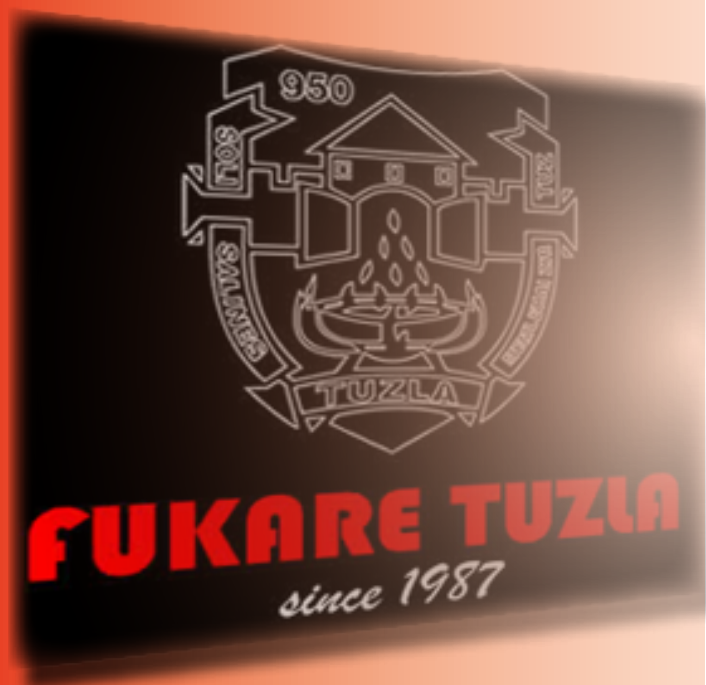


# BHF magazin

Broj 6, Godina 4.



**TRIVJERE, JEDNA  
NACIJA**

# **Sadržaj**

**PREDSTAVLJAMO - ultraAslan**

**BHF ON TOUR - 06.09.2008. Tuzla**

**IZJAVA John King - CNN**

**KEŽUALCI**

**NAVIJAČI U SVIJETU - KOLUMBIJA**

**NAVIJAČKA PIROTEHNIKA**



# PREDSTAVLJAMO – ULTRASLAN

„ultrAslan“ je najveća i najorganizovanija navijačka grupacija u Turskoj. Grupa je osnovana 2000 godine. U nastavku pročitajte više o tome.

Prva navijačka grupa Galatasaray osnovana je 1996. godine, a zvala se Aslanlar (lavovi). Većina članova je živjela u dijelu Istanbula koji se zove Kadikoy, a nalazi se na azijskoj strani grada. Grupa je nakon nekoliko godina izgubila sjaj koji je imala, pa su zbog toga stari lideri odlučili da se vrate. Ni to nije pomoglo i u to vrijeme Galatasaray nije imao pravu podršku i tribine su bile popunjene velikim brojem manjih i slabo organizovanih grupa.

Nakon što je klub osvojio Kup UEFA 2000-te, javila se ideja za osnivanjem nove grupe čiji će rejting biti u skladu sa rejtingom kluba koji podržavaju. Nekoliko manjih ekipa se ujedinilo i odabrali su ime ultrAslan (Ultras Lavovi). Osnovni cilj grupe je bio zadržati nezavisnost od kluba i pružanje podrške istom.

Prvu koreografiju prave 2001. na meču lige prvaka sa Deportivo. Utakmica je igrana na Valentinovo (14.2), pa su u skladu s tim napravili veliko žuto srce sa natpisom ONLY YOU (SAMO TI).



Godinu kasnije klub dobija novog predsjednika koji odlučuje da krene u borbu protiv navijača. Donosi par odluka kojima pokušava oslabiti navijački pokret u Turskoj. Tako je naprimjer pokrenuo inicijativu da se zabrani odlazak domaćih navijača na gostujuće derbi mečeve.

Ne treba napominjati da to nije prošlo. ultrAslan se revanširao 24.9.2002. kada je Galata igrala sa Barcelonom. Na teren je bačena velika količina pirotehnike, nešto što je UEFA rigorozno sankcionisala. Nekoliko dana kasnije igran je prvenstveni meč sa Istanbulsporom. „Lavovi“ su odlučili da promijene mjesto na stadionu, i gotovo cijeli meč su bili okrenuti leđima prema terenu, želeći tako pokazati neslaganje sa politikom kluba. Neredi su nastavljeni na velikom derbiju sa Fenerom. Nakon tuče na poluvremenu svi navijači Galate su izvedeni sa stadiona, a nekoliko najaktivnijih članova ultrAslana su dobili dugotrajne zabrane posjete stadionima. Uprava je u ovome vidjela priliku da dovrši svoje planove. Genc Galatasaray Dernegi, jedna od najjačih grupa, je ukinuta, što je dovelo do problema i u ultrAslanu. Na primjer, ukinuta je zvanična članarina, tako da je evidencija o broju i podacima članova u potpunosti nestala. Po cijeloj državi se pojavljuju razne grupe koje se nazivaju ultrAslan ali nije postojala centralna uprava.

