

PODATKI O DIPLOMSKI NALOGI

Ime in priimek: Jože Vozelj

Naslov naloge: Socialni kapital v »Navijaškem klubu Slovinc«

Kraj: Ljubljana

Leto: 2016

Število strani: 88

Število tabel: 3

Število slik: 7

Število fotografij: 2

Število virov: 29

Število prilog: 3

Mentor: doc. dr. Srečo Dragoš

Ključne besede: socialna mreža, rekreacija, druženje, športno navijanje

Povzetek:

V diplomski nalogi sem obravnaval društvo »Navijaški klub Slovinc«, ki je prostovoljna organizacija na področju športa. Njegovi glavni dejavnosti sta rekreacija in obiskovanje športnih dogodkov, pri tem pa je velik poudarek na druženju. Klub je iz skupine prijateljev, ki se je oblikovala v študentskem obdobju, prerasel v klub z več kot petsto člani, ki se udeležujejo dejavnosti v organizaciji kluba.

Delovanje in socialne odnose v Klubu Slovinc sem interpretiral s pomočjo kvalitativne analize. Obdelal sem podatke, pridobljene z intervjuji sedmih članic in članov kluba in z vpogledom v dokumentacijo kluba. Pri izboru področij obravnave sem si pomagal predvsem z deli Roberta Putnama, v katerih govori o socialnem kapitalu v prostovoljnih športnih organizacijah in vplivu le-teh na širšo skupnost. Obdelal sem naslednja področja: socialni kapital, socialna mreža, zaupanje, motivacija in rekreacija. V raziskavi sem posebno pozornost namenil oceni delovanja kluba s strani članov.

Klub Slovinc je stičišče ljudi, ki jim je skupno to, da želijo biti športno aktivni ter na tekmi športno navijati in ne biti zgolj gledalec. Vendar se v klubu dogaja še veliko več kot samo rekreacija in navijanje, saj člani in članice ustvarjajo in koristijo socialni kapital Kluba Slovinc. To se kaže predvsem v razvejani in močni socialni mreži, znotraj katere si nudijo pomoč, se medsebojno motivirajo, kvalitetno preživljajo prosti čas... Intervjuvanci so pozitivno ocenili raven organizacije dogodkov v klubu, pogrešajo pa več raznovrstnih dejavnosti in predlagajo srečanja, ki bi bila namenjena izključno druženju in spoznavanju članic in članov Kluba Slovinc.

Keywords: social network, recreation, socializing, sport supporters

Abstract:

In the graduation thesis I have examined a »Navijaški klub Slovinc« (»Sport Supporters Club Slovinc«) Society, a voluntary organization in the field of sports. Its main activities include recreation and attending sport events, with the emphasis on socializing. The club was formed from the group of friends during the time of their studies, and has since grown into a club with more than five hundred members that participate in the activities, organized by the club.

I have inspected the functioning and the social relations inside the Club Slovinc through a qualitative analysis. I have processed the data obtained through the interviews of seven members of the club, and through reviewing the documents of the club. In determining the key concepts of the research, the theoretical basis was the work of Robert Putnam, conveying the concept of social capital in the voluntary sports organizations, and studying their impact on a wider community. I have analyzed the Club Slovinc from the following aspects: the social capital, social networks, trust, motivation and recreation. In my research I have paid a special attention to the assessment of the performance of the club made by the members.

The Club Slovinc is a meeting point for people with a shared interest in sport activities and in sports cheering at the events where they do not want to be mere spectators. However, the club's social activities entail much more than just recreation and sport supporting as the members create and benefit from a social capital produced in the Club Slovinc. This is mainly reflected in the extensive and strong social network through which the members provide support and motivation for each other and spend quality leisure time together... The interviewees were satisfied with a high level of organization of the events by the Club, but they miss more variety in the activities and also propose meetings, reserved for socializing with the members of the Club Slovinc.

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA SOCIALNO DELO

Jože Vozelj

**SOCIALNI KAPITAL V
»NAVIJAŠKEM KLUBU SLOVENC«**

Diplomska naloga

Ljubljana, 2016

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA SOCIALNO DELO

Jože Vozelj

**SOCIALNI KAPITAL V
»NAVIJAŠKEM KLUBU SLOVENC«**

Diplomska naloga

Mentor: doc. dr. Srečo Dragoš

Ljubljana, 2016

Mojca je dala diplomski nalogi poseben pridih in prepah.

Hvala.

Febo in Damijan sta mi bila vseskozi v navdih in podporo pri študiju
in obštudijskih dejavnostih.

Hvala.

Mama je imela in ima potrpljenje v času mojega izobraževanja. Veliko potrpljenja.

Hvala.

V tretje gre rado.

Ljudski rek

VSEBINA

KAZALO TABEL.....

KAZALO SLIK.....

1. TEORETIČNI UVOD.....	1
1. 1. Uvod.....	1
1. 2. Skupnost in socialni kapital.....	2
1. 2. 1. Skupnost.....	2
1. 2. 2. Odnosi v skupnosti: socialna omrežja.....	3
1. 2. 3. Lastnosti in opredelitve socialnega kapitala.....	4
1. 3. Značilnosti socialnega kapitala.....	7
1. 3. 1. Zaupanje.....	7
1. 3. 2. Vzajemnost (recipročnost)	8
1. 3. 3. Skupne vrednote.....	8
1. 3. 4. Skupna merila (norme)	8
1. 3. 5. Odprtost in participacija.....	9
1. 4. Oblike socialnega kapitala.....	9
1. 4. 1. Vezavni socialni kapital – močne vezi.....	10
1. 4. 2. Povezovalni socialni kapital – srednje močne vezi.....	10
1. 4. 3. Stični socialni kapital – šibke vezi.....	11
1. 5. Socialni kapital in šport.....	11
1. 5. 1. Vezavni socialni kapital v športnih organizacijah.....	13
1. 5. 2. Povezovalni socialni kapital v športnih organizacijah.....	14
1. 6. Rekreativna.....	14
1. 7. Športno navijanje.....	16
2. EMPIRIČNI DEL.....	19
2. 1. Predstavitev društva Navijaški klub Slovinc.....	19
2. 1. 2. Kaj je Navijaški klub Slovinc.....	19
2. 1. 3. Projekti Navijaškega kluba Slovinc.....	22

3. PROBLEM.....	28
4. METODOLOGIJA.....	30
4. 1. Vrsta raziskave.....	30
4. 2. Raziskovalni inštrumenti in viri podatkov.....	30
4. 3. Populacija in vzorčenje.....	31
4. 4. Zbiranja podatkov.....	31
4. 5. Obdelava in analiza podatkov.....	31
5. REZULTATI.....	35
5. 1. Sklepni tabeli.....	35
5. 2. Analiza in interpretacija podatkov.....	40
5. 2. 1. Biografski podatki.....	40
5. 2. 2. Motivacija.....	42
5. 2. 3. Rekreativna.....	42
5. 2. 4. Socialna mreža.....	44
5. 2. 5. Socialni kapital.....	46
5. 2. 6. Zaupanje.....	49
5. 2. 7. Ocena delovanja kluba.....	50
6. ZAKLJUČNE UGOTOVITVE IN PREDLOGI.....	53
7. LITERATURA.....	58
8. PRILOGE.....	61
Priloga 1: Prepis intervjujev.....	61
Priloga 2: Polstrukturirani vprašalnik.....	86
Priloga 3: Pristopna izjava Navijaškega kluba Slovinc.....	87

KAZALO TABEL

Tabela 4. 1. Posamezne teme v intervjuju, označene z različnimi barvami.....	32
Tabela 5. 1. Sklepna tabela intervjujev (kode druge stopnje).....	35
Tabela 5. 2. Sklepna tabela kot rezultat dvostopenjskega kodiranja intervjujev po temah.....	37

KAZALO SLIK

Slika 2. 1. Razmerje po spolu na Teku trojk 2016.....	23
Slika 2. 2. Razmerje po spolu med člani, ki se udeležujejo navijanja.....	26
Slika 5. 1. Razmerje med članicami in člani Kluba Slovinc.....	40
Slika 5. 2. Razmerje po spolu med člani, ki se udeležujejo rekreacije.....	40
Slika 5. 3. Razmerje med člani, ki se v okviru Kluba Slovinc udeležujejo rekreacije, navijanja ali obojega.....	43
Slika 5. 4. Odstotek rasti vpisa v letih od 2013 do 2015.....	50
Slika 5. 5. Število članov v Klubu Slovinc v letih od 2012 do 2015.....	51

KAZALO FOTOGRAFIJ

Fotografija 2. 1. Ekipe Kluba Slovinc v enotnih dresih na Kongresnem trgu pred štartom Teku trojk na 60. Pohodu ob žici.....	24
Fotografija 2. 2 Navijači Kluba Slovinc med nogometnim srečanjem med Slovenijo in Anglijo v Stožicah 14. 06. 2015.....	26

1. TEORETIČNI UVOD

1.1. Uvod

Vsak nov stik med posamezniki ustvari novo simbolno točko v socialni mreži, v katero smo vpeti celo življenje in od nje tudi življenjsko odvisni. Povezave v mreži in predvsem trdnost povezav na ravni posameznika govorijo o kvaliteti njegovega življenja v najširšem pomenu (od zdravja do uporabe virov), na ravni družbe pa tudi o ekonomski in politični situaciji ter o potencialih družbe. A čeprav je socialna mreža nekaj za življenje tako osnovnega in hkrati ključnega, so povezave v njej težko opredeljive in še sploh težko merljive, tudi zato, ker večina povezav ni formalizirana. Kot odgovor na to zagato se je v zadnjih desetletjih v sociološkem smislu uveljavil termin *socialni kapital*, ki kot enakovredna analogija drugim vrstam kapitala vpliva na življenje posameznika ter kot vsota socialnega kapitala v neki družbi daje tudi napoved razvoja te družbe.

V tem poglavju bom najprej naredil pregled literature na to temo, pri čemer bom poiskal opredelitve socialnega kapitala in izluščil osnovne koncepte, s katerimi razlagamo vpetost posameznika v skupnost in tudi spremljamo vplive teh interakcij. V nadaljevanju se bom osredotočil na vidike socialnega kapitala na področju športa in športnega udejstvovanja. Temeljna literatura za raziskovalno področje moje diplomske naloge je knjiga Roberta Putnama (v prevodu iz »*Kuglati sam. Slom i obnova američke zajednice*«) »Kegljati sam: propad in oživljanje ameriške skupnosti«. Naslov knjige izhaja iz dejstva, da čeprav se posamezniki še vedno množično ukvarjajo s športom, to počnejo bolj kot ne vsak zase, in število amaterskih športnih lig in rekreacijskih društev v Ameriki je v času zadnje generacije drastično upadlo; ta ilustrativni primer spremenjenega načina življenja priča o zmanjšanju socialnega kapitala znotraj neke skupnosti in ponazarja osnovno tezo knjige - da izginjanje vezi med posamezniki v lokalnih skupnostih neposredno vpliva na kvaliteto življenja posameznikov in na funkcioniranje skupnosti, s tem pa na makro ravni tudi družbe.

1.2. Skupnost in socialni kapital

1.2.1. Skupnost

Na vsaki ravni, višji od povsem privatne in intimne, lahko posamezniki s svojimi aktivnostmi dosežejo spremembe samo s sodelovanjem in povezovanjem. Odnosi med posamezniki so lahko bolj ali manj formalizirani, v vsakem primeru so temelj družbe in socialnega življenja - družbenost nas v temelju določa (Bahovec 2005: 7). Termin »civilna družba« se opušča (Dragoš 2002), nadomestijo ga izrazi »skupnost«, »skupina«, »socialna omrežja«, »gibanja« - glede na terminologijo posamezne vede (socialno delo, sociologija, psihologija...) in na poudarke, ki jih želijo avtorji izpostaviti.

V nadaljevanju besedila bom najpogosteje uporabljal termin »skupnost«. To ni samo struktura, ampak živi, skozi čas obnavljajoči se procesi, skozi katere skupnosti razvijejo skupno zgodovino, vrednote, jezik, občutek pripadnosti (Jeriček 2004: 38). Za vsako skupnost naj bi bilo namreč značilno vsaj to, da se v njej ljudje čutijo povezani zaradi osebnih, kulturnih in strukturnih vidikov in te vezi sprejemajo kot del svoje identitete, vsebino vezi pa kot vrednoto; zaradi vzpostavljenih vezi je za skupnost značilen občutek pripadnosti (Bahovec 2005: 13); takšna minimalna opredelitev ustreza tudi potrebam moje diplomske naloge.

Razlogi oziroma temelji, na katerih nastane neka skupnost, so lahko zelo različni. Ne glede na to, ali gre za družinske, krajevne, prijateljske, verske, jezikovne, interesne ali vse-človeštvo-zajemajoče skupnosti (Tönnies 1999: 25-63), se izkaže, da močnejše vezi (v smislu večjega zaupanja in skupnih vrednot) spodbujajo npr. večjo stopnjo vključenosti v različne organizacije, večji nadzor civilne družbe nad trgom in državo in manjše transakcijske stroške pri aktiviranju pomembnih virov (Putnam 1993, Dragoš 2002). S tem se vzpostavlja analogija med učinki močnih medosebnih vezi v skupnosti in učinki raznih oblik bogastev – naravnega, finančnega, proizvodnega, blagovnega, človeškega ali duševnega (potenciali, talenti) kapitala (Dragoš 2002). Za odnose oziroma medosebne vezi v skupnostih se je v zadnjih desetletjih zato dodobra uveljavil izraz »socialni

kapital«, ki prinaša koristi vsem članom, zato je v lasti skupnosti in ne posameznikov.

1.2.2. Odnosi v skupnosti: socialna omrežja

Avtorji Coleman, Fukuyama in Putnam kot utemeljitelji termina socialni kapital tega definirajo kot sklop treh dimenzij: socialna omrežja, norme recipročnosti in socialno zaupanje (po Adam in Rončević 2003: 5-32).

V enem od temeljnih člankov o socialnem kapitalu Bourdieu (1986) posebej poudari vlogo socialnih mrež. Za socialni kapital sta ključni velikost mreže, ki jo splete oseba s svojimi poznanstvi, in stopnja kapitala, ki jo imajo drugi člani omrežja in do katerega lahko oseba dostopa z vključitvijo v mrežo, kjer obstaja pripravljenost in priložnosti, da člani omrežja delijo vire z drugimi člani (Ihlen 2005).

Socialna omrežja se nanašajo na vezi med posamezniki v skupnosti in so tako nekakšen strukturni element socialnega kapitala, ki olajšuje komunikacijo in dostop do virov ter informacij (Venkatanathan 2012: 326-329). Omrežja so lahko formalna – tista, ki se razvijejo v organizacijah kakršnekoli vrste, ali neformalna – prijateljstva, sorodstvo, delovno okolje, ki vsa predstavljajo vire družabne podpore. Formalna socialna omrežja so bila osrednja točka zanimanja pri Putnamovem proučevanju socialnega kapitala, pri čemer je poudarjal recipročno naravo vezi, saj se samo preko vzajemnih interakcij med posamezniki vzpostavijo poti in načini, ki omogočajo dostop do prej posamezniku nedostopnih dobrin.

Naravo mrežnih vezi lahko razvrstimo v dve dimenziji (Dragoš 2002) – pod:

- a) **stvarne** lastnosti mrež (interesi, mnenja, cilji akterjev), pri katerih določamo intenzivnost (čvrste/ohlapnejše, pogoste/redkejšje...) vezi, opredeljene pa so z motiviranostjo za negovanje vezi, in
- b) **subjektivne** lastnosti mrež (pripravljenost akterjev na vzajemne odnose, vzajemnost zaupanja, čustvena bližina...), pri katerih s kakovostjo vezi opredeljujemo stopnjo zaupanja. Realizacija projektov v nekem omrežju je tako

odvisna od intenzivnosti vezi – od kombinacije stopnje motiviranosti in stopnje zaupanja.

Socialni kapital se torej razvija znotraj socialnih omrežij, kar je možno spremljati npr. tako, da opazujemo izmenjavo daril, pomoči, pogovorov, časa, informacij, pozornosti, skrbi... Socialni kapital se ustvarja prav skozi priložnosti, ko se člani omrežja lahko povežejo (Norrish et al. 2013). Članstvo v socialnem omrežju lahko deluje kot neke vrste potrditev in hkrati ojačitev identitete in prepoznavnosti posameznika (Lin 2001). Biti član mreže pa ima za posledico tudi določene obveznosti, pa naj bo to zaradi omenjenih uslug, ki zavezujejo k nadaljnjim interakcijam in primernemu povračilu, ali pa že zaradi članstva v skupini, kar samo po sebi nosi določene dolžnosti. Vzajemnost (recipročnost) je tako osrednja značilnost vezi znotraj omrežij, saj kaže na dinamiko interakcij, pri katerih posameznik nekaj investira v skupnost in za to tudi nekaj dobi, in obratno. Putnam je pri obravnavi dinamike odnosov v socialnih omrežjih ločil generalno recipročnost, ki se ustvarja s sodelovanjem in kaže na splošno, časovno neodvisno pričakovanje posameznikov, da bodo investicije poplačane, in specifično recipročnost, pri kateri gre za neposredno izmenjavo dobrin podobnih vrednosti (Putnam 2008: 19-26, Putnam 1993). Osebni odnosi, ki se vzpostavijo po principu vzajemnosti, povečujejo stopnjo zaupanja med člani skupnosti in so močan vir socialnega kapitala.

1.2.3. Lastnosti in opredelitve socialnega kapitala

Socialni kapital deluje skozi štiri načine: informacije, vpliv, družbeno zaupanje in utrditev identitet (Lin 2001). Lastnosti socialnega kapitala so podobne kot lastnosti drugih kapitalskih oblik (po Dragoš 2002):

- odnosnost: kapital se mora aktivirati in porabiti, kar je mogoče le v relacijah z drugimi;
- učinkovitost: razmerje med vložki in učinki je odvisno tudi od načina uporabe socialnega kapitala. Primer je zaupanje, osnovna sestavina socialnega kapitala, ki se lahko poglobi, če dogovori držijo in so učinki dobri, ali pa splahni, če so učinki manjši od pričakovanih;

- manifestnost: vidnost kapitala večja njegovo vrednost, s čimer se kapital sam obnavlja;
- uspešnost se nanaša na tisto, česar brez uporabe (socialnega) kapitala ne bi mogli realizirati. Če obstaja v določeni skupnosti občutek, da se člani »lahko zanesejo na druge, bo ta skupnost uresničila mnogo več od primerljive skupine, v kateri primanjkuje zanesljivosti in zaupanja« (po Dragoš 2002: Coleman v Putnam 1993: 167).

Za boljši vpogled v to, kaj natančneje opredeljuje pojem »socialni kapital«, si pogledajmo nekaj konkretnih definicij različnih avtorjev, saj se šele po tem lahko izkristalizira, kaj naj pod tem pojmom iščemo, kje naj to iščemo, ter katere lastnosti socialnega kapitala lahko na podlagi teh opredelitev merimo (po Dragoš 2002):

- »Gre za lastnosti socialne organizacije, kot so zaupanje, norme in omrežja, ki lahko zvečajo učinkovitost družbe, ker olajšujejo oz. pospešujejo usklajenost delovanj (Putnam 1993)...
- V nasprotju z ostalimi oblikami kapitala je socialni kapital umeščen v odnosnih strukturah med akterji. Ni spravljen ne v samih akterjih niti v fizičnih izpeljavah tega, kar počnejo. (Greeley 1997)
- Socialni kapital je agregat aktualnih ali potencialnih virov, s katerimi razpolagajo trajnejša omrežja bolj ali manj institucionaliziranih razmeri, osnovanih na vzajemnih poznanstvih in prepoznavah – oziroma, z drugimi besedami, s članstvom v skupini. (Bourdieu, po ibid.)
- Koncept socialnega kapitala ponazarja, kako lahko socialna struktura določene skupine deluje kot pripomoček za posameznike te skupine. (Coleman, po ibid.)
- Socialni kapital je utelešenje kumulativnih učinkov človeške aktivnosti; ko se kombinira z ostalimi oblikami kapitala, pospešuje ustvarjalne dejavnosti. (Bebbington in Perreault 1999)...
- Vsebina socialnega kapitala so taki odnosi med posamezniki, skupinami in skupnostmi, ki spodbujajo zaupanje in/ali medsebojne obveznosti ... Ta dobrina pa ni enaka privatni lastnini, saj odnosov in norm, ki nastanejo na tej osnovi, nikoli ne more popolnoma kontrolirati noben posamičen akter. (Callahan 1996)

- Gre za nevidno lepilo, ki družbo drži skupaj ... socialni kapital je najpomembnejši dejavnik ekonomske rasti. (Kawachi et al., 1997)
- Posamezniki se z upoštevanjem kooperativnih pravil, ki regulirajo svobodnost izbir, zvečajo svoje lastne zmožnosti in sposobnosti, ker jim to omogoča povezovanje z ostalimi ter usklajevanje njihovih delovanj. (Fukuyama 1999: 14)...
- Bistvo socialnega kapitala je v ideji, da so socialne vezi med ljudmi tiste, ki omogočajo razpoložljivost njihovih virov za posameznike. (Rus 1999: 17).«

Kot povzema Dragoš (2002), so definicije med seboj dokaj uglasene, pa vendar termin ostaja splošen in večpomenski. Zato »ni vseeno:

- (a) ali s socialnim kapitalom opisujemo vse tisto, kar povečuje kooperativne potenciale na ravni »celotne družbe«,
- (b) ali to kapitalsko lastnost omejimo zgolj na realizacijo »vzajemnih koristi«,
- (c) ali pa jo razumemo še ožje, t. j., kot kooperativno sposobnost tistih akterjev, ki sledijo »skupne cilje«, ki so si jih zadali.«

V izogib nejasnostim avtorji pri analizah uporabljajo dva pristopa: prvič, čim bolj jasno navedejo, kaj pri posamezni raziskavi socialnega kapitala merijo, in drugič, vpeljejo dodatne razlagalne pojme. Vendar to zadeve ne reši povsem, ker se pri prvem pristopu lahko kompleksni fenomen omeji le na nekaj dimenzij, ponavadi najlažje merljivih (npr. starostna struktura ali stopnja izobrazbe), pri drugem pristopu pa literatura postane zelo težko pregledna, saj začnejo različni avtorji uporabljati različna poimenovanja za iste dimenzije (po Dragoš 2002).

Vsem zagatam navkljub je jasno, da nobene definicije socialnega kapitala ni brez pojma in koncepta »zaupanja«. Putnam pravi: »Višja kot je raven zaupanja v neki skupnosti, večja je tudi verjetnost za sodelovanje. Sodelovanje pa samo po sebi viša raven zaupanja.« (Putnam 1993: 171)

Poleg zaupanja poiščimo še druge značilnosti socialnega kapitala, okrog katerih velja med avtorji določen konsenz, in jih lahko uporabim tudi v svoji raziskavi.

1.3. Značilnosti socialnega kapitala

Norrish in sod. (2013) predlagajo pet značilnosti, po katerih lahko opredelimo stopnjo socialnega kapitala: zaupanje, vzajemnost, deljene vrednote, deljena merila, in odprtost.

1.3.1. Zaupanje

Zaupanje je jedro socialnega kapitala in njegova glavna sestavina. Zaupanje lahko definiramo tudi kot stopnjo prepričanja v zanesljivost drugega – bolj kot verjamemo, da bo nekdo držal besedo, bolj mu zaupamo (Sander in Lowney 2006). Drugače (Dragoš 2002) je zaupanje lahko definirano kot »verjetje, da bodo (še nerealizirani) odzivi drugih skladni z našimi željami o tem, kako naj bi se ti drugi odzvali na naše ravnanje.« Socialni kapital je z zaupanjem v povezavi, saj uporaba socialnega kapitala veča zaupanje, na podlagi zaupanja pa nastaja socialni kapital. To je lahko tudi neke vrste tautologija (»socialni kapital (socialne vezi) proizvaja socialni kapital (zaupanje)«), ki vodi do zmede pri uporabi pojmov (Seippel 2006) in ni jasno, kako so pojmi povezani, kaj je vzrok in kaj posledica - ali zaupanje kot sestavina socialnega kapitala učinkuje kooperativno, ali je zaupanje učinek socialnega kapitala, ali pa »je ravno kooperacija izvor zaupanja (v smislu poligona za testiranje odzivov drugih) in šele pozneje oboje skupaj ustvari dobro, kakršna je socialni kapital?« (Dragoš 2002). Tako so mogoče tudi drugačne, če že ne nasprotne definicije, npr. zaupanje kot strategija delovanja, ki v nepreglednih situacijah z mnogo neznankami »kompenzira presojo tveganj z nečim drugim, npr. z vrednotami, apriornimi predstavami, neznanjem.« V takem primeru posploševanje z mikro struktur na makro nivo ne bo dalo prave slike (Dragoš 2002); razlike v definicijah kažejo na možne razlike v razumevanju in tudi interpretaciji družbenih dogajanj, saj je na primer Putnamova hipoteza prav posploševanje z mikro ravni na makro raven, in sicer, da se zaupanje, ki se poudarjeno razvija med osebami v neki prostovoljski organizaciji, preliva v zaupanje znotraj skupnosti in viša splošno družbeno stopnjo zaupanja (Putnam 2008). V vsakem primeru je treba za razumevanje situacij proučiti tudi naravo vezi med posamezniki, saj sta tako socialni kapital kot zaupanje produkt odnosov v

socialnih omrežjih. Tu naj omenim še, da raziskave v primeru prostovoljnega članstva v različnih organizacijah kažejo na povečano zaupanje med člani (Putnam 2008), in sem spadajo tudi športne organizacije.

1.3.2. Vzajemnost (recipročnost)

Vzajemnost pomeni, da posameznik v skupnosti naredi nekaj za drugega člana skupnosti brez pričakovanja takojšnjega poplačila, pač pa z zaupanjem, da se bo dobrodejni učinek narejene usluge prelil v skupnost in s tem posredno ali neposredno koristil vsem, vključno z njim (Sander in Lowney 2006); z drugimi besedami gre za pričakovanje, da se bo vložena investicija nekoč povrnila. Vzajemna dejanja so odvisna od pripravljenosti in priložnosti, da člani delijo vire, saj se vzajemnost najpogosteje izkazuje prav pri olajšanem dostopu do virov. Vzajemnost tudi generira občutke pripadnosti in producira socialni kapital (Putnam 2008: 175-193); po drugi strani pa se recipročni odnosi težko razširijo čez meje osebnega konteksta. Močne osebne vezi, ki se spletejo skozi vzajemne interakcije, pogosto preprečujejo vzpostavitev zaupanja do neznancev, kar je lahko težava sodobnega sveta, ko so interakcije z neznanci pogoste in neizogibne (Diekmann 2004).

1.3.3. Skupne vrednote

Eden od najmočnejših motivacijskih faktorjev, da se ljudje povežejo, so skupne vrednote in cilji. Prostovoljne organizacije, kot so športna društva, so zgrajena na podlagi entuziazma glede neke izhodiščne identifikacijske točke, in skupnih ciljev. Skupna vrednota mora nagovoriti srce prav tako močno kot možgane. Skupne vrednote in razumevanje ciljev olajšajo sodelovanje in skupne akcije v skupnosti.

