenici da se nekolicina sudionika bavi još nekim srodnim sportom, a zatim i u intervjuima u kojima su izrazili mišljenje da nema velikih razlika između njih i primjerice skejtera. Ono što smatramo najzanimljivijim nalazom ovog istraživanja jesu razlike između vozača *street* stila i *park* stila. Iako je scena mala, primjećujemo izrazite razlike među ovim vozačima, kako u ponašanju i stilu, tako i u stavovima prema procesu komercijalizacije. Granice među pojedinim stilovima *freestyle* BMX-a zapravo uz suvremena događanja postaju sve čvršće.

Lifestyle sportovi, odnosno sportaši, neupitno su vrlo zanimljivi brojnim tvrtkama za oglašavanje proizvoda. Diskurs koji okružuje te sportove poigrava se s idejom da oni nude više od sporta. *Lifestyle* sportovi na neki način odvođe gledatelja brže, više i dalje od svih ostalih, a sportaš se pojavljuje kao neustrašiva figura, krajnje hrabar i uvijek pustolovan. Kao što je ovdje detaljno navedeno, te se kvalitete prenose detaljnom medijskom pozornošću, a iz toga se načelno konstituira diskurs ekstrema. Upravo je komercijalizacija mjesto gdje se vidi najveća promjena, čak i potencijalni razdor među akterima. Možda i najbitnije istraživačko pitanje bilo je mijenja li proces komercijalizacije način shvaćanja BMX scene samih aktera. Razlog iz kojeg je baš ovo pitanje toliko važno jest činjenica da je upravo ovo razdoblje krucijalno za promjene u većini *lifestyle* sportova, pa tako i BMX-a. Kao što je ranije objašnjeno, u program posljednjih Olimpijskih igara uvršten je *freestyle* BMX (uz *skateboard*, slobodno penjanje, *parkour* i dr). Razmišljanja aktera o ovom su pitanju ambivalentna. Iako svjesni važnosti popularizacije sporta kako bi mogli vježbati tijekom cijele godine (izgradnja zatvorenog *skate* parka) te kako bi mogli zarađivati baveći se svojim sportom (povećanje interesa sponzora), jasno im je da je način na koji sport postaje komercijalan u sukobu s njihovim izvornim vrijednostima. Većina sudionika scene (*street* BMX vozači) nema ništa protiv same inkluzije u olimpijski program, ali ne želi ni na koji način sami sudjelovati u procesima koje također vezujemo uz pojmove

komercijalizacija i komodifikacija. Glasno osuđuju prihvaćanje sponzorstava od brendova koji nisu u skladu s vrijednostima BMX-a te načine na koji funkcioniraju natjecanja na ovim prostorima. Ono što naglašavaju kao njima važno jest vožnja iz zabave, društvo, pomicanje vlastitih granica i užitak. Akteri u većini kažu da bi radije radili drugi posao, a da im BMX ostane isključivo hobi, ali pod njihovim uvjetima. Jedini tip komercijalizacije na koji pristaju je *movement* tip, kako su ga nazvali Edwards i Corte (2010). Primjer toga je *Šuma Crew*, organizacija koja manjim natjecanjima okuplja zaljubljenike u BMX i *skateboard*. Oni proizvode i odjeću koju nose svi BMX vozači. S druge strane, manji broj (*park*) vozača smatra da je uključenje u program OI, ali i prihvaćanje sponzorstava bez obzira na sve, jedini način da postanu profesionalci, a to im je prioritet. Oni su ti koji prihvaćaju sve tipove komercijalizacije, odnosno nije im važno da su firme koje ih sponzoriraju direktno vezane uz BMX. Razgovorima s ovim akterima može se zaključiti da su svjesni da to mijenja sam sport i da je za očekivati da će u budućnosti BMX biti „kao nogomet“, ali trenutno im je vlastiti uspjeh važniji. Rezultati ovog istraživanja uglavnom su u skladu s literaturom koja komercijalizaciju vidi kao višestruki proces koji uključuje i kolektivne i pojedinačne aktere koji često slijede suprotstavljene ciljeve. Ono što svakako potvrđuju postmoderne teorije jest naglasak na procesima potrošnje. Osim što sam sport zahtijeva neprestano ulaganje u opremu, odjeća koju akteri nose često je brendirana. Sponzorstva su jedini način osiguravanja uvjeta i mogućnosti za posvećeno bavljenje *lifestyle* sportom, a procesi komercijalizacije i komodifikacije sve su izraženiji, pogotovo od trenutka u kojem većina *lifestyle* sportova postaje dio programa ljetnih Olimpijskih igara.

Nekoliko smo puta spomenuli kako su neka od najvažnijih obilježja *lifestyle* sportova nekompetitivnost, otpor vanjskoj regulaciji, visoki rizik prilikom izvedbe i naglašena osobna sloboda sportaša. Nakon provedenog istraživanja postavlja se pitanje koliko ova obilježja vrijede danas, posebno nakon uključivanja *freestyle* BMX-a u program ljetnih Olimpijskih igara. Na manjim lokalnim natjecanjima možemo još uvijek primijetiti obilježje nekompetitivnosti, navijanje za svakog vozača koji uspije trik koji dugo vježba, potporu za svakog natjecatelja i jednu potpuno drugačiju atmosferu od onih na koje smo navikli gledajući ostale sportove. Na natjecanju velikom kao što su Olimpijske igre toga svakako više nema. Natjecanje u *freestyle* BMX-u podsjeća na natjecanje u bilo kojem drugom individualnom sportu gdje vozač izađe, odradi svoje trikove i odlazi, baš kako je to formulirao i jedan od sudionika istraživanja, a kontakta među vozačima gotovo i nema. Drugo obilježje koje propitujemo jest otpor vanjskoj regulaciji. Kako je gore već objašnjeno, *freestyle* BMX je u program OI uključen pod UCI-jem, organizacijom koja svakako ne prepoznaje i ne poštuje

izvorne vrijednosti sporta, barem iz perspektive vozača. Njihovi uvjeti poput dresova, trenera, zadanih trikova i drugih moraju se poštovati što automatski znači da sljedeće obilježje, a to je osobna sloboda sportaša, dolazi u pitanje. Sportaši znaju točno koliko se koji trik vrednuje, tako da neće odraditi trik koji mu je najdraži ili koji mu najbolje ide, već onaj koji će osigurati viši plasman. Posljednje obilježje, visoki rizik prilikom izvedbe također prestaje biti dijelom *freestyle* BMX-a, barem na OI, s obzirom na svu sigurnosnu opremu koju sportaši ondje imaju. Najčešća rečenica koju smo dobili tijekom intervjuiranja lokalnih vozača bila je: „žele od BMX-a napraviti nogomet“. Sudionici primjećuju i zamjeraju sve navedene promjene koje se događaju i koje potpuno mijenjaju njihov sport. Novi uvjeti mijenjaju sport iznutra te ukazuju na koji se način donedavno „alternativni“ sportovi rapidno približavaju *mainstreamu*. Važno je spomenuti da većinu hrvatske BMX scene čine *freestyle street* vozači kod kojih još uvijek vidimo gore navedena obilježja *lifestyle* sporta te koje možemo smatrati supkulturom u ovom sportu.

