

Универзитет у Београду, Филозофски факултет –
Одељење за социологију, Београд

DOI 10.5937/kultura1651184M

УДК 005.32:316.62

796.332-053.85/.9:379.84(497.11)

оригиналан научни рад

ТО СЈАЈНО ТРЕЋЕ МЕСТО ЗА НАЈЛЕПШЕ ТРЕЋЕ ПОЛУВРЕМЕ

КАФАНА И ВЕТЕРАНСКИ ФУДБАЛ

Сажетак: У раду се анализира значај кафана у организационој култури фудбалског клуба ветерана и ветеранског фудбала у Београду. Истражује се улога кафана као сјајног трећег места у којем се организује дружење након утакмице – треће полувреме и проверава теза да је управо то треће полувреме и најважнији циљ организације како појединачних клубова, тако и целокупног такмичења. Основни појмови и приступи социологије организације чине теоријски оквир у којем се настоји спровести поменуто истраживање – појам организације, организационе културе, садржај и типови организационе културе. У овом интердисциплинарном настојању посежемо и за доприносима социологије слободног времена и кафанологије.

Кључне речи: ветерански фудбал, кафана, Београд, слободно време, организациона култура

Увод¹

Идеја за овај рад већ дуго сазрева. Прецизније, у складу са савременим трендовима, овај рад би био део трилогије која у себи има једну заједничку (методолошку) нит – посматрање

¹ Текст је настао као резултат рада на пројекту *Изазови нове друштвене интеграције у Србији: концепти и актери* (св. број 179035), који финансира Министарство просвете, науке и технолошког развоја Републике Србије.

са учествовањем аутора. Наиме, реч је о мојем дугогодишњем игрању фудбала у лиги ветерана Београда (званични назив „Удружење ветерана фудбалских клубова Бгд” – УВФКБ) и социолошким увидима које сам стекао током тог дружења (мислим да је то најбољи опис), а који би могли бити занимљиви социолошкој и широкој јавности. Наслов овог дела јасно подсећа све оне који се баве ветеранским фудбалом на дружење након утакмице (тј. након два званична полувремена) током најлепшег – „трећег полувремена“ (наравно, у кафани). Истине ради, то дружење често и није у кафани него поред терена, јер нису сви београдски клубови „благословени” тим „сјајним трећим местом” – кафаном. Поменуто одредницу увео је Олденбург² (Oldenburg), а код нас учинио општепознатим наш најпознатији социолог кафане или кафанолог (свакако утемељивач дисциплине) – Драгољуб Б. Ђорђевић.³

Други рад био би посвећен настајању организационе културе (новоформираног) клуба ветерана у којем играм од 2010. године (тј. од самог почетка), у којем сам један од оснивача и играч-тренер (играч-менаџер у енглеском фудбалском речнику). Кључна идеја би била истражити тип организационе културе, те норме и вредности ове организације, тј. садржај њене организационе културе – усредсређеност на такмичарски успех, дружење или „треће полувреме” или обоје подједнако (колико је наведено могуће помирити). Најзад, трећи рад би био провера тезе о вези дружења током званичног такмичења у лиги ветерана Београда и постојања социјалног капитала који се заснива на том дружењу – конкретније, социјалних мрежа које би омогућавале лакше остваривање различитих циљева чланова тих мрежа.

Но, да се вратимо теми овог написа. И тема и напис су свакако интердисциплинарни по својем карактеру и подразумевају прожимање социологије организације, социологије слободног времена и, напослетку, кафанологије. Будући да је аутор по својој првенственој истраживачкој оријентацији социолог организације, врло је вероватно да ће и рад бити пристрасан и „искривљен” у правцу те посебне социологије и да ће посегнути за објашњењем истраживане друштвене појаве у „организационом” кључу. Но, пажљиво ишчитавајући све обимнију литературу из кафанологије,

2 Oldenburg, R. (1997) *The Great Good Place: Cafés, Coffee Shops, Community Centers, Beauty Parlors, General Stores, Bars, Hangouts, and how They Get You Through the Day*, New York: Marlowe & Company.

3 Више о заснивању кафанологије у: Ђорђевић, Д. Б. Еј кафано, науко моја, у: *Кафанологија*, приредио Ђорђевић, Д. Б. (2012), Београд: Службени гласник.

не примећујемо анализе везе фудбала и кафане, везе коју бројни љубитељи фудбала широм света не доводе у питање. Према нашем мишљењу ту везу на најбољи начин може да осветли управо социологија организације. Тим више овај рад може бити занимљив и подстицајан.