1.3.4. Skupna merila (norme)

Merila oziroma norme so produkt kulture, v kateri posameznik živi, in vključujejo vrednote, običaje, tradicijo... Na podlagi družbenih norm posameznik ve, kaj naj bi delali člani skupnosti, kako naj bi skupnost delovala in kako se obnašati v neki skupnosti. Sociologi opredeljujejo norme kot tista vodila obnašanja posameznika,

ki izvirajo iz neformalnega razumevanja družbe in so smatrane kot kolektivno odobrene predstave o obnašanju znotraj skupnosti; kjer norme obstajajo in so učinkovite, predstavljajo močno komponento socialnega kapitala (Coleman 1988).

1.3.5. Odprtost in participacija

Odprtost lahko razumemo na dva načina: prvi je, da se člani pogovarjajo odkrito, so pri izmenjavah pošteni in ne poskušajo prikriti informacij drugim članom. Drugi način udejanjanja odprtosti v odnosih je odprtost za nove ideje, metode ali spremembe; hkrati je pomembno, da je ta lastnost socialnih omrežij vključevalne narave, saj se pri odprtih interakcijah nikogar ne izključuje, pač pa so vsi upoštevani in vsi lahko prispevajo. Obe interpretaciji odprtosti in participativno komponento je treba upoštevati tudi, ko skušamo opredeliti odprtost neke skupnosti, npr. športnega društva: raziskave kažejo, da je vloga participacije v prostovoljnih organizacijah ključnega pomena v razvoju socialnega kapitala za nekatere člane skupnosti (Boneham in Sixsmith 2003). Po modelu recipročnosti je namreč participacija v skupnosti tudi razlog, da so posamezniki bolj zaupljivi do drugih članov skupnosti, s čimer se povratno večja socialni kapital (Putnam 2008). Putnam je zato z namenom izgradnje socialnega kapitala v skupnostih v okviru svoje raziskave med potovanji pozival posameznike, naj se bolj vključujejo v svoje skupnosti. Po drugi strani je treba biti pri obdelavi pazljiv, saj že omenjena raziskava (Boneham in Sixsmith 2003) kaže, da je vloga participacije lahko za nekatere člane tudi izključevalna.

1.4. Oblike socialnega kapitala

Socialna omrežja se med seboj razlikujejo glede na obliko socialnega kapitala, ki ga ustvarjajo in ki jih povezuje: socialni kapital je lahko po svoji naravi vezavni (*bonding*), povezovalni (*bridging*), in stični (*linking*) (Woolcock 2001).

Putnam v svoji knjigi opisuje vezavni kapital kot »družbeno superlepilo«, ki krepi identitete posameznikov znotraj homogenih skupin, povezovalni kapital pa kot »družbeno mazivo«, ki omogoča stike med posamezniki z različnimi družbenimi

ozadji (Putnam 2008), in pri obravnavi lastnosti socialnega kapitala loči samo ti dve obliki. Nekateri drugi avtorji temu dodajajo še stični kapital, ki je po naravi najmanj zavezujoč (npr. Woolcock 2001). Povezovalni in stični kapital lahko presežeta okvire skupnosti ter povežeta skupine in posameznike iz različnih skupnosti (Narayan 1999), še posebej stični kapital pogosto ponazarja rahle vertikalne vezi, ki se vzpostavijo na podlagi stikov med posamezniki z različnim družbenim statusom (Woolcock 2001). Vse oblike kapitala (z močnimi vezmi (*bonds*), srednje močnimi vezmi - mostovi (*bridges*), ali rahlimi vezmi (*links*)) so pomembne za učinke, s katerimi skupnosti vplivajo na svojo okolico (Seippel 2006).

1.4.1. Vezavni socialni kapital – močne vezi

Za to vrsto kapitala so značilne močne, goste, multi-funkcionalne mreže ter močno, čeprav ozko usmerjeno zaupanje (Putnam 2008). To so tesno spletene vezi med posamezniki ali skupinami z nekimi skupnimi značilnostmi, kot so npr. vezi med sorodniki, bližnjimi prijatelji ali člani iste športne ekipe (Baum in Ziersch 2003). Tovrstne vezi krepijo homogenost, osredotočajo zaupanje in cenijo osebne povezave, po drugi strani pa so dokaj samozadostne in manj tolerantne do drugih skupnosti oziroma do drugačnosti. Vezi te oblike so pomembne za osebno identiteto posameznika, občutke podpore, skupnosti in pripadnosti: »vezavni socialni kapital je dober za podkrepitev specifične recipročnosti in za mobilizacijo solidarnosti« (Putnam 2008). A čeprav lahko krepí lojalnost znotraj skupnosti, lahko ustvarja tudi konflikte med različnimi skupinami in na ta način zavira družbene projekte, za katere je potrebno sodelovanje, zato lahko vezavni kapital celo razslojuje družbo (Baum in Ziersch 2003).

1.4.2. Povezovalni socialni kapital – srednje močne vezi

Ustvarjanje povezovalnega kapitala je definirano kot preseganje okvirov skupnosti sorodnikov in prijateljev, v analogiji je kot postavljanje mostov do drugih, drugačnih; tovrstne vezi se ustvarjajo med posamezniki in skupinami izven lastne skupnosti, niso tako močne kot v primeru vezavnega kapitala, a imajo pomembno vlogo za razvoj tako skupnosti kot posameznika znotraj nje (Narayan 1999,

Woolcock 2001). Povezovalni socialni kapital se ustvarja med preseganjem demografskih in etničnih ločnic, premoščanjem strukturnih vrzeli v socialnih omrežjih, in omogoča dostop do informacij in virov izven skupnosti. Ta vrsta kapitala predstavlja potencial za spremembe znotraj skupnosti in tudi širše (Seippel 2006).

Če naj prostovoljne organizacije, kot so tudi športna društva, vplivajo na dogajanje v skupnosti, morata obe vrsti socialnega kapitala (vezavni in povezovalni) obstajati, se razvijati in uravnovešeno delovati skupaj (Woolcock 2001).

1.4.3. Stični socialni kapital – šibke vezi

Ta vrsta kapitala se nanaša na stike in vezi med pripadniki lahko zelo različnih družbenih skupin, na primer med navijači določene športne ekipe, torej tiste, ki segajo čez formalne ali institucionalizirane okvire; še posebej je ta oblika kapitala pomembna, ker lahko zmanjšuje družbene neenakosti in nepravičnost, saj spodbuja ljudi, da z občutkom odgovornosti sežejo nasproti drugim ljudem - izven njihove ozke skupnosti (Woolcock 2001). Prav šport ima potencial, da deluje povezovalno na ta način.

1.5. Socialni kapital in šport

Šport predstavlja izredno primerno areno za ustvarjanje socialnega kapitala, saj udeležba v športu gradi samozavest in uči spoštovanja pravil, pri tem pa se širi mreža socialnih kontaktov, ki večajo toleranco in poglobljajo vrednote pravičnosti in moralnosti (Uslaner 1999). Bourdieu (1986) piše, da že samo članstvo v socialnem omrežju skupaj z obvezami ter normami, ki iz tega izhajajo, proizvaja socialni kapital, kot ga imajo športna društva. Tak socialni kapital npr. utrjuje občutek identitete in prepoznavnosti posameznika (Lin 2001). Tudi druge raziskave na področju športa kažejo, da imajo jasne skupne vrednote in močne norme neposredno povezavo z visoko stopnjo zaupanja (Putnam 2008).

V tej nalogi je poudarek na neprofesionalnih vidikih športa, torej na rekreaciji in prostovoljni vključenosti v organizirane oblike rekreacije. Prav športne organizacije predstavljajo največji delež prostovoljskih organizacij v zahodnih družbah (Seippel 2006). Med najbolj prepoznavnimi prispevki na temo socialnega kapitala v prostovoljskih organizacijah so dela Roberta Putnama (1993, 2008), kjer je med glavnimi ugotovitvami pozitivna povezava med prostovoljstvom v neke vrste organizirani obliki in izgradnjo socialnega kapitala: prostovoljna vključenost v aktivnosti lokalne organizacije veča zaupanje v lokalni skupnosti in tudi širše, kar se pozna pri večji vključenosti v diskusije in aktivnosti glede širše-družbenih in političnih tem.

Seippel (2006) v svojem delu predlaga tri družbene mehanizme, po katerih se realizira statistično izrazita povezava med prostovoljskimi aktivnostmi članov v športnih organizacijah in povečanim socialnim kapitalom (zaupanjem) v skupnosti: a) informacije, b) vpliv in c) identiteta (Lin 2001: 19-20 po Seippel 2006):

- a) Znotraj skupnosti sta dostop do **informacij** in njihov prenos olajšana, kar poveča informiranost in ozaveščenost članov skupnosti glede določenih tem; z znanjem se veča zaupanje v skupnost in zato tudi bolj aktivno posega v urejanje teh tem tudi izven skupnosti.
- b) Socialne vezi znotraj organiziranih skupnosti **vplivajo** na posameznike znotraj skupnosti, saj posamezniki razvijajo ustrezne veščine glede na svojo pozicijo v organizaciji, in skozi svoje aktivnosti navezujejo kontakte.
- c) Znotraj organizacij se vzpostavi okolje s skupnimi vrednotami in cilji, kar krepi občutke pripadnosti in **identitete**, kar ljudi mobilizira za udeležbo pri pomembnih vprašanih skupnosti.

Pri tem se izkaže dvoje, in sicer, prvič, da so vsi trije mehanizmi bolj tvorni pri izgradnji socialnega kapitala v organiziranih oblikah prostovoljstva kot v neorganiziranih, pri čemer je socialni kapital večji pri bolj aktivnih posameznikih in pri tistih z bolj odgovorno funkcijo znotraj organizacije. Drugič, socialni kapital se v okviru prostovoljskih organizacij najbolj razvija v tistih, ki podpirajo gojenje šibkejših vezi, se širše povezujejo tudi z drugimi organizacijami in vključujejo posameznike različnih socialnih profilov – za razliko od npr. športnih društev, ki so

ozko usmerjena na svoje področje športa in na tekmovalne vidike športa, pri čemer se tvorijo močne, navznoter usmerjene vezi (Seippel 2006).

Glede na to, da športne organizacije zavzemajo največji delež civilne družbe, je razumljivo, da se pomembna družbena vprašanja odražajo tudi v delovanju športnih društev: z ustreznimi programi so naslovljene ključne teme sodobne družbe, kot so staranje prebivalstva, epidemija debelosti, zdravje in vitalnost, individualizacija in osamljenost, socialna izključenost... Z ustreznimi usmeritvami in odzivom na ta vprašanja lahko športne organizacije pomembno prispevajo k izgradnji socialnega kapitala lokalnih skupnosti in s tem pomagajo pri razreševanju problemov, ki jih prinaša življenje v moderni družbi. Spet si oglejmo, kako pri tem učinkujejo različne vrste socialnega kapitala. V moji nalogi bom razločeval samo med močnimi in šibkejšimi socialnimi vezmi, saj to razlikovanje za opis delovanja socialnega kapitala v prostovoljskih organizacijah uporablja tudi Putnam (1993, 2008).

1.5.1. Vezavni socialni kapital v športnih organizacijah

Močne vezi, ki se spletejo med člani športnega društva, so osnovna značilnost društev. Športna društva nastanejo, ker povežejo posameznike z istim interesom in podobno strastjo do določene športne panoge. V okviru športnih društev se socialni kapital aktivnih članov strmo poveča, saj imajo skupne vrednote, merila in cilje (Seippel 2006), včasih je družabna plat med člani celo pomembnejša od športa samega. Po eni strani tako nastale tesne vezi v športnih društvih krepijo občutek identitete in pripadnosti, po drugi strani pa homogenost članstva lahko povzroči, da društvo deluje zaprto navzven, pa naj bo zaradi spola, etnične pripadnosti ali položaja v družbi. Tako imenovana »temna«, elitistična in izključevalna plat močnih vezi je veliko manj izrazita v prostovoljnih društvih, ki gojijo kulturo odprtosti in ki so voljni deliti svoje vrednote, veščine, cilje... s posamezniki in skupinami iz širše ali drugih skupnosti (Putnam 2008).

1.5.2. Povezovalni socialni kapital v športnih organizacijah

Športne organizacije so spodbudno okolje tudi za vzpostavljanje manj močnih vezi, saj delovanje društev pogosto kliče k povezovanju z drugimi društvi ter navezovanju stikov s posamezniki in skupinami izven lastne skupnosti ali lokalnega okolja, pri čemer se vzpostavljajo mostovi čez okvire vere, etnične pripadnosti in družbene razslojenosti. Ena od značilnosti športnih društev je vpetost v lokalno skupnost, saj društvo glede na potrebe skupnosti lahko organizira aktivnosti, deli vire in spaja lokalna socialna omrežja, ustvarjajo se lahko tudi povezave do drugih društev. Športna društva tako na nek način lahko odigrajo vlogo skupnostnih centrov. S povezovanjem ljudi in skupin različnih profilov se ustvarjajo vezi, ki spodbujajo rast zaupanja in deljenje vrednot (Putnam 2008).

1.6. Rekreativna

»Športna rekreacija je tista svobodno izbrana in igriva gibalna/športna dejavnost, ki človeka fizično, psihično in socialno bogati in sprošča ter ga od zgodnjega obdobja do pozne starosti vodi skozi veselje, užitek in zadovoljstvo, k celovitemu ravnavanju in zdravju.« (Berčič 2005: 23) Po mnogih raziskavah rekreacija nesporno vpliva na zdravje človeka v najširšem pomenu besede in ozaveščenost o tem v zadnjih desetletjih raste: »Zavedanje o kvalitetnejšem življenju na osnovi popolnejše harmonije duha in telesa..., ki bi jo veljalo v tržni sistem razvijajoči se družbi ne samo ohranjati, temveč po možnosti večati, je glede na rezultate o motivih za ukvarjanje s športom vse bolj prisotno.« (Doupona in Petrović 2000: 121)

Rekreacija se v določenih ključnih značilnostih pomembno razlikuje od drugih oblik ukvarjanja s športom, in sicer (Berčič 2005: 16):

- se aktivnosti izvajajo izven poklicnega dela, razen odmorov,
- cilji so specifični, dejavnosti so usmerjene k celovitemu zdravju in kakovosti življenja,

- aktivnosti so organizacijsko, vsebinsko in smotrno povezane s prostim časom posameznika,
- intenzivnost, obremenitve, časovna zahtevnost, režim prehrane... so na področju vrhunškega športa bistveno drugačni in
- na področju rekreacije ni selekcije (glede na spol, starost, stan, socialni status, psihofizične sposobnosti, versko pripadnost...), značilne za vrhunski šport; edini kriteriji so interesi, želje in zdravstveno stanje rekreativca.

Rekreacija je zaradi teh in tudi drugih dejavnikov – od npr. dosti bolj raznolike športne ponudbe do povečanja površin športne infrastrukture na prebivalca, zvišanja proračunskih sredstev za šport in višjih osebnih dohodkov - postala del življenjskega sloga velikega deleža ljudi, ki je v zadnjih desetletjih še narasel (Doupona in Petrović 2000: 122). Kot poudarja Berčič na podlagi povzetkov študij v zadnjih 30 letih »... lahko rečemo, da ukvarjanje z rekreativnim športom že spada med pomembne sestavine kakovosti življenja posameznikov in nekaj več kot polovice prebivalstva v Sloveniji.« (Berčič 2005: 8). Podrobnejši pregled pokaže, da pri tem raste razkorak v deležu aktivnih med tistimi z višjimi in tistimi z nižjimi dohodki, kar je v splošnem povezano tudi z ravni izobrazbe, in s tem, da si nižji sloj prebivalstva vedno težje privošči plačljive oblike organizirane vadbe. Delež neaktivnih ostaja približno vseskozi enak (malo manj kot polovica prebivalcev Slovenije), najbolj očitno in strmo pa se je dvignil delež žensk, ki so redno športno aktivne (Doupona in Petrović 2000: 125-129).

Na podlagi zapisanega lahko sklepamo, da skrb za zdravje in kvaliteto življenja kot ključni motivacijski faktor pritegne ljudi k rekreativnim dejavnostim. Vendar pa Putnam v svojih raziskavah ugotavlja, da se kljub temu, da se številčno več ljudi ukvarja z rekreacijo kot kadarkoli prej, število ljudi, udeleženih v skupinskih športih in še posebej v ligaških tekmovanjih na rekreativnem nivoju, od sredine 60-tih let prejšnjega tisočletja strmo upada. Zanimivo je, da skupinske oblike rekreacije niso upadle ali se bistveno spremenile med starejšim prebivalstvom (če so upoštevani popravki zaradi gibalnih in siceršnjih zdravstvenih omejitev), pač pa med mlajšimi, ki se v primeru skupinskih športov ne udeležujejo več tekmovanj, pa tudi sicer se usmerjajo v bolj individualne oblike športnih aktivnosti. Kot kažejo analize prodaje športnih rekvizitov, je bistveno narasla tudi prodaja pripomočkov za domačo

vadbo, kot so sobna kolesa in tekalne steze. Implikacije spremenjenih načinov preživljanja prostega časa pa se poznajo tudi v družbeno-politično pomembnih pokazateljih; Putnam ravno na podlagi zmanjšane razvejanosti socialnih mrež med športno aktivnimi posamezniki opozarja na povezavo med zmanjšano udeležbo v lokalnih (športno rekreativnih) organizacijah in upadom socialnega kapitala v širši družbi (Putnam 2008: 142-148).

1.7. Športno navijanje

Medtem ko po eni strani vedno manj ljudi sodeluje v ekipnih športih in se aktivno udeležuje organiziranih ligaških tekmovanj, se po drugi strani povečuje število gledalcev na športnih tekmah in nasploh število ljudi, ki tako ali drugače spremlja športne dogodke. (Putnam 2008: 148) To pomeni, da ljudje v večji meri kot v preteklosti gledajo športne prireditve po televiziji, hodijo na tekme, kupujejo artikle, povezane z določenimi ekipami ali športnimi dogodki... Zanimiv razmislek v ozadju tega pojava bi bil, kaj ljudi nagovarja k takšnemu ali drugačnemu ravnanju oziroma preživljanju prostega časa, zato si oglejmo ključne psihološke pojme, ki opredeljujejo motivacijo za športno navijanje. V raziskavi športnega navijanja in načinov, kako navijači spremljajo šport (Wann 1995 po Mays 2012), je predlagana skala SFMS (sport fan motivation scale) za razvrstitev motivacijskih vzgibov za športno navijanje v naslednje kategorije: eustres (pozitivni stres, vznemirjenje), samo-podoba (identifikacija z ekipo in povečana samozavest ob uspehih ekipe), eskapizem, zabava, zaslužek, estetika, pripadnost skupini, družina. Vseh 8 motivov je podrobneje obdelanih spodaj (po Mays 2012):

- Eustres je izraz za pozitivni stres in vznemirjenje in je psihološka dimenzija motivacije, saj je neposredno vezan na čustva. Intenzivno doživljanje dogajanja na igrišču ima za posledico sproščanje hormonov, ki vključijo čustveno komponento. Eustres naj bi imel največji vpliv tudi na pozitivne občutke po zaključenem dogodku in zato motivira športne navijače k lojalnosti tovrstnim dogodkom.
- Tisti športni navijači, ki označijo »samo-podobo« kot eno od motivacijskih faktorjev za udeležbo na dogodkih, le-to najpogosteje vežejo na uspehe ekipe in na svojo samozavest, ki izvira iz tega, da podpirajo ekipo. Z igralci

delijo čustva ob igri, vidijo se kot »podaljšek« oziroma razširitev ekipe in čutijo, da prispevajo ključni delež k uspehu ekipe. S tem so povezana tudi obnašanja, ki jih nekateri proučevalci navijanja imenujejo »sončenje v odsevu slave«, saj se navijači (predvsem fani) oblačijo v drese in druga identifikacijska znamenja v primeru uspehov, če pa ekipa igra slabo, odklanjajo identifikacijske znake, njihova samozavest in tudi splošno psihološko stanje pa je na nizki ravni.

- Izraz eskapizem povzema obnašanja, ki posameznikom omogočajo odmik od vsakdanjosti, negativnega stresa in skrbi, kar nekatere udeležence športnih dogodkov stimulira, druge pomiri. Raziskave kažejo, da je občutek prekinitve povezave z vsakdanjimi skrbi močnejši ob večji oddaljenosti od doma, močnejši pa je tudi ob ritualih, ki jih navijači izvajajo pred in med dogodki: preoblačenje, glasno spodbujanje, dajanje ritma z zvočnimi pripomočki, skandiranje...
- Zabava ima ključno vlogo na motivacijski skali skoraj vseh športnih navijačev; spet se kot zabavne lahko razume najrazličnejše vidike športnega dogodka: od srečanja športnih navijačev pred in po dogodku, do doživetja vzdušja – glasbe, barv, komentiranja igre... Zabavnost naredi doživetje močnejše in poudari motiviranost za podobna doživetja.
- Zaslužek se veže na vse izkušnje športnega navijača, ki ima ob športnem dogodku občutek, da je nekaj pridobil, pa naj bo to finančni zaslužek zaradi dobljene športne stave, zadovoljstvo zaradi kupljenega ali drugače pridobljenega dragocenega spominka s tekme (dres, žoga, slika, podpis...), ali pa navsezadnje izredno izpolnjujoč občutek po tekmi.
- Športni navijači ob udeležbi na športnih dogodkih lahko zadovoljijo tudi čut za estetiko (pa naj bo pod »estetska« mišljena kvalitetna igra, atraktivnost igralcev, vzdušje v dvorani, učinkovita koreografija športnih navijačev in podpornikov ekipe...), zaradi »lepe« izkušnje pa gre dogodek v prijeten in zadovoljujoč spomin.
- Pripadnost skupini je hkrati osnovna psihološka potreba in kulturna vez, zaradi katere se športni navijači v skupini bolj poenotijo in močnejše identificirajo - tako z ekipo, ki jo podpirajo, kot s skupino so-podpornikov. Identifikacijo s skupino in podporo ekipi športni navijači izražajo z značilnimi

barvami, pesmimi, znaki..., kar povzroča močne občutke pripadnosti, povezanosti, zaupanja skupini, in posledično zadovoljstva.

- Družinske vrednote motivirajo nekatere posameznike, da vidijo športne dogodke kot priložnost, da preživijo kvaliteten skupni čas z družinskimi člani, podobno kot preživljajo prosti čas skupaj na počitnicah. Nekateri raziskovalci menijo, da zadovoljevanje družinskih potreb ošibi druge vidike športnega navijanja, kot je identifikacija z ekipo, drugi poudarjajo, da takšna motivacija okrepi občutke pripadnosti skupini in s tem izboljša socialne odnose. V raziskavah so športni navijači izražali željo, da bi lahko delili svoj entuziazem z družino.

Ljudje se torej udeležujejo športnih dogodkov zaradi enega ali kombinacije več motivacijskih vzgibov. Morda lahko celo sklepamo, da se jih v vedno večjem številu udeležujejo glede na dostopnost tovrstnih dogodkov, zaradi dobre medijske pokritosti in širokega spektra psiholoških potreb, ki jih ob tem zadovoljijo. Ob aktivni udeležbi na športnih prireditvah se ljudje tudi povezujejo in krepijo socialno mrežo. Pri tem pa je treba razlikovati tipe ustvarjenih vezi: te lahko v bolj zaprtih in izključujočih skupinah (*fani*) postanejo močne, v primeru športnega navijanja in podpornikov športa pa so skupine odprto naravnane, strpne, vezi pa šibkega tipa: vertikalne, heterogene in povezujoče.

2. EMPIRIČNI DEL

2.1. Predstavitev društva Navijaški klub Slovinc

2.1.1. Kaj je Navijaški klub Slovinc

V diplomski nalogi obravnavam nevladno organizacijo Navijaški klub Slovinc (v diplomski nalogi in sicer kar Klub Slovinc). Sem pobudnik in njen prvi in do sedaj edini predsednik. Do formalne ustanovitve društva je prišlo postopoma skozi prijateljska druženja v različnih življenjskih fazah. Po zaključku študentskega obdobja smo se večinoma zaposlili in se v iskanju dela porazgubili po celi Sloveniji. Eni so se vrnili v domača okolja, drugi smo ostali v Ljubljani ipd. Vsi pa smo imeli željo, da bi ohranili prijateljstvo, ki smo ga ustvarili v študentskih letih. Zavedali smo se, da bo to težko, če se ne bomo tudi fizično srečevali, še posebej, ker nismo generacija, ki bi prisegala na virtualna družabna omrežja.

Zunanji impulz za srečanja smo našli v športnih dogodkih. Ta izbor je bil soglasen, saj smo se v času študija pogosto skupaj športno udeleževali ter udeleževali športno - družabnih prireditev za študente, in obiskovali reprezentančne tekme. Na začetku smo se dobivali na nogometnih reprezentančnih tekmah. Nogometne tekme smo izbrali zato, ker so tekme razporejene čez celo leto. Praviloma so akcije marca, junija, septembra in oktobra. Če bi izbrali klubski nogomet, bi bila domača tekma v sezoni vsakih 14 dni, kar pa bi bilo časovno prezahtevno. Še težje pa bi izbrali klub, na katerega tekme bi hodili, saj smo bili doma iz vseh koncev Slovenije ter smo zato preferirali različne klube. Nismo pa izbrali npr. reprezentančnega hokeja ali košarke, ker so v teh športih tekme reprezentance enkrat letno. Tako traja hokejsko prvenstvo približno dva tedna in je v tem času veliko tekem, potem pa celo leto praktično nobene reprezentančne tekme. Seveda pa to ne pomeni, da ne gremo v manjšem številu tudi na te tekme. Tisti, ki smo živeli v Ljubljani, pa smo se v zimskem obdobju zbrali in enkrat tedensko igrali košarko, saj se nam je z leti poznalo, da nismo dovolj fizično aktivni. To je bil začetek aktivnega športnega udejstvovanja skupine.

Na neformalen način je naše po-študentsko druženje potekalo več kot desetletje. V tem času smo obiskali veliko število tekem in tudi naša skupina se je počasi, a vztrajno večala. Po večletnem obiskovanju največjih športnih dogodkov in spremljanju tekem naše reprezentance smo imeli priložnost od blizu videti, da naša reprezentanca ni imela organiziranega navijanja, niti prepoznavnosti v obliki enotnih dresov. Tako smo se odločili za akcijo: »poenotimo barvo dresa slovenske reprezentance v vseh športih«. To je bil impulz, da smo se formalno organizirali in tako lažje nastopali kot sogovornik športnim in državnim subjektom. Da povezovanje poteka na izrazito prostovoljni bazi, se odraža tudi v sedanjem načinu vodenja kluba, ki je zelo demokratično in ohlapno. Vodstvo predvsem suportira in motivira članice in člane za pogostejšo in čimbolj aktivno udeležbo na športnih dejavnostih in na tekmah. Organizacijski okvir društva je nastavljen tako, da lahko vsak član Kluba Slovinc predstavi ostalim članov svojo idejo in če je dovolj zainteresiranih, projekt tudi izvede.