Fokus ovog istraživanja bila je lokalna scena *freestyle* BMX-a. Vrlo malo istraživanja u svijetu fokusiralo se isključivo na vozače *freestyle* BMX-a. Veliki dio literature o akcijskim sportovima, ekstremnim sportovima ili *lifestyle* sportovima usredotočuje se na *skateboarding*, slobodno penjanje, surfanje i ostale sportove koji su na određenim prostorima gdje su se istraživanja provela popularniji od BMX-a. Ova disertacija nadopunjuje literaturu o *lifestyle* sportovima. Proširuje saznanja o procesima komercijalizacije i komodifikacije kroz koje *lifestyle* sportovi prolaze s obzirom na rast popularnosti i gledanosti ovih sportova, posebice s obzirom na uključenje većine *lifestyle* sportova u program Olimpijskih igara u Tokiju 2021. Ova disertacija podržava i proširuje neke zaključke drugih znanstvenika koji su istraživali ovaj specifični slučaj na drugim lokacijama (Rinehart, 2008, Wheaton i Thorpe, 2011, Wheaton 2019). Kulturna politika unutar ove skupine jedinstvena je i temelji se na prepoznatljivoj povijesti, ideologiji i identitetu. *Lifestyle* sportovi pružaju važan okvir za razumijevanje empirijskih i teorijskih dokaza i izazova sporta u 21. stoljeću. Neki teoretičari predstavljaju pojavu ovih sportskih aktivnosti, ali i supkultura i stilova života koji se razvijaju oko njih, kao novu fazu u razvoju sporta, a koju neki karakteriziraju kao postmodernu (Rinehart 1998, 2000; Wheaton 1997).; Stedman 1997). Zanimljivo je primijetiti promjene kroz koje su (sub)kulture i identiteti *lifestyle* sportaša prolazili u teorijskom prelasku iz moderne u postmodernu te kako su pojava i rast sportskih *lifestyle* aktivnosti bili uključeni u ovu društveno-kulturnu promjenu. Mnogi autori problematiziraju upotrebu pojma supkultura u suvremenim kontekstima mladih. Pojam supkultura kritiziraju jer tvrde da se sada radi o privremenijim, prolaznijim okupljanjima ili o postmodernim plemenima (Featherstone, 1991) karakteriziranim „fluidnim granicama i

plutajućim članstvom“ (Bennett, 1999:600). Ipak, tvrdimo da još uvijek možemo korisno upotrijebiti pojam supkulture u kontekstu *lifestyle* sportova. Za razliku od Muggeltonovih supkulturalaca temeljenih na stilu koji su se opirali „interpelaciji u imenovane supkulturne identitete“ (2000:93), sudionici BMX-a pokazuju stabilnije zajedničke predodžbe o svojim supkulturama i oblicima statusa i identiteta, kao što se pokazalo u istraživanju nekih drugih *lifestyle* sportova. (Kiewa, 2002, Beal i Wilson, 2004). Ipak, potrebno je istaknuti važnost prepoznavanja konstruirane, promjenjive, fluidne prirode ove skupine i procesa koji na nju utječu u suvremenom svijetu. Post supkulturne studije imaju potencijal za razumijevanje političke i medijske inkorporacije u *lifestyle* sport (Wheaton, 2007a; Thorpe i Wheaton, 2011a). Velik dio ranih istraživanja o institucionalizaciji i komercijalizaciji *lifestyle* sportova usredotočio se na negativne učinke tih procesa videći inkorporaciju kao proces koji potkopava „autentični“ oporbeni karakter tih sportova (Wheaton i Beal, 2003, Edwards i Corte, 2009). Pristup birmingemskih autora nije bio dovoljan za objašnjenje supkultura koje ipak aktivno prihvaćaju, barem dijelom, proces komercijalizacije kako bi bili prepoznatljiviji i kako bi profitirali od tih procesa. Nasuprot tome, post supkulturalisti pokušavaju razumjeti i objasniti složene i promjenjive odnose moći koji su uključeni u komercijalizaciju kultura mladih prije, tijekom i nakon što grupa (eventualno) postane uključena u *mainstream*. Pokušavajući razumjeti sve procese koji se događaju na BMX sceni, konceptualizacija supkulture Sarah Thornton (1995), proizašla iz njezina istraživanja plesnih kultura 1990-ih, pokazala se korisnom. Skovala je pojam supkulturni kapital te ilustrira kako ukus također može biti oznaka društvenog identiteta koja služi za klasificiranje drugih društvenih skupina, uključujući društvene i kulturne razlike ili hijerarhije unutar popularne kulture. supkulturni kapital uključuje tvrdnju o autentičnosti unutar kulture. Unatoč nekim ograničenjima (Carrington i Wilson, 2004.), njezin pristup prepoznaje da politika autentičnosti podupire supkulturne statuse. Također naglašava važnost mapiranja unutarnjih hijerarhija moći ili različitih statusa unutar supkultura, kao i među njima, a o čemu smo detaljno pisali u raspravi. Najviše zbog procesa komercijalizacije *freestyle* BMX scena podijelila se na *street* i *park*. Pritom se tu ne misli na različiti stil vožnje, već na razlike u stavovima i djelovanju prema komercijalizaciji. Važan doprinos ove studije jest objašnjenje kako se podskupine diferenciraju rekonstruirajući granice i (ponovno) polažući zahtjeve za supkulturnim prostorom, autentičnošću i statusom. Ovo istraživanje potvrđuje ideju koju su Perasović i sur. (2023) vrlo nedavno objavili o prevladavanju jaza između supkulturalista i postsupkulturalista fokusiranjem na sam proces supkulturalizacije/tribalizacije, a uzimajući dio pojmova od obiju istraživačkih skupina.