Но, кључни подстицај за писање оваквог рада у овом тренутку је чињеница да раније поменути утемељивач кафанологије у нас, професор Драгољуб Б. Ђорђевић, уређује тематски број часописа *Култура* под називом „Кафана: то сјајно треће место”. У нашем бољем познавању улогу је, наравно, одиграо фудбал (а кафана ће га, свакако, учврстити). Конкретније, социјална мрежа мојег бившег фудбалског клуба ветерана, тј. мој пријатељ (а професоров даљи шурак) звучног фудбалског имена Рајко Митић био је та друштвено-пријатељска-фудбалска веза која је довела до тога да проф. Б. Ђорђевић и ја сарађујемо на овом социолошком, кафанолошком и фудбалском задатку. У тој сарадњи крајње нескромно смо се почели међусобно ословљавати са социолошки Роналдо (аутор) и социолошки Мурињо (уредник). Добри познаваоци фудбала би обојицу поменутих фудбалских учесника окарактерисали као искључиво усмерене на учинак: индивидуални код првог, клупски (организациони) код другог. Надајући се да ће учинак ове наше сарадње (у складу са нашим надимцима) бити цењен и препознат, мислим да би волели да код читаоца изазовемо и дивљење лепоти игре, тј. социолошке имагинације, те да у том смислу превазиђемо наше фудбалске „парњаке”.⁴

Фудбал и кафана – има нека тајна веза

Појам и функције кафане подробно су објашњене у кафанолошкој литератури последњих година код нас.⁵ На овом месту ћемо дати само основне напомене ради лакшег разумевања везе фудбала и кафане за мање обавештеног читаоца којег заинтригира тема написа. У дефинисању појма кафане неизбежно је поћи од њеног одређења као „сјајног трећег места”.⁶ „Кафана је изистински 'сјајно треће место', одмах иза *породице*, која ће, као примарно средиште наше

4 У томе свакако имамо подршку колеге и пријатеља Ђокице Јовановића – видети Јовановић, Ђ. Поговор: Кафански пенџер застакљен социолошким оканцима, у: Ђорђевић, Д. Б. (2014) *Кафанолошки астал: прилози социолошкој кафанологији*, Нови Сад: Прометеј; Ниш: Машински факултет.

5 Видети: Ђорђевић, Д. Б., приређивач (2012) *Кафанологија*, Београд: Службени гласник; Ђорђевић, Д. Б. (2014) *Кафанолошки астал: прилози социолошкој кафанологији*, Нови Сад: Прометеј; Ниш: Машински факултет; Тематски број часописа *Теме*, бр. 3/2010.

6 Oldenburg, R. nav. delo.

приватности, увек заузимати водећу позицију, њене супротности – *јавности*, без чијег конституисања нема модерног друштва и демократског устројства, и *рада*, као извора егзистенције и самоостварења човека, који деле други положај.” Када је реч о улози кафане као институције, издвајају се еманципаторска, културна, друштвена, доколичарска, економска и политичка функција кафане.⁷

Социолошка важност кафане (као својеврсне друштвене лабораторије) може се првенствено приметити на микросоциолошком нивоу, као што добро увиђа Сретен Вујовић.⁸ Подсећајући на интеракционистичку традицију анализа појединаца или мањих група (у нашем примеру би то били фудбалски ветерани у кафани) он истиче комуникацију путем симбола – речи, гестова и других знакова који нешто значе актерима у тој комуникацији. Према овом схватању макроструктуре (држава, привреда и сличне) су сачињене од низа микроинтеракција и друштвена структура не може се разумети ако се на проуче чиниоци на микро нивоу (наравно, важи и обрнуто).⁹

На трагу поменутих увида у раду ће бити проверена теза о кафани као „сјајном трећем месту”, тј. предложена хијерархија важних места у језику, нормама и вредностима „трећег полувремена” ветеранског фудбала. Биће дат осврт и на функције кафане, али и испитана веза микроинтеракција и макроструктура у наведеном облику друштвености.

О фудбалу, крајње стереотипно али тачно речено „најважнијој споредној ствари на свету” писано је у оквиру разних научних дисциплина и из веома различитих и необичних перспектива.¹⁰ У нашој друштвеној науци то већ није случај, уз часни изузетак антрополога.¹¹ Најчешће су тема проучавања навијачи и навијачке групе. У организованом навијању за фудбалске клубове свакако важну улогу имају и кафане (у Енглеској пабови), али то је тема за неки други напис. Можда је аутор субјективан, али веза фудбала и кафане

7 Станојевић, М. (2010) Институција кафане у Србији и развој модерног друштва: функције кафане, *Теме*, Год. 34, Бр. 3, стр. 822.

8 Вујовић, С. (2010) Феномен кафане и модернизација: фрагменти о европском, балканском и београдском кафанском животу, *Теме*, год. 34, бр. 3, стр. 868.

9 Вујовић, С. нав. дело, стр. 868.

10 Frenklin, F. (2006) *Kako fudbal objašnjava svet: neobična teorija globalizacije*, Beograd: Моћ knjige.

11 *Antropologija fudbala* (2013) Ivan Kovačević, I. i Žikić, B. uredili, Beograd: Odeljenje za etnologiju i antropologiju Filozofskog fakulteta; *Časopis Etnoantropološki problemi*; Institut za etnologiju i antropologiju Filozofskog fakulteta; *Časopis Antropologija*; Srpski genealoški centar.