Navijaški klub Slovinc smo ustanovili 4. julija 2010 na tribunah nogometnega stadiona Ljudski vrt v Mariboru ob prijateljski tekmi Slovenija : Nova Zelandija. Po Zakonu o društvih mora biti iz imena društva razvidna glavna dejavnost. Ker smo želeli med drugim predstaviti športno navijanje v pozitivni luči, smo imenu dodali besedo »navijaški«. Poigrali smo se tudi s kratico, ki lahko asociira na nogomet, saj lahko Navijaški klub Slovinc krajše zapišemo kot NK Slovinc. To si nekateri razložijo kot Nogometni klub Slovinc. Navijaški klub Slovinc je uradno ime kluba, a se razen v uradnih dokumentih uporablja kar ime Klub Slovinc. Tudi v tej diplomski nalogi.

Osnovni cilj Kluba Slovinc navkljub formalizaciji še vedno ostaja povezovanje in združevanje prijateljev. Temu so se pridružili še ukvarjanje s športom in pa širše akcije o pomenu športa in navijanja, kot npr. projekt »poenotenja dresov slovenske reprezentance v vseh športih«.

V 1. členu statuta Navijaškega kluba Slovinc je zapisano: »Navijaški klub Slovinc je prostovoljno, samostojno, nepolitično in nepridobitno združenje fizičnih oseb, ki združuje navijače in simpatizerje reprezentantov in reprezentantk ter reprezentanc

Republike Slovenije in deluje na področju športa, vzgoje in izobraževanja ter kulture.«

V 7. členu statuta pa so navedeni nameni in cilji delovanja kluba. To so:

- krepiti in razvijati pripadnost navijanju za reprezentanco in reprezentante Republike Slovenije,
- združevanje in pomoč navijačem slovenske reprezentance in reprezentantov pri navijanju v vseh športih,
- spodbujati občutek osebne vpletenosti in pripadnosti reprezentanci in reprezentantom,
- razvoj organiziranega in neorganiziranega navijaštva v Ljubljani in Republiki Sloveniji,
- izobraževanje za izboljšanje (nenasilne) navijaške kulture v Sloveniji,
- spodbujanje in krepitev nacionalne pripadnosti,
- osveščanje in obveščanje o navijaštvu, predvsem otrok in mladine,
- pomoč pri realizaciji različnih športnih in družabnih dogodkov, predvsem za člane,
- zastopanje interesov članov kluba in navijačev na vseh ravneh ter
- sodelovanje v javnem družbenem življenju s predstavitvijo navijaštva.

Naštete namene in cilje pa klub uresničuje predvsem z naslednjimi dejavnostmi (8. člen statuta) za svoje člane na nepridobitni osnovi:

- s prizadevanji za razvoj infrastrukturnih in servisnih dejavnosti za športno udejstvovanje in navijanje v Ljubljani in Republiki Sloveniji ter povsod po svetu, kjer nastopajo naši reprezentanti in reprezentance,
- s spodbujanjem in sodelovanjem pri nastanku mreže navijaške organiziranosti v Sloveniji,
- z obveščanjem javnosti o vsebini delovanja, načrtih, ciljih in uspehih, preko ustanavljanja info točk, delovanja ali izdajanja različnih časopisov, biltenov, brošur, informativnih glasil in tiskovin, plakatov, pojavljanjem v različnih glasilih, revijah, časopisih in ostalih medijih,
- z organiziranjem predavanj, tečajev, posvetovanj, seminarjev, konferenc, strokovnih ekskurzij, okroglih miz...,

- oblikovanje spletne strani in uporaba drugih prijemov za obveščanje in ozaveščanje,
- s sodelovanjem z organizacijami na področju športa,
- s pomočjo navijačem pri njihovih obiskih športnih prireditvah,
- z organiziranjem športne dejavnosti ter
- s poudarjanjem združevanja, družabnosti, spoznavanja in prijateljevanja med navijači in reprezentanti na športnih prireditvah, skupnih družabnih srečanjih, zabavah, plesih, koncertih...

2.1.2. Projekti Navijaškega kluba Slovinc

Predstavil bom glavne projekte Kluba Slovinc, kar bo hkrati predstavilo dejavnosti članov kluba.

REKREACIJA

Obisk fitnesa in savn

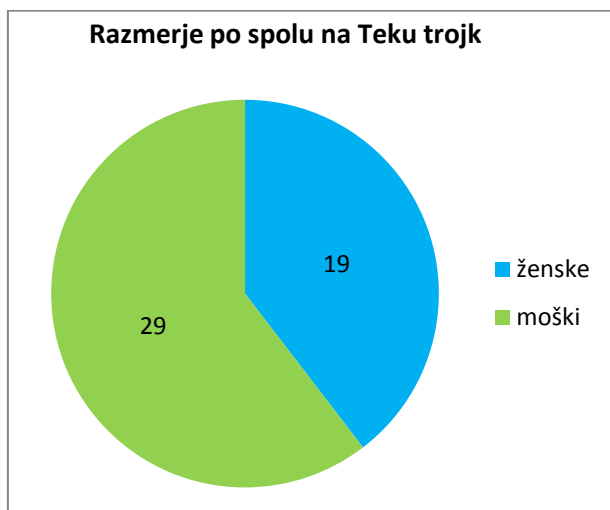
Člani Kluba Slovinc so najprej začeli z organizirano športno dejavnostjo z obiskovanjem fitnesa. Obiskovanje fitnesa omogoča več različnih oblik fizične aktivnosti: fitnes, aerobiko in drugi oblike vodene vadbe, ter obiskovanje savne. Obiskovanje fitnesa je najbolj pogosta dejavnost članov kluba. Pri obiskovanju fitnesa prevladujejo ženske.

Tek

Tek je druga najmnogičnejša športna aktivnosti v Klubu Slovinc. Člani kluba imajo v spomladanskem in jesenskem času skupinske tekaške treninge na stadionu v Športnem parku Kodeljevo in po poteh Golovca. Intenzivnost treningov je večja pred majskim Tekom trojk in oktobrskim Ljubljanskim maratonom. Na tekaških treningih si člani izmenjujejo svoje izkušnje, znanje o sami športni dejavnosti in se ozaveščajo o zdravem življenju ter ostalih temah glede na interese sotekačev. Cilji, ki jih tekači dosegajo s tekom, so lahko: preprečevanje nezdravih življenjskih navad, krepitev psihofizičnih sposobnosti, navajanje na aktivno izrabo prostega časa, spodbujanje aktivnega življenjskega sloga in varstva okolja, medsebojno sodelovanje, pomoč in soustvarjanje, itn.

Tek trojk na Pohodu ob žici v Ljubljani

Na 60. Teku trojk, ki je bil 7. maja 2016 v Ljubljani, je bila zasedba Kluba Slovinc najmnogičnejša od vseh klubov in društev, saj je imela prijavljenih 16 trojk (48 tekačev, slika 2. 1.). Vse trojke so tekle v enotnih tekaških dresih. To je bil močan motivacijski element tudi med samim tekom, saj so se zelo razpoznavne trojke medsebojno spodbujale na progi.



Slika 2. 1. Razmerje po spolu na Teku trojk 2016. Teka se je udeležilo 48 tekačev, od tega 19 žensk in 29 moških.

Pri sestavi trojk v okviru kluba izenačena hitrost tekačev ni prvo merilo, pač pa je pomembno to, da je v vsaki trojki vsaj nekdo nasprotnega spola, da lahko govorimo o mešani trojki, ki so na tej prireditvi najštevilčnejše. Osnovni cilj, ki mu sledimo, je sodelovanje in druženje članov ob fizični aktivnosti, in ne tekmovanje. Da ima udeležba na teku predvsem družabno komponento, pa kaže na primer to, da so posamezni člani kluba, ki se niso udeležili teka, prišli samo na druženje v Stari Ljubljani po dogodku. Tek ima seveda tudi tekmovalni značaj, a v Klubu Slovinc se potrjuje moto, da »je pomembno sodelovati in ne zmagati.« Pomembno je, da si v ekipi vsi trije tekači medsebojno pomagajo in celotno progo odtečejo skupaj. Tako je ena od naših trojk na 12,5 km že drugič v zgodovini Teka trojk najpočasnejša izmed vseh udeležencev. Imamo tudi trojko, ki ima v svoji sredini slepega tekača, trojko, ki jo sestavlja ženski del družine, ipd.



Fotografija 2. 1. Ekipa Kluba Slovinc v enotnih dresih na Kongresnem trgu pred štartom Teka trojka na 60. Pohodu ob žici

Kolesarski izleti

Organizirali smo dva kolesarska izleta po Krasu: po Vipavski dolini in okolici Sežane, po t. i. Zelenem Krasu. Pobudo za izvedbo kolesarjenja je dal član Kluba Slovinc, ki je pripravil program in bil tudi vodič po kraških poteh. Kolesarjenja se je udeležilo več kot 10 kolesarjev. Kolesarska trasa je bila izpeljana tako, da smo si lahko ogledali naravno-kulturne znamenitosti in obiskali tradicionalno kraško »osmico.« V Klubu Slovinc je tudi kolesarjenje vse prej kot individualen šport.

Pohodništvo

V Klubu Slovinc imamo tudi pohodniške izlete in tradicionalni vzpon na Triglav vsako drugo nedeljo v septembru. Lani je vzpon zaradi vremena odpadel.

NAVIJANJE

Kultura spremljanja športnih dogodkov, kot jo promovira Klub Slovinc, vsebuje elemente ozaveščanja o športnem navijanju, fair-playu, spodbuja druženje, spoznavanje drugih kultur in držav, domovinskost, pozornost pa usmerimo tudi na enotno podobo in s tem razpoznavnost skupine, kar vključuje barvanje obrazov pred tekmami in drese slovenske reprezentance kot identifikacijski element.

Domače nogometne tekme v zadnjem letu in pol je naša reprezentanca igrala v Ljubljani (stadion Stožice), v Mariboru (stadion v Ljudskem vrtu) in v Kopru (stadion na Bonifiki). Domačih tekem se je udeležilo od 30 do 200 članov Kluba Slovinc. Manj so obiskane tekme v Mariboru in Kopru. Ker je večina članov iz Ljubljane, jim vožnja predstavlja tako časovno kot finančno obremenitev. Zaradi svetovno priznanih igralcev angleške reprezentance in pa tekmovalnega naboja ob zaključku kvalifikacij pa je največ članov v Stožice privabila reprezentanca Anglije. Med 5 in 10 članov pa gre tudi na tekme nogometašev v tujino. V zadnjem letu je bilo to v Angliji in v Ukrajini.

Obisk tekem košarkarske reprezentance na prvem delu evropskega prvenstva v Zagrebu: od 5. do 10. 9. 2015 je Slovenija v Zagrebu odigrala pet tekem. Na vseh tekmah so bili predstavniki Kluba Slovinc. Na prvenstva pridejo navijači iz različnih držav in to je tudi priložnost za druženje in spoznavanje drugih kultur, v tem primeru z navijači iz Hrvaške, Gruzije, Nizozemske, Grčije in Makedonije.

Klub Slovinc organizira tudi skupni obisk tekem v poletih v Planici ob zaključki Svetovnega pokala v skokih. Po tekmi se večina skupine odpravi peš po dolini Tamar do planinskega doma.

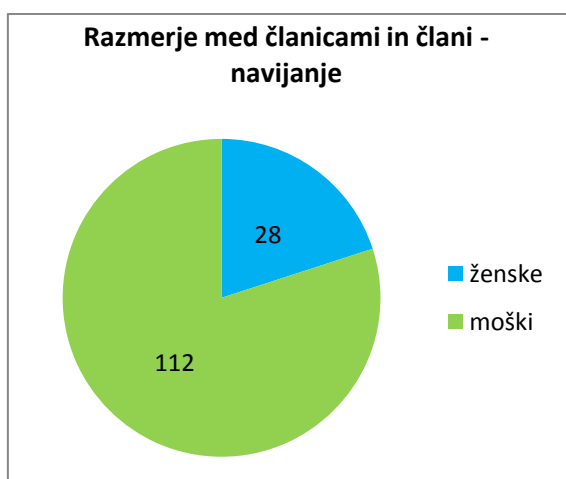
Projekt »poenotenja dresov«, ki smo ga speljali v okviru Kluba Slovinc, je verjetno doprinesel kamenček k odločitvi Olimpijskega komiteja Slovenije, da so dresi slovenskih reprezentantov v naslednjih barvnih kombinacijah: zelena 60 procentov, modra in bela pa sta zastopani s po 20 procenti. Razpoznavnost članov Kluba Slovinc zaradi poenotene podobe na tekmah pritegne tudi zanimanje medijev in medijsko izpostavljenost. Medijski nastopi so priložnost za utrjevanje

podobe športnega navijača kot nekoga, ki z vsem srcem navija za svojo reprezentanco in ji daje pomoč na igrišču. Takšen navijač je nenasilen, a glasen.

Klub Slovinc sodeluje z zvezami različnih športnih panog, a najboljše je sodelovanje z Nogometno zvezo Slovenije. Ta zveza je zadnjih nekaj let najboljše organizirana in se zaveda dobre in kontinuirane komunikacije z navijači.



Fotografija 2. 2. Navijači Kluba Slovinc med nogometnim srečanjem med Slovenijo in Anglijo v Stožicah 14. 06. 2015.



Slika 2. 2. Razmerje po spolu med člani, ki se udeležujejo navijanja. V okviru Kluba Slovinc se navijanja udeležuje 140 članov, od tega 27 (20%) žensk in 112 (80%) moških.

V letu 2015 je v okviru Kluba Slovinc navijalo 140 oseb. Od tega je bilo 28 članic in 112 članov (slika 2. 2.). Pri navijanju prevladujejo moški, najštevilčnejši so nogometni navijači, kar je pri nogometu še bolj izrazito kot pri nekaterih drugih športih, npr. košarki, odbojki.

V intervjuju sem imel vprašanje o navijanju, in iz odgovorov bi lahko povzel, da je sam obisk tekme le del širšega konteksta, kjer prevladuje druženje, pripadnost skupini in skupnosti...

3. PROBLEM

Navijaški klub Slovinc zelo dobro poznam, saj sem pobudnik za ustanovitev društva in njegov predsednik. Ker z določenimi člani v klubu sodelujem že od samega začetka, imam občutek, da klub deluje dobro. Se pa zavedam, da je to subjektivna ocena, ki je lahko zamegljena tudi zaradi pozitivnih, pristransko naklonjenih ocen članov, ki so moji prijatelji še iz časa pred ustanovitvijo kluba.

Kot socialni delavec se zavedam, da premalo vem o interakcijah med člani kluba, v katerih ne sodelujem osebno. Doslej se v klubu ni sistematično ukvarjalo s tem, kaj so primeri dobre prakse in kaj primeri slabega delovanja kluba. Skratka, razen po občutku, ne vem, kaj je v klubu dobro in kaj slabo. To je osnovno vprašanje, na katero želim odgovoriti z raziskavo o delovanju Kluba Slovinc.

Raziskava bo koristila pri kvalitetnejših odločitvah o nadaljnjem razvoju kluba, ki je v zadnjem letu presegel zastavljene okvire, saj je imel v letu 2015 več kot 500 članic in članov, ki so se udeležili vsaj ene dejavnosti kluba.

Za boljši vpogled v socialno-psihološki profil kluba me v raziskavi zanimajo predvsem naslednja področja:

- socialni kapital članov kluba in kluba samega, s poudarkom na zaupanju članov v klub in med člani,
- grajenje in odzivnost socialne mreže članov v športno - družabnih klubih,
- pomen rekreacije za člane kluba,
- motivacija za vključitev v klub,
- pogostost obiskovanja dejavnosti v klubu in biografski podatki o članih,
- sestava članstva na glavnih dejavnostih kluba,
- ocena delovanja kluba s poudarkom na predlogih članov za izboljšanje njegovega delovanja.

Z raziskavo sem želel preveriti hipotezo, da ima aktivnost članov ključni pomen za uspešno delovanje organizacije, še posebej v primerih, ko govorimo o prostovoljnih organizacijah na področju organiziranja športne dejavnosti.

4. METODOLOGIJA

4.1. Vrsta raziskave

Društvo Klub Slovinc sem analiziral skozi socialni vidik, ki je vseskozi zelo pomemben. Opisal sem delovanje Kluba in kvalitativno raziskal interakcije znotraj Kluba Slovinc, pri čemer sem iskal pokazatelje ustvarjenega socialnega kapitala v Klubu Slovinc. Raziskava je tudi izkustvena in narejena z lastno udeležbo, saj se dejavnosti kluba osebno udeležujem.

Podatke o članih Kluba Slovinc in udeležencih določenih projektov Kluba Slovinc sem obdelal s kvantitativno metodo in so predstavljeni z grafi in v tabelah.

4.2. Raziskovalni instrumenti in viri podatkov

Glavni raziskovalni inštrument je bil predvsem polstrukturirani intervju. Opravi sem sedem intervjujev. V pogovoru sem vnaprej pripravljena vprašanja delno spreminjal ali dopolnjeval, predvsem s podvprašanji. Intervju sem začel s kratkimi osebnimi vprašanji. Zatem sem postavljaj vprašanja glede vnaprej določenih tem:

- motivacija za včlanitev v klub,
- pogostost aktivnosti na dejavnostih klub,
- rekreacija,
- navijanje,
- socialne mreže,
- socialni kapital,
- evalvacija delovanja kluba,
- zadovoljstvo s člani kluba in
- asociacija ob imenu obravnavane organizacije.

Podatke o članstvu, članih in njihovi udeležbi na dejavnostih ter podatke o ciljih, namenih in dejavnostih kluba sem pridobil s pregledom dokumentacije kluba v zadnjem letu in pol ter analizo pristopnih izjav članov Kluba Slovinc.

4.3. Populacija in vzorčenje

Podatke sem pridobil od aktivnih članov kluba Klub Slovinc na podlagi intervjujev. Gre za priročen in neslučajen vzorec, saj sem izbral pet članov in dve članici, ki jih dobro poznam in jih lahko uvrstim med aktivne člane, saj so se v zadnjem letu in pol udeleževali dejavnosti kluba. Med intervjuvanci: 1.) sta zastopana oba spola; 2.) so člani, ki hodijo izključno na rekreacijo in člani, ki hodijo izključno na navijaške dogodke, in tisti, ki hodijo na oboje; 3.) so člani, ki se na vodstvo obračajo s pohvalami in tisti, ki imajo kritike, pripombe, in 4.) so tako ustanovni člani, kot člani, ki so se klubu pridružili lani.

V raziskavi se ugotovil, da je v Klubu Slovinc razmerje po spolu približno šest proti štiri v korist moških. Če bi imel ta podatek že pred izborom intervjuvancev, bi namesto moškega intervjuval še eno članico, tako pa je odstotkovno razmerje med intervjuvanci v korist moških sedem proti tri.

4.4. Zbiranje podatkov

Vse intervjuje sem izvedel v Ljubljani od 16. do 26. junija 2016 in to na zelo različnih lokacijah: v pisarni, v predprostoru savne, v gostinskem lokalu in tudi doma (na domačem naslovu je registriran klub). Vsi člani, ki sem jih prosil za intervju, so se bili pripravljene srečati z mano in odgovarjati na vprašanja. Intervjuji so trajali od 45 do 90 minut. Intervjuje sem z dovoljenjem intervjuvancev snemal z diktafonom.

4.5. Obdelava in analiza podatkov

Pri obdelavi in analizi podatkov sem si pomagal z računalniškima programoma Microsoft Word 2010 in Microsoft Excel 2010. Digitalno shranjene intervjuje sem najprej prepisal. V transkriptu sem z različnimi barvami označil dele besedila glede na vnaprej izbrano temo, kakor je predstavljeno spodnji tabeli.

Tabela 4. 1. Posamezne teme v intervjuju, označene z različnimi barvami.

Tema:	Barva izjave:
Motivacija	Rdeča
Pogostost aktivnosti	Odebeljena črna
Rekreacija	Vijolična
Socialna mreža	Zelena
Socialni kapital	Rjava
Zaupanje	Olivno zelena
Ocena kluba	Modra

Ko sem imel z različnimi barvami označen relevanten tekst po temah, sem direktno pod odgovore napisal kode prve stopnje za posamezno temo. Kode prve stopnje znotraj posamezne teme sem napisal v transkriptu intervjuja pod tisti odgovor, kjer se tema največkrat pojavlja. Če se je tema pojavila v več odgovorih enako pogosto, sem jih vpisal pod odgovor, ki je bil prej. Kode prve stopnje so pod odgovorom napisane z barvo, odvisno od teme, kot je razvidno iz Tabele 4. 1.

Če ni bilo kodiranja na drugi stopnji, sem kode prve stopnje prepisal direktno v sklepno tabelo. Sicer pa sem imel sklepno tabelo odprto na drugem računalniškem zaslonu in sem iz vprašalnika, kjer sem imel napisane kode prve stopnje, oblikoval kode druge stopnje in jih vpisoval v sklepno tabelo.

Primer obdelave intervjuja s pomočjo dvostopenjskih kod po korakih.

Prvi korak: v transkriptu intervjuja obarvam relevanten tekst s pripadajočo barvo. V primeru z rdečo obarvam tekst, ki se veže na motivacijo.

Vprašanje: Bil si ustanovitelj društva. Zakaj?!

Odgovor: Ni bilo nobenega društva, ki bi povezovalo navijače, katerih osnovni namen je podpora športnikom doma in v tujini, zato smo ustanovili Klub Slovinc. V Klubu Slovinc se zagotavlja podpora članom na obisku tekem, podpora pri izdelavi navijaških rekvizitov, barvanj, priprava koreografije na stadionu. Če si prišel sam na štadion, nisi bil del navijaške skupine in si tam sedel na stolu in nisi

vedel, kaj pravzaprav počneš na stadionu. **V skupini si močnejši, glasnejši** in imaš občutek, da boš s tem tudi dodatno motiviral naše športnike, ki nastopajo. A sem lepo povedal!?

Vprašanje: Kaj je zate navijanje?

Odgovor: Navijanje je aktivna udeležba na športnem dogodku. Če prideš samo na športni dogodek, je to gledališče, če pa navijaš, imaš občutek, da si tudi sam do neke mere aktiven, kot tudi igralci na terenu. Tako da **aktivno sodeluješ na športnem dogodku** ne samo kot gledalec, ampak tudi kot navijač.

Drugi korak: pod odgovor v barvi teme napišem kode prve stopnje, zbrane iz vseh odgovorov intervjuvanca.

Vprašanje: Bil si ustanovitelj društva. Zakaj?!

Odgovor: Ni bilo nobenega društva, ki bi povezovalo navijače, katerih osnovni namen je podpora športnikom doma in v tujini, zato smo ustanovili Klub Slovinc. V Klubu Slovinc se **zagotavlja podpora članom na obisku tekem**, podpora pri izdelavi navijaških rekvizitov, barvanj, priprava koreografije na stadionu. Če si prišel sam na štadion, **nisi bil del navijaške skupine** in si tam sedel na stolu in nisi vedel, kaj pravzaprav počneš na stadionu. **V skupini si močnejši, glasnejši** in imaš občutek, da boš s tem tudi dodatno motiviral naše športnike, ki nastopajo. A sem lepo povedal!?

podpora članom

del skupine

v skupini močnejši

aktivno sodelovanje

vse organizirano

pobudnik aktivnosti

športno udejstvovanje

sprememba navad

Vprašanje: Kaj je zate navijanje?

Odgovor: Navijanje je aktivna udeležba na športnem dogodku. Če prideš samo na športni dogodek, je to gledališče, če pa navijaš, imaš občutek, da si tudi sam do neke mere aktiven, kot tudi igralci na terenu. Tako da **aktivno sodeluješ na športnem dogodku** ne samo kot gledalec, ampak tudi kot navijač.

Tretji korak: v sklepno tabelo vpišem kode druge stopnje.

TEMA	INTERVJU A	INT. B	INT. C	INT. Č	INT. D	INT. E	INT. F
MOTIVACIJA	ugodnosti, skupnost, osebna preobrazba						
POGOSTOST AKTIVNOSTI							

...