Krajem 2002. jedna podgrupa ultrAslan nazvana „Yuruyedur“ počinje da dobija na brojnosti i povećava svoj uticaj unutar grupe. Vođama se ovo naravno nije svidjelo pa su im zabranili da ističu svoje transparente na stadionu ukoliko se ne izjasne da su podgrupa glavne organizacije.

U isto vrijeme, grupa nazvana „Karsi“, koja je bila sačinjena od momaka sa azijske strane grada, pridružila se ultrAslan-u.

U aprilu 2003. Galatasaray je objavio da se u njihovim shopovima mogu kupovati proizvodi sa oznakama ultrAslan-a. Ova odluka je naišla na različite kritike. Jedni su tvrdili da je ovo dobro jer će donijeti značajnu finansijsku dobit, dok su sa druge strane bili ono kojima je smetalo to što će sada svako moći da kupi neki rekvizit i reći za sebe da je „Lav“. Ova odluka je poništena 2006. kada su prava na prodaju vraćena grupi.

Borba protiv uprave je nastavljena. Ovaj put navijači su bili bijesni zbog preseljenja kluba na stadion Atatürk u sezoni 2003/2004, kao i zbog slabih rezultata.



*Naredne godine Galatasaray se vraća na svoj stari Ali Sami Yen stadion, i proslavlja stogodišnjicu postojanja. ultrAslan odlučuje da prekine rat protiv uprave, i čak prozivaju predsjednika riječima „Great President“ (veliki predsjednik). Podgrupa Yuruyedur o kojoj smo već gore pisali se usprotivila ovom proglašenju „mira“ i nakon nekoliko otvorenih sukoba sa ultrAslan-om u prvim utakmicama sezone, odlučili su da promijene tribinu „za dobrobit svih“ kako su oni rekli. Podržavala ih je većina navijača i ultrAslan je naglo izgubio na popularnosti. U narednim danima jedan od vođa ultrAslan-a je u TV emisiji rekao kako Yuruyedur nikada nije bila prava organizacija nego samo transparent koji je bivao okačen na stadionu. Npopularnost grupe je ojačana kada su krajem iste sezone kritikovali trenera Gheorga Hagi, a istovremeno su prijetili navijačima koji su bili zadovoljni njegovim rezultatima. Hagi je na kraju sezone dobio otkaz.*

*Sezona 2005/2006 donosi ponovno neslaganje sa upravom. Bili su nezadovoljni zbog laganja oko izgradnje stadiona, kontraverznog transfera Francka Riberya u Marseille i dosta drugih stvari. Ipak, ovaj put su odlučili da pokušaju ostvariti svoje ciljeve isključivo mirnim putem. Nakon šokantnog ispadanja iz Kupa UEFA od norveškog Tromsø-a cijeli stadion je skandirao „Uprava napolje“ ali to nije ništa promijenilo.*

*Naredna sezona donosi ponovo Ligu Prvaka. Uprava je odlučila da im se ne isplati renovirati stari stadion kako bi ga prilagodili UEFA pravilima, pa su ponovo igrali na Atatürku. Navijači su istakli svoje neslaganje na meču sa Liverpoolom kada je prikazan veliki transparent „Forever Sami Yen“ (Zauvijek Sami Yen). Nesuglasice su dostigle vrhunac 19. maja 2007., kada su se na meču sa Fenerom grupe navijača sačinjene uglavnom od pripadnika ultrAslan-a tukli sa policijom i bacali boce i baklje na teren. Stadion je suspendovan na 5 utakmica.*

*Danas ultrAslan ima navijačke klubove po cijelom svijetu, ali organizacija je daleko od savršene. Centralna uprava grupe ne postoji, koordinacija među podgrupama je slaba. ultrAslan je sigurno daleko od onog što je bio u prvim godinama nakon osnivanja, ali to ne znači da neće ponovo postati jedna od najjačih navijačkih grupa u Evropi.*



# BHF ON TOUR 06.09.2008. Tuzla



**J**oš kada je u Junu mjesecu odlučeno da se najvažnija tekma kvalifikacija igra u Tuzli svima je bilo jasno da će to biti jedna nezaboravna predstava. Kako naših košarkaša tako i navijača.