Međutim, važno je objasniti nekoliko ograničenja ove studije. Najveće ograničenje kvalitativnih istraživanja, pa tako i ove disertacije, gotovo je nemoguća generalizacija rezultata. S obzirom na to da se radi o etnografskom istraživanju, uzorak je bio namjeren, a ispitanici su vozači *freestyle* BMX-a s ovih prostora. Ipak, s obzirom na malobrojnost same scene, uzorak je apsolutno reprezentativan za hrvatski BMX. S obzirom na globalizirano društvo, možemo pretpostaviti karakteristike ostalih (svjetskih) scena, a prethodna istraživanja BMX scena koja smo spominjali tijekom rada ovu tvrdnju potvrđuju.

Igre u Tokiju 2021. relativno su nedavno završile i tek se krenulo s prikupljanjem podataka iz kojih će se moći istražiti stavovi BMX vozača o njima. Tek nam ostaje istražiti kako je uključivanje BMX-a uistinu utjecalo na BMX vozače kao supkulturu tijekom nekoliko godina. S obzirom na dinamiku razvoja sporta, ali i drugačije stavove mlađih vozača, za očekivati je da će i BMX uskoro postati dio *mainstreama*, a ovo istraživanje pruža prostor za buduće znanstvenike koji će se baviti ovom (još nedovoljno istraženom) temom, pogotovo na ovim prostorima. *Lifestyle* sportovi sve su intenzivniji trend koji predstavlja konceptualni i empirijski izazov za sociologiju sporta koja je ukorijenjena u tradicionalnom razumijevanju onoga što sport jest. Istraživanja sportova kao što je BMX pružaju još jednu mogućnost za nadilaženje razlika između supkulturalista i post supkulturalista i razumijevanje dinamičnog i kompleksnog društvenog procesa supkulturalizacije/tribalizacije.

8. POPIS LITERATURE:

Adorno, T. W. (2001). *The culture industry: Selected essays on mass culture*. Psychology Press.

Anderson, K. L. (1999). Snowboarding: The construction of gender in an emerging sport. *Journal of sport and social issues*, 23(1), 55-79.

Andrews, D. L., & Cole, C. L. (2002). The nation reconsidered. *Journal of Sport and Social Issues*, 26(2), 123-124.

Atkinson, M. (2010). Entering scapeland: yoga, fell and post-sport physical cultures. *Sport in Society: Cultures, Commerce, Media, Politics*, 13(7), 1249–1267.

Bale, J., & Christensen, M. K. (2004). Post-Olympism? Questioning sport in the twenty-first century.

Beal, B. (1995). Disqualifying the official: An exploration of social resistance through the subculture of skateboarding. *Sociology of sport journal*, 12(3), 252-267.

Beal, B., & Wilson, C. (2004). ‘Chicks dig scars’: Commercialisation and the transformations of skateboarders’ identities. In *Understanding lifestyle sport* (pp. 43-66). Routledge.

Beck, U., Lash, S., & Wynne, B. (1992). *Risk society: Towards a new modernity* (Vol. 17). sage

Becker, H. (1963). *Outsiders: Studies in the Sociology of Deviance*. New York: Free Press.

Bennett, A. (1999). Subcultures or neo-tribes? Rethinking the relationship between youth, style and musical taste. *Sociology*, 33(3), 599-617.

Bennett, A. (2000.) *Popular Music and Youth Culture: Music, Identity and Place*, London, Macmillan.

Bennett, A. (2002). Music, media and urban mythscapes: a study of the ‘Canterbury Sound’. *Media, Culture & Society*, 24(1), 87-100.

Bennett, G., Henson, R., & Zhang, J. (2002). Action sports sponsorship recognition. *Sport Marketing Quarterly*, 11(3), 174-185.

Bennett, A. (2018). Youth, music and DIY careers. *Cultural Sociology*, 12(2), 133-139.

Blackman, S. (2005). Youth subcultural theory: A critical engagement with the concept, its origins and politics, from the Chicago school to postmodernism. *Journal of youth studies*, 8(1), 1-20.

- Blackman, S. (2014). Subculture theory: An historical and contemporary assessment of the concept for understanding deviance. *Deviant behavior*, 35(6), 496-512.
- Booth, D. (2005). Paradoxes of material culture: The political economy of surfing. In *The political economy of sport* (pp. 104-125). Palgrave Macmillan, London.
- Booth, D., & Thorpe, H. (2007). The meaning of extreme. *Berkshire encyclopedia of extreme sports*, 181-197.
- Borden, I. (2001). *Skateboarding, Space and the City: Architecture and the Body*. Oxford: Berg.
- Bourdieu, P. (1984). A social critique of the judgement of taste. *Traducido del francés por R. Nice*. Londres, Routledge.
- Bourdieu, P. (1993). *The field of cultural production: Essays on art and literature*. Columbia University Press.
- Braun, V. i Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology, *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101, DOI:10.1191/1478088706qp063oa
- Braun, V. i Clarke, V. (2013). *Successful Qualitative Research: A Practical Guide for Beginners*. London: Sage.
- Brenner, M. (1985). *The research interview, uses and approaches*. Academic Press.
- Brinkmann, S. (2014). Unstructured and semi-structured interviewing. *The Oxford handbook of qualitative research*, 277-299.
- Browne, D. (2005). *Amped: How big air, big dollars, and a new generation took sports to the extreme*. Bloomsbury Publishing USA.
- Brymer, E. (2010). Risk taking in extreme sports: A phenomenological perspective. *Annals of Leisure Research*, 13(1-2), 218-238.
- Brymer, E., & Schweitzer, R. (2013). Extreme sports are good for your health: a phenomenological understanding of fear and anxiety in extreme sport. *Journal of health psychology*, 18(4), 477-487
- Brymer, E., & Schweitzer, R. (2017). *Phenomenology and the extreme sport experience*. Routledge.
- Carrington, B. and Wilson, B. (2004). Dance nations: rethinking youth subcultural theory. In A. Bennett and K. Kahn-Harris (Eds), *After Subculture: Critical Studies in Contemporary Youth Culture* (pp. 65–78). Basingstoke: Palgrave.
- Boyatzis, R., 1998. Transforming qualitative information: thematic analysis and code development. Thousand Oaks, CA: SAGE.