5. REZULTATI

5.1. Sklepni tabeli

Tabela 5. 1. Sklepna tabela intervjujev (kode druge stopnje)

TEMA	SUMA (zbir, vsota, povprečje)
BIOGRAFSKI PODATKI spol starost izobrazba	2 ženske in 5 moških je intervjuvanih 45,7 let je povprečna starost intervjuvanca višja kot univerzitetna: 1 x doktorat, 2 x magisterij, 3x univerzitetna, 1 x visoka
MATERIALNO STANJE zaposlen sektor prihodki	vsi zaposleni 5 x negospodarstvo (4 x javni sektor) in 2 x gospodarstvo 5 stopenjska lestvica: ocena pet pomeni visoke prihodke. 4 x ocena 4 3 x ocena 3
MOTIVACIJA	5 x osebni kontakt 3 x ugodnosti
POGOSTOST AKTIVNOSTI	1,1 x tedensko se povprečno intervjuvanci udeležijo dejavnosti kluba
REKREACIJA	7 x športno udejstvovanje 4 x druženje 2 x počitek
SOCIALNA MREŽA	25 oseb je povprečno intervjuvanec spoznal preko kluba 8 oseb je povprečno intervjuvanec povabil v klub 7 x imajo prijatelje med člani kluba 3 x pogosti stiki 2 x podobni interesi

SOCIALNI KAPITAL	6 x druženje 5 x pomoč 3 x ugodnosti
ZAUPANJE procent zamenjave članov zadovoljstvo	4 x zamenjali do 10 % članov 3 x zamenjali 0 % članov 3 stopenjska lestvica: še kar – precej – zelo zadovoljen. 5 x zelo zadovoljen 3 x precej
OCENA KLUBA pozitivno: + negativno. -	+ 5 x profesionalnost 3 x povezovalnost - 5 x premalo različnosti 3 x modernizacija komuniciranja 2 x več družabnosti

Tabela 5. 2. Sklepna tabela kot rezultat dvostopenjskega kodiranja intervjujev po temah

TEMA	INTERVJU A	INTERVJU B	INTERVJU C	INTERVJU Č	INTERVJU D	INTERVJU E	INTERVJU F
BIOGRAFSKI PODATKI spol starost izobrazba	M 44 visoka	Ž 41 doktorat	M 48 univerzitetna	Ž 43 univerzitetna	M 55 magister	M 43 magister	M 46 univerzitetna
MATERIALNO STANJE zaposlen sektor prihodki	da javni uslužbenec 3	da javna uslužbenka 3	da gospodarstvo 4	da javna uslužbenka 3	da nevladni sektor 4	da javni uslužbenec 4	da gospodarstvo 4
MOTIVACIJA	ugodnosti, skupnost, osebna preobrazba	osebni stik, ugodnosti, podpora vrednotam,	zaupam vodstvu	ugodnosti	osebni stik, rekreacija, kvaliteta življenja	osebni stik, podpora vrednotam, mreženje	stik s prijatelji, druženje, potovanje
POGOSTOST AKTIVNOSTI	1x tedensko	1,5x tedensko	1,2x tedensko	1x tedensko	1x tedensko	1x mesečno	0,7x mesečno

REKREACIJA	športno udejstvovanje	športno udejstvovanje, zdravje, druženje	športno udejstvovanje, druženje	redno športno udejstvovanje	športno udejstvovanje,	športno udejstvovanje,	športno udejstvovanje,	športno udejstvovanje,	/	življenjski slog, druženje, počitek
SOCIALNA MREŽA	30 spoznal 10 povabil različni interesi	30 spoznala 3 povabila pozitivno vzdušje, odprtost, odzivnost članice	30 spoznal 10 povabil odzivnost člana, stiki pogosti	10 spoznala 15 povabila malo stikov, podobni interesi	veliko spoznal 5+ povabil stiki pogosti, pozitivno vzdušje	15 - 20 spoznal 10 povabil zdravo mreženje, podobni interesi, pristni stiki	veliko spoznal 0 povabil prijateljstvo			
SOCIALNI KAPITAL	pripadnost, druženje, izobraževanje, rekreacija	rekreacija, druženje, ugodnosti, zdravje	druženje, pomoč	pomoč, ugodnosti, osebna rast, druženje	pomoč, ugodnosti	druženje, skupnost, pomoč	druženje, pomoč			
ZAUPANJE procent zamenjave članov zadovoljstvo	0 zelo	0 zelo	10 precej	10 precej	0	0	10	10	10 zelo	10 zelo

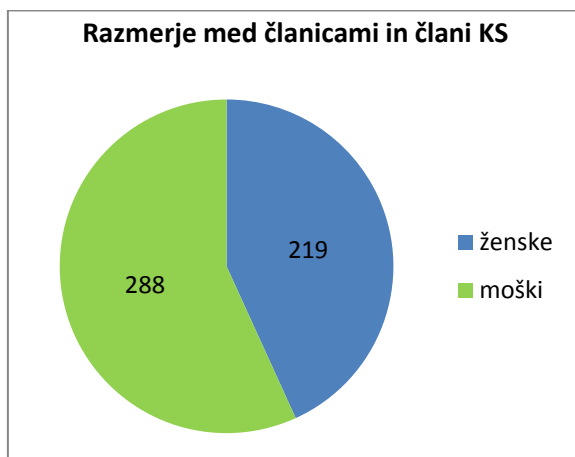
OCENA KLUBA pozitivno: + negativno. -	+ profesionalnost - premalo različnosti	+ povezovanje, profesionalnost - premalo različnosti	+ povezovanje - modernizacija, komuniciranja, premalo različnosti	+ osebna komunikacija - premalo različnosti modernizacija komuniciranja	+ učinkovitost, kvaliteta življenja - več družabnosti	+ organiziranost, povezovanost - vključevanje pri odločanju, premalo različnosti	+ družabnost, kontinuiteta - več družabnosti, modernizacija komuniciranja
--	---	---	---	--	---	---	--

5.2. Analiza in interpretacija podatkov

5.2.1. Biografski podatki

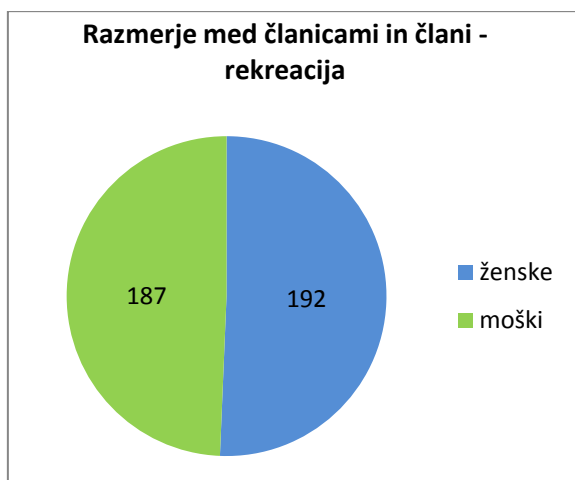
SPOL

V Klub Slovinc je včlanjenih več moških kot žensk. Razmerje je približno šest proti štiri (slika 5. 1.).



Slika 5. 1. Razmerje med članicami in člani Kluba Slovinc: Od 507 članov je v KS 219 (43%) žensk in 288 (57%) moških.

Iz podrobnejšega pregleda, ki je razviden iz udeležbe pri dejavnostih po spolu, pa lahko ugotovimo, da pri navijanju izrazito prevladujejo moški (slika 2. 2.), pri športnih aktivnostih pa minimalno prevladujejo ženske (slika 5. 2.).



Slika 5. 2. Razmerje po spolu med člani, ki se udeležujejo rekreacije: V okviru Kluba Slovinc se rekreacije udeležuje 379 članov, od tega 192 (51%) žensk in 187 (49%) moških.

STAROST

Intervjuvanci so v povprečju stari 45,7 let. Najmlajša je intervjuvanka, ki ima 41 let, najstarejši pa je dopolnil 55 let. Zaključim lahko, da je tu blizu povprečna starost članov kluba, kar se ujema z dejstvom, da je bil klub osnovan s skupino pripadnikov iste generacije. Se pa v zadnjih letih v klub včlanjujejo tudi precej mlajši in starejši, tako da se povprečna starost ohranja, odstopanja v starosti članov pa se večajo.

IZOBRAZBA

Klub Slovinc bi se lahko imenoval tudi akademsko oziroma univerzitetno, saj ima vseh sedem intervjuvancev zaključeno vsaj visokošolsko izobraževanje: eden ima visokošolsko izobrazbo, trije univerzitetno, dva sta naredila magisterij in ena doktorat.

Iz pregleda ravni izobrazbe, ki so jo člani navedli v Pristopni izjavi, lahko potrdim, da je večina članov na dodiplomskem izobraževanju ali pa ga je že zaključila.

ZAPOSLOTVENI STATUS

Vsi intervjuvanci so zaposleni. To je v zadnjem obdobju lahko podatek, ki se hitro spremeni. Po pogovorih s člani lahko naredim oceno, da je v klubu veliko prekarnih delavcev in tudi nekaj brezposelnih. Nimam pa točnih podatkov, ker pristopno izjavo izpolnijo samo ob prvi včlanitvi in se potem podatka o zaposlitvi ne posodablja.

SEKTOR ZAPOSLOTITVE

Največ jih dela v javnem sektorju, kar štirje izmed intervjuvancev. Dva sta zaposlena v gospodarstvu in eden v nevladni organizaciji.

Na podlagi tega podatka bi bilo vredno raziskati, ali je tudi v drugih prostovoljnih organizacijah zastopanost članov iz javnega sektorja proporcionalno večja, kot je sicer razmerje zaposlenosti po sektorjih v Sloveniji.

PRIHODKI

Višino svojih prihodkov so intervjuvanci opredelili sami na lestvici od ena do pet. Večina se je videla v štirici, ki bi jo lahko opredelil kot višji prihodki, trije pa so se

uvrstili v sredino, v trojko. Nimam podatkov, ki bi dopuščali primerjavo z dohodki drugih članov kluba in s povprečnimi dohodki v Sloveniji.

5.2.2. Motivacija

Iz intervjujev lahko zaključimo, da je prva in večinska (pri štirih intervjuvancih) motivacija za včlanitev to, da gre za pristen medosebni stik, da komunikacija poteka zelo osebno in neformalno, ter da zaupajo vodstvu. Drugi razlogi pa so razne ugodnosti, ki jih članom nudi klub. To so izpostavili trije intervjuvanci.

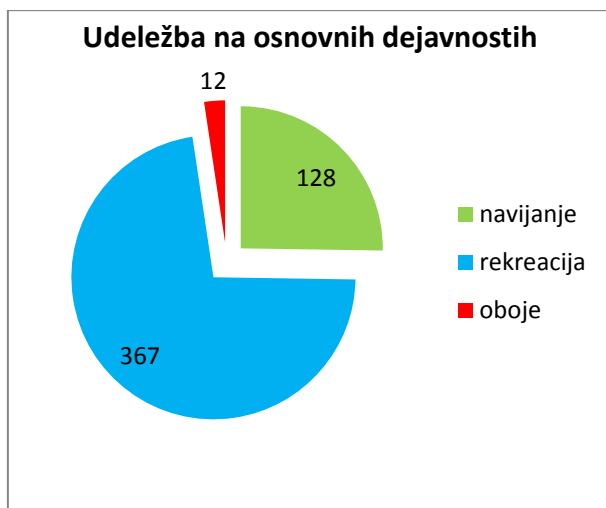
Iz podatkov o vpisu in o povečevanju števila članov lahko zaključimo, da so člani po pridružitvi klubu le-temu lojalni; iz pogovorov o izstopih iz kluba vem, da je praviloma razlog za izstop selitev iz Ljubljane ali znotraj Ljubljane v del, ki je relativno oddaljen od lokacije, kjer se izvajajo klubske dejavnosti. To je pogosto zato, ker je aktivnost večine članov vezana na lokacijo fitnesa.

POGOSTOST AKTIVNOSTI

Iz sklepne tabele lahko vidimo, da je povprečje obiskovanja aktivnosti kluba 1,1-krat na teden. Npr. če je bil odgovor »1 do 2-krat na teden«, je to v tabeli zavedeno kot 1,5-krat tedensko. Iz tega vidimo, da se člani redno rekreirajo, ker po njihovem mnenju rekreacija pozitivno vpliva na kakovost življenja.

5.2.3. Rekreacija

Iz absolutnih števil vidimo, da je v Klubu Slovinc več članov, ki se rekreirajo, kot pa članov, ki navijajo (slika 5. 3.). To je lahko nenavadno glede na to, da ima Navijaški klub Slovinc v uradnem imenu besedo »navijaški« in ga to opredeljuje. Nomen est omen torej v tem primeru ne velja, saj najmnožičnejša dejavnost kluba ni navijanje.



Slika 5. 3. Razmerje med člani, ki se v okviru Kluba Slovinc udeležujejo rekreacije, navijanja ali obojega: Od 507 članov jih v okviru KS 367 (72,4%) obiskuje rekreacijo, 128 (25,2%) jih obiskuje športne dogodke kot navijači, in 12 (2,4%) jih je v preseku, saj hodijo na oboje.

Rekreacijo v okviru Kluba Slovinc obiskuje minimalno večje število žensk (51 odstotkov) kot moških (49 odstotkov) (slika 5. 2.). Torej se oba spola enako zavedata pomena športnega udejstvovanja in koristnega preživljanja prostega časa.

Iz analize podatkov o udeležencih dejavnosti kluba se pokaže, da zelo malo članov hodi tako na rekreacijo kot na navijanje, zgolj dva odstotka. Torej rekreativci večino svojega prostega časa posvetijo rekreaciji in ne drugim aktivnostim, npr. navijanju.

Za člane Kluba Slovinc je rekreacija športno udejstvovanje. En intervjuvanec je opredelil rekreacijo kot življenski slog, štirim rekreacija poleg športnega udejstvovanja pomeni tudi druženje, dva pa fizično aktivnost enačita s počitkom. Lahko bi rekli, da so ljudje, ki se športno udeležujejo, bolj spočiti in sproščeni ter bolj zadovoljni.

Intervjuvancu D rekreacija v klubu »pomeni razbremenitev vsakdana, delovnega ritma, da nisi vpet samo v službene in družinske dejavnosti.« Rekreacijo vidi kot »zdravstveno preventivo« in pa tudi kot »kvaliteto življenja. Če si kreativen na več

področjih, se ti s tem kvaliteta življenja dviguje. Noben državljan se ne bi smel nerekreirati, se ne bi smel zapustiti. Posledično imajo taki več bolezni, pa debelost, posebej mladostniki.« Za intervjuvanca A je pomembno, da klub z izvajanjem rekreacije poskrbi, da »lahko začneš znotraj ekipe vaditi, saj ima sam človek vedno premalo motiva zato, da bi začel s tako dejavnostjo.«

Za člane je pogosto največje zadovoljstvo, da so nekaj naredili zase. To jim je največja zmaga, zmaga nad samim seboj in njihovim dosednjim načinom življenja. Na večini dogodkov kluba je pomembnejše sodelovati kot pa zmagati. To pride najbolj do izraza pri vsakoletni množični udeležbi na Teku trojk na prireditvi Pohod ob žici. Pomembno je, da vsak da vse od sebe in se maksimalno potruži. Tako je tudi intervjuvanka Č povedala, da je »najbolj ponosna na svoj kolesarski vzpon na Vršič, ko sem dokazala moškim, da jih lahko prehitim. To ni bil moj ego, ampak je nekaj, kar ti ostane za cel lajf.«

Iz odgovorov lahko tudi vidimo, da rekreacija ni zgolj fizična aktivnost, temveč je še predvsem možnost druženja. Skratka aktivno preživljanje prostega časa »v družbi enako mislečih,« kot se je izrazil intervjuvanec D.

5.2.4. Socialna mreža

Klub Slovinc je množična prostovoljna organizacija in med člani se je spletlo veliko novih poznanstev. To so vezi med člani kluba, ki so se razvile in se razvijajo na dejavnostih kluba. Tako iz sklepne tabele vidimo, da so intervjuvanci v Klubu spoznali veliko novih ljudi – v povprečju kar 25 oseb, nihče pa jih ni spoznal manj kot 10. Trije so povedali, da imajo z na novo spoznanimi ljudmi prijateljske in pogoste stike tudi izven dejavnosti kluba. Toliko novih poznanstev je odsev tega, da je ob vseh dejavnostih kluba poudarek na osebnem odnosu v fizičnem (ne virtualnem) svetu. Pri vsaki dejavnosti naj bi član tudi užival, se počutil prijetno ... Da to klubu uspeva, kaže to, da so intervjuvanci v klub povabili v povprečju 8 oseb. Zanimivo pri tem je, da niti enega ni v klub povabil ustanovni član kluba, intervjuvanec F. Intervjuvanka C je povabila kar 15 oseb. Tako se z osebami, ki so jih poznali že od prej, družijo tudi v klubu. To pomeni, da so z enimi utrdili vezi, z

drugimi pa jih s pomočjo kluba ohranjajo. Torej ima klub funkcijo tudi pri ohranjanju in poglobljanju obstoječe socialne mreže svojih članic in članov.

V sklepni tabeli je prikazano, da imajo v klubu vsi intervjuvanci med člani tudi svoje prijatelje, kar kaže na izrazito velik delež članov in članic, ki imajo v klubu prijateljsko socialno mrežo, kjer pa so vezi že močnejše. Za Klub Slovinc to niti ne preseneča, saj praviloma vabiš v skupino ljudi, ki so ti bližje. In vsi – razen enega člana – so povabili kakšnega v klub. Tako eni prijateljujejo samo s tistimi, ki so jih poznali že pred včlanitvijo, kot na primer intervjuvanec D, ki je povedal, da se večkrat letno srečuje s člani, ki jih je »sam povabil v društvo ali pa sem jih poznal od prej in se srečujemo tudi izven društva.« Drugi pa so prijatelje dobili v klubu, kot npr. intervjuvanec C, ki je »na nogometni tekmi spoznal prijatelja, s katerim se tudi zasebno družim.«

Športno udejstvovanje v okviru kluba je odlična priložnost za spoznavanje novih ljudi in utrjevanje vezi z že poznanimi. Vzpostavljanje in utrjevanje socialnih mrež v Klubu Slovinc se dogaja na skupni vodeni vadbi v fitnesu, v savni..., ko člani in članice izmenjujejo izkušnje in znanje o vadbi, prehrani. Tako je intervjuvanec E povedal, da »če delam individualno, mi pade motivacija, če pa delam skupaj z nekom, me to motivira. Če se o vadbi, o aktivnosti s kom pogovorim, mi je lažje najti motivacijo.«

Vidimo lahko, da veliko članov ohranja oziroma ustvarja pod okriljem Kluba Slovinc svojo socialno mrežo, ki vključuje veliko ljudi, ki jih član pozna že od prej, in tudi dosti novih prijateljstev in poznanstev. Zaključimo lahko tudi, da se v teh odnosih ustvarjajo tako močne kot šibkejši vezi, saj gre tako za tesna prijateljstva kot tudi rahlejša povezovanja.

Včasih opazim, da si posamezni člani oblikujejo znotraj kluba ekipo svojih bližnjih prijateljev in sorodnikov, ki jih potem motivirajo in podpirajo, da aktivno sodelujejo v Klubu Slovinc. Tako gredo npr. skupaj na nogometno tekmo ali se organizirajo v tekaško trojko, ali pa npr. optimizirajo logistična vprašanja pri prevozih v fitnes na vodene vadbe, savno ali fitnes trening... Pri tem se tudi s trajnostnega vidika

naslovi določena področja vsakdanjega življenja. Takšno samoorganiziranje je zelo podobno neformalnim začetkom Kluba Slovinc.

5.2.5. Socialni kapital

Iz sklepne tabele lahko vidimo, da je kot motivacijski element največkrat izpostavljeno druženje in to s strani petih intervjuvancev. Druženje v klubu je hkrati tudi pomembna komponenta pri njihovih osnovnih dejavnostih - navijanju in rekreaciji. Ugotovimo lahko, da je element osebnega kontakta in spoznavanja novih ljudi izredno pomemben za članice in člane Kluba Slovinc. Štirje intervjuvanci so govorili o pomoči med člani kluba na dejavnostih kluba in tudi izven njih. Trije pa so izpostavili ugodnosti, ki jih nudi klub kot tak.

V okviru teorije socialnega kapitala zapisano nakazuje na skupne vrednote, merila in cilje (druženje, kvalitetno preživljanje prostega časa), na vzajemne odnose v okviru kluba (ugodnosti, pomoč) in vzpostavljeno zaupanje med člani, ter na odprtost in pripravljenost za povezovanje (vzpostavljanje novih vezi). Značilnost povezovanja v Klubu Slovinc je tudi to, da je vsak član izvedel za klub od bližnje osebe: sorodnika, prijatelja, sodelavca, znanca... saj se klub ne oglašuje, niti javno prestavlja; že prej obstoječe vezi so se na ta način okrepile, ustvarile pa so se tudi nove, kar kaže na ustvarjeni socialni kapital v klubu.

Socialni kapital kluba se pogosto odraža tudi tako, da se člani samostojno dogovorijo za skupne ogledе tekem pri posameznem članu doma ali v kakšnem lokalu. Tako je intervjuvanec C povedal: »na nogometni tekmi sem spoznal prijatelja, s katerim se tudi zasebno družim in sva šla včeraj na pivo gledat nogometno tekmo evropskega prvenstva.«

Vsak član skozi udeležbo na aktivnostih kluba zase pridobi pomembne življenjske izkušnje, številna praktična znanja in nove veščine. S spodbujanjem aktivnega preživljanja prostega časa klub članom nudi možnost, da se izkažejo, aktivno sodelujejo s predlogi in akcijami, dobijo nove izkušnje, preizkusijo svoje meje in pridobijo na samozavesti. Člani se s pomočjo motivacije sočlanov pogosto začnejo športno udeleževati, kar jim zagotovo izboljša kvaliteto življenja. Tako je

intervjuvanec A poveda, da »če Kluba Slovinc ne bi bilo, potem tudi jaz ne bi začel s fitnesom, ne bi začel s tekom in stvari nadgrajeval. Ko dobiš osnove, lahko potem sam nadgrajuješ in ti udejstvovanje v Klubu Slovinc ni nujno potrebno. Udejstvovanje za začetek pa je spodbuda.« Podobno je govoril tudi intervjuvanec D, ki pravi, da »verjetno ne bi hodil v fitnes, čeprav sem sedaj reden obiskovalec.«

Socialni kapital Kluba Slovinc se kaže tudi skozi ugodnosti, ki jih dobi dejaven član kluba. Kot član ima tako olajšan dostop do naslednjih dobrin:

- športno udejstvovanje (fizična aktivnost v obliki: vodene vadbe, fitnes, tek, savnanje, kolesarjenje, planinarjenje...),
- druženje in družba: med in ob izvajanju rekreacije v izvedbi kluba nisi sam; pomanjkanje družbe pogosto predstavlja oviro za realizacijo načrtov, aktivnosti... To pove izjava intervjuvanca, da »raje tečem v družbi.« Socialni stiki se v klubu izražajo predvsem v obliki:
 - skupinskih ogledov tekem v živo in po televiziji pri komu od članov doma ali v gostinskem lokalu,
 - »pijač« po športnem udejstvovanju,
 - organiziranih družabnih srečanj. Tako je za tradicionalno prednovoletno zabavo intervjuvanec E izjavil, da »se veselim prednovoletnega srečanja, ki mi je najboljši.«
- informacije. S pomočjo kluba in socialnih stikov v njem dobiš informacije, ki jih lahko koristno uporabiš zasebno ali poslovno. Člani Kluba Slovinc namreč prihajajo z zelo raznolikih področij, zato se v klubu potencialno srečujejo informacije in stališča z zelo različnih perspektiv. Tako je intervjuvanec E povedal, da »me je pa poklical eden od članov, katerega sem spoznal na ogledu tekme in me je spraševal o nakupu stanovanja.« Hkrati pa je pokazal tudi na recipročnost pomoči, saj je potem istega klical za pomoč glede prevoza.
- konkretna pomoč, svetovanje ... Tako je intervjuvanec E povedal, da »sem člana društva klical, ko sem rabil prevoz na letališče.«
- psihična opora. Na dejavnostih kluba se člani lahko med seboj pogovorijo tudi o osebnih stvareh. Tako je intervjuvanec D povedal: »Delam tudi poste in ko sem se pogovarjal z drugimi, ki so tudi delali post, mi je bilo lažje

izvajati post.« Še več pa je obojestranskega pogovora in poslušanja med člani o partnerskih, poslovnih in drugačnih izzivih,

- posredno korist od članstva v klubu imajo lahko tudi njihovi družinski člani, ki se tudi udeležijo aktivnosti kluba. Tako je intervjuvanec D povedal, da »bom šel v kratkem na tekmo v okviru Kluba Slovinc, da bom tja peljal hčerko. Hčerka si zelo želi na tekmo. To je njena pobuda.«

Tudi pri navijanju so intervjuvanci večkrat izpostavili element kvalitetnega druženja. Intervjuvanec E je tako povedal, da »grem na tekmo izključno zaradi vzdušja v skupini Klub Slovinc. Grem zato, ker se z določenimi člani že dalj časa poznamo in se mi zdi, da se ne samo razumemo, ampak imamo nekaj več od skupnega obiska tekme. In to je tudi to, kar ti da to društvo,« s čimer je izrazil tudi kvaliteto zaupanja članom in klubu, značilno za ustvarjen socialni kapital. Pri navijanju se tudi lepo pokaže skupinska dinamika, ki odraža skupne vrednote, norme in cilje. Intervjuvanec A je o navijanju v Klubu Slovinc povedal, da »v Klubu Slovinc se zagotavlja podpora članom na obisku tekem, podpora pri izdelavi navijaških rekvizitov, barvanj, priprava koreografije na stadionu. Če si prišel sam na štadion, nisi bil del navijaške skupine in si tam sedel na stolu in nisi vedel kaj pravzaprav počneš na stadionu. V skupini si močnejši, glasnejši in imaš občutek, da boš s tem tudi dodatno motiviral naše športnike, ki nastopajo. Če se jih udeležuješ kot samostojen navijač, je to ena oblika gledališča, če se jo udeležuješ kot član Kluba Slovinc, je to ena oblika aktivnosti, za katero verjameš, da pripomore k uspehu moštva.«

Pokazatelj socialnega kapitala v klubu so tudi skupna »zgodovina« članov, navade, anekdote, ki so jih z močnim čustvenim nabojem pripovedovali intervjuvanci. Tako je intervjuvanec F pripovedoval o dogodku z romunskim policistom: »Ko smo šli v Romunijo in sem ves prestrašen šel na policijsko kontrolo, ker sem se bal, da bodo kaj komplicirali, ker sem bil pobarvan. In res, policaj mi nekaj govori in ponavlja, meni se ni sanjalo, kaj želi imeti. Prav blokiran sem bil. Kaj bo pa sedaj? Potem pa mi pokaže listek, ki ga je imel že prej napisanega. Na njem je pisalo 3:0. Ha, ha, ha, tako me je spravil v smeh. In potem se je začel smejati še sam,« ali pa zgodba iz Celja: »Na moj rojstni dan si mi na tekmi v Celju proti Italiji (ja, tudi takrat smo zmagali) izobesil velik transparent: Vse

najboljše F. Čez par dni me kliče prijateljica in mi vošči za rojstni dan. Previdno me je vprašala, ali sem bil slučajno na tekmi v Celju. Po moji pritrditvi se je začela smejati in je rekla, da je gledala tekmo po televiziji in se je spraševala, kako to, da ima kak naš nogometaš enak vzdevek in rojstni dan na isti dan kot jaz.»

V intervjujih ali na samih dejavnostih kluba pa nisem zaznal t.i. »ne-socialnega kapitala«, ki bi opisoval posameznike, ki zasledujejo svoje cilje, ti pa bi bili v nasprotju z delovanjem kluba. Tako v navijaški skupini niti enkrat ni prišlo do problemov, npr. nasilnih ali kako drugače neprimernih dejanj. Tako je intervjuvanec E povedal, da »gre za konkretno, nenasilno navijanje. Vodja društva zagovarja navijanje za slovensko reprezentanco in zelena barva mi ni tuja in se je tako ali drugače oprimemo. Po domače povedano mi je to cool.« Ocenjujem, da je t. i. požarni zid pred takimi posamezniki to, da se kontakt vodstva kluba dobi izključno od člana kluba in člani so najboljši filter pri presoji, koga povabiti v klub (participativni element). To bi lahko namigovalo na zaprtost socialnega omrežja kluba, a v klubu še ni prišlo do zavrnitve sprejema v članstvo, niti do kakšnih disciplinskih postopkov ali česa podobnega, čeprav se članstvo neprestano povečuje. Poleg tega so člani po raznovrstnih kazalcih (starost, prihodki, narodnost...) zelo različni, kar kaže prav na odprtost kluba.

Ocenjujem, da se članstvo kluba povečuje ravno zaradi obsežnega socialnega kapitala, ki je tako veliko doprinesel k razvoju in uspešnosti Kluba Slovinc.