Dan prije odigravanja utakmice predstavnici BHF-a i Fukara su se sastali kako bi dogovorili sve detalje od repertoara pjesama pa do organizacije kopa i kortea, a sve sa ciljem da se sutradan našoj repki pruži najbolja moguća podrška. Naši momci su nam rekli da su se Fukare pokazale u izuzetnom svjetlu i kao pravi domaćini.

Između ostalog dogovoreno je i da okupljanje bude na centralnom Tuzlanskom trgu par sati prije tekme. Raja se počela okupljati već u ranim poslijepodnevnim satima i uz lagano navijanje i pića iz obližnjih prodavnica vreli Tuzlanski dan je polako tekao i bližilo se ono zbog čega smo svi i bili tu. Korteo se formira oko 18 h i kreće se prema Mejdanu. Vođe izdvajaju stariju ekipu na vrh kolone a ostali ih prate. Odmah se vidjelo da je grupa izuzetno velika sto se moglo i očekivati. Cijelim putam do dvorane su nas pratili pogledi i kamere sa obližnjih zgrada. Pjevalo se gotovo bez prestanka, a kulminacija je dostignuta kad je otpjevana "JEDNA SI JEDINA!". Dvorani se približavamo nakon polusatnog hoda i tamo vidimo očekivanu sliku. Ogromna masa ljudi. Svi čekaju da uđu u dvoranu. Dočekani smo aplauzima. Dok prilazimo ulazima iza nas odjekuje "Kako je dobro vidjeti te opet...". LOEG i ostale ekipe iz Kaknja, Travnika... su stigle. Pozdravljamo se i čekamo da se guzva raščisti ali od toga ništa. Ljudi neprestano pristižu, pa odlučujemo da je vrijeme da uđemo. Redari zaustavljaju masu i stvaraju nam prostor sto je uveliko pomoglo.

U dvorani je već ludnica. Formiramo kop i priključujemo se navijanju. BHF Youth su se svo vrijeme držali skupa kao i BHF Female Brigade. Ubrzo zajedno sa Fukarama „ostale navijače“ dižemo na noge i svi zajedno pjevamo "Bosnom Behar...". U tom trenutku na zagrijavanje izlaze nasi košarkaši što je bilo dovoljno za opštu euforiju na tribinama. Pjevalo se bez prestanka do početka tekme kada se uz himnu diže ogromna zastava i transparent "TRI VJERE JEDNA NACIJA". Naš tim je odmah uspostavio dominaciju na terenu, što je nama bio motiv više da ih bodrimo. Pjesme su se smjenjivale jedna za drugom. Treba istaći i da je publika u Mejdanu maksimalno sarađivala sa nama i svaki puta kada bih smo iz prozvali oni su odgovorili. Kako se bližio kraj bilo je jasno da smo rezultatski sve bliže cilju, ali nam iskustvo iz predhodnih godina nije dalo da se radujemo prerano, pa je zbog toga svaki poen i dobar potez naših u zadnjim minutama bio praćen ovacijama cijele dvorane. Kraj meča donosi jedinu crnu mrlju na izvanredan dan. Naime na naše pozivanje da se pozdrave, igrači se nisu odazvali što su neki od njih kasnije opravdavali euforijom koja ih je zahvatila zbog pobjede.

Nakon utakmice idemo zajedno sa Fukarama u centar grada gdje gledamo fudbalsku utakmicu. Ovim je kompletiran jedan izvrstan navijački dan u Gradu Na Zrnu Soli.



*Nijedna industrija masovnih medija ne čini se da je zainteresovana za navijače ali bez njih fudbal bi bio ništa.*

*Radi se o pasioniranosti i historiji. Uvijek će biti tako. Bez toga bi fudbal bio mrtav.*

*Samo 22 snažna čovjeka trče po zelenom tepihu. Stvarno smiješno... Navijači su ti koji fudbal pretvaraju u kvalitetan show, dajući svoj doprinos svaki put.*

**John King-CNN**



# Kežualci



# LACOSTE

Kežualci (eng. Casuals) su dio nogometne navijačke kulture koja se pojavila u kasnim '70-im i ranim '80-im godinama u Velikoj Britaniji. Oni su poznati po nogometnom huliganstvu i nošenju skupocjene garderobe evropskih dizajnera. Kežualci su se formirali na navijačkoj sceni kada su mnogi huligani počeli da nose skupocjene dizajnerske marke i sportsku garderobu da bi izbjegli policiji. Zato što nisu

nosili boje klubova bilo im se vrlo lako ubaciti u pabove gdje su se okupljali njihovi rivali i druge navijačke grupe.