Chaney, D. (2004). Fragmented culture and subcultures. U: A. Bennett, K. Khan-Harris (ur.). *After subculture : critical studies in contemporary youth culture* (36-51). New York : Palgrave Macmillan.

Clark, J. (1976). The Skinheads and the Magical Recovery of Community. U: S. Hall, T. Jefferson (Ur.). *Resistance Through Rituals: Youth Subcultures in Post-War Britain* (80-84). London: Routledge.

Clark, D. (2003). The death and life of punk, the last subculture. U: D. Muggleton, R. Weinzierl (Ur.). *The post-subcultures reader*. Bloomsbury: Academic.

Clarke, V. i Braun, V. (2018). Using thematic analysis in counselling and psychotherapy research: A critical reflection. *Counselling and Psychotherapy Research*, 18(2), 107-110. <https://doi.org/10.1002/capr.12165>

Clemmitt, M. (2009). *Extreme sports: Are they too dangerous?.* Congressional Quarterly.

Cohen, P. (2007). Subcultural conflict and working class community. In *CCCS Selected Working Papers* (pp. 554-577). Routledge.

Corte, U. (2012). *Subcultures and small groups: A social movement theory approach* (Doctoral dissertation, Acta Universitatis Upsaliensis).

Connell, R. (1995) *Masculinities*, Cambridge: Polity Press.

Culyba, R. J., Heimer, C. A., Petty, J. C. (2004). The ethnographic turn: Fact, fashion, or fiction?. *Qualitative sociology*, 27(4), 365-389.

Cutler, C. (2006). Subcultures and countercultures. *Encyclopedia od Language and Linguistics*. 263-239. www.sciencedirect.com

Čaldarović, O. (2012). *Čikaška škola urbane sociologije: utemeljenje profesionalne sociologije*. Zagreb: Jesenski Turk.

Delle Fave, A., Bassi, M., & Massimini, F. (2003). Quality of experience and risk perception in high-altitude climbing. *Journal of Applied Sport Psychology*, 15, 82-98.

Donnelly, M. (2006). Studying extreme sports: Beyond the core participants. *Journal of Sport and Social Issues*, 30(2), 219-224.

Donnelly, P. (1993). Subcultures in sport: Resilience and transformation. *Sport in social development: Traditions, transitions, and transformations*, 119-145.

Donnelly, P. (1996). Prolympism: Sport monoculture as crisis and opportunity. *Quest*, 48(1), 25-42.

Downs, B. (2003). Small bikes, big men. *To the extreme: alternative sports inside and out*, 145-152.

- Draper, K. & Macur, J. (2021).
<https://www.nytimes.com/2021/07/01/sports/olympics/shacarri-richardson-suspended-marijuana.html> (pristupljeno 7.11.2022.)
- Dubreta, N. (2005). *Društvo i odnos prema drogama: sociokulturni kontekst upotrebe kanabisa*. Hrvatska sveučilišna naklada.
- Dunning, E. (2005), *Figuring' Modern Sport: Autobiographical and Historic Reflections on Sport, Violence and Civilisation*, Chester Academic Press, Chester.
- Edwards, B., & Corte, U. (2009). 'From Greenville to 'Pro-Town, USA': The Mobilization and Commercialization of a Local Lifestyle Sport Scene. *On the Edge: Leisure, Consumption and the Representation of Adventure Sports*, edited by Belinda Wheaton and Joan Ormrod. Eastbourne: Leisure Studies Association.
- Edwards, B., & Corte, U. (2010). Commercialization and lifestyle sport: Lessons from 20 years of freestyle BMX in 'Pro-Town, USA'. *Sport in Society*, 13(7-8), 1135-1151.
- Elias, N., & Dunning, E. (1970). The quest for excitement in unexciting societies. *The cross-cultural analysis of sport and games*, 31-51.
- Evans, S. (1989). Nightclubbing: An exploration after dark. In *Príspevek přednesený na BPS Scottish Branch of the Annual Conference. University of Strathclyde, Glasgow*.
- Featherstone, M. (1991) *Consumer Culture and Postmodernism*, London, Newbury Park, New Delhi: Sage Publications.
- Frith, S. (1983). *Sound Effects: Youth, Leisure, and the Politics of Rock'n'Roll*, London: Constable. *Sound Effects: Youth, Leisure, and the Politics of Rock'n'Roll*.
- Ford, N. J., & Brown, D. (2005). *Surfing and social theory: Experience, embodiment and narrative of the dream glide*. Routledge.
- Fornäs, J., Lindberg, U., Sernhede, O. (2014). *In garageland: Rock, youth and modernity*. London: Routledge.
- Frosh, S., Phoenix, A., & Pattman, R. (2003). Taking a stand: Using psychoanalysis to explore the positioning of subjects in discourse. *British journal of social psychology*, 42(1), 39-53.
- Gelder, K. (2007). *Subcultures: Cultural histories and social practice*. Routledge.
- Genzuk, M. (2003). A synthesis of ethnographic research. Occasional Papers Series. http://www-bcf.usc.edu/*genzuk/Ethnographic_Research.pdf (pristupljeno 4.5.2021).
- Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. New York: Doubleday.
- Goode, E. (1970). *The marijuana smokers* (pp. 185-190). New York: Basic Books.