5.2.6. Zaupanje

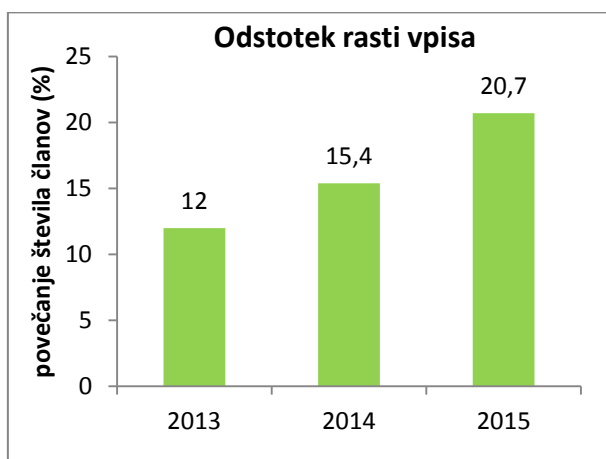
V kvalitativni analizi sem obdelal tudi pojem »zaupanje«, ki se odraža skozi:

- zadovoljstvo z delovanjem kluba. Intervjuvančeve izjave sem združil v eno oceno na tristopenjskimi lestvici. Tako sem vsem sedmim dodal opisno oceno: še kar zadovoljen - precej zadovoljen - zelo zadovoljen. Pet intervjuvancev je zelo zadovoljnih in dva precej, in
- zadovoljstvo z ostalimi člani kluba, kar pa sem kodiral s procentom članov, ki bi jih intervjuvanec želel zamenjati. Tu so trije člani izjavili, da ne bi želeli zamenjati prav nikogar in štirje bi zamenjali do 10 odstotkov članov. Tu so bili razlogi precej različni, tako je intervjuvanec F izjavil, da bi zamenjal

»nergače in „velika usta“ - to so tisti, ki vse vedo in nič ne znajo.«
Intervjuvanka Č pa bi zamenjala člane, ki »ne sporočijo svoje neudeležbe in s tem zafrknejo na primer 12 ljudi, ki jih čakajo.«

Tu lahko poudarim, da s strani intervjuvancev ni bilo izraženo nezaupanje do kluba, njegovega vodstva ali ostalih članov.

Kot opisano že pri socialni mreži lahko poudarim, da je veliko zaupanje v klub izraženo tudi na ta način, da je šest intervjuvancev povedalo, da so v klub povabili svoje prijatelje, znance... Povabili so od 3 do 15 oseb. Tudi prirast članov je vsako leto višji (slika 5. 4.) in je očiten pokazatelj zaupanja v klub. Tisti, ki so povabili v Klub Slovinc svoje prijatelje, se skupaj z njimi več športno udeležujejo in tudi več družijo, kar potrjuje povezavo med povečanim zaupanjem, ustvarjanjem vezi in na ta način spet kaže na dodatno ustvarjen socialni kapital v okviru Klubu Slovinc.

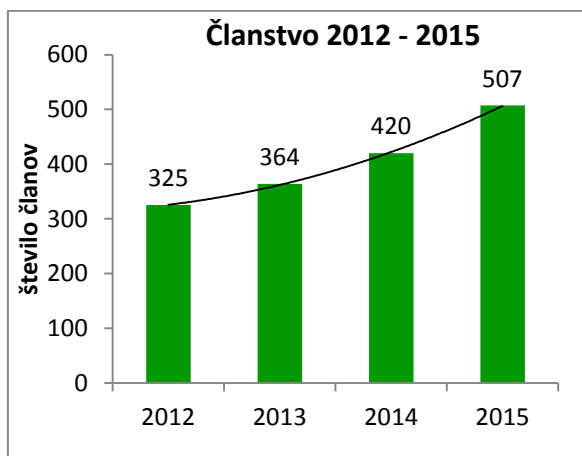


Slika 5. 4. Odstotek rasti vpisa v letih od 2013 do 2015. Prikaz povečanega vpisa v posameznih letih glede na prejšnje leto v odstotkih (nad posameznim stolpcem).

5.2.7. Ocena delovanja kluba

Članstvo se vsako leto eksponentno povečuje (slika 5. 5.), kar je zgovoren podatek, da klub dela dobro. Vpisani člani sami povabijo nove člane, na podlagi česar lahko zaključim, da so obstoječi člani zelo zadovoljni s članstvom v klubu, saj vabijo v klub svoje prijatelje, sorodnike, znance, sodelavce. Klub ne izvaja

nikakršnih reklamnih aktivnosti, niti nima svoje spletne strani, niti kako drugače ne investira v rekrutiranje novih članov.



Slika 5. 5. Število članov v Klubu Slovinc v letih od 2012 do 2015. Vpisani člani (številka nad posameznim stolpcem) po posameznih letih. Trendna črta nakazuje rastoč trend vpisa.

Intervjuvanci so pohvalili dobre stvari v klubu, kot tudi opozorili, kaj bi v klubu lahko izboljšali. Kot pozitivne stvari so izpostavili predvsem profesionalnost, ki jo v prostovoljni organizaciji ne pričakujejo, in povezovalnost s strani predsednika kluba. Pomemben pa je tudi osebni stik in nizek finančni vložek za možnost sodelovanja v dejavnostih kluba tako na rekreaciji, kot na navijanju. Že po sami definiciji ekonomije obsega so stroški udeležbe na posameznika namreč nižji pri velikem številu članov.

Pri treh intervjuvancih izpostavljena slabost kluba je zastarel način komuniciranja s člani in zato oteženo komuniciranje med člani. Klub se ni prilagodil sodobnim komunikacijskim sredstvom, temveč še vedno ostaja pri komuniciranju po elektronski pošti, SMS sporočilih in telefonskih pogovorih. Intervjuvanec C je neposredno povedal: »Ker smo leta 2016, bi lahko imeli moderen portal, kjer bi imel vsak član društva svoj profil, kjer bi se lahko videlo, kdo so ostali člani. Če bi bili modernizirani, bi točno vedeli, kaj katerega člana kaj zanima. Lahko bi imeli svojo skupino na FB.« S tem je zagotovo klub manj zanimiv za mlajšo populacijo, ki posega po vizualnih medijih. Hkrati pa tradicionalni načini komuniciranja

omogočajo, da se društvu priključujejo starejši, ki v večini ne uporabljajo novih komunikacijskih kanalov.

Pri petih od sedmih intervjuvancih je bila izražena želja po več različnih aktivnosti v klubu. Tu so naštevali različne dejavnosti, od športnih (intervjuvanec A je povedal, da »niso razviti zimski programi na odprtem, na primer smučanje«), do glasbenih (intervjuvanec C je navedel, da bi si želel »glasbenih, rock festivalov, ker bi bil po moje tudi zelo velik odziv«). Predloge po razširitvi dejavnosti razumem tudi kot izraz zadovoljstva z dosedanjimi projekti, saj izkazujejo interes članov, da bi še več svojih potreb zadovoljevali v okvirih kluba. Podobno velja tudi za izraženo željo po več družabnosti, kar sta izpostavila intervjuvanca D in F, ki sta predlagala, da »bi društvo naredilo vse-društveno družabno srečanje v obliki piknika« in »bi društvo imelo „svoj dan“, kjer bi se srečali skupaj tisti, ki hodijo na fitnes, kolesarji, navijači...« Na prav izviren način pa je o tem govorila intervjuvanka Č, ki je v »enem trenutku začela razmišljati, da je to (Klub Slovinc) new age športni ona-on. Tam se tudi malo »zavohaš«, pa malo pogledaš.«

Intervjuvanci so podali še več predlogov za boljše delovanje Kluba Slovinc. Tako je intervjuvanec D predlagal, da bi lahko določene dejavnosti namenili tudi družinam, saj je povedal, da »na tekme ne hodim. A bom šel v kratkem na tekmo v okviru Kluba Slovinc, da bom tja peljal hčerko. Hčerka si zelo želi na tekmo. To je njena pobuda.«. Intervjuvanka Č ima tudi predlog glede širitve dejavnosti, ki bi jo izvajala sama, saj »bi se vsekakor obrnila nate in bi mi ti pomagal, da gre moja dejavnost preko tega društva« ob tem pa dejala, da so se »pogovarjali, da bi bili pripravljeni z veseljem plačati 20 eurov letne članarine, saj vemo, da bomo dobili to in to.« Intervjuvanec F pa »bi razmišljal o ciljnem mreženju.« Predlog intervjuvanca E, ki je izrazil, da se »naj ob različnih priložnostih, druženjih povpraša aktivno članstvo, kaj bi si še želeli« se delno realizira v tej diplomski nalogi.

6. ZAKLJUČNE UGOTOVITVE IN PREDLOGI

Navijaški Klub Slovinc je rekreativno - družabni klub, kjer se število članic in članov povečuje. To je v nasprotju s splošnimi trendi, ki kažejo na manjšo vključenost državljanov v športno - rekreativna društva. V Klubu Slovinc rekreacija (fitnes, vodene vadbe, tek, kolesarjenje, planinarjenje...) in športno navijanje nudita članom kluba veliko več kot zgolj telesno aktivnost, saj si člani na, ob, med in po dejavnostih, ki so organizirane pod okriljem kluba, družijo in navezujejo nova poznanstva. Preko udeležbe na dejavnostih kluba člani razvijajo zdrav način življenja in kvalitetno izkoristijo svoj prosti čas, oblikujejo ekipe, ki gojijo zdrav življenjski slog, pridobijo nove izkušnje, spoznanja in znanja o športnem udejstvovanju, se učijo odgovornosti, tolerance, reševanja konfliktov, skupnega načina življenja na potovanjih in športnih srečanjih, sprejemajo odgovornosti za dobro počutje vseh... V klubu se potrjuje, da se socialni kapital, ki se nahaja v ustvarjenih vezeh, gradi »od spodaj navzgor«: socialnega kapitala se ne more zapovedati z normativnim aktom ali organizacijsko strukturo, ampak je potrebno delati v klubu na pristnem, osebnem stiku med člani.

Pri obdelavi biografskih podatkov o članicah in članih kluba se je pokazalo, da sta v klubu oba spola zastopana približno enako. Nekaj več je moških, kar je nekako po pričakovanjih glede na besedo »navijaški« v imenu kluba. Po starosti so si člani zelo različni in lahko govorimo o vse-generacijskem klubu. Zanimivo je, da so bili prvi člani zelo podobnih let, potem pa se je starostni razpon širil v obe smeri. Sedaj sta v klub včlanjeni že po dve generaciji, saj člani kluba pogosto v klub povabijo svoje starše ali otroke. Članice in člani imajo v večini visokošolsko izobrazbo in kot kažejo biografski podatki intervjuvancev, so vsi zaposleni in imajo nadpovprečne osebne prihodke. Putnam je ugotovil, da so višje izobraženi vključeni v bolj široko razvejane socialne mreže, v takšni mreži pa član lahko dostopa do kvalitetnejše dobrine (npr. materialne, psihološke).

Z obdelavo intervjujev sem pridobil vpogled v psihofizični profil, v »drobovje« Kluba Slovinc, v katerem se opazi močan socialni kapital, čeprav se ga ni načrtno spodbujalo in negovalo. V klubu je vseskozi prisotno zaupanje med prijatelji, ki

smo ustanovili klub. Vrednota zaupanja se je pokazala v dobrem sodelovanju med člani kluba, kar pa se je posledično odrazilo v stalni rasti članstva. Nove člane so pritegnile tako finančne ugodnosti (nizke vadbine, cenejše vstopnine...), raznolike dobrine, ki se v klubu izmenjujejo s pomočjo socialne mreže, kot odlično organizirana vadba v prijateljskim vzdušju. Na dejavnostih v okviru kluba se medsebojno spodbuja in krepi ekipni duh in ne duh tekmovalnosti, ki je vseprisoten v današnji družbi.

Po v intervjujih izraženi visoki stopnji zaupanja, primerih vzajemne pomoči in ob širjenju kluba na »povabilo« se je pokazalo, da člani hitro vzpostavijo močno zaupanje. Z omenjenim načinom vabljenja v članstvo se ustvarja »nepisano pravilo«, da je vabitelj tutor novemu članu. Kot tak novega člana vpelje v dejavnosti kluba, ga spozna s pravili obnašanja in z vrednotami kluba (odprtost, nenasilje, pomoč...) ter mu predstavi druge člane socialne mreže kluba. To daje vabitelju neke vrste odgovornost za kvaliteto vključitev novincev v klub. Ta odgovornost pa ni obremenjujoča, saj dosedanja člani z veseljem vabijo nove člane. Zaradi tutorstva si člani med seboj bolj zaupamo, saj verjamemo, da imamo za sogovornika v klubu osebo, ki pozna in spoštuje podobne vrednote in norme, kot se izkazujejo na dejavnostih kluba, in da si te vrednote in norme delimo tudi z drugimi člani kluba.

Po Putnamu bi lahko ocenili, da je vpliv Kluba Slovinc na celotno družbo majhen, a ne zanemarljiv, saj več kot petstotim državljanom in državljanom Slovenije izboljšuje kvaliteto življenja in gradi ter omogoča koriščenje socialnega kapitala, ki ga v naši družbi brez te organizacije ne bi bilo. V polpretekli zgodovini je bilo na gradnji socialnega kapitala v naši družbi precej več poudarka, merjenja v zadnjih letih pa pokažejo, da imamo v Sloveniji manj socialnega kapitala, kot ga je v državah zahodne Evrope (Adam Rončević 2004). Na makro nivoju so člani politične in gospodarske elite v času tranzicije zamudile priložnost, da bi se ob spremembah lastništva in privatizaciji v Sloveniji načrtno nudila priložnost za nadgradnjo socialnega kapitala, ki je bil v prejšnjem družbenem redu dobro razvit. Tako je bila med delavci posamezne delovne organizacije vzpostavljena močna socialna mreža, saj so se pogosto družili v okviru delovne organizacije in tudi

izven delovnega okolja, si npr. priskočili na pomoč, ko je nekdo gradil hišo, pogosto hodili na izlete...

S širšim družbenim konsenzom bi bilo potrebno doseči, da bi se več sredstev iz občinskih in državnega proračuna namenilo za izvedbo množične redne rekreacije. V Klubu Slovinc se je pokazalo, da so se mnogi začeli ukvarjati s športi, za katere so prej mislili, da jim ne ustrezajo ali pa jih sploh niso poznali. Torej, če bi bilo več priložnosti za športno udejstvovanje, bi bilo tudi več rekreativcev. Družba bi morala omogočiti osnovna športna vadbo skozi celo leto za vse skupine in generacije prebivalcev, s poudarkom na tistih, ki si sami ne morejo financirati športne dejavnosti. Za ranljive socialne skupine (starejši, brezposelni) je vzpostavitev sistema, kjer se bodo lahko finančno ugodno športno udeleževali, zelo pomembna. Na ta način bi povečali njihov socialni kapital, s tem pa bi se izboljšala kvaliteta njihovega življenja, saj bi bili boljše psiho - fizične kondicije in s tem zdravja, imeli bi več socialnih interakcij, psihične podpore, dostopa do informacij in virov...

V raziskavi so intervjuvanci pozitivno ovrednotili pomanjkanje hierarhije v klubu, ne-avtoritativno in vključujoče vodenje, saj so člani zadovoljni, da lahko prihajajo s pobudo, vprašanjem... in nanj dobijo hiter odgovor. Člani imajo svoje predloge možnost izvesti, če je predlog dovolj konkreten in realen ter je za samo izvedbo dovolj velik interes med člani. Vodstvo v prvi vrsti koordinira delovanje kluba in ne vsiljuje rešitev ter ne postavlja pravil članom. Vseeno pa bi bilo koristno, da klub meri učinke dejavnosti z anketnimi listi med vsemi udeleženci na vseh dejavnostih. Ob tem pa se naj ohrani dosedanja osebna komunikacija in izmenjava mnenj, informacij med udeleženci in vodjo programa.

Klub Slovinc izkazuje odprtost glede včlanjevanja, saj niso zahtevana specializirana znanja in veščine iz posamezne športne panoge, kot je praviloma v športnih klubih, ki se ukvarjajo zgolj z eno dejavnostjo. Raznoterost projektov Klub Slovinc loči od ostalih športnih klubov, ki so v večini specializirana za posamezno športno panogo in praviloma lokalno omejena.

V okviru udeleževanja dogodkov kluba se pokaže veliko priložnosti za spoznavanje, srečevanje, druženje... kar so člani ocenili kot pozitivno lastnost članstva, saj nova poznanstva in vzpostavljene socialne povezave pomembno nadgradijo rezultate rekreativnega treninga. A že obstoječe oblike druženja ob in predvsem po dogodkih v organizaciji kluba bi bilo potrebno dopolniti z dogodki, ki bi imeli za cilj samo druženje in spoznavanje novih oseb. Pokazalo se je, da je le malo članov, ki so prišli v klub kot navijači, »prestopilo« med rekreativce, in obratno. Delež tistih, ki se spozna z obema dejavnostma in kvalitetno preživlja prosti čas na obeh, bi lahko spremenili npr. z izvedbo »klubskega srečanja« med vsemi člani in članicami kluba. Na takšnem srečanju bi se lahko spletle nove vezi, obstoječe pa poglobile, saj bi bila komunikacija lahko bolj sproščena in brez omejitev, ki jih običajno postavlja urnik vadbe ali prostor, kjer poteka dejavnost, npr. atletski stadion, fitnes...

Do sedaj v Klubu Slovinc ni bilo zaposlenih, klub nima svojih klubskih prostorov za druženje, za administracijo, za vadbo... poleg tega ni stalnega koordiniranja teh projektov, ker vsi delujemo v klubu prostovoljno. Pri odločitvi o širitvi infrastrukture kluba bo treba pretehtati različne argumente: po eni strani bi lahko širitev pripomogla k še množičnejši in raznovrstnejši dejavnosti kluba. Po drugi strani pa bi odločitev za zaposlitev sodelavca lahko zmanjšala pripravljenost članov za prostovoljno delo, saj bi se pričakovalo, da bo delo v klubu opravljal »tisti, ki za to dobiva plačo«. Zaposleni bi lahko postal ozko grlo pri izvajanju projektov, namesto, da bi bil samo v pomoč članom pri izvajanju njihovih idej in pobud. Najem prostorov bi pomenil stalne stroške; za kritje le-teh klub potrebuje dodatne prihodke, posledično bi se povišala članarina, kar pa bi lahko določene posameznike odvrnilo od vključevanja v klub. Veliko bi za Klub Slovinc pomenila že vzpostavitev spletne strani in vključitev v družabna omrežja (facebook, twitter...), kar predstavlja majhen strošek v primerjavi z zaposlitvijo oziroma najemom prostorov. S pomočjo sodobnih komunikacijskih sredstev bi omogočili lažjo komunikacijo med člani, ki bi se tako hitreje dogovarjali za skupne aktivnosti, izmenjevali informacije, izkušnje in mišljenja, se motivirali...

Člani so zadovoljni, da za pridobitev ugodnosti polnopravnega člana kluba ne potrebujejo velikega časovnega ali finančnega vložka, saj je članarina simbolična.

Člani se športnih dejavnosti udeležujejo prostovoljno; ni se jim treba udeleževati sestankov, ki bi jih morali uvrstiti v svoj prosti čas, le-tega pa bi ob izkazanih vrednotah in ciljih raje aktivneje izkoristili. Ob cenovno ugodnih vadbah odpade razlog za neaktivnost zaradi finančne nedostopnosti; ta je pri enih dejanska, pri drugih pa zgolj psihična ovira, da bi se rekreirali.

Pomembno pri odločitvi za včlanitev in redno udejstvovanje na dejavnostih kluba je tudi dejstvo, da ima vsak član v klubu že od samega začetka znance, če že ne prijatelje, zaradi katerih je prišel v klub. Tako rekreacija niti na začetku ni zgolj fizična aktivnost, ampak je tudi druženje s prijatelji, znanci in spoznavanje podobno mislečih. Tovrstna motivacija pogosto pretehta, da se posameznik odloči, da bo »obul superge« in šel »med ljudi« in ne ostal pred računalnikom, televizorjem.

Vsekakor bi Klub Slovinc z razširitvijo dejavnosti, ki jih izvaja, nagovoril posameznike, ki niso naklonjeni nobenemu od obstoječih programov. Na ta način bi dosedanjim članom razširili nabor razlogov za povabilo oseb iz njihove socialne mreže, da bi klub lahko izkoristili kot platformo za vzdrževanje stikov. Članice in člani kluba soustvarjamo velik socialni kapital, ki bi se lahko odrazil tudi tako, da bi klub pridobil donatorska in sponzorska sredstva za svoje delovanje ter na ta način omogočil še več ugodnih programov športno – družabnega udejstvovanja.

7. LITERATURA

1. Adam, F., Rončević, B. (2003), Socialni kapital: opredelitve in raziskovalne strategije. V: Makarovič, M. (ur.): *Socialni kapital v Sloveniji*: 5-32. Ljubljana: Sophia.
2. Adam, F., Rončević, B. (2004), Razvojni potencial socialnega kapitala: Slovenija v evropskem kontekstu. Ljubljana: *Družboslovne razprave*, XX, 46/47: 219-237.
3. Bahovec, I. (2005), *Skupnosti: Teorije, oblike, pomeni*. Ljubljana: Sophia.
4. Baum, F.E. in Ziersch, A. M. (2003), Social Capital. *J Epidemiol Community Health* 2003;57:320-323 Dostopno na <http://jech.bmj.com/content/57/5/320.full> (17. junij 2016).
5. Berčič, H. (2005): Pojavnost in opredelitve športne rekreacije. V: Kajtna, T., Tušek, M. (ur.): *Psihologija športne rekreacije*. Ljubljana: Inštitut za šport.
6. Boneham, M. in Sixsmith, J. (2003), *Volunteering and the concept of social capital*. Dostopno na http://ubir.bolton.ac.uk/404/1/socsci_journalspr-4.pdf (17. junij 2016).
7. Bourdieu, P. (1986), *The Forms of Capital*. Dostopno na <https://www.marxists.org/reference/subject/philosophy/works/fr/bourdieu-forms-capital.htm> (17. junij 2016).
8. Coleman, J.S. (1988), Social Capital in the Creation of Human Capital, *American Journal of Sociology*, 94, Dostopno na <http://courseweb.ischool.illinois.edu/~katewill/china/readings/coleman%201988%20social%20capital.pdf> (17. junij 2016).
9. Deikmann, A. (2004) The Power of Reciprocity: Fairness, Reciprocity and Stakes in variants of the dictator game. *Journal of Conflict Resolution* 48 4. Dostopno na <http://web.mit.edu/sabrevln/Public/GameTheory/Journal%20of%20Conflict%20Resolution/Power%20of%20Reciprocity--Fairness,%20Reciprocity,%20and%20Stakes%20in%20Variants%20of%20the%20Dictator%20Game.pdf> (17. junij 2016).
10. Dokumentacija društva Navijaški klub Slovinc od 1. 1. 2015 do 30. 6. 2016.

11. Doupona, M., Petrović, K. (2000), *Šport in družba, sociološki vidiki*. Ljubljana: Fakulteta za šport, Inštitut za šport.
12. Dragoš, S. (2002), Socialni kapital: dragocena, nejasna in nevidna dobrina. Ljubljana: *Socialno delo*, 41 2: 71-89.
13. Dragoš, S. (2004), Socialna omrežja: izvor socialnega kapitala. V: Novak, Mojca. (ur.) *Omrežja socialne opore prebivalstva Slovenije*. Ljubljana: Inštitut RS za socialno varstvo (143-159).
14. Ihlen, Ø. (2005), The power of social capital: Adapting Bourdieu to the study of public relations, *Public Relations Review*, 31 4, 492–496. Dostopno na http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/32436591/the_power_of_social_capital.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAJ56TQJRTWSMTNPEA&Expires=1471466817&Signature=00A9FI7Sj1KPdc2saaGbrcofDjl%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DIhlen_O._2005_.The_power_of_social_capi.pdf (17.julij 2016).
15. Jeriček, H. (2004), *Skupnost, izziv osamljenosti*. Ljubljana: Jutro.
16. Lin, N. (2001), *Social Capital*. Cambridge: Cambridge University Press. Dostopno na https://books.google.si/books?hl=sl&lr=&id=fvBzlu5-yuMC&oi=fnd&pg=PR11&ots=UV2vm1wIBU&sig=RYjgRVBGTu7CvLF2chL3UrnIbeM&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false (17. junij 2016).
17. Mays, J. (2012), Fan Loyalty and Motivation. *UNLV Professional Paper* 1348. Dostopno na <http://digitalscholarship.unlv.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2349&context=thesesdissertations> (19. avgust 2016).
18. Narayan, D. (1999), Bonds and bridges: social capital and poverty, *Washington: World Bank*, 1999. Report no 2167 Dostopno na <https://info.worldbank.org/etools/docs/library/9747/narayan.pdf> (17. junij 2016).
19. Norrish, A. et al. (2013), Social Capital Is as Important as Financial Capital in Health Care, *Harvard Business Review*, Dostopno na <https://hbr.org/resources/pdfs/leading-health-care-innovation/Norrish-Biller-Ryan-Lee%20Social%20Capital%20PDF.pdf> (20. junij 2016).

20. Putnam, R. (1993), *Making Democracy Work*, Princeton: Princeton University Press. Dostopno na https://books.google.si/books?id=gKZP8_Tp27UC&printsec=frontcover&hl=sl&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false (17. junij 2016).
21. Putnam, R. (2008). *Kuglati sam. Slom i obnova ameriške zajednice*. Novi Sad: Mediterran Publishing.
22. Rojko, B., Rus, M. (2013). *Vpliv petja v zboru na kakovost življenja pevcev*. Ljubljana: Diplomaska naloga na Fakulteti za socialno delo.
23. Sander, T. H., Lowney, K. (2006), *Social Capital Building Toolkit* (Version 1.2). Dostopno na <https://www.hks.harvard.edu/saguaro/pdfs/skbuildingtoolkitversion1.2.pdf> (17. junij 2016).
24. Seippel, Ø. (2006), *Sport and Social Capital*, *Acta Sociologica*, 49 2, 169-183. Dostopno na http://home.vikenfiber.no/seippel/Seippel_SportAndSocialCapital.pdf (17. junij 2016).
25. *Statut društva Navijaški klub Slovenec*. Ljubljana, 4. 6. 2010.
26. Tönnies, F. (1999), *Skupnost in družba. Temeljni pojmi čiste sociologije*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
27. Uslaner, E. M. (1999) *Democracy and Social Capital. Democracy and Trust*. Dostopno na http://siteresources.worldbank.org/EXTECAREGTOPSOCDEV/Resources/Uslaner_democracy_social_capital.pdf (17. junij 2016).
28. Venkatanathan, J. et al. (2012), *Network, Personality and Social Capital*. Dostopno na <http://www.ee.oulu.fi/~jgoncalv/docs/websci12.pdf> (17. junij 2016).
29. Woolcock, M. (2001), The Place of Social Capital in Understanding Social and Economic Outcomes, *Isuma: Canadian Journal of Policy Research* 2(1): 1–17 Dostopno na <http://www.oecd.org/innovation/research/1824913.pdf> (17. junij 2016).

8. PRILOGE

8.1. Priloga: Prepis intervjujev

INTERVJU A

Ljubljana, 20. 06. 2016.

Osnovni podatki:

Spol: M

Starost: 44

Izobrazba: visoka

Zaposlitveni status (delovno mesto): javni uslužbenec

Prihodki (finančno stanje). Izprašanec sam oceni na lestvici od 1 do 5: 3

Frekvenca obiskovanja dejavnosti društva: Pogosto. 1x tedensko.

Področja udejstvovanja: športne prireditve, fitness, savna, maskiranje obraza, navijaštvo, izleti.

Bil si ustanovitelj društva. Zakaj?!