Historija:

Od nastanka Teddy Boysa, sredinom '50-ih godina, nogometna navijačka kultura širom Britanije je dobila snažan dio koji je bio vođen jednim modnim dizajnerskim elementom. Nastanak kežual kulture mogao se vidjeti i početkom '60-ih godina. Tako je grupa mladića koja je podržavala nogometne klubove polako počela da prikazuje svoj modni stil na tribinama stadiona. Pojedini klubovi kao Chelsea i West Ham United su postali više prepoznatljivi po modnoj navijačkoj kulturi. U kasnim '60-im godinama razvoj ove vrste navijačke kulture se nastavio stvaranjem podkulture zvane "skinheads".



U kasnim '70-im godinama, kežual podkultura je počela da se širi i mijenja nakon što su navijači Liverpoola upoznali ostatak Engleske sa evropskom dizajnerskom garderobom

koju su nabavili prateći svoj Liverpool u četvrtfinalima Evropskog Kupa protiv francuskog St. Etiennea. Navijači Liverpoola koji su pratili svoj klub širom Evrope u kasnim '70-im godinama vraćali su se u Englesku noseći skupocjenu garderobu italijanskih i francuskih modnih dizajnera. Garderoba je po nekada bila ukradena iz butika za vrijeme navijačkih nereda koji nisu bili rijetki tokom njihovih putovanja na kontinent. U to vrijeme, mnoge policijske snage su tražile "skinheadse" koji su nosili Dr. Martens čizme i nisu posvetili puno pažnje huliganima koji se bili odjeveni u dizajnersku garderobu.

Dizajnerske marke iz '80-ih godina koje asociraju na kežulace su: Fila, Stone Island, Fiorucci, Pepe, Benetton, Sergio Tacchini, Ralph Lauren, Lyle & Scott, Adidas, CP Company, Ben Sherman, Fred Perry, Lacoste, Kappa, Pringle, Burberry i Slazenger. Modni trendovi su se često mijenjali i kežual podkultura je dostigla svoj vrhunac krajem '80-ih godina. Tako su huliganski neredi s predznakom kežual podkulture polako nestajali kada su prisitgle 'Acid House', 'Rave', i 'Madchester' scene.

1990-2000

Sredinom '90-ih kežual podkultura je prošla kroz jednu masivnu revitalizaciju, ali se modni stil vrlo malo promijenio. Mnogi nogometni navijači su prihvatili kežual stil kao jednu vrstu uniforme koja ih je razlikovala od drugih običnih (uvreda za druge, op.prev.) navijača. Dizajnerske marke kao Stone Island, Aquascutum, Burberry i CP Company kao i klasični Lacoste i Paul Shark su se mogle primjetiti skoro u svakom klubu. Ali krajem devedestih godina mnogi nogometni navijači su počeli da se udaljavaju od dizajnerskih marki koje su bila prihvaćene kao kežual stil zato što su konačno privukli pažnju policije. Mnoge modne kuće su čak počele da povlače nekoliko brendova iz proizvodnje nakon što je postalo poznato da su one postale omiljene uniforme kežualaca.

**HENRI**  **LLOYD**

Iako su neki kežualci nastavili da nose Stone Island garderobu u XXI vijeku mnogi su odstranili kompas bedž da bi bili manje primjetni. Ali sa dva prišivena dugmeta oni koji su upoznati sa ovim stilom još uvijek su mogli da prepoznaju druge kežualce. Neke policijske snage su pokušale, ali

beuspješno, povezati Stone Island kompas bedž sa neonacističkom verzijom keltskog krsta. Zbog tog razloga kežualci su počeli da prihvataju i nose garderobu drugih marki. Kao i sa drugom dizajnerskom garderobom, velike količine jeftinih falsifikata su se počele pojavljivati. Prada, Façonnable, Hugo Boss, Fake London Genius, One True Saxon, Maharishi, Mandarin Duck, 6876 i Dupe su samo neke koje su počele postajati popularne. Polupularnost kežual mode počela je rasti u XXI vijeku kada su se britanski muzičari The Streets i The Mitchell Brothers pojavili u muzickim video spotovima odjeveni u kežual stilu. Kežual kultura je prikazana u filmovima i televizijskim programima kao što su: ID, The Firm, The Football Factory i Green Street.