- Greenfeld, K. T., & McDowell, J. (1998). A Wider World of Sports. *Time*, 152(19), 80-81.
- Griffin, C. (2000). More than simply talk and text: Psychologists as cultural ethnographers.
- Guttman, A. (2002). *The Olympics: A history of the modern games* (Vol. 14). University of Illinois Press.
- Hall, S. (1997) 'The spectacle of the "Other"' in S. Hall (ed.) *Representation: Cultural Representation and Signifying Practices*, Sage, London
- Hammersley, M. (2007). Reflections on linguistic ethnography. *Journal of Sociolinguistics*, 11(5), 689-695.
- Harris, D. J., Allen, K. L., Vine, S. J., & Wilson, M. R. (2021). A systematic review and meta-analysis of the relationship between flow states and performance. *International review of sport and exercise psychology*, 1-29.
- Hebdige, D. (1979). *Subculture: The meaning of style*. Routledge.
- Hetherington, K. (1998) Vanloads of uproarious humanity: New age travellers and the utopics of the countryside in *Cool Places: Geographies of Youth Cultures* (eds, Valentine, G., Skelton, T. and Chamber, D.) London: Routledge.
- Hill, L. (2002) 'Climbing free', Harper Collins, London, p. 38.
- Hodkinson, P. (2002). *Goth. Identity, style and subculture*. Guildford: University of Surrey.
- Holt, N. L., & Sparkes, A. C. (2001). An ethnographic study of cohesiveness in a college soccer team over a season. *The sport psychologist*, 15(3), 237-259.
- Hoffman, M., 2018. Why we need to keep the UCI out of BMX, for now... DigBMX.: <https://digbmx.com/dig-this/why-we-need-to-keep-the-uci-out-of-bmx> (pristupljeno 5.10.2022).
- Honea, J. C. (2013). Beyond the alternative vs. mainstream dichotomy: Olympic BMX and the future of action sports. *Journal of Popular Culture (Boston)*, 46(6), 1253-1275.
- Howe, S. (1998). *(Sick): A Cultural History of Snowboarding*. Macmillan.
- Hoy, C. (2008): Chris Hoy gets PEZ'd! *BMX Bikes*. http://www.bmxbikes365.com/2008_01_01_archive.html (pristupljeno 2.9.2022)
- Jefferson, T. (Ed.). (2002). *Resistance through rituals: Youth subcultures in post-war Britain*. Routledge.
- Huffaker, D. A., & Calvert, S. L. (2005). Gender, identity, and language use in teenage blogs. *Journal of computer-mediated communication*, 10(2), JCMC10211.

- Humphreys, D. (2003). Selling out snowboarding: The alternative response to commercial co-optation. In R. Rinehart & S. Syndor (eds) *To the Extreme: Alternative Sport, Inside and Out* (pp. 407-428). Albany: State University of New York Press.
- Jarvie, G. (2013). *Sport, culture and society: an introduction*. Routledge.
- Jenks, C. (2004). *Subculture: The fragmentation of the social*. New York: Sage.
- Kay, J., & Laberge, S. (2002). The New Corporate Habitus in Adventure Racing. *International review for the sociology of sport*, 37(1), 17-36.
- Kay, J., & Laberge, S. (2004). 'Mandatory equipment': Women in adventure racing. In *Understanding Lifestyle Sport* (pp. 166-186). Routledge.
- Kellner, D. (1992). Popular culture and the construction of postmodern identities. In S. Lash, & J. Friedman (Eds.). *Modernity and identity* (pp. 141-177). Oxford, UK: Blackwell.
- Kiewa, J. (2002). Traditional climbing: metaphor of resistance or metanarrative of oppression? *Leisure Studies*, 21, 145–161.
- Krnić, R., Perasović, B. (2013). *Sociologija i party scena*. Zagreb; Naklada Ljevak.
- Kusz, K. (2003). BMX, extreme sports, and the white male backlash. *To the extreme: Alternative sports, inside and out*, 153-175.
- Kvale, S. (1994). *Interviews: An introduction to qualitative research interviewing*. Sage Publications, Inc.
- Lash, S. (1990). *Sociology of Postmodernism*. London: Routledge.
- Laurendeau, J. (2006). "He didn't go in doing a skydive": sustaining the illusion of control in an edgework activity. *Sociological Perspectives*, 49(4), 583-605.
- Laurendeau, J. (2008). "Gendered Risk Regimes": A theoretical consideration of edgework and gender. *Sociology of Sport Journal*, 25(3), 293-309.
- Leblanc, L. (2001). *Pretty in Punk. Girls' Gender Resistance in Boys' Culture*, New Brunswick, Rutgers University Press
- Levinson-King, D. (2021) <https://www.bbc.com/news/world-us-canada-58003743> (pristupljeno 5.11.2022).
- Lofland, J. (2002). Analytic ethnography: Features, failings, and futures. *The qualitative researcher's companion*. London: Sage Publications, 137-170.
- Lyng, S. (1990). Edgework: A social psychological analysis of voluntary risk taking. *American journal of sociology*, 95(4), 851-886.
- Maxwell, J. A. (2012). *Qualitative research design: An interactive approach* (Vol. 41). Sage publications.
- MacClancy, J. (1996). *Sport, identity and ethnicity* (pp. 1-20). Berg Publisher Ltd.

McRobbie, A., Garber, J., Hall, S., & Jefferson, T. (1976). Resistance through rituals: Youth subcultures in post-war Britain.

McRobbie, A., & Garber, J. (1997). Girls and subculture: and exploration. *Resistance through rituals: youth subcultures in post-war*. London: Routledge.

Merton, R. K. (1938). Social structure and anomie. *American sociological review*, 3(5), 672- 682.

Midol, N., & Broyer, G. (1995). Toward an anthropological analysis of new sport cultures: The case of whiz sports in France. *Sociology of Sport Journal*, 12, 204-212.

Miles, S. (2000.) *Youth Lifestyles in Changing World*, Buckingham, Open University Press.

Milovanovic, D. (2005). Edgework: A subjective and structural model of negotiating boundaries. *Edgework: The sociology of risk-taking*, 17-49.

Moore, R. (2004). Postmodernism and punk subculture: Cultures of authenticity and deconstruction. *The Communication Review*, 7(3), 305-327.

Moran, I. P. (2010). Punk: The Do-It-Yourself Subculture. *Social Sciences Journal*, Vol. 10, Article 13.

Morgan Parmett, H. (2015). "Shredding" the Love: A Feminist Political Economy Critique of Gendered Lifestyle Branding. *Journal of Sport and Social Issues*, 39(3), 202-224.

Muggleton, D. (2000). *Inside Subculture: The Postmodern Meaning of Style*. Oxford: Berg.

Muggleton, D., & Weinzierl, R. (2003). *The post-subcultures reader*. Berg publishers.

Mungham, G. (1976). Youth in pursuit of itself. *Working class youth culture*, 82-104.

Olympics (n.d) <https://olympics.com/tokyo-2020/en/sports/cycling-bmx-freestyle/> (pristupljeno 4.8.2021)

Opaschowski, H. W. (2000). *Xtrem: der kalkulierte Wahnsinn; Extremsport als Zeitphänomen*. Germa Press.

Pannonian Challenge (n.d) <https://pannonian.hr> (pristupljeno 5.11.2022).

Pearson, G. (2012). An ethnography of English football fans. *Cans, cops and carnivals*.

Perasović, B. (2001). *Urbana plemena: sociologija supkultura u Hrvatskoj*. Hrvatska sveučilišna naklada.

Perasović, B. (2002). Sociologija supkultura i hrvatski kontekst. *Društvena istraživanja: časopis za opća društvena pitanja*, 11(2-3 (58-59)), 485-498.