Ni bilo nobenega društva, ki bi povezovalo navijače, katerih osnovni namen je podpora športnikom doma in v tujini, zato smo ustanovili Klub Slovinc. V Klubu Slovinc se zagotavlja podpora članom na obisku tekem, podpora pri izdelavi navijaških rekvizitov, barvanj, priprava koreografije na stadionu. Če si prišel sam na stadion, nisi bil del navijaške skupine in si tam sedel na stolu in nisi vedel, kaj pravzaprav počneš na stadionu. V skupini si močnejši, glasnejši in imaš občutek, da boš s tem tudi dodatno motiviral naše športnike, ki nastopajo. A sem lepo povedal!?

podpora članom

del skupine

v skupini močnejši

aktivno sodelovanje

vse organizirano

pobudnik aktivnosti

športno udejstvovanje

sprememba navad

Kaj je zate navijanje?

Navijanje je aktivna udeležba na športnem dogodku. Če prideš samo na športni dogodek, je to gledališče, če pa navijaš imaš občutek, da si tudi sam do neke mere aktiven, kot tudi igralci na terenu. Tako da aktivno sodeluješ na športnem dogodku ne samo kot gledalec, ampak tudi kot navijač.

Iz navijanja se je dejavnost društva razširila tudi na rekreacijo. Kaj ti pomeni rekreacija v Klubu Slovinc?

Rekreacija v Klubu Slovinc je motivacija za tiste, ki sami ne bi zbrali dovolj motiva, da se začnejo z neko športno vadbo ukvarjati. Tako za tiste, ki začnejo z nič, kot tiste, ki redno skrbijo za telesno udejstvovanje. Torej, če Kluba Slovinc ne bi bilo, potem tudi jaz ne bi začel s fitnessom, ne bi začel s tekom in stvari nadgrajeval. Ko dobiš osnove, lahko potem sam nadgrajuješ in ti udejstvovanje v Klubu Slovinc ni nujno potrebno. Udejstvovanje za začetek pa je vzpodbuda. Naprej pa je od vsakega posameznika odvisno, kako bo športno udejstvovanje nadaljeval. Ali bo to delal znotraj Kluba Slovinc, ki ima več različnih oblik rekreacije in tako omogoča, da se tega udeležujejo tisti, ki se želijo redno športno udejstvovanje z različnimi športi, ali pa bo to delal čisto sam.

Ti rekreacija pomeni več kot šport? Ti je pomembno druženje?

Na rekreacijo hodim **samo zaradi rekreacije** in ne zaradi socialnih stikov. Je pa zagotovo to boljše, da lahko začneš znotraj ekipe vaditi, saj ima sam človek vedno premalo motiva za to, da bi začel s tako dejavnostjo. Zato je ključno, da te ena taka organizacija povabi, spodbuja, motivira, obvešča. Se pravi vabilo, spodbujanje, motiviranje, obveščanje, spremljanje, to so glavne vloge Kluba Slovinc pri rekreaciji.

Ali si na navijanju spoznal kakšne ljudi, s katerimi imaš kontakt?

Pri navijanju spoznaš preko Kluba Slovinc nove navijače. Tako na primer na nogometu **spoznaš navijače, ki imajo še neke druge športne interese in se potem z njimi lahko družiš še na drugih športnih prireditvah**. Greš skupaj z njimi še na druge športne prireditve. Tako tudi **sam spoznaš druge športne zvrsti**.

Koliko ljudi si spoznal preko Kluba Slovinc? Koliko si jih povabil v Klub Slovinc?

Okoli 30 ljudi sem na novo spoznal v Klubu Slovinc. V Klub Slovinc pa **sem povabil več kot 10 ljudi** in to skoraj izključno na rekreacijo.

Klub Slovinc je zame prostor, kjer se s temi ljudi srečuješ, drugače pa ne. To je tako kot z vzponi na Šmarno goro. Tam se srečuješ z istimi ljudi, spodaj pa se z njimi ne srečuješ, saj greš na Šmarko z namenom, da osvojiš vrh in ne da spoznaš ljudi. Tako greš tudi v Klub Slovinc z namenom, da športaš ali navijaš. Se pa s člani Kluba Slovinc ne družiš. No, kakor kdo. Jaz se ne.

spoznal: 30 oseb

povabil: 10 oseb

prijateljstva: da

spoznavanje članov z različnimi interesi

Katere dejavnosti društva imaš najraje?

Organizirane vadbe, sodelovanje na različnih športnih dogodkih: tek trojk in pa sodelovanje pri navijaških aktivnostih.

Bi šel v svoji organizaciji na tek trojk?

Ne, ne bi šel. Če ne bi bilo organizirano s strani Kluba Slovinc, na **tek trojk ne bi šel**. To je prednost Slovenca, da **vse to organizira, organizira primerne trojke**. Ti se moraš samo prijaviti Klubu Slovinc in pojaviti na startu in nič drugega ne rabiš narediti. Klub Slovinc ima celotno skrb, da človeka prijavi, ga informira o vseh pogojih, plača startnino, skratka tekaču nudi vse. In zato mislim, da je tudi zato veliko trojk Kluba Slovinc.

Si kaj več fizično aktiven zaradi Kluba Slovinc?

V mojem primeru je **Klub Slovinc pobudnik začetnih fizičnih aktivnosti**. Sedaj pa sem sam individualno fizično aktiven vsak dan.

Dobre strani društva.

Klub Slovinc **spodbuja ljudi za zdrav življenjski slog**, tako se pač reče. Za zavedanje o pomenu zdravja, o pomenu športne aktivnosti, o pomenu redne vadbe in vse to **se zagotavlja na nek simpatičen način, dobro voden, dobro organiziran, cenovno primeren**, mislim cenovno dostopen za različne skupine v okoljih, kjer se s tem profesionalno ukvarjajo. Ne gre za to, da bi Klub Slovinc to organiziral na neki njivi, ampak **se pridruži utečenim kvalitetnim vadbam**. Na tak način motivira ljudi za sodelovanje. No, ravno tako je s športnimi aktivnostmi. Če se jih udeležuješ kot samostojen navijač, je to ena oblika gledališča, če se jo udeležuješ kot član Kluba Slovinc, je to ena oblika aktivnosti, za katero verjameš, da pripomore k uspehu moštva.

spodbujanje

organiziranost

kvaliteta
premalo različnosti

Predlogi za društvo. Kaj pogrešaš?

Celo leto je dokaj dobro pokrito z aktivnostmi. Mogoče **niso razviti zimski programi na odprtem, na primer smučanje**. Zimski športi so dragi in bi bilo dobro tu najti neko nišo, da bodo tudi pozimi programi cenovno dostopni. Ne samo v pokritih prostorih, ampak tudi zunaj.

Kakšen delež članov ti je kakorkoli moteč?

Ne, nihče mi ni moteč. To ni portal za zmenkarije ali za iskanje partnerjev. Osnovno izhodišče ni, da smo si simpatični, ampak pridemo v Klub Slovinc z enim ciljem, da **se športno udeležujemo**, da smo navijač, podpornik moštva, da **spremenimo življenjske navade v smislu sedenja, neaktivnosti** in tako naprej. To nas povezuje in zato je čisto zadosti, da imaš z vsemi ljudmi samo eno skupno točko. Druge skupne točke pa iščeš ali pa tudi ne. Z vsemi imam eno skupno točko in s to je čisto mogoče shajati. Kdor pa hoče, lahko s temi ljudmi išče še več skupnih točk, kdor pa tega ne rabi, pa lahko shaja s človekom, s katerim ima eno skupno točko in to jo imamo vsi, ki smo člani tega društva.

Kako tebi koristi, da si član društva?

Koristi so: **pripadnost skupini, ki živi iste športne vrednote**. Biti pripaden skupini, se z njo udeleževati aktivnosti in različnih dogodkov. Pomeni mi tudi **dobro počutje na javno-športnih dogodkih**.

spoznaš druge športe

ukvarjanje s športom

udeležba na prireditvah

pripadnost skupini

dobro počutje

spoznavanje športov

zabava

povezanost

Anekdota iz Kluba Slovinc.

To moram pa kar malo premisliti, saj je tega veliko.

Jaz verjetno, če ne bi bilo Kluba Slovinc, **ne bi nikoli videl fitnessov in savn** in še marsikaj od tega, kar ponuja Klub Slovinc, ker se sam tja ne bi odpravil.

Zabavnih zgodb v povezavi s Klubom Slovinc pa je veliko, saj se na vsakem potovanju nekaj dogaja. Tako se je pozimi, ko smo šli na svetovno prvenstvo v skokih v Obersdorf, pokvarilo okno in smo ob odprtem avtobusnem oknu zmrzovali.

Adrenalinsko je bilo tudi skrivanje v Zagrebu na metroju, da nas ne bi prepoznali kot slovenske navijače, ker smo se bali, da bi bili napadeni, kot so bile določene druge skupine in posamezni slovenski navijači.

Zanimivo je bilo tudi v Londonu, ko smo po after partiju po nogometni tekmi v jutranjih urah fotografirali ravs dveh domačih deklet.

No, še to lahko napišeš: Slovinc že vrsto let dokumentira vsakoletno prireditev izbor športnika leta.

Asociacija ob imenu Klub Slovinc.

Zelena, lipov list in športna oprema. **Zabava in dobro počutje**. No, mogoče še najbolj **povezanost**.

INTERVJU B

Ljubljana, 23. 06. 2016.

Osnovni podatki:

Spol: Ž

Starost: 41

Izobrazba: doktorica znanosti

Zaposlitveni status (delovno mesto): asistentka na fakulteti

Prihodki (finančno stanje). izprašanec sam oceni na lestvici od 1 (nizki) do 5: 3

Področja udejstvovanja: rekreacija.

Zakaj si se priključila društvu?! Kako si zvedela za društvo?

Za to je pa več razlogov: eden je prijazno povabilo, drugi so ugodnosti, ki jih društvo nudi članom, tretji so razni dogodki v okviru društva, četrti izražanje podpore društvu....za društvo sem izvedela kar direktno od motorja/predsednika društva.

osebno povabilo

ugodnosti članom

zanimivi dogodki

podpora društvu

spodbujanje in podpora

pozitivnost in miroljubnost članov

Od kje ti motivacija za vključitev v Navijaški klub Slovinc?

Odgovor je zelo podoben kot prej – motivacija so prej omenjeni razlogi. Mogoče lahko dodam to, da me navijanje za športnike nikoli ni zanimalo, in me še zdaj ne, mi je pa všeč, da ljudje v društvu živijo vrednote, kot so pripravljenost pomagati, spodbujanje in intenzivna podpora, tudi sicer, ne samo na organiziranih športnih prireditvah. Zato društvo z veseljem podpiram. S predsednikom smo se spoznali na potovanju in je pomagal, spodbujal celo skupino potnikov, kar je zelo vplivalo na vzdušje in povezanost ljudi v skupini.

Kaj počneš in kako pogosto si na dejavnostih društva? Kaj? Najprej povej, ali hodiš na športni, rekreativni del ali na navijanje. Kako pogosto? Ali si udeležena na aktivnostih društva več-krat tedensko / mesečno?

Se pravi: udeležujem se rekreativnega dela dejavnosti, to so zaenkrat teki in savne, in to vsak teden vsaj eno od tega, dostikrat oboje.

Kaj ti pomeni rekreacija? Ali je zate rekreacija več kot zgolj športno udejstvovanje?

Rekreacija mi po definiciji pomeni športno udejstvovanje, mi pa to udejstvovanje pomeni veliko, pravzaprav zelo veliko, ker je tako močno povezano z dobrim počutjem, z dobrim odnosom s svojim telesom. Poleg tega se mi zdi, da so tovrstne aktivnosti eden od boljših načinov preživljanja prostega in skupnega časa s sabo in s prijatelji, da se na ta način izvrstno ustvarja in neguje vezi. Rekreacija je veselje, prevetrenje misli, kvalitetno druženje, naložba v prihodnost, vse to.

športno udejstvovanje

dobro počutje

preživljanje prostega časa

druženje s prijatelji

naložba v zdravje

spoznavanje ljudi

povezovanje ljudi

Kaj ti pomeni navijanje?

Do navijanja sem imela bolj kot ne odklonilen odnos; na navijanje imam naslednje asociacije: množica, vpitje, alkohol in pijani ljudje, in me s tega vidika ne privlači. Ne privlači me niti to, da je profesionalni šport v mojih očeh predvsem velik posel, ki sloni na intenzivnih čustvih, ki jih sproža deljenje na naši/drugi. Zato se težko prepustim. Ga pa v zadnjem času vsaj toleriram, če se že ne navdušujem, ker se mi kažejo tudi drugi vidiki, ki me bolj nagovarjajo: podpora in spodbujanje skupine, ki se res pozna v vzdušju v dvorani in na igrišču.

Koliko novih ljudi si spoznala, odkar si v Navijaškem klub Slovinc? Kako pogosto se z njimi družiš? Se dobiš z njimi tudi izven dejavnosti društva? Ali si pridobila kakšnega prijatelja na dejavnostih društva?

Spoznala sem okrog 30 novih ljudi, s katerimi smo se ali udeležili kakšne skupne dejavnosti ali se srečali npr. na praznovanju rojstnega dne katerega od članov. To so vezi na ravni znancev, vendar je vzdušje, povezano s temi ljudmi, spodbudno in pozitivno.

spoznala: 30 oseb

povabila: 3 osebe

prijateljstva: da

pozitivno vzdušje

odprtost za vse

odzivnost na vabila

Koliko novih ljudi si povabila v Navijaški klub Slovinc in zakaj?

Nič, ker se z društvom ne identificiram na način, da bi bila v vlogi, da jaz vabim ljudi v društvo. Hm, mogoče je bolj pravi odgovor ta, da »nič« zato, ker sem z društvom povezana šele kratek čas. V bistvu sem že razmišljala, da bi kakšno prijateljico povabila, da se udeleži kakšne od dejavnosti, npr. teka trojk. Pravzaprav sem jim za savnanje že rekla, ampak tega nisem smatrala za vabilo v društvo.

Kaj se dogaja v medosebnih odnosih na fizičnih aktivnostih društva? Se dogaja več kot le rekreacija: savnanje, kolesarjenje, tek?

Zagotovo se ljudje povezujemo med temi dejavnostmi tudi čustveno. Spoznavati različne ljudi, izvedeti, kaj delajo in kako razmišljajo, je dobrodejno tako in drugače. Družabni vidik je zame pomemben.

Ali se ti je v splošnem kaj spremenilo, ko si se včlanila v društvo, oziroma ko si začela obiskovati dejavnosti Navijaškega kluba Slovinc?

Veliko bolj redno se rekreiram, prvič sem šla na množično rekreativno prireditev in za to tudi trenirala, vseh mi je, da se porajajo nove ideje za druženje in rekreativne dogodke, da se poveča nabor in različnost ljudi, ki jih poznam.

redna rekreacija

udeležba prireditve

treniranje

spoznavanje ljudi

ugodna rekreacija

denarne, telesne in družabne koristi

spodbuda h gibanju

dobro razpoloženje

Ali si pridobila kakršnokoli korist v povezavi s prijatelji iz Navijaškega klub Slovinc?

Ne. Oziroma ja: možnost zelo ugodnega savnanja, kar imam rada in zdaj to počnem bistveno večkrat. Redna telesna aktivnost. Pravzaprav so to velike koristi, denarne, telesne, družabne.

Kako ti koristi vključitev v dejavnosti društva?

Lahko dodam prej povedanemu to, da je rdeča nit tega nekakšna podpora zdravju človeka – moje življenje se je celostno gledano kar precej izboljšalo – **redna spodbuda h gibanju prispeva k dobrobiti na vseh področjih.**

Bi bila fizično aktivna, če ne bi bilo ugodnih ponudb za rekreacijo s strani Navijaškega kluba Slovinc?

Bi bila, samo manj.

Kaj so po tvoje dobre stvari v društvu?

Povezovanje ljudi, spodbujanje aktivnosti in s tem zdravja.

povezovanje ljudi

spodbujanje aktivnosti članov

skrb za zdravje

dobro informiranje

več novih aktivnosti

S čim si zadovoljna v društvu? Kaj narediti, da bi bilo delovanje društva še boljše?

Predlagaj, kaj naj bi društvo še izvajalo? Zadovoljna sem s tem, kar je, fino bi bilo, če bi bilo več tega: na primer predlogi izletov v hribe, ali izletov kar tako, ali kolesarskih izletov, ali učenje veslanja/supanja za člane, ki jih to zanima... mogoče res nekaj v smeri širjenja izkušenj, spoznavanja novih možnosti preživljanja prostega časa.

Predstavljaš si, da bi lahko zamenjal člane društva: katere bi zamenjala? Kolikšen delež ljudi v klubu bi zamenjala z novimi, da bi izboljšala vzdušje (če bi bilo to mogoče):

nobenega, največ 10%, do polovice vseh, med 50 in 90 %, vse? Katerih pa nikakor ne bi zamenjala?

Prav nobenega ne bi zamenjala, saj **se mi ravno odprtost za vse zdi ključna baza za to društvo.** Drugače bi najbrž bilo, če bi bil kdo problematičen, nasilen, tako pa se mi zdi, da **v društvo gravitirajo pozitivni, miroljubni ljudje.**

Mi prosim poveš kakšno anekdoto, zgodbo v povezavi z Navijaškim klubom Slovinc?

Na vulkanu v Indoneziji se je ob četrti uri zjutraj, pred sončnim vzhodom, slišalo »Kdor ne skače, ni Slovinc«, da smo se v temi našli.

No, tudi to, da sem šla v Stožice na nogometno tekmo, je še kar anekdotično.

Na kaj pomisliš, ko slišiš za Navijaški klub Slovinc, ko dobiš e-pošto društva? Asociacija.

»Kaj bo pa zdaj zanimivega?« Tudi **maili so zelo informativni in dobiš celostno informacijo in hkrati pregled možnosti udejstvovanja, da te kar potegne v vsaj kakšno aktivnost.** Vsaj mene, no.

INTERVJU C

Ljubljana, 16. 06. 2016.

Osnovni podatki:

Spol: M

Starost: 48

Izobrazba: diplomirani ekonomist

Zaposlitveni status (delovno mesto): zaposlen, lastnik podjetja

Prihodki (finančno stanje). Izprašanec sam oceni na lestvici od 1 do 5: 4

Frekvenca obiskovanja dejavnosti društva: **1x tedensko, prej pa 1x mesečno**

Področja udejstvovanja: obiskovanje tekem, obiskovanje športnih prireditev, obiskovanje fitnesa in druženje, zabave.

Zakaj si se priključil društvu Klub Slovinc?

Ker ga vodi takšen fajn organizator, kot si ti. Od tebe sem tudi izvedel za društvo. Klubu Slovinc sem **se priključil, ker zaupam določenim ljudem, ki so v društvu.**

Katerih dejavnosti se udeležuješ?

V zadnjem času hodim **enkrat na teden na fitnes. Hodim pa tudi na teke trojk, na nogometne tekme in na druženja** in take zadeve.

Kaj je zate rekreacija?

Rekreacija je katerakoli vrsta **športne aktivnosti**. Rekreacija v Klubu Slovinc **je športna aktivnost, povezana z druženjem in spoznavanjem ljudi.**

športna aktivnost

druženje

spoznavanje ljudi

Kaj pa navijanje?

Navijanje v Klubu Slovinc je druženje in spremljanje športnih dogodkov. Na tekme hodim bolj redko, ampak če imam čas in je tekma zanimiva in blizu, grem na tekmo. Na tekmo pridem zaradi družbe. **Vse je pri meni povezano z družbo.** Tudi na tek trojk ne moreš iti sam.

družba

gradnja družbene mreže

spoznavanje novih ljudi

prosil za pomoč

Koliko ljudi si spoznal v KS? Ali se z njimi srečuješ samo v KS ali tudi drugače?

V Klubu Slovinc **sem spoznal vsaj dva do tri ducate ljudi (opomba izpraševalca: od 24 do 36 ljudi).**

Z enimi ljudmi se srečujem na istih dogodkih, kjer smo se spoznali. Tako tistega, ki sem ga spoznal preko obiskovanja nogometnih tekem, srečam na nogometnih tekmah.

Tistega, ki sem ga spoznal na teku trojk, srečam na teku trojk in podobno. **Z določenimi potem sodelujem tudi zasebno ali poslovno.** A tu ni nekega pravila, kateri so to.

Kako zgleda to sodelovanje? Primer.

Grem na navijaško zadevo, na neko tekmo, in če tam spoznam človeka, s katerim se ujameva, potem delava tudi kaj drugega: ali poslovno sodelujeva ali se druživa zasebno.

Tako **sem na teku trojk spoznal svojega poslovnega partnerja. Na nogometni tekmi sem spoznal prijatelja, s katerim se tudi zasebno družim in sva šla včeraj na pivo gledat nogometno tekmo z evropskega prvenstva. Lahko bi rekel, da se z dobro polovico, ki jih spoznam, občasno srečujem, z ostalimi pa redno.**

spoznal: 30 oseb, dva do tri ducate ljudi

povabil: 10 oseb
prijateljstva: da

sodelovanja: poslovna ali zasebno
z 1/3 novih redni kontakti
velika odzivnost člana

Koliko ljudi si povabil v društvo?

Če imam kakšnega prijatelja, za katerega mislim, da bi bil primeren za kakšno športno udejstvovanje in podobno, kot je moj tekaški kolega, maratonec, ga povabim v društvo. In obratno, če na tekmi spoznam kakšnega, ki se mi zdi primeren za zasebno druženje ali poslovno sodelovanje, ga tudi povabim. **Preko mene se je v društvo vključilo okoli 10 ljudi.**

Kakšne koristi imaš od povezav z ljudmi, ki si jih spoznal?

Največja **korist je gradnja družabne mreže**. Prek določenih ljudi spoznaš nove ljudi, ki ti koristijo v tvojem družabnem, družbenem, poslovnem življenju. Eni rečejo socialna mreža, jaz ne maram uporabljati izraza socialna, ker v Sloveniji beseda socialna pomeni popolnoma nekaj drugega, kot je angleška različica besede social. Pri nas pa socialno pomeni nekaj drugega. Jaz nikoli ne rečem, da so družabna omrežja na internetu socialna omrežja, ker zame to niso socialna omrežja. Jaz to ločim. Tudi glavni strokovnjaki, ki upravljajo z velikim številom profilov na FB in podobno, uporabljajo besedo družabna ali družbena omrežja, ne socialna omrežja. Na primer Matej Špehar nikoli in nikdar ne uporablja izraza socialna omrežja. Nikoli in nikdar. Socialno omrežje so zame Zavodi za socialno delo, Rdeči križ, ... to so socialna omrežja. FB ali twitter pa so družabna omrežja. Klub Slovinc vidim kot družabno omrežje, čeprav bi lahko kaj socialnega delal. Ampak to kar sem jaz koristil, oziroma spoznal, ni bilo socialno. To je moje mnenje. Pa nisem strokovnjak za socialno delo. Se pa rad ukvarjam z besedami in s pomeni besed. In če imamo večpomensko besedo se mi zdi zelo pomembno, da besedo pravilno uporabljamo.

Ali te kaj moti v imenu Navijaški klub Slovinc?

Jaz nisem strokovnjak za socialno delo. A podoben je primer na mojem področju, kjer sem strokovnjak. Na področju ekonomije. Tu imamo področje marketinga, kjer deluje ogromno ljudi, a ne ločijo med marketingom, med trženjem, med oglaševanjem, med promocijo. Oni sploh ne ločijo. Eni mislijo, da je marketing oglaševanje, da je trženje. Vsi mešajo te besede. Ravno tako kot se meša socialno in družbeno, pa družabno. Mislim, da mora znati strokovnjak uporabljati prave besede.

Koliko si zaradi Kluba Slovinc bolj družabno, družbeno aktiven?

Šel sem na veliko športnih dogodkov, ki jih je klub organiziral, od kakšnih pohodov do kolesarjenj, od zabav do obiskov tekem, karkoli se je organiziralo - ni važno, ali je bil vzpon na Vršič ali tek ali druženje ob pijači. **Jaz sem bil zmeraj za.**

Kaj se ti je najbolj vtisnilo v spomin?

Spoznavanje novih ljudi. To je zmeraj. Recimo, če gremo na tek trojk, si zapomniš ljudi, s katerimi tečeš, zato ker vložiš v tek veliko truda in se ti to vtisne v spomin. Ravno tako na piknikih, zabavah, ker se malo napiješ in poveseš, si to bolj zapomniš, kot na tekmi, kjer samo navijaš in gledaš igralce in se ne pogovarjaš toliko o osebnih zadevah. Dalj časa, ko si z nekom in bolj osebno, kot se pogovarjaš z nekom, več od tega dolgoročno odneseš oziroma oba odneseta.

Asociacije ob kombinaciji besed: Klub Slovinc.

Druženje, navijaštvo, šport, zabava. To so glavne.

Poznaš veliko članov. Koliko teh ljudi bi zamenjal?

Mogoče 10 %. Jaz nimam tega namena ali pa besede. Nikoli se ne moreš ujeti s 100 % ljudi. Vedno je nekdo komu cool, komu drugemu pa ni. V vsaki skupini ljudi se vedno najdejo večja ali pa manjša ujemanja. Ni nikoli 100 % ujemanja. Ujame se vsaj ¾ ljudi, ker imaš podobne interese v Klubu Slovinc.

Katere skupine so ti najbolj pri srcu?

Z navijači se dobro strinjamo, saj gremo na tekmi vsi navijati za isto ekipo. Tu ni problema. Isto tekači, saj vsi radi tečemo. Tu je veliko ujemanje. Mogoče so pri fitnesih večje razlike, a tega še nisem opazil. Pri navijačih, tekačih, kolesarjih je veliko ujemanja. Zelo veliko.

Dobre strani društva.

Druženje je fajn. Spoznavanje novih ljudi. To je super.

Vsakič, ko pridem na eno prireditve, kjer je veliko članov. Naprimer tek trojk, novoletna zabava, vsakič spoznam nekaj, par novih, vsako leto je nekaj novih. To je v bistvu najbolj. Če bi šel sam na tek trojk, bi tam imel dva s sabo, ki jih že od prej poznam. Nikoli ne bi spoznal toliko ljudi na teku trojk, če ne bi prišel preko Kluba Slovinc. Isto je tudi na nogometni tekmi, če grem organizirano, spoznam več ljudi, kot če bi šel na tekmo sam.

Kaj bi društvo še lahko naredilo?

Društvo bi se lahko moderniziralo. Ker smo leta 2016, **bi lahko imeli moderen portal, kjer bi imel vsak član društva svoj profil**, kjer bi se lahko videlo, kdo so ostali člani. Če bi bili modernizirani, bi točno vedeli, kaj katerega člana kaj zanima. Lahko bi imeli svojo skupino na FB. Lahko bi bila zaprta skupina. Malo se je potrebno modernizirati.

Vsebinsko pa bi tak klub **moral imeti vsaj 1x mesečno dogodek**. Lahko bi bil obisk prireditve, druženje na nekem prostoru ali pa športni dogodek. Če se člani kluba 3, 4 mesece ne dobe, popuščajo vezi med njimi. Neki minimumi pogostosti druženja morajo biti.