# NAVIAČI U SVIJETU - KOLUMBIJA



Escobar, droga, Bolivar...

Sve su ovo asocijacije na jednu veliku i prirodom bogatu južnoameričku zemlju. Sve su ovo asocijacije na Kolumbiju. Kada je spomenemo vezano za fudbal vjerovatno će vam na pamet pasti čupavi i pomalo ljudi, ali ipak genijalni Valderama i Higuita.

Ali kolumbijski fudbal je dosta više od toga. Njihova liga ima sve elemente koje imaju lige bilo gdje u Evropi i Svijetu. Velike timove, historiju, derbije i ono što je za nas najzanimjivije fudbalske navijače.

Tri najveća grada su Bogota, Medellin i Cali, pa je razumljivo da upravo iz njih i dolaze najtrofejniji i najpopularniji timovi, a to su

America de Cali, Deportivo Cali, Millonarios i Atletico. Upravo prva dva su nama najzanimljivija s obzirom na to da njihove utakmice predstavljaju vrhunac sezone.

Navijači Deportiva sebe nazivaju FRC (Frente Radical Verdiblanco). Smješteni su na sjevernoj tribini Olimpijskog stadiona. Svih desetak hiljada navijača sa sjevera, reklo bi se, međusobno se poznaju. Tačno se zna gdje je koja ekipa smještena i ko su njeni članovi. Ukoliko bi se pojavio uljez



, neko bi ga vjerovatno razotkrio već na ulazu koji kontrolišu pripadnici grupe. Svako nepoznato lice mora da pokaže svoju člansku kartu ili da dokaže da pripada nekoj od sedam podgrupa koliko ih ima FRC. Smatraju se najorganizovanijom grupom u zemlji, a uzor su im italijani. Za sebe kažu da ih Radical u imenu najbolje opisuje. Svakog mjeseca štampa se navijački fanzin „Ultra Verdiblanco“, a uoči svake utakmice vođe dijele navijačima prospekte sa tačno određenim akcijama i ispisanim pjesmama koje će se pjevati tog dana. „Strast je najvažnija“ ističu momci iz FRC.



Njihovi najljući protivnici nalaze se na nekih 150 metara dalje, tačnije na južnoj tribini istog stadiona. Baron Rojo Sur, za sebe će takođe reći da su najveća i još štošta naj grupa u Kolumbiji. Osnovani su 1997. godine i većina članova dolazi iz siromašnih predgrađa Kalija. Ime su dobili po španjolskom rok bendu Baron Rojo (Crveni Baron) dok Sur znači jug. Osim u Kaliju, dosta članova imaju i u Majamiju i Njujorku gdje je kolumbijska dijaspora brojna. Osim BRS-a za America-u navijaju i mnoge druge slabije grupe kao što su Estrella Roja (Crvena Zvijezda) i El Reloj (Sat) koji su smješteni na istočnoj tribini.

Utakmice između ova dva tima uvijek su maksimalno napete kako na terenu tako i na tribinama. Mnogobrojni su primjeri sukoba navijačkih grupa. Godine 1982. desetine ljudi su pregažene u stampedu do kojeg je došlo nakon što su navijači Deportiva sa gornje terase urinirali po protivnicima. Ovaj događaj je kasnije nazvan „Kolumbijski Hejsel“. Tokom 80-ih u navijačkim neredima u Kaliju je stradalo više od 80 ljudi. America je u to vrijeme ostvarivala daleko bolje rezultate i pored toga što je za Deportivo igrao vjerovatno najbolji kolumbijski igrač ikad, Carlos Valderama.

Deportivo je oduvijek bio klub srednje klase i bogate aristokratije dok je America čista suprotnost tome. Možda upravo u tome leži razlog ovako velikog rivalstva.