- Perasović, B., Mustapić, M., & Hrštić, I. (2023). Subculturalisation/tribalisation as a social process: The Yugoslav 1980s and the roots of the ultras subculture in Croatia. *International Review for the Sociology of Sport*, 10126902231168346
- Pilkington, H. (2016). *Loud and proud: Passion and politics in the English Defence League*. Manchester: Manchester University Press.
- Pollay, R. W. (2001). Export "A" ads are extremely expert, eh? *Tobacco Control*, 10, 71-74.
- Posavec, V. L. (2021). Metodologija društvenih istraživanja: temeljni uvidi. *Suvremena psihologija*, 24(1), 109-110
- Puchan, H. (2005). Living "extreme": Adventure sports, media and commercialisation. *Journal of communication management*, 9(2), 171-178.
- Redhead, S. (1990). *The end of the century party: Youth and pop towards 2000*. Manchester: University Press.
- Reeves, S., Kuper, A., & Hodges, B. D. (2008). Qualitative research methodologies: Ethnography. *British Medical Journal*, 337, 512-514.
- Rinehart, R. (1998). Inside of the outside: Pecking orders within alternative sport at ESPN's 1995 "The eXtreme Games". *Journal of Sport and Social Issues*, 22(4), 398-415.
- Rinehart, R. (2000). Emerging/arriving sport: Alternatives to formal sports. *Handbook of sports studies*, 504-519.
- Rinehart, R. E. (2003). Dropping into sight: Commodification and co-optation of in-line skating. *To the extreme: Alternative sports, inside and out*, 27-51.
- Rinehart, R., & Grenfell, C. (2002). BMX spaces: Children's grass roots' courses and corporate-sponsored tracks. *Sociology of sport journal*, 19(3), 302-314.
- Rinehart, R. E., & Sydnor, S. (2003). *To the extreme: Alternative sports, inside and out*. Suny Press.
- Robertson, R. (1995). Glocalization: Time-space and homogeneity-heterogeneity. *Global modernities*, 2(1), 25-44.
- Scott, S. (2013). *A subcultural study of freestyle BMX: the effects of commodification and rationalization on edgework*. (disertacija) (Scott, Shane, "A subcultural study of freestyle BMX : the effects of commodification and rationalization on edgework." (2013). UofL Electronic Theses and Dissertations. Paper 1291.<http://dx.doi.org/10.18297/etd/1291>)
- Shagrir, L. (2017). *Journey to ethnographic research*. Springer International Publishing.

Simpson, K. (2002) *Extreme Sports May Represent the Future of Winter Olympics*, 5 February.

Available at: http://findarticles.com/p/articles/mi_qn4191/is_20020205/ai_n10001444/

Sisjord, M. K. (2009). Fast-girls, babes and the invisible girls. Gender relations in snowboarding. *Sport in Society*, 12(10), 1299-1316.

Skelin Horvat, A. (2017). *O jeziku i identitetima hrvatskih adolescenata*. Srednja Europa.

Smart, B. (2018). Consuming Olympism: Consumer culture, sport star sponsorship and the commercialisation of the Olympics. *Journal of Consumer Culture*, 18(2), 241-260.

Smith, C. J., & Himmelfarb, K. M. (2008). "Actually Existing" Olympism—The Beijing 2008 Games and China's Neoliberal Project. *Journal of Current Chinese Affairs-China aktuell*, 37(2), 36-59.

Spencer, D. C. (2001). *Iain Borden (2001) Skateboarding, Space and the City: Architecture and the Body*. Oxford: Berg.

Stedman, L. (1997) From gadget to gonad man: surfers, feminists and postmodernisation. *Australian and New Zealand Journal of Sociology*, 33,1: 75–90.

Storey, J. (1999). *Cultural consumption and everyday life*. Bloomsbury Academic.

Štimac Grbić, D., & Glavak Tkalić, R. (2020). Uporaba sredstava ovisnosti u općoj populaciji Republike Hrvatske: 2019. i analiza trendova uporabe 2011.-2019. *Zagreb: Hrvatski zavod za javno zdravstvo i Institut društvenih znanosti Ivo Pilar*.

Thornton, S. (1995). *Club Cultures: Music, Media and Subcultural Capital*, Cambridge: Polity.

Thornton, S. (1996). *Club cultures: Music, media, and subcultural capital*. Wesleyan University Press.

Thorpe, H. (2008). Foucault, technologies of self, and the media: Discourses of femininity in snowboarding culture. *Journal of sport and social issues*, 32(2), 199-229

Thorpe, H., & Dumont, G. (2018). The professionalization of action sports: Mapping trends and future directions.

Thorpe, H., & Wheaton, B. (2011). 'Generation X Games', action sports and the olympic movement: understanding the cultural politics of incorporation. *Sociology*, 45(5), 830-847.

Thorpe, H., & Wheaton, B. (2019). The olympic games, agenda 2020 and action sports: the promise, politics and performance of organisational change. *International Journal of Sport Policy and Politics*, 11(3), 465-483

Tomic-Koludrovic, I., & Leburic, A. (2002). Sociologija zivotnog stila-prema novoj metodoloskoj strategiji. *Naklada Jasenski i Turk, Hrvatsko sociolosko drustvo*.

Ueno, T. (2003). Unlearning to raver: Techno-party as the contact zone in trans-local formations. *The post-subcultures reader*, 101-18.

Vukušić, D. (2022). *Supkulturne i postsupkulturne prakse mladih u Zagrebu* (Doctoral dissertation, University of Zagreb. Faculty of Humanities and Social Sciences. Department of Sociology).

Wheaton, B. (1997). *Consumption, lifestyle and gendered identities in post-modern sports: the case of windsurfing* (Doctoral dissertation, University of Brighton).

Wheaton, B. (2000). "Just do it": Consumption, commitment, and identity in the windsurfing subculture. *Sociology of sport journal*, 17(3), 254-274.

Wheaton, B. (2003). *Lifestyle sports magazines and the discourse of sporting masculinities*. Paper presented at the Leisure and Visual Culture, Roehampton University, Surrey

Wheaton, B. (Ed.). (2004). *Understanding lifestyle sport: Consumption, identity and difference*. Routledge.

Wheaton, B., & Beal, B. (2003). Keeping It Real! Subcultural Media and the Discourses of Authenticity in Alternative Sport. *International review for the sociology of sport*, 38(2), 155-176.