Lahko **bi dodali še kakšno dejavnost**. Naprimer moto GP, ki je sedaj zelo popularen. Naslednje stvari pa so glasbeni, rock festivali, ker bi bil po moje tudi zelo velik odziv. Tako bi se dalo povezati veliko ljudi. Vsak bi obvestil svojo mrežo, če mu daš orodje.

druženje

spoznavanje ljudi

modernizacija spletnih orodij

pogostost dogodkov

dodatna dejavnost

dodati smučanje

Kako misliš, da bi lahko ti računal na mrežo ljudi, ki si jo spoznal v Klubu Slovinc?

Mislim, da ni pravila. Ljudje so zelo fleksibilni, če nimajo napornih služb ali pa jih celo nimajo. Oni bi radi prišli na nekaj, kar je v celoti organizirano in bi oni samo še finančno prispevali, ker nimajo prostega časa.

Tu sem bolj mislil, če bi ti osebno rabil pomoč?

Mislim, da **bi se na te ljudi, ki sem jih spoznal v Klubu Slovinc, lahko obrnil, če bi rabil pomoč**. Na vse nikoli, a na velik procent zagotovo. To je kot s klasičnem krogom prijateljev, ki ga ima vsak. Imaš zelo dobre prijatelje, take, s katerimi si si malo manj blizu, imaš znance in kolege. Kadar rabiš nekaj, ne moreš kar vse poklicati. Ponavadi imaš nek vrstni red. Naprej pokličeš najbližje prijatelje. Oni se tudi procentualno hitreje in lažje odzovejo. Redkeje se bo odzval kakšen kolega, ki si ga parkrat v življenju srečal.

Bi še kaj dodal?

V teh letih delovanja Kluba Slovinc se je že marsikaj zgodilo. Že dolgo nisem bil v hribih, na kolesarjenju. Ali se to še organizira? To, da je tek trojk postal tradicionalen, je zelo fino. Mislim, **da bi morali imeti smučanje, smučarjanje** vsaj enkrat na leto, vsaj za en podaljšan vikend. Samo tako naprej in razširi. Pa veliko sreče.

INTERVJU Č

Ljubljana, 21. 06. 2016.

Osnovni podatki:

Spol: Ž

Starost: 43

Izobrazba: fakultetna

Zaposlitveni status (delovno mesto): zaposlena javna uslužbenka

Prihodki (finančno stanje); izprašanec sam oceni na lestvici od 1 do 5: 3

Kako si izvedela za društvo? Zakaj si se priključila društvu?

Preko prijatelja sem izvedela za društvo in sem se zaradi bonitet, ki jih društvo nudi, odločila priključiti društvu.

bonitete članom

vstop na prireditve

Od kje ti motivacija za vključitev v društvo?

Motivacija je bila možnost vstopa na prireditve oziroma na dejavnosti društva.

Katerih dejavnosti si se vse udeležila?

Kolesarjenje, tek trojk, obiskovanje vodenih vadb in pa obiskovanje savn. (opomba izpraševalca: kasneje povedala, da je bila še na navijaškem izletu v Torino na Olimpijske igre, na planinskem vzponu na Triglav in v fitnesu.)

Koliko pogosto si na aktivnostih društva?

Povprečno sem na aktivnostih društva enkrat na teden.

Ali bi hodila na aktivnosti društva tudi, če ne bi bila članica društva?

Na navijanje sploh ne bi hodila, če ne bi bila v tem društvu.

Na rekreacijo pa bi hodila v istem obsegu, a bi bilo finančno to zame bistveno bolj zahtevno.

redna rekreacija

Kaj ti je navijanje?

Navijanje mi je obiskovanje športnih prireditev. Na ta način gledam tekmo s skupino, z nekim spiritom, idejo druženja in skupnega navijanja in ne individualno. Jaz grem na tekmo s takšnim društvom, ker je to en drugi pristop k navijaštvu in ne zgolj ogled tekme.

Se več rekreiraš, ker si članica društva?

Ne, količina rekreiranja bi bila popolnoma enaka, ker sem to jaz. To je moja naravnost. Samo iskala bi drugo pot, se pravi individualno.

Koliko ljudi si na novo spoznala? Imaš s katerimi globlji kontakt?

Verjetno sem netipična. Spoznala sem jih 10. Ampak z nekaterimi člani sem se poznala že od prej. Ampak z nobenim nisem vzpostavila nekega tesnejšega kontakta, ki bi lafal skozi. Po mojem se ljudje zelo povezujejo in jih potem šport in navijaštvo druži tudi sicer. Če se spomnim P.. On je spoznal ljudi in se sedaj z njimi druži. Če pa sama ne bi bila tako aktivna in ne bi imela toliko aktivnosti, bi me to zagotovo spodbudilo k temu, da bi navezala več stikov in bi si našla družbo, ki je interesno blizu meni. To je za razmišljati v bodoče, ker se mi zdi, da je to način povezovanja, iskanja partnerjev, iskanja družbe za iste dejavnosti. Meni je to zelo podobno kot ona-on. Jaz to tako vidim.

spoznala: 10 oseb

povabila: 15 oseb

prijateljstva: da

nimam pogostih stikov
interesno podobni ljudje

Bi koga od teh ljudi poklicala, če bi koga rabila?

Vsekakor bi se obrnila nate in bi mi ti pomagal pri sestavi ekip. In da gre moja dejavnost preko tega društva.

Bi koga poklicala za družbo pri solo izvedbi rekreacije?

Načeloma bi se spomnila, v resnici pa se usedem na kolo in grem.

Koliko ljudi si povabila v društvo in zakaj?

Povabila sem 15 ali več ljudi. In vsi so bili ful zadovoljni z dejavnostjo društva. Od enih sem dobila povratno informacijo, da sedaj ne hodijo samo na savnanje, ampak tudi na fitnes, na izlete, tekme, kolesarjenje in ne vem, kam še vse.

Oni so sedaj v društvu dejavni več kot jaz. Imeli smo vsi isti motiv, cenejše obiskovanje dejavnosti. Kot dodana vrednost pa smo dobili še vse ostalo.

Pogovarjali smo se, da bi bili pripravljeni z veseljem plačati 20 eurov letne članarine, saj vemo, da bomo dobili to in to.

Kaj bi v društvu še lahko naredili?

Način komuniciranja bi lahko bil hitrejši, saj sem rabila dan in pol za odgovor glede kolesarjenja, kar se mi je zdel ful veliko.

Kot članica bi si želela več izletov, tako pohodniških kot kolesarskih, ki bi bili vnaprej razpisani. Zagotovo bi se jih večkrat udeležila.

počasna komunikacija

več izletov

osebna komunikacija

več razpisanih dejavnosti

dodati plesne dejavnosti

Dobre stvari v društvu.

Nizka članarina. Zelo osebni način komuniciranja, čeprav počasen.

Koliko članov društva bi zamenjala, če bi bilo to mogoče?

V društvu se mi zdi zelo pomemben fer odnos in biti korekten do drugih, se držati dogovorov. Verjetno obstaja kakšen odstotek ljudi, ki poskušajo goljufati, ne sporočijo svoje neudeležbe in s tem zafrknejo naprimer 12 ljudi, ki čakajo. Te ljudi bi zamenjala. Sicer pa nimam do nobenega afinitete, da bi ga bilo potrebno zamenjati oziroma izločiti.

Na kaj asociiraš, ko slišiš ime Klub Slovinc?

Na zeleno-modro-belo majico in napis Klub Slovinc. To je prvo.

Samo ime me prej spodbuja k navijaštvu in pripadnosti Sloveniji in slovenskemu športu, podpori slovenskim športnikom, in ne k rednemu športnemu rekreiranju.

Anekdota, zgodba v povezavi s KS.

Najbolj sem ponosna na svoj kolesarski vzpon na Vršič, ko sem dokazala moškimi, da jih lahko prehitim. To ni bil moj ego, ampak je nekaj, kar ti ostane za cel lajf.

Na Olimpijske igre ne bi šla nikoli v življenju, če ne bi šla s Klubom Slovinc navijati za našega sankarja Domna Poccho.

Moja nekdanja sodelavka V., ki je prišla v društvo preko mene, je v Klub Slovinc pripeljala še svojega moža. Ona je v društvo kar z neba padla, a je zelo pripadna društvu. Ona je ena takšnih, kot jaz, in verjamem, če bi bilo več razpisanih dejavnosti, bi obe šli zraven.

Torej same pohvale društvu. Takih združb je kar nekaj, a so po športih zaprti krogi. Smo kolesarji in smo potem sami kolesarji, ali pa so gorniki, hribovci, tekači, karkoli. Tu pa smo navadni ljudje.

Všeč mi je bilo, ko **si za tek trojk relativno dobro sestavil trojke tudi po pripravljenosti**. Če bi jaz poiskala še dva na cesti, bi lahko bil eden polž in eden ful dober in bi bila moja trojka tako-tako. V društvu pa je bil nabor 50 ljudi in si lahko dobro sestavil trojke po pripravljenosti. To mi je prednost tega društva pri prijavah na tek trojk. Tudi **brezplačna pijača, druženje po teku Pri mačku** je za uporabnika zelo prijazno.

Bi še kaj dodala glede Kluba Slovinc?

Žal mi je da **sem bila samo na eni zabavi, ker predvidevam, da so te zabave množične in dobro obiskane in da hodijo tja ljudje, ki imajo podobne interese kot jaz**. V enem trenutku sem res začela razmišljati, da je to new age športni ona-on. Tam se tudi malo »zavohaš«, pa malo pogledaš.

Bilo bi mi zanimivo, **če bi društvo organiziralo plesne dejavnosti**. To ni lahko. Daleč od tega, to je ful težko. A glede na bazo ljudi, ki je v društvu, se mi zdi, da bi marsikdo želel plesati, pa ne more, tu pa mogoče bi.

pomoč vodstva

pomoč društva

ugodnost

osebno dokazovanje

nove, neobičajne dogodivščine

sestava in vključitev v ekipo

brezplačna pijača

zabave

INTERVJU D

Ljubljana, 16. 6. 2016.

Osnovnih podatkih:

Spol: M

Starost: 55

Izobrazba: magister znanosti

Zaposlitveni status (delovno mesto): redno zaposlen

Prihodki (finančno stanje). Izprašanec sam oceni na lestvici od 1 do 5: 4

Frekvenca obiskovanja dejavnosti društva: **4 x mesečno**

Področja udejstvovanja: fitnes, savna, rekreacija in šport, skrb za zdravje, srečanja društva.

Zakaj si se priključil društvu?

Jaz **sem se vključil v društvo že na samem začetku in sicer na povabilo** in predvsem zato, **da se vzdržujejo socialni stiki, da skrbiš za svoje zdravje, da skrbiš za svojo kondicijo in si s tem dvigaš kvaliteto življenja.**

Vključil sem se na povabilo in **sem že prej poznal ljudi v društvu**, zato sem se potem priključil.

Rekreiranje v društvu mi **pomeni razbremenitev vsakdana, delovnega ritma, da nisi vpet samo v službene in družinske dejavnosti.** S tem se razbremeniš in napolniš baterije za druga dela. V društvu **se regeneriraš. Predvsem s športom**, saj ko dela telo, delajo tudi možgani in s tem se sprostiš.

Na dejavnostih društva grem 4 x mesečno.

Zame je najpomembnejši rekreativni del: fitnes in savna.

Vseh članov društva ne poznam. S tistimi, ki pa se srečujemo v savni, **so medsebojni odnosi zelo dobri.** Predebatiramo stvari o društvu in o načinu življenja nasploh. Torej govorimo o temah, ki niso službene in družinske. **Socialni stik je zelo pomemben dodatek rekreacije.**

Zame je rekreacija predvsem kvaliteta življenja. Če si kreativen na več področjih, se ti s tem kvaliteta življenja dviguje. Noben državljan se ne bi smel nerekreirati, se ne bi smel zapustiti. Posledično imajo taki več bolezni, pa debelost, posebej mladostniki. Ni potrebno, da si športnik, dovolj je priporočljivo razgibavanje. Vsaj 3 do 4 x na teden moraš za 20 minut spraviti srčni utrip na svojo zgornjo mejo. Sam se tudi individualno rekreiram: imam sobno kolo, da pozimi kolesarim, tečem, z družino pa tudi plavamo in smučamo. Ni edina rekreacija v društvu.

Imam poškodovano vez in zato je dobro, da kolesarim. Doma delam tudi raztegovalne vaje, ki pa jih delam tudi v fitnesu. Veliko teh vaj so mi pokazali člani društva. Torej sem **za vaje izvedel iz socialne mreže, ki jo imam v fitnesu s pomočjo Kluba Slovinc.**

Rekreacija je preventiva in zato dosti delam na preventivi. Upam, da bo tako tudi ostalo.

Če delam individualno, mi pade motivacija, če **pa delam skupaj z nekom, me to motivira.**

Če se o vadbi, o aktivnosti s kom pogovorim, mi je lažje najti motivacijo. Delam tudi poste in ko sem se pogovarjal z drugimi, ki so tudi delali post, mi je bilo lažje izvajati post. Klub Slovinc je kreativno okolje za motivacijo. Tu koristim svojo socialno mrežo. Če nisem bil kakšen teden aktiven, te potem drugi sprašujejo, kje si bil in te to motivira. Za vsako delo mora biti spodbudno, kreativno okolje za motivacijo. **Klub Slovinc je spodbudno okolje za motivacijo za rekreacijo.**

povabilo prijatelja

ohranjanje socialnih stikov

skrb za zdravje, kondicijo

dvig kvalitete življenja

motivacija za vadbo

obiskovanje fitnesa

člani pokazali vaje v fitnesu
spodbudno okolje za rekreacijo
5 prijateljev za pomoč
finančne ugodnosti članov

razbremenitev delovnika
regeneracija telesa
socialni stik
kvaliteta življenja
preventiva

Navijanje.

Na tekme ne hodim. A **bom šel v kratkem na tekmo v okviru Kluba Slovinc, da bom tja peljal hčerko.** Hčerka si zelo želi na tekmo. To je njena pobuda. Pogosto gremo mimo stadiona in dvorane v Stožicah. Tako sem hčerki obljubil, da bomo šli na nogometno in košarkarsko tekmo v okviru Kluba Slovinc.

Jaz rad pogledam tekme na televiziji. Nisem pa zelo močen navijač ali navdušenec.

Vedno pa občudujem tiste, ki fer in športno navijajo. To je spodbudno za njih same, ker se sprošča adrenalin in si kreativen. Na drugi strani pa navijanje dosti pomeni tudi za tiste, za katere navijaš, za športnike, ki tekmujejo.

Navijaški Klub Slovinc vključuje različne dejavnosti in mislim, da je več kot rekreacija, in je posebej pomemben socialni stik. Še posebej pri tistih, ki gredo skupaj na tekme v Ljubljani in še kje drugje.

Kaj ti je asociacija na Navijaški klub Slovinc?

Motivacija, druženje, kreativnost, spoznavanje, razbremenitev. Zelo širok pojem, kjer se ustvarja zelo kvalitetno življenje.

Si spoznal nove ljudi v Navijaškem klubu Slovinc?

Največ se v okviru Navijaškega kluba Slovinc družim s tistimi, katere sem poznal že od prej. **Nekaj novih je, a se z njimi srečam zgolj priložnostno.** Sem zadovoljen s kvaliteto socialnih stikov, ki se ustvarjajo v društvu.

Je pa okoli 5 ljudi, katere lahko kadarkoli pokličem in se z njimi pogosto družim. Te ljudi sem sam povabil v društvo, ali pa sem jih poznal od prej, in se srečujemo tudi izven društva. **Srečujemo se večkrat na leto.**

Veliko ljudi sem spoznal na novo. Več kot 30, a se z njimi srečujem na dogodkih društva, z njimi se priložnostno družim samo v fitnesu in savni. Z njimi nimam močnih prijateljskih odnosov. Močnejši odnos imam s prijatelji, katere sem sam povabil v društvo. **Ti odnosi so pomembni, ker si tako gradimo socialne stike, ki so pomembni, saj pogosto rečemo: »ni važno kaj znaš, ampak koga poznaš.«**

spoznal: 30 oseb

povabil: 5+ oseb

prijateljstva: da

ne poznam vseh
dobri odnosi v društvu
nekaj novih znancev
redni stiki izven
gradnja socialnih stikov
člani poznani ljudje

Bi se tudi sicer toliko rekreiral, če ne bi bilo teh dejavnosti v društvu?

Verjetno ne bi hodil v fitnes, čeprav sem sedaj reden obiskovalec in delam po narejenem programu zame. Bi pa hodil v savne, saj sem to počel že pred ustanovitvijo društva.

Včlanitev v društvo je bila pomembna motivacija, da sem začel hoditi v fitnes. Tukaj ni zanemarljivo, da društvo vedno nudi finančno ugodne pogoje članom pri njihovi dejavnosti.

Koliko ljudi si povabil?

Povabil sem več kot 5 oseb in vsi so redni vsakoletni udeleženci aktivnosti društva. Vsi so zadovoljni, nihče mi ni rekel kakšne negativne zadeve.

Koristi od vključitev v društvo.

Aktivnosti so finančno ugodne in so čisto zadovoljive, primerne.

Dobre stvari o društvu.

Z udeležbo na dejavnostih društva se ti kot članu društva, dviga kvaliteta življenja. Bolj si motiviran za vadbo, ki je finančno ugodna, a ni čisto zastoj, zato mislim, da se je društvo odločilo za ravno primerno participacijo, ki ni previsoka, te pa po drugi strani motivira, da greš na vadbo, če si že dal participacijo.

Slabe strani v društvu.

Pri vsaki aktivnosti lahko pride do težav, nesoglasij, neprijetnosti, a je pomembno, da se te težave sproti rešuje in tu moram čestitati društvu, da takoj rešuje težave, do katerih pride, in se gre potem uspešno naprej. Društvo se kvalitetno spoprijema z reševanjem težav, da se ne kopičijo.

Bilo bi pa dobro, če bi društvo naredilo vse-društveno družabno srečanje v obliki piknika. Ne samo formalni zbor članov. To bi bilo fino dati v načrt in bi se že enkrat realiziralo, a če ni v načrtu, se nikoli ne realizira.

s hčerko na tekmo
aktivnosti primerne
izboljšanje kvalitete življenja
sprotno reševanje težav
organizirati vse-društveno srečanje

Bi zamenjal katere od članov društva, ki niso po tvojem okusu?

Osebnostnim težavam z nobenimi drugimi člani. Je pa res, da sem zelo potrpežljiv. Član društva sem že od začetka in dokler nisem imel družine, sem bil v društvu še bolj aktiven. Poznam se s tistimi, ki smo bili na začetku. Ti, ki se pridružijo na novo, pa ne poznam toliko. Ohranjam socialne stike z osebami, ki smo bili v društvu na začetku in tistimi, katere sam povabim v društvo. Z novimi člani nisem postal kolegalen.

Anekdota iz društva.

Mogoče je zanimivo, da srečaš na aktivnostih društva nekoga, ki ga poznaš od drugje, potem pa izveš, da sva oba člana Kluba Slovinc.

INTERVJU E

Ljubljana, 20. 06. 2016 v Ljubljani.

Osnovni podatki:

Spol: M

Starost: 43

Izobrazba: magister

Zaposlitveni status (delovno mesto): javni uslužbenec

Prihodki (finančno stanje). Izprašanec sam oceni na lestvici od 1 do 5: 4, krediti zbijejo na 2.

Področja udejstvovanja: obiskovanje tekem. Pa tudi: savna, kolesarjenje in družabna srečanja.

Zakaj si se priključil društvu? Kako si zvedel za društvo?

Za društvo sem izvedel od prijatelja. **Iz te prijateljske solidarnosti sem se na začetku priključil društvu.**

Društvu sem se priključil, **ker podpira aktivnosti, ki so mi blizu. Zagotavlja neko mreženje preko razno raznih dogodkov, kjer lahko nekoga spoznaš. Kot je primer danes v savni.** (opomba izpraševalca: V savni sva srečala člana, ki ga še ni poznal.) Pa še posebej z **obiskovanjem že omenjenih tekem.** Skratka podpira takšen način življenja, ki je tudi meni blizu. Čeprav vseh storitev društva, kot je na primer fitnes in podobnih stvari, ne koristim, ker **solo skrbim za rekreacijo.** Namen, ki ga zasleduje društvo, je meni zelo blizu. To je glavno.

**iz prijateljske solidarnosti
vključitev v aktivnosti, ki mi blizu
vključitev v mreženje
obiskovanje tekem**

Glede aktivnosti, kolikokrat na mesec greš na aktivnost društva?

Povprečno **grem enkrat na mesec na aktivnosti društva.** Več jeseni in spomladi, manj pa poleti in pozimi.

Kot si rekel za rekreacijo skrbiš solo. Preko društva hodiš predvsem na navijanje.

Hodim bolj na navijanje, a absolutno ne izključujem možnosti, da bi kdaj koristil tudi druge stvari, ki jih društvo omogoča svojim članom. Tako **sem že bil na enodnevnem kolesarskem izletu, vzponu na Triglav, v savni. Vsako leta pa se veselim prednovoletnega srečanja, ki mi je najboljši v Ljubljani.**

Kaj razumeš pod navijanjem v okviru Kluba Slovinc?

Kot prvo z navijanjem razumem glasno podporo ekipi, za katero stojiš, ne bom rekel za katero živiš. Gre za podporo ekipi, kateri želiš najboljše.

Način navijanja, ki ga podpira Klub Slovinc, mi je zelo blizu. Gre za konkretno, nenasilno navijanje. Vodja društva zagovarja navijanje za slovensko reprezentanco in zelena barva mi ni tuja in se je tako ali drugače oprimemo. Po domače povedano mi je to cool.

Greš navijat skupaj z nami zaradi tekme ali tudi zaradi družabnega vidika?

Zadnji **čas grem bolj zaradi družabnega vidika navijanja, kot same tekme.** Sicer grem na pomembno tekmo rajši na stadion, kot da jo gledam doma pred TV-jem. Na manj pomembne tekme, kar so praviloma prve tekme v kvalifikacijah, grem na tekmo izključno zaradi **vzdušja v skupini Klub Slovinc.** Grem zato, ker se z določenimi člani že dalj časa poznamo in se mi zdi, da se ne samo razumemo, ampak **imamo nekaj več od skupnega obiska tekme. In to je tudi to, kar ti da to društvo.** V društvu **spoznaš nove ljudi** in lahko **z njimi vzpostaviš bolj pristne stike.** V večini se ti stiki končajo samo z občasnim videvanjem na tekmah, nekateri pa **se razvijejo v prijateljski odnos.** Po drugi strani pa društvo

vsekakor prispeva k nekemu bolj zdravemu mreženju. Ne zgolj za materialne, poslovne koristi. Ta poznanstva lahko uporabiš tudi na drugih področjih življenja.

spoznal: 15 do 20 oseb

povabil: 10 oseb

prijateljstva: da

spoznaš nove ljudi

pristni stiki med člani

zdravo mreženje

koristna poznanstva

s člani veliko skupnega

odprti ljudje s podobnimi interesi

družabni vidik navijanja

vzdušje v skupini

več kot samo navijanje

razvijanje prijateljskih odnosov

veliko pristnih stikov

povabim na pivo

prosil za pomoč

dal pomoč članu

dobil pomoč od člana

Koliko ljudi si spoznal na navijanju.

Spoznal sem okoli 15 do 20 oseb, bi lahko rekel na prvo žogo.

Koliko ljudi pa si ti povabil?

Povabil sem okoli 10 ljudi. In to zato, ker imam sam dobro izkušnjo z društvom. To je kot prvo. Kot drugo pa so po mojem mnenju kompatibilni z vrednotami oziroma filozofijo, kot jaz razumem, da jo predstavlja in zastopa društvo.

Ali je od prijateljev, ki si jih spoznal v društvu, kakšen, da se z njim srečuješ mimo dogodkov društva?

Definitivno. Z večino teh ljudi, ki sem jih spoznal v društvu, imam relativno veliko skupnega, in obratno. Večina teče, planinari, skratka aktivno, športno živi. To je močna povezovalna, stična točka med člani. Zato tudi, če koga srečam na cesti, ni težko vzpostaviti pristnega stika. Ne rečemo samo kakšno je vreme, temveč je pogovor o tem, kje je kdo bil, kaj kdo dela, kako partnerski odnos.

Kakšne koristi imaš od teh poznanstev, ki si jih naredil v društvu? Greš s kakšnim na koncert, pivo?

V društvu se zagotovo vzpostavi veliko socialnih stikov. Prej sem govoril o teh pristnih stikih, kar je osnova. No, kakšnih življenjskih konkretnih koristi iz tega naslova nisem dobil, ker jih še nisem iskal, saj jih k sreči nisem rabil.

Se mi zdi, da veliko šteje že to, da določene ljudi, ki sem jih spoznal, lahko povabim na pivo, na ogled tekme. To zagotovo niso zanemarljive koristi članstva.

Bi te ljudi poklical, če bi rabil kakšno korist?

Ja, absolutno. Popolnoma jasno. Bolj eksistenčno kot materialno korist. Ta del članstva, katerega sem spoznal, s katerimi sem bil že na različnih dogodkih, ali je to ogled tekme v privatnem okolju ali v lokalu ali pa konkretnega ogleda tekme – bi se verjetno tudi na te ljudi obrnil.

Me je pa poklical eden od članov, katerega sem spoznal na ogledu tekme, in me je spraševal o nakupu stanovanja. Ker sem ravno takrat kupil stanovanje, sem mu lahko podal veliko informacij o razmerah na nepremičninskem trgu. Sam pa sem člana društva

klical, ko sem rabil prevoz na letališče, saj dela v prevozni organizaciji in mi je pri tem pomagal.

Koliko članov društva bi zamenjal z drugimi, če bi imel to možnost? Mogoče v procentih.
Ali tu misliš, da bi zamenjal ljudi, ki ti ne sedejo po karakterju in drugih stvareh? Lepota druženja v društvu je tudi v tem, da ima verjetno malokdo podoben karakter kot jaz, a v bistvu gre za odprte ljudi in imamo podobne interese, zato do njih ne vidim zadržkov. Težko bi rekel, da mi sploh kdo, ki sem ga spoznal, ne sede, ne ustreza, da bi ga želel apriori zamenjati. Če bi se že moral odločiti, je ta odstotek majhen, minimalen, do 10 % ljudi, če se že moram glede tega opredeliti.

Tvoja asociacija ob imenu Klub Slovinc. Na kaj pomisliš?

Če ne bi imel nič vedenja, predznanja o tem društvu, bi mislil, da gre za neko domoljubno, za folklorno društvo, ki podpira, ohranja ljudsko izročilo. Skratka promovira ljudske slovenske vrednote.

Ker vem več o klubu, vem, da je usmerjeno v šport in vem, da gre za generalno podporo slovenskim reprezentantom na praktično vseh področjih. Ker vem še več, vem, da gre primarno za podporo nogometni, košarkarski in hokejski reprezentanci. In še kateri. Ni pa poudarek na podpori klubom, ampak reprezentanci.

Kaj so dobre stvari kluba? Vem, da kdaj prideš tudi na kakšno rekreacijo, npr. kolesarjenje?