# COLUMBIA

# Navijačka pirotehnika

**P**irotehnika je jedan od najvažnijih segmenata djelovanja u navijačkoj subkulturi. Prvenstveno se koristi među navijačima koji spadaju u ultras grupe, mada nije rijetkost da je koriste i drugi navijači. Pirotehnika se prvi put na stadionima pojavljuje u prvim desetljećima XX. stoljeća u zemljama Južne Amerike, brodske signalne baklje palili su navijači Argentine koji su putovali preko La Plate s jedne strane obale iz Buenos Airesa na drugu stranu u Montevideo. U 40-tim i 50-tim godinama u brazilskim gradovima uz more Santos i Rio de Janeiro navijači su ne

U Europi su pirotehniku na stadionu prvi počeli koristiti navijači iz mediteranskih gradova i jakih pomorskih luka (Genova, Split, Tesaloniki, Pirei, Porto, Napoli). Prve organizirane bakljade su stvarane u Italiji početkom 70-tih godina prošlog stoljeća na stadionima u Genovi, Torinu, Milanu, Firenci kasnije i u Rimu, Veroni i drugim gradovima.

Kada bi pirotehniku kao savršeni vizualno-praktičan segment u navijačkoj subkulturi željeli podijeliti po materijalima, najbolje je nazvati ih profesionalni, polu-profesionalni i amaterski navijački pirotehnički arsenal.



organizirano unosili brodsku signalizaciju na stadione i pritom stvarali paklenu atmosferu. Uz rakete i petarde koje su bile sastavni dio karnevalskog ugodaja, navijači su koristili i brodske baklje. Te prve baklje su bile nezgrapne i opasne, i navijači su ih koristili tako što su nosili zaštitne azbestne rukavice s kojima su se štitili od ozbiljnih opekлина i ozljeda.

Topovski udar-

To je sredstvo za imitaciju pucnja, na našim tribinama najpopularnija je zvučna granata M94 (popularni topovski udar), koji svoje porijeklo vuče još iz bivše vojske. Veličine je 15-tak centimetra i vrlo je raznog i duboko-zaglušnog zvuka. M94 je sivo-maslinaste boje s osiguračem

s bočne strane za aktivizaciju.

- Polu-profesionalni navijački pirotehnički materijal:

Ovdje ulazi pirotehnički materijal koji je svojom ograničenom kvalitetom namijenjen komercijalnoj uporabi:

Komercijalne ručne baklje –

To su baklje u ovitku plastičnog ili kartonskog (papirnog) materijala. Aktiviraju se trljanjem donjeg čepa o stijenj na vrhu baklje. Gore jačinom od 10.000 – 15.000 candela i dužinom trajanja plamena oko 40 sekundi. Prilikom aktiviranja plamen je manji i uži za razliku od signalnih “Solas” baklji, i vrlo je velika mogućnost da će te oštetiti svoju i tuđu odjeću u blizini gdje se aktivira. Naime prilikom sagorijevanja plastični ovitak frca na sve strane i time postoji opasnost da se opečete ili da oštetite odjeću. Ima ih u raznim bojama, osim minusa ove baklje u praktičnom smislu imaju i svoje navijačke pluseve. Mogu se kratiti jer jedan dio baklje je prazan, pa se može kratiti-rezati i lakše kamuflirati uz to je malo lakša nego “Solas” baklje. Na našim stadionima popularne su Comet komercijalke iz Njemacke i talijanke Torcia Illuminate – Fans shop.

Uz njih valja spomenuti i “oldschool” kartonske baklje, one su cilindricne i rade se od magnezijuma. Aktiviraju se paljenjem fitilja na vrhu baklje i gore u zelenkasto-bijeloj boji. Njihovo ime je Bengal po istoimenoj regiji u Indiji, po njima su i druge baklje dobile svoj popularni navijački naziv «bengalke», ima ih raznih, neke gore 3, 7, i 10 minuta. Veoma rijetko se danas koriste na stadionima.

## STROBOVI



Male dimenzije , gore cca 60-90 sec, to je sredstvo za imitaciju flasha,najčešće se koriste u Poljskoj tifo sceni a sve više maha uzima i na drugim područjima kao što je ex-yu.Veoma teško se nabavljaju.

Komercijalne dimne kutije i ulošci –

Ovakve dimne se od Solas dimni razlikuju po materijalu, trajanju i intenzitetu samog dima. Na našim stadionima dosta su prisutne plastične dimne s talijanskog tržišta, neke izgledaju kao komercijalne baklje i aktiviraju se trljanjem, također imate i druge koje su bolje za kamuflažu u malom okruglastom plastičnom obliku . Njihov intenzitet dimljenja je između 60 do 90 sekundi.

BHS

Semper Fidelis



B E F A N A T I C O S