Wheaton, B. (2013). *The cultural politics of lifestyle sports*. Routledge.

Wheaton, B. (2017). Surfing through the life-course: Silver surfers' negotiation of ageing. *Annals of leisure research*, 20(1), 96-116.

Wikipedia (n.d) https://hr.wikipedia.org/wiki/Pannonian_Challenge (preuzeto 5.11.2022)

Willis, P. (1982) Women in sport and ideology in *Sport, Culture and Ideology* (ed, Hargreaves, J.) Routledge & Kegan Paul Ltd.

Wilson, B. (2002). The Canadian Rave Scene and Five Theses on Youth Resistance. *Canadian journal of sociology*, 27(3).

Wirth, L. (1938). Urbanism as a Way of Life. *American journal of sociology*, 44(1), 1-24.

Whitson, D. (1994) The embodiment of gender: Discipline, domination, and empowerment in *Women, Sport and Culture* (eds, Birrell, S. and Cole, C.) Champaign, IL: Human Kinetics.

Wolcott, H. F. (1999). *Ethnography: A way of seeing*. Rowman Altamira.

Yinger, J. M. (1960). Contraculture and Subculture. *American Sociological Review*. 25(5), 625- 635.

Young, A. (2004). Being the'Alternative'in an Alternative Subculture: Gender Differences in the Experiences of Young Women and Men in Skateboarding and Snowboarding. *Avante*, 10(3).

Yochim, E. C. (2010). *Skate life: Re-imagining white masculinity*. University of Michigan Press.

Zuckerman, M. (2000). Are you a risk-taker?. *PSYCHOLOGY TODAY-NEW YORK-*, 33(6), 52-5

9. PRILOZI

9.1. Prilog 1: Vodič za intervju

(1) SOCIODEMOGRAFSKI PODACI

Spol: muški

Rasa: bijela

Godine:

Obrazovanje:

Zanimanje:

Grad u kojem si rođen?

Grad u kojem živiš:

Zanimanje roditelja (klasa):

Koliko dugo voziš BMX:

Voziš li aktivno? Je li postojalo dulje razdoblje kad nisi vozio? Zašto?

BICIKL

Kakav bicikl trenutno voziš (pegovi, kotači, rama, kočnice)?

Zašto imaš takav bajk „setup“? Tko te inspirirao za to?

Je li ti važnije da bajk dobro izgleda ili su ti važnije funkcije? Malo mi to objasni?

VOŽNJA

Koliko često voziš?

Mijenja li se vrijeme provedeno u vožnji?

Zašto baš taj stil voziš?

Voziš li kad drugi stil vožnje? Zašto? Kakvi su ti uvjeti za vožnju?

Misliš li da postoji razlika između street i park vozača?

Voziš li češće sam ili u ekipi?

S kim najčešće voziš? Zašto?

Opiši tipični dan u kojem voziš? Opiši session? Gdje, koji stil, s kim, koje trikove najčešće radiš, kako se osjećaš?

(2) OSOBNE VRIJEDNOSTI I SUPKULTURALNA OBILJEŽJA

MOTIVACIJA

Pričaj mi o svojim počecima? Kada, gdje, zašto s kim si počeo voziti? Tko su ti bili uzori u početku?

Zašto voziš BMX?

Koji stil voziš? (street, park, dirt..?)

Što BMX za tebe predstavlja?

Što znači biti BMX vozač?

Koji je prvi trik koji si naučio na BMX-a? Koji je najbolji trik koji možeš? Koji trik je tvoj cilj?

IDENTITET

Postoji li način komunikacije s vozačima koje ne znaš?

Imaš li svoj crew? Nosiš li majice ili druge oznake drugih crewova? Podržavaš li scenu na takav način?

Koju glazbu slušaš?

Kako bi opisao svoj stil odijevanja? Što utječe na tvoj stil? Gdje najčešće kupuješ odjeću i obuću?

Opiši stereotip vozača?

Od kud dolazi taj stereotip?

Koji su tvoji stavovi o djeci u BMX-u? Ima li ih, zanima li ih sport?

Kakav je stav tvoje obitelji o BMX-u? Imaš li podršku?

Je li ti važno da ostali ljudi u tvom životu znaju da voziš? Skrivaš li to od koga? Koja je najčešća reakcija kad nekom kažeš da voziš BMX?

(3) EVOLUCIJA I PERSPEKTIVA SCENE

Opiši trenutno stanje na BMX sceni? Odjeće, glazba, video, ideje, trendovi? Kakav je tvoj stav? Vidiš li prostor za napredak? Kako? Zašto?

Koliko se možeš poistovjetiti s trenutnom BMX scenom? Zašto?

Smatraš li se dijelom scene? Što to za tebe predstavlja? Opiši svoju poziciju?

Opiši scenu.

Na koji način misliš da se scena može unaprijediti? Što ti smeta?

(4) PERCEPCIJA BMX-A

VANJSKA PERCEPCIJA BMX-A

BMX je danas poprilično poznat. Bi li se složio da danas gotovo svi znaju što je BMX?

Kakvi su stavovi šire javnosti o BMX-u po tvom mišljenju?

Misliš li da je taj stav ispravan? Od kud misliš da dolaze?

Po tvom mišljenju, kako je BMX predstavljen u medijima?

Utječu li stavovi javnosti na tebe i tvoju vožnju?

Što misliš o medijskoj pokrivenosti BMX-a?

Koji je tvoj stav o X Games i sličnim natjecanjima? Zašto?

Što misliš o korporativnim sponzorima BMX-a kao što su Monster i Red Bull? Podupiru li oni „core“ vrijednosti sporta?

PERCEPCIJA VOZAČA

Je si li u tijeku s novim vijestima o BMX-u? Gledaš li edite, čitaš li portale?

Opiši kako je predstavljen BMX u medijima?

Kakva ti se čini BMX scena, ide li u dobrom smjeru? Održavaju li vozači glavne vrijednosti i dalje?

Odražava li se stav scene na tvoju vožnju?

Jesi li ikad razmišljao o prestanku vožnje?

Koji su trikovi trenutno najpopularniji u videima? Utječu li na tvoju vožnju?

Zbog čega najviše napreduješ kao vozač?

Što najviše utječe na tebe, tvoju želju za vožnjom?

Koje trikove najviše voliš gledati, a koje raditi? Zašto?

Misliš li da BMX postaje sve ekstremniji? Privlači li te to ili odbija?

Jesi li imao neke ozljede? Kada? Što? Prilikom kojeg trika?

Misliš li da je BMX dobar sport za žene? Bi li volio da je više žena uključeno u sport?

(5) KOMERCIJALIZACIJA I BMX

Koristis li Instagram/Youtube?

Na koji način? Koliko ti je važan?

Kakav misliš da je utjecaj sponzora na sport?

Bi li volio zarađivati i živjeti od vožnje? Na koji način?

Bi li pristao da te sponzorira neka tvrtka koja nema veze s BMX-om? (npr. Ranteš, Čipi Čips, Gavrilović).

Bi li pristao voziti za tvrtku koja promovira vrijednosti s kojima se ne slažeš samo zbog novaca?

Što misliš o vozačima koji imaju Youtube kanal (nevezan samo za sport)? Podržavaš li takav način promocije?

9.2. Prilog 2: Fotografije BMX scene



Slika 1. BMX vozač nakon vožnje na natjecanju. M. Stupar, 2023.



Slika 2. *Tuck no hands*. M. Stupar, 2023.



Slika 3. BMX *park* vozači prije vožnje. M. Stupar, 2023.



Slika 4: Tetovaža BMX vozača. M. Stupar, 2023.



Slika 5. BMX *street* vozači. M. Stupar, 2023.



Slika 6. Međusobna podrška BMX vozača nakon natjecanja. M. Stupar, 2023.



Slika 7. *Tailwhip*. M. Stupar, 2023.

10. ŽIVOTOPIS AUTORICE

Marita Ukić Zeman, mag.cin, rođena je 21.11. 1991. godine u Splitu, hrvatska je državljanica. Nakon završene osnovne škole „Marjan” u Splitu, upisala je I. jezičnu gimnaziju. Maturirala je 2010. s prosjekom 4.92. Iste godine upisuje Kineziološki fakultet Sveučilišta u Zagrebu, na kojem je diplomirala 14. srpnja 2015. god s prosjekom ocjena 4.78. Diplomirala je na temu „Politika i sport u hrvatskom kontekstu: slučaj Europskog košarkaškog prvenstva 1995.“. Za vrijeme studija primala je stipendiju grada Zagreba. Od 2015. studentica je na poslijediplomskom doktorskom studiju na Kineziološkom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu.

Za vrijeme studija radila kao voditeljica aerobike u Studentskom centru u Zagrebu te u Uredu za međunarodnu suradnju Kineziološkog fakulteta.

Od 2015. do 2020. radi u MBS (*Movement Balance System*) centru kao osobni trener i trener grupnih programa. Od 2017. do 2021. suradnica je na časopisu „*Kinesiology – International Journal of Fundamental and Applied Kinesiology*”, a od veljače 2018. vanjska je suradnica na predmetu Grupni fitness programi I, II, III, IV. i Aerobika na Kineziološkom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu. Sudjelovala je na brojnim domaćim i stranim znanstvenim i stručnim skupovima na kojima je aktivno izlagala svoje radove.

U lipnju 2019. izabrana je u naslovno nastavno zvanje predavačice u području društvenih znanosti, znanstveno polje: kineziologija, te postaje suradnica na predmet Ritmička gimnastika. Od listopada 2019. predavačica je na Visokoj školi Aspira Zagreb na predmetima „Tjelesna i zdravstvena kultura“, „Osnove kineziologije“ i „Kineziološka rekreacija“.

Od lipnja 2020. otvara svoj fitness studio „Fit Treat“ koji i danas aktivno djeluje.

Bila je članica istraživačke grupe projekta „SPORTS – longitudinalne studije razine tjelesne aktivnosti srednjoškolaca” 2013.godine, koordinator za Hrvatsku projekta „Global Research Study on Global HOPSports OLS BB Project” (2014 – 2015) te je izabrana od strane Upravnog odbora FIEP-a Europe u projekt FIEP New Leaders.

POPIS OBJAVLJENIH RADOVA:

1. Ukić, M., Radaš, J., & Mandić, G. F. (2019). **Model values of motor abilities of junior rhythmic gymnasts in the Republic of Croatia.** *Kinesiology*, 51(2), 219-226.

2. Ajman, H., Ukić, M., Madić, D. (2018). **The relationship between parents' socio-economic status, family social support and adolescent physical activity.** *Health Problems of Civilization.* 12(4)
3. Bartoluci, S., Ukić, M. (2017). **Croatian basketball as a framework for understanding national identity in the 1990s.** In D. Milanović, G. Sporiš, S. Šalaj, & D. Škegro (Eds.). *8th International Scientific Conference on Kinesiology, Opatija*, (pp.491-494). Zagreb: University of Zagreb, Faculty of Kinesiology. (javno izložila rad)
4. Bartoluci, S., Ukić, M. (2017) (2017) **Croatian basketball in contemporary society – where has national identity disappeared?** In M. ZPvonar & Z. Sajdlova (Eds.) *Proceedings of the 11th International Conference on Kinanthropology* (pp. 437-444). Brno: Masarykova univerzita. (javno izložila rad)
5. Novak, D., Kamenarić, Đ., Ukić, M. (2017) **Benefits of incorporating physical activity into classroom learning: the gender differences.** In Gomez Chova, L, Lopez Martinez, A. & Vandel Torred I. (Eds.) *INTED 2017: 11th annual International Technology, Education and Development Conference: Conference Proceedings.* (pp 5265-5266). Valenica: IATED Academy.
6. Petrić, V., Novak, D., Ukić, M. (2016) **Physical education in Europe.** *1st Fiep Afro-European Conference & 25th FIEP World Congress, 10th FIEP European Congress: Physical Education and Sport: Book of Abstracts* (pp 74-74) Rabat: Institute Royal de Formation des Cadres.
7. Bartoluci, S., Ukić, M. (2015) **The Curse or a Doom: The Case of the European Basketball Championship in 1995.** In Čustonja, Z., Hofmann, A., & Škegro, D. (Eds.) *Coming from the past, working in the present, looking to the future: Aims, topics and*

results of sport history. Abstracts book. (pp 46-46). Zagreb: University of Zagreb, Faculty of Kinesiology (javno izložila rad)

8. Bradić, J., Bradić, A., Ukić, M., Kovačević, E., Babajić, F. (2011) **Redoslijed vježbi istezanja.** *Kondicijski trening: stručni časopis za teoriju i metodiku kondicijske pripreme.* **9**, 2; 18-1-21-2.