Glede navijaštva se ne bi še enkrat ponavljal. Gre za navijaštvo, ki mi je blizu že celo življenje. Gre za to, da takšno navijanje združuje ljudi, ki so po karakterju različni, ne pa po vrednotah. Skupno nam je pristno navijanje za Slovenijo. Združuje podobno čuteče, misleče in aktivno delujoče ljudi. Gre predvsem za to, da v vseh teh segmentih združuje ljudi. Danes smo vse bolj odtujeni, ampak je Klub Slovinc mehka prijazna prisila, vzpodbuda, ki te nekako prisili da začneš razmišljati o kolesarjenju, vzponu na Triglav in drugih raznoraznih aktivnostih. Tega mogoče sam ne bi naredil. A ko dobiš od šefa mail, te spodbudi, da začneš o tem razmišljati in se določenih stvari tudi udeležiš. Pred leti bi bil sam pobudnik tega, a nas je vsakdanje življenje glede tega malo uspavalo in je dobro, da je nekdo, ki daje to pobudo in spodbudo.

organizacija družabnih dogodkov
različni karakterji, a ne vrednote
podobno čuteči, misleči, aktivni ljudje
prijazna prisila k aktivnosti
anketno planiranje aktivnosti
ni slabih stvari
ni slabe izkušnje
ko nisem aktiven, grem na druženje

Pomanjkljivosti društva. Kaj bi se še lahko naredilo?

Ne vem kako, po kakšnih kriterijih se izbirajo, planirajo aktivnosti društva. Predlagam, da se naredi anketa. To ne rabi biti formalna anketa. Naj se ob različnih priložnostih, druženjih povpraša aktivno članstvo, kaj bi si še želeli. Tako se pridobi nabor predlogov in potem naj se program skladno s strategijo društva še enkrat prevetri.

Nekih slabih lastnosti ni. Itak je vse na prostovoljni bazi in se udeležiš tistih stvari, ki so ti bolj pisane na kožo.

Ali zaradi društva več hodiš na tekme?

Več. Vsi smo socialna bitja in tudi jaz in včasih je ta spodbuda, da spoznaš nove ljudi in po drugi strani, da poglobljaš znanstva z že znanimi ljudi, odločilna. Druženje se mi zagotovo zdi pomembno. Marsikdaj, recimo v jesenskem času, ko vemo, da bo dež, mraz, je lepše biti doma, a ravno to, da bom srečal na tekmi določene ljudi, ki jih nisem srečal že

tri mesece, je tisti jeziček na tehtnici, ki prevaga, da grem na tekmo. In to celo na tribuno za golom, čeprav sta meni osebno bližji tribuna zahod in vzhod.

Utrinek, anekdota iz dejavnosti društva.

Težko bi izpostavil samo enega, ker na srečo negativnih izkušenj ni. Pozitivne pa so vse na enakem prijetnem območju. Tukaj se opravičujem in bi težko karkoli izpostavil. Sigurno pa nikoli ne bom pozabil tekme Slovenija - Rusija v Mariboru. Teh občutkov, ki sem jih imel po tekmi, sigurno ne bom nikoli pozabil. Mi je pa društvo omogočilo, da sem šel lahko na to tekmo.

Vsakič je znova prijetno, ko te ljudi spoznavaš in se z njimi družiš. [Nimam niti ene slabe izkušnje](#). Še celo, [ko nisem aktiven, z veseljem pridem na druženje, po teku trojk](#). Z veseljem pridem na pijačo, ker približno vem, kdo bo tam in še vedno so kakšni novi. Tistih nekaj ur je res vedno super druženje.

Bi za konec še kaj dodal?

Jaz bi si samo želel, da društvo nadaljuje po načrtani poti in poskuša pridobiti še več feedbacka od članstva, ker mislim, da ima izredno dobro bazo in lahko društvo samo še raste.

INTERVJU F

Ljubljana, 26. 06. 2016.

Osnovni podatki:

Spol: M

Starost: 46

Izobrazba: univerzitetna

Zaposlitveni status (delovno mesto): vodenje gospodarske družbe

Prihodki (finančno stanje). izprašanec sam oceni na lestvici od 1 (nizki) do 5: 4

Frekvenca obiskovanja dejavnosti društva: 8x letno.

Področja udejstvovanja: navijanje, kolesarjenje, planinarjenje.

Si eden od treh ustanoviteljev društva. Kaj te je motiviralo? Zakaj je bilo društvo Navijaški klub Slovinc potrebno?

Seveda je bilo motivov več, a **glavni razlog je bil zagotovo druženje**. Po dokončanem študiju sem se iz Ljubljane vrnil domov. Saj veš, sem iz ruralnega območja, ha, ha. Vendar pa sem si želel **ohraniti stik s prijatelji**, dati našemu druženju nov smisel in novo vsebino in ideja o Navijaškem klubu Slovinc mi je bila zelo blizu.

Med razgovori o ustanovitvi Navijaškega kluba Slovinc smo spoznali, da lahko veliko damo »navzven«, predvsem v smislu organiziranega navijanja, ki ga v taki obliki do tedaj ni bilo. Sem rekel: »v taki obliki!«, da me ne bodo kaki Dragonsi ali Vijole demantirali ali demontirali, ha, ha.

Navijanje je imelo dokaj negativen predznak, seveda, saj so se med omenjenima dokaj redno dogajali izgredi. S tem se je delalo veliko škodo ne samo navijanju in navijačem, ampak športu nasploh, konkretno nogometu, ki so ga zunanji opazovalci enačili s huligani. Rekreativna v smislu druženja je bila naslednji cilj. Ta se je v prvih letih sicer izvajala bolj projektno, kot npr. vzpon na Triglav, kolesarjenje na Vršič z nadaljevanjem vzpona na Malo Mojstrovko in podobno.

Cilji so bili tudi širši, na primer poenotenje dresov slovenskih reprezentanc. Vsaka panoga ima svoje drese, svoje barve. Navzven smo popolnoma nerazpoznavni. Tako, kot je večina reprezentanc. Imamo pa v svoji bližini daleč najboljši primer razpoznavnosti in to so Hrvati. Njihovo šahovnico so idealno uporabili. Ha, ha, ko sem bil pred kratkim v Španiji, sem spremljal tek pred biki v Pamploni. Tja pridejo tekači s celega sveta. A tega sploh ne veš, ker se med seboj ne razlikujejo. Razen dveh Hrvatov, ki sta bila oblečena v šahovnico. Tako bi mi lahko imeli Triglav. Raje ne bom nadaljeval, ker lahko iz tega razpravljava naslednjih par ur. Cilj poenotenja državnih dresov žal ni bil dosežen. Je pa bila ustanovitev Navijaškega kluba Slovinc prava odločitev. Če mi dovoliš, bom malo bolj pokomentiral, kajti pred ustanovitvijo Kluba Slovinc sem razmišljal, ali je ta projekt tisti pravi, ali bomo resnično delovali in ali je to dovolj močan projekt, ki nas bo ob težavah, prelomnicah in nihanjih povezoval ali razdvojil. In nas je povezoval. Zato sem prepričan, da je bila to dobra odločitev.

druženje

ohranjanje stika s prijatelji

spoznavati druge države

spoznavanje ljudi

Kaj počneš in kako pogosto si na dejavnostih društva?

Z Navijaškim klubom Slovinc se udeležim predvsem navijanj. Za ostala športna udejstvovanja imam izgovor, da sem predaleč, kar je sicer res, je pa tudi res: če bi se mi dalo, bi zagotovo naredil še kak vzpon na Vršič, Malo Mojstrovko in se zdivjal z Vršiča navzdol, ha, ha.

Kaj ti pomeni rekreacija? Ali je zate rekreacija več kot zgolj športno udejstvovanje?

Rekreacija mi pomeni del življenjskega sloga. Bolje rečeno, bi mi morala pomeniti. Na žalost sem premalo dejaven, je pa vzrok zagotovo v premajhni motiviranosti. Prepričan sem, da bi bil bolj dejaven, v kolikor bi mi rekreacija postala »nuja«. S tem mislim na prostovoljno odločitev o obveznem udejstvovanju. Večkrat sem razmišljal, kako bi se »prisilil«, da bi bil bolj aktiven. Nekaj časa sem hodil na vodno aerobiko – odlična stvar, a kaj, ko sem bil edini moški. Ha,ha. Pa sem dobil izgovor, da nisem več hodil. Rekreacija ni toliko vedno samotarski šport, ampak skupinsko delo. No, si mi dal asociacijo – bi morali narediti še virtualni Navijaški klub Slovinc, da bi preko aplikacij npr. delili informacije, katere cilje je posameznik dosegel.

Rekreacija je po drugi strani čas, ko si razpihaš možgane. Po napornem dnevu en tek ali dve uri kolesarjenja in misel samo na to, kakšen tempo boš izbral, kdaj boš menjal prestavo, ali boš srečal »zajčka« ali »zajčico«, ki ti bo narekoval tempo... kako prijetno razmišljanje o ničemer.

del življenjskega sloga
individualna ali skupinska aktivnost
odklop možganov
gremo na pivo
redna rekreacija

Kaj ti pomeni navijanje?

Dobro vprašanje. Kar to, kar sem pravkar povedal o rekreaciji, torej razpihanje možganov. Ja, navijanje je pa povsem svoja zgodba. Prvo za mene kot posameznika: v želji, da tvoje moštvo zmaga, »padeš noter«, postaneš del množice, katere vsak posamezen del je svoja zgodba, a v pomembnem trenutku združena. In to je tista dodana vrednost navijanja, ki sem jo spoznal, ko sem bil prvič na kakšni tekmi. In ko začutiš tisti utrip, si ga želiš ponoviti.

Seveda ima navijanje kot vsaka množična prireditev močan naboj. Če vzamem samo profesionalne nogometaše najelitnejših klubov na svetu. Torej vrh športnega profesionalizma. Njih ne »premakne« nič, bi si mislil. A zakaj tudi oni bolje igrajo »doma«, kot »v gosteh«? Zaradi navijačev!

Zakaj vidiš športnika, ki gre proti tribuni svojih navijačev in jih spodbuja, da še bučnejše navijajo? Rabi jih. Zase. Rabi njihovo energijo, da se odklopi in naredi tisto, o čemer je sanjal morda celo življenje.

Koliko novih ljudi si spoznal, odkar si v Navijaškem klubu Slovinc? Kako pogosto se z njimi družiš? Se dobiš z njimi tudi izven dejavnosti društva? Ali si pridobil kakšnega prijatelja na dejavnostih društva?

Ooooo, ha,ha veliko. Pojma nimam, koliko. Na žalost z njimi nisem ohranjal stikov. No, nekaj jih je vendarle ostalo. Dogodki, na katerih sem, so zame dogodki in ne del daljšega dogajanja. Da bom bolj jasen – zaradi svojega dela nimam časa, da bi vzdrževal stike z ljudmi, ki jih spoznam. To je sicer žalostno spoznanje, vendar je resnica pač taka. Prav škoda mi je, da ne pošljem kakšnega maila ljudem, ki sem jih spoznal, ki so mi bili zelo pri srcu. Ne morem pa poslati maila, o, elektronske pošte je lepše rečeno, v kateri bi napisal dve vrstici. Nima smisla. Bolje nič, kot da postanem plankton na površju morja ...

spoznal: veliko
povabil: 0 oseb
prijateljstva: da

Koliko novih ljudi si povabil v Navijaški klub Slovinc? Zakaj?

Nobenega. Pa saj je nemogoče! In vendar. Uh, ta je pa huda. Zakaj? Ja, najbrž je res kriva fizična razdalja med nami.

Kaj se dogaja v medosebnih odnosih na fizičnih aktivnostih društva? Se dogaja več kot le rekreacija?

Pojma nimam, ker se jih ne udeležujem. Zadnja stvar je bila kolesarjenje na Vršič. Upam, da se dogaja tudi kaj »dodatnega«, ha,ha,ha. Ne vem, kam meri to vprašanje, jaz sem pomislil na vse kaj drugega, kot to, da **gremo kdaj skupaj na pivo**. Ha,ha. A je to res anonimno?

Ali se ti je v splošnem kaj spremenilo, ko si se včlanil v društvo oz. si začel obiskovati dejavnosti Navijaškega kluba Slovinc?

Vsekakor. **Na tekmah sem bil v vsaj 7-ih različnih državah**. Rekreacijsko se je spremenilo predvsem pri tem, da sem se udeleževal vzponov na Triglav in kolesarjenja na Vršič. Pred obema podvigoma **sem se začel redno rekreirati**. Sploh kolesarjenje na Vršič je bilo zame nekaj povsem novega. Nekaj mesecev sem skoraj vsak dan kolesaril, vsaj 30 km na dan. Glede na to, da sem s hribov doma, je ravníc na tistih poteh bilo bolj malo. Ena od tur je bila Kuk, ja to je tja gor, kamor so pred dvema letoma speljali Dirko po Sloveniji in je eden boljših slovenskih kolesarjev povedal, da je to pa kar dosti težje, kot Vršič. Ha,ha, jaz sem imel to za trening. Madonca sem bil ponosen.

Torej veliko pozitivnih vplivov za telo in dušo – tisto, kar sva govorila prej o novih poznanstvih.

Ali si pridobil kakršnokoli korist v povezavi s prijatelji iz Navijaškega kluba Slovinc?

Vsekakor. Glavni cilj za ustanovitev Navijaškega kluba Slovinc in s tem članstvo v njemu je bil dosežen – **ohranjam prijateljstvo s prijatelji!** In dandanašnji je prijatelj, z veliko začetnico, redkost. Temu primerno nosi večjo vsebino. To je prav gotovo največja korist. Ima pa aktivno članstvo v Navijaškem klubu Slovinc tudi **možnost spoznavanja veliko oseb z različnih področij, kar je odlična možnost mreženja**. Je pa to odvisno od vsakega posameznika, saj se ciljnega mreženja v Navijaškem klubu Slovinc ne izvaja. Tako sem spoznal nekaj ljudi, s katerimi sem kasneje imel stike. **Vsaj trije so mi neposredno pomagali pri delu, ki ga opravljam**. To mi je zelo veliko pomenilo, saj potrjuje mojo misel, da je vsaka dejavnost, ki jo opravljaš, tudi možnost spoznavanja drugih ljudi in odpira možnost za sodelovanja. Pa ne nujno na poslovnem področju. Kjerkoli. Evo, tudi, kako si prej rekel – če se dogaja še kaj več kot rekreacija. Ha,ha. Za dušo. Z mnogimi ljudmi, ki sem jih spoznal, kasneje nisem imel nikakršnega stika, **bi mi pa to poznanstvo zagotovo koristilo, če bi jih v bodoče potreboval**.

Poleg tega **sem bil v mnogih državah**, v katerih brez Navijaškega kluba Slovinc zagotovo ne bi bil.

Bil sem v Romuniji, spoznal sem Malto, Litvo, bil v Latviji, Estoniji, kjer smo zmagali na moj rojstni dan... mnogo lepih spominov.

spoznavati ljudi

mreženje

poslovno sodelovanje

prijateljska pomoč

obiskovanje držav

Bi bil fizično aktiven, če ne bi bilo ugodnih ponudb za rekreacijo s strani Navijaškega kluba Slovinc?

Ravno obratno si me vprašal prej. Pri meni je obratno, ker se rekreacije Navijaškega kluba Slovinc ne morem udeleževati: torej – prepričan sem, da bi bil mnogo bolj fizično aktiven, če bi bil v Ljubljani, saj bi se rekreacije Navijaškega kluba Slovinc zagotovo udeleževal.

No, ti povem še dokaz: ko si me pred dvema dnevi poklical in mi povedal, da bi se pogovorila o Navijaškem klubu Slovinc, sem dobil tako slabo vest, da sem se po dolgem času usedel na kolo in prekolesaril 40 km. Torej je gotovo, da takšno **organiziranje, kot ga ima Navijaški klub Slovinc, zagotovo dobro vpliva na rekreacijo**.

Kaj te motivira, da si še vedno aktiven član društva?

Enako, kar me je motiviralo za ustanovitev Navijaškega kluba Slovinc. Toliko bolj sedaj, ko **sem spoznal kar nekaj zanimivih ljudi**. O, še nekaj, zagotovo: glede na to, da sem vsako leto starejši, vsaj tako se vidi, ko mi voščijo za rojstni dan, me udeležba na navijanjih povrne tja, kjer se počutim - in to je v leta, ko smo Navijaški klub Slovinc ustanovili. Noro!

Kaj so po tvoje dobre stvari v društvu?

Predvsem to, da **širi svoje delovanje**. Prav veseli me, da je organizirano kolesarjenje, da se fitnes razvija.

Kaj bi predlagal, da društvo dela boljše? Kaj bi si želel še dobiti v društvu? S čim si zadovoljen v društvu?

Iz svojega – fizično oddaljenega – zornega kota bi bilo res zanimivo, da bi bili navidežno povezani. Virtualno, da bom bolje razumljen. To idejo sem dobil prej, ko sem razmišljal, zakaj mi rekreacija ni dovolj velika vrednota, da bi bil bolj aktiven... S takšno povezavo bi mogoče res večkrat sedel na kolo, večkrat šel v hribe.

Zanimivo bi bilo, da bi društvo imelo »svoj dan«, kjer bi se srečali skupaj tisti, ki hodijo na fitnes, kolesarji, navijači...

Nikoli še nismo govorili o tem, a sedaj, ko me to vprašaš, **bi razmišljal o ciljnem mreženju**. Večkrat opažam, da sem na dogodkih, kjer se zbere veliko število ljudi, mnogi med njimi imajo enake želje in cilje, ni pa omogočeno ciljno mreženje. Koliko mreženju koristi konferenca, na kateri ima udeleženec prosti čas samo pri kosilu in večerji, a kaj, ko je komunikacijski domet omejen na tri osebe, ki obedujejo skupaj za isto mizo. **Ali športni vikend, kjer se srečajo različni ljudje**, nimajo pa možnosti, da bi se predstavili. Ena minuta je dovolj, da ugotoviš, ali imaš s tisto osebo kakšne skupne točke ali ne. Za pospeševanje mreženja bi uredili bazo podatkov, dosegljivo samo članom Navijaškega kluba Slovinc, v kateri bi vsak zainteresirani lahko opisal, kaj dela, svoje hobije, želje... Ponavljam, vsak bi lahko vpisal. Kdor ne bi želel, se ne bi vpisal v bazo.

Ha, ha. Enkrat sem bil na enem športnem - ops, nisem dejaven samo pri Navijaškem klubu Slovinc - kampu in sem nekaj podobnega predlagal vodji tega kampa. Sicer takrat nisem rekel, da se predstavi, kdor želi, ampak, da se vsak predstavi in pove, s čim se ukvarja. Gospod me je samo čudno pogledal in rekel: »Ne bo nič, enkrat je sem eden prišel z ljubico«. Ha,ha,ha, torej je imel tisti kamp tudi nerekreacijske funkcije. Ha, ha. Aja, to briši ven. Ha, ha.

**motivira za rekreacijo
klub širi svoje delovanje
virtualna rekreacija
vesti »dan društva«
ciljno mreženje
športni vikend vseh**

Predstavljaš si, da bi lahko zamenjal člane društva: katere bi zamenjal? Kolikšen delež ljudi v klubu bi zamenjal z novimi, da bi izboljšal vzdušje: nobenega, največ 10%, do polovice vseh, med 50 in 90 %, vse. Katerih pa nikakor ne bi zamenjal?

U, to pa je vprašanje. Torej, če bi bilo možno, katere bi zamenjal? Ja, nergače. Tiste, ki za vsako stvar najdejo vsaj tri razloge, da lahko kritizirajo. Ja, glede deleža – jaz bi jih zamenjal tudi 90%, če bi jih bilo toliko. Ha,ha. Ne, resno, nergači in »velika usta« - to so tisti, ki vse vedo in nič ne znajo, kot je rekel Mlakar - ti najbolj kvarno vplivajo na vsako združbo. **Zagotovo jih ni več kot 10 %**. Nikakor ne bi zamenjal tistega, ki v društvu dela.

Mi prosim poveš kakšno anekdoto, zgodbo v povezavi s Klubom Slovinc?

Jih je bilo res veliko. Ko smo šli v Romunijo in sem ves prestrašen šel na policijsko kontrolo na letališču, ker sem se bal, da bodo kaj komplicirali, ker sem bil pobarvan. In res, policaj mi nekaj govori in ponavlja, meni se ni sanjalo, kaj želi imeti. Prav blokiran

sem bil. Kaj bo pa sedaj. Potem pa mi pokaže listek, ki ga je imel že prej napisanega. Na njem je pisalo 3:0. Ha,ha,ha, tako me je spravil v smeh. In potem se je začel smejati še sam. Na tej tekmi je Rudonja na svoji 56. reprezentančni tekmi dal svoj prvi gol. Ne, Rudonja ni bil vratar, ampak napadalec. In nas je odpeljal na svetovno prvenstvo. Na tisti tekmi sem prvič nosil uradni dres. In sicer 13, Rudonja. Po koncu tekme mi je vojak, ki nas je varoval, ponujal svojo šapko za dres, a je nisem dal. Jo imam še vedno.

Za nogometne tekme velja pravilo, da zmagamo tekme, ki se igrajo na moj rojstni dan. Do sedaj sem jih zabeležil štiri. Ko smo zmagali tretjič, v Vilni, in sem to povedal Katancu, se je široko zasmel. Naslednji dan sem ugotovil, zakaj – naslednja tekma na moj rojstni dan je bila San Marino. Škoda, da ne Nemčija ali Brazilija, ha, ha.

A še eno: na moj rojstni dan si mi na tekmi v Celju proti Italiji (ja, tudi takrat smo zmagali) izobesil velik transparent: Vse najboljše F. Čez par dni me kliče prijateljica in mi vošči za rojstni dan. Previdno me je vprašala, ali sem bil slučajno na tekmi v Celju. Po moji pritrditvi se je začela smejati in je rekla, da je gledala tekmo po televiziji in se je spraševala, kako to, da ima kak naš nogometaš enak vzdevek in rojstni dan na isti dan kot jaz.

Kolesarjenje na Vršič: Ko sva, kako naj rečem – izgubila stik z vodilno skupino, ha, ha, in kolesarila mimo parkirišča, od koder se vidi Ajdovska deklica, sva zagledala poznanega alpinista Vikija Grošlja, ki naju je začel spodbujati. Tudi ta me je spravil v smeh in mi dal energijo, kar sem mu tudi povedal. Takrat je prvi prišel na Vršič Saša. Eden od kolegov je rekel: »Ja seveda, saj smo te spuščali naprej, ker smo mislili, da si punca«. Ha, ha. Kaj pomeni Navijaški klub Slovinc pove tudi to, da smo trajno ovekovečeni na fasadi celjskega stadiona. Ali, da nas je imel na svoji spletni strani slovenski nogometni reprezentant.

Na kaj pomisliš, ko slišiš za Klub Slovinc, ko dobiš e-pošto društva? Asociacija.
Ko slišim Klub Slovinc je asociacija prijatelj Jože Vozelj.

8.2. Priloga: Polstrukturirani vprašalnik

Polstrukturirani vprašalnik za pomoč izpraševalcu na intervjuju.

Osebni podatki

Spol:

Starost:

Izobrazba:

Zaposlitveni status (delovno mesto):

Prihodki (finančno stanje). Izprašanec sam oceni na lestvici od 1 (nizki) do 5:

Področja udejstvovanja v Klubu Slovinc:

Motivacija

Zakaj si se priključil Klubu Slovinc? Kako si izvedel za Klub Slovinc?

Od kje ti motivacija za vključitev v Klub Slovinc?

Pogostost aktivnosti

Kako pogosto in katere dejavnosti društva obiskuješ?

Rekreacija

Kaj ti pomeni rekreacija? Ali je zate rekreacija več kot zgolj športno udejstvovanje?

Navijanje

Kaj ti pomeni navijanje?

Socialne mreže

Koliko novih ljudi si spoznal, odkar si v Klubu Slovinc? Kako pogosto se z njimi družiš?

Se dobiš z njimi tudi izven dejavnosti društva? Ali si pridobil kakšnega prijatelja na dejavnostih društva? Koliko novih ljudi si povabil v Klub Slovinc? Zakaj?

Kaj se dogaja v medosebnih odnosih na fizičnih aktivnostih društva?

Socialni kapital

Ali si pridobil kakršnokoli korist v povezavi s Klubom Slovinc?

Kako ti koristi vključitev v dejavnosti Kluba Slovinc?

Bi bil fizično aktiven, če ne bi bilo vabil za rekreacijo s strani Kluba Slovinc?

Ocena delovanja kluba

Kaj so po tvoje dobre stvari v Klubu Slovinc? Kaj bi predlagal, da klub dela bolje? Kaj bi si želel še dobiti v klubu? S čim si zadovoljen v Klubu Slovinc? Kaj narediti, da bi bilo delovanje kluba še boljše? Predlagaj, kaj naj bi klub še izvajal?

Zaupanje v člane kluba

Predstavljal si, da bi lahko zamenjal člane Kluba Slovinc. Katere in koliko bi jih zamenjal?

Anekdota v povezavi z društvom

Povej anekdoto, zgodbo v povezavi s Klubom Slovinc?

Asociacija ob imenu

Na kaj pomisliš, ko slišiš za Klub Slovinc, ko dobiš e-pošto iz kluba?

8.3. Priloga: Pristopna izjava Navijaškega kluba Slovinc

NAVIJAŠKI KLUB SLOVENC

Ime in priimek, nadimek: _____,

želim postati član/članica NAVIJAŠKEGA KLUBA SLOVENC.

Rojen/-a: _____

E_mail: _____

Mobilni telefon: _____ Telefon: _____

Naslov: ulica _____

pošta (številka, kraj) _____, _____

Zaposlen/a sem v: _____

Naziv delovnega mesta: _____

Izobrazba: _____

Letno obiščem športni dogodek na reprezentančni ravni: _____ - krat.

Želim obiskovati reprezentančne tekme v naslednjih športih - dopiši:

a. nogomet b. smučarski skoki c. rokomet č. hokej d. drsanje e. odbojka

f. košarka g. alpsko smučanje h. vaterpolo i. _____

Občasno se ukvarjam z naslednjimi športi – obkroži, dopiši:

a. nogomet b. košarka c. kolesarstvo č. planinarjenje d. plavanje e. tek

f. fitnes g. aerobika, vodena vadba h. savna i. smučanje j. tenis k. tarok

odbojka, rolanje, ples, badminton, smučarski tek, nordijska hoja, borilni športi, joga, jahanje

Konfekcijska številka majice (obkroži): XS S M L XL XXL

S podpisom dovoljujem, da se vsi moji osebni in morebitni drugi podatki, ki sem jih navedel zgoraj, lahko hranijo in obdelujejo ter uporabljajo za nedoločen čas oziroma do izstopa iz Navijaškega kluba Slovinc in sicer za statistično obdelavo, pošiljanje oglasnega in informativnega gradiva društva ter za telefonsko, pisno in elektronsko anketiranje.

Kraj in datum:

Podpis:
