

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 trenutačnih odnosa moći u sportu istražujući ove tzv. »male« sportove. Ova knjiga 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 važni 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 knjige istražili smo višemjesečnim promatranjem sa sudjelovanjem i polustrukturiranim intervjuima sa sudionicima 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 govoreći 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«.

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 kojim govore postsupkulturalisti, 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 odводе gledatelja brže, više i dalje od svih ostalih, a sportaš se pojavljuje kao neustrasiva figura, krajnje hrabar i uvijek pustolovan. Kao što je ovdje detaljno navedeno, te se kvalitete prenose detaljnom medijskom pozornošću, a iz toga se načelno konstituiraju diskurs ekstrema. Upravo je komercijalizacija mjesto gdje se vidi najveća promjena, čak i potencijalni razdor među akterima. Možda i najvažnije 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 ključno za promjene u većini *lifestyle* sportova, pa tako i BMX-u. Kao što je prije 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 žele 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 uključ enje

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 tim 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 trenutačno 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, visok 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 kojem 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. Sportaš zna 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, visok rizik prilikom izvedbe, također prestaje biti dijelom *freestyle* BMX-a, barem na OI, s obzirom na svu sigurnosnu opremu koju sportaši ondje imaju. Najčešća izjava 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 donekadno »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 knjiga nadopunjuje literaturu o *lifestyle* sportovima. Proširuje spoznaje 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 2020. Ona 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 ne-

kih 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. Postsupkulturne 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, postsupkulturalisti 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 različit 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) 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 ovoga, gotovo je nemoguća generalizacija rezultata. S obzirom na to da se radi o etnografskom istraživanju, uzorak je bio namjeran, a ispitanici su vozači *freestyle* BMX-a s ovih prostora. Ipak, s obzirom na malobrojnost same scene, uzorak je apsolutno reprezenta-

tivan 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 2020. 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 postsupkulturalista i razumijevanje dinamičnog i kompleksnog društvenog procesa supkulturalizacije/tribalizacije.