свакако је највидљивија у ветеранском фудбалу (наравно, када је реч о самим актерима фудбалске игре).

Добри познаваоци фудбала свакако знају да у том погледу има и изузетака у светском, европском и нашем (југословенском, српском, београдском) фудбалу – мајстора игре чији је таленат остао (или можда није) у сенци боемског живота (проведеног где друго него у кафанама). Нашој јавности је (наравно, због књиге и филма „Монтевидео, Бог те видео“) најближи пример предратних фудбалера-боема Тиркета и Моше. Иако се чини да је редитељска слобода у приказивању њихових ликова веома приметна, и други извори потврђују да чувеним Александру Тирнанићу Тиркету и Благоју Марјановићу Моши уживање у кафанама није било страно. Реч је првенствено о кафани „Сабља димискија“, смештеној у срцу старог Београда, недалеко од Ботаничке баште.¹²

Каснији можда најпознатији примери фудбалера-боема су Џорџ Бест (George Best) у Енглеској и Зоран „Чава“ Димитријевић код нас. Но, савремени врхунски фудбал свакако искључује такву врсту „боемштине“, мада веза фудбала и кафане остаје нераскидива (бар у очима наших фудбалских занесењака). Ако се аутор добро сећа, својевремено је један лекар спортске медицине рекао да једно „добро“ пијанство „брише“ шест месеци тренинга врхунског спортисте. Данашњи врхунски спорт подразумева заиста огромне напоре и одрицања и „кафанска боемштина“ свакако представља веома ретке изузетке у њему. Остају нам фудбалски ветерани као чувари те „тајне везе фудбала и кафане“ и тема овог истраживања.

Дружење фудбалских ветерана израз је неформалне друштвености,¹³ друштвености гостију кафане, а која се разликује од нормиране, формалне и организоване друштвености. Гости у кафани исказују свој идентитет (у случају фудбалских ветерана јасно је да фудбал у великој мери одређује тај идентитет). Но, та неформална друштвеност има и своје јасно формално утемељење – организацију такмичења и појединачних фудбалских клубова. У томе се можда донекле ова неформална друштвеност разликује од „класичног“ кафанског друштва, али је слична са, на пример, новинарским кафанским дружењима (која имају утемељење у професионалним удружењима или редакцијским организационим припадностима). У том погледу се слажемо са проф.

12 Голубовић, В. (2013) *Старе кафане Београда*, Београд: *Diamond media*.

13 Маркешић, И. Предговор: Што је кафана и зашто толико приче о њој? у: Ђорђевић, Д. Б. (2014) *Кафанолошки астал: прилози социолошкој кафанологији*, Нови Сад: Прометеј; Ниш: Машински факултет, стр. 23.

Д. Б. Ђорђевићем да је кафана још незаменљива новинарска институција¹⁴ (по нама, то свакако важи и за ветерански фудбал).

Најзад, фудбал и кафану као теме истраживања повезује и још једна посебна социологија – социологија доколице или слободног времена. Поменута дисциплина све више добија на значају у савременој социологији због великих промена у сфери рада – првенствено скраћења радног времена и пораста учесталости и обима флексибилних облика радног ангажовања, али и ширих промена образаца свакодневног живота.¹⁵ Слободно време је време ослобођено од било какве обавезе, у којем особа, употребљавајући своје способности и ресурсе, жели и чини ствари које сматра личним задовољством.¹⁶ Емоционална интелигенција и емоционални рад су основни појмови за анализу облика и праксе доколице, зато што испољавање поузданости, важности и компетенције током нашег добровољно изабраног слободног времена говори другима о томе ко смо и шта сматрамо вредним.¹⁷ Но, често су слобода и избор представљени као примарне карактеристике доколице, али је неоспорно да се наш свакодневни живот одвија у условима емоционалног рада, економске неједнакости, културних разлика и друштвеног контекста који ограничавају поменуту слободу и могућности избора.¹⁸ Као социолог и посматрач-учесник појаве које истражујем свакако могу потврдити наведене ставове, но, о томе ће бити више речи касније у раду.

Организациона култура – теоријске напомене и могућа примена

У одређењу садржаја и типа организационе културе фудбалског клуба ветерана (а тиме и места и важности кафане у њој) потребно је кренути од самог одређења организације и отклонити могућу читаочеву дилему да ли се у овом случају уопште ради о организацији (аутор, наравно, таквих дилема нема). Јасно је да не морамо бити социолози да препознамо значај организација у савременом свету, будући да оне утичу готово на сваки аспект нашег друштвеног живота. Питер Дракер (Peter Drucker) сликовито истиче да „млади људи

14 Ђорђевић, Д. Б. (2014), нав. дело, стр. 40.

15 Stebbins, R. A. The Sociology of Leisure and Recreation, in: Bryant, C. D. and Peck, D. L. (2007) *21st Century Sociology: A Reference Handbook*, Thousand Oaks: Sage, p. 199.

16 Stebbins, R. A. nav. дело, стр. 197.

17 Rodžek, K. (2014) *Rad dokolice: kultura slobodnog vremena*, Beograd: Ekonomski fakultet, стр. 3.

18 Rodžek, K. nav. дело, стр. 5.

данас морају да уче о организацијама на начин на који су њихови преци учили да обрађују земљу”.¹⁹

Иако су организације биле присутне и у древним друштвима и цивилизацијама (Кина, Грчка, Индија), тек у модерним друштвима појављује се велики број организација чија је сврха оснивања остваривање веома разноврсних циљева. Међу такве циљеве спадају и рекреација и бављење спортом (а остварују се организовањем аматерских и професионалних спортских удружења и клубова). Сама реч организација потиче од грчке речи *organon* која означава алат, инструмент, справу, направу.²⁰ Могу се разликовати два основна значења организације: организација као процес и организација као друштвена целина (стање). Према Веберу (Weber), „*организацијом* треба називати трајно делање одређене врсте *са неким циљем*, а *организованом групом* скупину са управним апаратом који трајно дела са неким циљем”.²¹ У Веберовом одређењу можемо препознати оба поменута схватања организације (као процеса и друштвене целине/стања).

У широј области организационих проучавања и ужој дисциплини социологије организације организациона култура је, уз вођство, највише проучавана тема.²² Разлог за то је све присутније уверење да је културна димензија централна у свим аспектима организационог живота. Културне вредности, према мишљењу већег броја аутора, налазе се у основи бројних процеса који се одвијају у савременим организацијама и играју кључну улогу у постизању организационих циљева. Сходно томе, организациона култура се сматра најмоћнијим средством за разумевање понашања људи у организацијама.²³

Бројна су одређења организационе културе. Овде ће бити поменута само нека која на извештан начин представљају шире правце у теорији и истраживањима. Едгар Шјин (Edgar Schein), социјални психолог и несумњиво један од највећих ауторитета у проучавању организационе културе, овај појам дефинише у односу на вођство. Култура је, с једне стране, динамична појава која се стално ствара нашим

19 Scott, R. W. (2003) *Organizations: Rational, Natural, and Open Systems*, 5th edition, Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall, p. 1.

20 Sikavica, P. (2011) *Organizacija*, Zagreb: Školska knjiga, str. 3.

21 Вебер, М. (1976) *Привреда и друштво*, Том први, Београд: Просвета, стр. 36.

22 Buchanan, D. A. and Huczynski, A. A. (2010) *Organizational Behaviour*, Seventh Edition, Harlow: Pearson Education.

23 Jančićević, N. (2013) *Organizaciona kultura i menadžment*, Београд: Centar за издавачку делатност Економског факултета, стр. 1.

интеракцијама са другима и обликује понашањем вођа, али и скуп структура, рутина, правила и норми које воде и ограничавају понашање. Ближим посматрањем култура на нивоу организација и група унутар њих може се јасно видети како се култура ствара, „укорењује”, развија и како се њом управља и, у исто време, како култура ограничава, стабилизује и обезбеђује структуру и значење члановима групе. Ови динамички процеси стварања културе и управљања њом су суштина вођства и наводе нас да схватимо да су вођство и култура „две стране истог новчића”.²⁴

Култура „почиње” са вођама који намећу своје сопствене вредности и претпоставке групи. Ако је та група успешна и основне претпоставке се узимају као дате, онда имамо културу која ће за наредне генерације чланова дефинисати која врста вођства је прихватљива. У том периоду култура дефинише вођство. Али, како група улази у тешкоће прилагођавања због промена околине у мери у којој неке од претпоставки више не важе, вођство још једном „ступа на сцену”. Вођство је сада способност да се искорачи изван културе коју је створио вођа и да се започну еволутивни процеси промене који су више адаптивни. Ова способност да се схвате ограничења сопствене културе и да се култура адаптивно развије је суштински изазов вођства.²⁵

Насупрот овој групи схватања (представљеној кроз анализу становишта Едгара Шајна) и која истиче пресудни значај вође на стварање и промене културе организације, налазе се становишта која указују на више различитих чинилаца који уравнотеженије утичу на овај процес. „Ипак, не би било добро прецењивати улогу лидера у обликовању културе организације. Мада формални лидер може користити моћ да наметне културни садржај који коинцидира са његовим сопственим ставовима и вредностима, та могућност ипак има одређене лимите. Они су, пре свега, у успешности функционисања решења која лидер намеће. Ако та решења нису успешна у решавању проблема и ако не могу успоставити такве емоционалне, политичке или функционалне односе које ће прихватити већина чланова групе или организације тада она неће формирати садржај културе а лидер ће изгубити своју позицију, мада може остати формални руководиолац. Дакле, успешан је само онај лидер који намеће само оно што они које води хоће и могу прихватити”.²⁶ Сходно

24 Schein, E. H. (2004) *Organizational Culture and Leadership*, Third edition, San Francisco, CA: Jossey-Bass, p. 1.

25 Schein, E. H. nav. delo, str. 2.

26 Jančićević, N. (1994) *Korporativna transformacija: promene organizacione kulture, moći i strukture*, Beograd: TIMIT, str. 94.

поменутом, организациона култура се одређује као „систем претпоставки, вредности, норми и ставова манифестованих кроз симболе, које су чланови једне организације развили и усвојили кроз заједничко искуство и који им помаже да одреде значења света који их окружује и како да се у њему понашају”.²⁷

Најчешће се наводе три извора организационе културе: национална култура, карактеристике делатности организације и специфична историја организације (укључујући и личност оснивача, те најважнијих лидера у прошлости организације). Садржај организационе културе се најчешће дели на когнитивну и симболичку компоненту. У когнитивне елементе организационе културе сврставају се веровања, вредности, очекивања, претпоставке, морал, осећања, значења, неформална правила, начин мишљења, поглед на свет. Међу симболичке елементе спадају језик, жаргон, приче, митови, легенде, хероји, ритуали, логотип и друго. Основа поделе наведених двају категорија јесте однос према значењима као основи културе. Когнитивни елементи омогућавају да ситуације, ствари и појаве имају исто или слично значење за све (или бар већину) чланова организације. Они подразумевају све оне категорије које стварају заједничко мишљење и понашање људи у организацијама. Симболички елементи културе представљају категорије које „носе” или исказују та заједничка значења и настају као последица поменутог заједничког мишљења и понашања.

Међу основним когнитивним елементима најважније су норме и вредности. Оне имају прескриптивну улогу у садржају организационе културе пошто указују људима на то чему би требало да теже и какви су обрасци прихватљивог понашања. Могу се релативно јасно препознати и довести у везу са конкретним појавама и догађајима у организацијама.

Симболички садржај организационе културе представљају сви материјални и нематеријални појаве и објекти који су настали као производ заједничких претпоставки, вредности и веровања чланова организације. Језик представља најзначајнији симбол културе у којој се развија пошто није само њен производ, него и сам делује повратно на културу. Језик изражава знања и искуства припадника културе и садржи њена специфична значења. Као у националним културама, и у организацијама се развија језик којим чланови те организације изражавају знања и веровања до којих су дошли заједничким искуством и који исказује значења која стварају, догађајима и појавама припадају чланови организације.

27 Janićijević, N. (2013), nav. delo, str. 35.

Саставни део језика у свакој култури чине и метафоре, приче и митови.

Бихејвиористички симболи представљају различите образце, моделе и устаљене начине понашања чланова организације, а међу најважније се убрајају различити ритуали и церемоније. Материјални симболи чине највидљивији део организационе културе и обухватају све оне материјалне објекте који, осим употребне вредности и основне намене, имају за циљ да представе одређена уверења и вредности чланова организације или их бар прикажу на такав начин окружењу. У поређењу са семантичким и бихејвиористичким симболима, код материјалних симбола је много више наглашена управо та улога представљања културног садржаја спољном свету.

Најзад, важно средство разумевања начина функционисања неке организације је и тип њене организационе културе. Највећи утицај и примену у истраживањима и организационој пракси има класификација коју је први понудио Харисон (Harrison),²⁸ а детаљно разрадио и усавршио Хенди (Handy).²⁹ Хенди је додатно разрадио ову класификацију према којој постоје следећи типови организационе културе: култура моћи, култура улога, култура задатка и култура подршке. Сваком од наведених типова он је ради сликовитости и лакшег разумевања „доделио” одговарајући симбол и божанство из периода античке Грчке.

Култура моћи је представљена пауковом мрежом са центром из којег све почиње у овом типу културе. Симбол је Зевс – врховни и свемоћни бог грчке митологије. Две су могуће крајности код ових култура: с једне стране, организација попут породице на челу са свемогућим оцем који брине о члановима у замену за беспоговорну послушност и, са друге стране, диктатура вође заснована на страху. Извор моћи вође је контрола различитих ресурса, али често једини извор те моћи може бити харизма. Предности овог типа организационе културе јесу брзина реаговања и флексибилност, а недостаци искључива зависност од вође и проблем његовог наслеђивања.

Симболи културе улога су грчки храм и Аполон као бог разума (реда и правила, као што Хенди подсећа). „Графички симбол ове културе је грчки храм, јер снага и лепота грчких храмова потиче из њихових стубова. Стубови представљају

28 Harrison, R. (1972) Understanding Your Organizations' Character, *Harvard Business Review* Vol. 50, No. 3, pp. 119-128.

29 Хенди, Ч. (1996) *Богови менаџмента*, Београд: Желнид.

одређене делове пословања и секторе у организацији овог типа”.³⁰ Основе ове културе су логика и рационалност исказане у правилима и процедурама, а претежни извор моћи положај у хијерархији организације. Предност оваквих култура је поузданост и ефикасност, али само у условима стабилне околине. Као недостаци се често наводе нефлексибилност и одсуство иницијативе. Због тога култура улога касно препознаје потребу за променом, а ако ту потребу чак и уочи правовремено, споро је спроводи.

Култура задатка представљена је код Хендија мрежом. Атина, богиња рата из грчке митологије, заштитница Одисеја (који је успешно решавао различите проблеме) симболизује ову културу. Култура задатка је изузетно прилагодљива, пошто се различите групе и пројектни тимови основани за посебне намене лако мењају или распуштају. Кључни недостатак је отежана контрола чланова организације (тј. превелико ослањање на способности људи).

Последњи тип културе Хенди назива културом личности мада је увреженији Харисонов израз култура подршке. Графички симбол ове културе је скуп појединачних звезда које су необавезно повезане, а најсликовитији представник Дионис, бог уживања, вина и задовољства из грчке митологије. „Култура подршке почива на претпоставци да организација постоји само зато да би својим члановима омогућила да остваре своје индивидуалне циљеве и интересе. Фокус је на појединцу и на његовим интересима, док су циљеви организације као целине занемарени”.³¹

Наведена теоријска одређења применићемо у анализи улоге кафане у организационој култури фудбалског клуба ветерана и ветеранског фудбала у Београду у целини. Пре свега, анализираћемо њихову организацију (као процес и као целину/стање), изворе, те садржај и тип организационе културе. Код садржаја културе организације истражићемо норме и вредности (повезане са кафаном) као когнитивне елементе, а све на основу анализе језика и бихејвиористичких симбола. Као што је раније речено, језик изражава знања и искуства припадника културе и садржи њена специфична значења. Саставни део језика у свакој култури чине и метафоре, приче и митови. Бихејвиористички симболи представљају различите обрасце, моделе и устаљене начине понашања чланова организације, а међу најважније се убрајају различити

30 Хенди, Ч. нав. дело, стр. 24.

31 Janićijević, N. (2008) *Organizaciono ponašanje*, Beograd: Data status, str. 315.

ритуали и церемоније. Наравно, и овде ће у центру пажње бити симболи повезани са кафаном.

*Улога трећег полувремена у организационој
култури фудбалског клуба ветерана и
ветеранског фудбала у Београду*

Ако се вратимо на Веберово одређење, можемо видети да су и ветерански клубови и ветерански фудбал у Београду и организације (процеси) и организоване групе (друштвене целине/стања). Ове друштвене целине су и формализоване, имају своје статуте (прописане законским оквирима) и формалне структуре (укључујући и управне апарате). За разумевање међусобног односа удружења и појединачних клубова најсврхисходније је посегнути за разликовањем институција и организација Дагласа Норта (Douglas North), добитника Нобелове награде за економију. Према његовом мишљењу, „институције су правила понашања у одређеном друштву или, формалније речено, ограничења која је човјек изнашао како би обликовао људске интеракције”.³² Конкретније, институције смањују несигурност дајући структуру свакодневном животу, тј. дефинишући и ограничавајући могућност избора. Те институције су превасходно друштвене и културне, како формалне, тако и неформалне. Попут институција, и организације дају структуру људским интеракцијама. Основни став је да институционални оквир битно утиче на то које ће организације заживети и опстати, на који ће се начин развијати, те и саме повратно утицати на начин развоја институционалног оквира.³³ Поменути институционални оквир, сликовито речено, представља „правила игре” у којима су кључни актери управо организације (у нашем случају клубови ветерана). Аутор је (нескромно речено познавајући „правила игре”, а све у интересу садашњег клуба) искористио свој културни и социјални капитал универзитетског професора да у председништво УВФКБ предложи (боље рећи прогура) представника свог клуба – прво председника Маткета, а затим чувеног клупског оперативца Брку (београдског, не нишког)!

Као потврду поменутог цитирамо део Статута УВФКБ у којем се наводи да је то „спортска организација у области фудбалског спорта која ради у форми спортског удружења фудбалских клубова у категорији ветерана, са територије града Београда, као добровољна недобитна организација

32 North, D. C. (2003) *Institucije, institucionalna promjena i ekonomska uspjehnost*, Zagreb: Masmedia, str. 13.

33 North, D. C. nav. delo, str. 15.

заснована на слободи удруживања више физичких и/или правних лица, организована на основу статута”.³⁴ Очекивано, ни „треће полувреме” ни дружење као такво не помиње се ни у статуту ни у пропозицијама такмичења. Но, кафана је део традиције и „обичајног права” ветеранског фудбала којем нији ни потребно формално утемељење.

УВФКБ је основано 11. новембра 1970. године у Београду у оквиру Фудбалског савеза Београда (ФСБ). Тренутно право наступа имају играчи који су напунили 34 године живота (та старосна граница се повремено мењала). Укупно се у првенству и купу званично такмичи шездесет клубова (мада два клуба у текућој сезони нису одиграла ни меч, тј. одустала су од такмичења). Од 2008. године се одржавају тзв. тријагонали – боље речено завршни турнири селекција свих лига (аутор се мора похвалити избором за најбољег играча 2015. године)! Постоји и репрезентација УВФКБ која је повремено домаћин и гост ветеранима Темишвара.

Фудбалски клуб ветерана „Матико” у којем је аутор учесник-посматрач основан је 2010. године и прошао је све нивое такмичења (тренутно постоје прва, друга, трећа и четврта лига ветерана Београда – ова последња подељена је у две групе). Са поносом наводимо податак да се тренутно клуб бори за прво место у првој лиги, а налази се и у завршници купа. Но, годинама пре тога аутор је био члан другог клуба ветерана, тако да се увиди који се износе у тексту заснивају на оба периода. Име претходног клуба је „Пола пола”, а грб на дресовима два бокала која су нагнута под углом који јасно асоцира на прављење шприцера! Има ли боље потврде везе ветеранског фудбала и кафане од поменутог грба?!

Пре свега, потребно је разликовати два периода „трећег полувремена” – дружење са противничком екипом (понекад уз пиво поред терена, понекад у кафани) и дружење са члановима свога клуба (обавезно у кафани). Као што рече пре неки дан мој пријатељ и бивши саиграч Сале Ивановић, дешавало се да гости „испрате” домаћина и наставе са дружењем у „домаћинској” кафани. Може се рећи да је „изабрана кафана“ важан део идентитета сваког клуба, а често су чланови појединих клубова уједно и власници неке кафане (наведени пример „Пола пола” и легендарног „чивијаша” Уркета). Тада је избор кафане лак задатак, а за власника кафана игра и раније поменуту важну економску улогу – повећање промета и сталну клијентелу. Проблем настаје када се „изабрана кафана” затвори (тренутно „наш случај”

34 Статут спортског удружења *Удружење ветерана фудбалских клубова Београда* (Пречишћена верзија) (2015), стр. 1.

након затварања „Бање” нашег другара Лепог Јовице), када се избор нове кафане наметне као нерешив проблем.

Сам одлазак у кафану након утакмице и „треће полувреме” може се сматрати најистакнутијим бихејвиористичким симболом или ритуалом у организационој култури клубова и удружења у целини. Иницијатор и „алфа и омега” (то му признајем) садашњег клуба Тане је пре неки дан, наравно у кафани након утакмице поново изнео тезу да је дружење у кафани већине чланова клуба основни предуслов спортског резултата. Иако нисам сигуран да је у потпуности у праву, популарни „Мамињо” није ни далеко од истине. А надимак? Ко познаје фудбалске прилике у региону може да закључи и о организацији и начину функционисања нашег клуба. Но, истину за вољу, након низа несугласица, мислим да сам као играч-тренер успео да сачувам тренерску аутономију. Да будем нескроман, резултати нам иду у прилог. Управо пре неки дан сам питао клупског оперативца Брку да ли је на оснивању клуба помислио да ћемо да дођемо у ситуацију да се боримо за „дуплу круну”. Одговор је био „ни у лудилу”.

Но, да се вратимо на основну тему рада – улогу кафане у дружењу фудбалских ветерана. Управо је у току „трећег полувремена” аутор чуо најбољу „животну” социолошку дефиницију социјалног капитала. Цитирам раније помињаног Рајка Митића, саиграча из бившег клуба: „Када имаш неки проблем, испричаш о томе пред другарима у кафани, неко ће ти сигурно помоћи да га решиш.” Ово је најбоља потврда друштвене улоге кафане и, као што је у уводу речено, занимљива тема једног могућег новог истраживања.

Важну улогу у ветеранском фудбалу имају и церемоније – славља због клупских успеха (да не буде нескромно али имали смо богами шта и да славимо) и поменути тријагонали – када се проглашавају најбољи играчи, стрелци и голмани ових завршних такмичења и додељују награде. У финалу купа такмичења уобичајена је додела медаља свим учесницима финала. Наравно, сви поменути ритуали и церемоније одвијају се у кафани.

Норме и вредности различитих клубова ветерана су сличне због истих извора – националне културе и гране делатности, али се разликују због трећег фактора – оснивача и важних лидера у историји организација (клубова). Чини се да се највеће разлике појављују у циљевима клубова (на шта највише утичу поменути оснивачи и лидери) – наглашавању такмичарског успеха или дружења („трећег полувремена”). Наведени циљеви нису нужно супротстављени, али се у пракси то често показује.

Неусклађеност норми и вредности често резултира у свађама унутар клуба (на утакмицама и у кафанама), па и напуштањем организације-клуба од стране неких чланова-играча. То се дешава због сукоба елемената културе моћи и културе подршке: на једној страни су доминантни оснивачи и лидери, а на другој често „звезде тима” или просто чланови који сматрају да су организације ту искључиво ради својих чланова, тј. њих. Питање „минутаже” ту је кључно – процена ко и колико треба да игра. Управо је једна од кључних норми постојећег клуба став да је интерес клуба изнад свега. Део управе због тога је инсистирао да се свако од играча изјасни да ли је спреман да „седи на клупи”, тј. прихвати то као норму и вредности које она подразумева. Вредност која се промовише је дружење у кафани, али уз разумевање за „ометајуће факторе” – породичне и пословне обавезе, недостатак новца и слично.

Још једна пракса разликује клубове – тзв. шверцовање играча или наступање играча који немају право регистрације – млађих или регистрованих активних играча (који наступају за сениорске клубове). Оријентација на успех по сваку цену обесмишљава цело такмичење и у кафанским разговорима током „трећег полувремена” једногласно се осуђује. Може се рећи да је то једна од основних норми, која све више добија и формалну потврду у све ригорознијој такмичарској контроли од стране новоуведених делегата. Но, остају легендарне анегдоте које најбоље препричава Рајко Митић – главни иницијатор дружења у „Пола пола”. Наиме, једном приликом смо били на домаку победе када је противник – ФК „Срем” из Јакова у игру увео очигледно млађег играча у пуном тренингу. Одмах смо најавили жалбу и тражили да поменути играч дође на „препознавање” код судије. Након оправдања саиграча да је морао да пожуре јер га је чекала девојка, у кафани смо (наравно под утицајем Рајка Митића) закључили да је то коначан доказ да он свакако није ветеран чим има – девојку!

Језик је, као што се види из досадашњег излагања, свакако најистакнутији симбол „трећег полувремена”. У њему се јасно исказују норме и вредности организационе културе као њени когнитивни елементи. Саставни део језика чине и метафоре, приче и митови. Често приче временом добијају митску димензију, поготово појединци своје играчке потезе током времена митологизују (а често и количине попијеног пива). То би била манифестна улога наведених прича и митова. Но, њихова латентна функција је свакако јачање кохезије и истицање важних догађаја у прошлости организације, а све ради задовољавања потребе за друштвеношћу.

Питање финансирања функционисања клуба једна је од важних тема током „трећег полувремена”. На овој теми се врло добро види хијерархија важних места у људским животима – породице, јавности, рада и кафане. У микро интеракцијам се препознају и макро структуре у друштву које одређују положај појединца. Утисак је да се прво место породице не доводи у питање, али да се то просто подразумева, без „велике приче”. Наравно, то је важна тема, поготово деца и родитељство. Децје богиње, прехладе, оцене, тренинзи и хобији коментаришу се у пола гласа, уз прећутну сагласност ветерана-родитеља да је данас веома тешко бити – родитељ, а још теже имати и слободно време за фудбал и кафану. Мора се признати да ветерани-родитељи имају склоност да током „трећег полувремена” оговарају ветеране који још немају такве обавезе. Да ли се просто дивимо себи не знам, али смо склони да се чудимо како неки другари у одсуству поменутих обавеза (наравно најлепших) немају времена за фудбал и кафану.

Мушко-женски односи су вечна тема (као и наше жалопојке о женама које немају разумевања за наша дружења, поготово за „треће полувреме”). Наравно, свесни смо да наше жене/партнерке у исто време причају другарицама и комшиницама о залудним мужевима који у озбиљним годинама „јуре за лоптом” и банче по кафанама. За превазилажење таквих нераздевања Рајко Митић је имао оригинално решење – бар једно дружење у кафани са женама/партнеркама, чисто да виде где ми то идемо и шта радимо у слободно време. Од почетка дочекан већинским неодобравањем, предлог је тихо отишао у заборав. Ја сам слично предложио у садашњем клубу, има ли потребе рећи, са истим крајњим исходом.

Супружничко/партнерски односи и родитељство теме су прича које често прате довођење деце на утакмицу коју играмо. Једном приликом је чувени играч и тренер београдског фудбала Драган Симоновић Симке прокоментарисао да сам повео са собом и „пропусницу” – сина, гаранцију да слободно време не проводим на неком другом месту и на други начин, на што би супруга гледала са још мање одобравања. Код смо већ код тога, наравно да је „швалерација” вечна мушка тема, али већина прича се може сврстати у класичне „ловачке приче”. Но, бајке о наводним „швалерским” подухватима део су обавезног кафанског „фолклора” нашег мушког света и ту се фудбалски ветерани не разликују превише.

Улога јавности као другог места своди се углавном на расправе о политици, али уз озбиљне историјске „излете”, поготово Танета и Лепог Јовице. Дотакли смо се наравно

сваких избора, али и рехабилитације Драже Михаиловића и Милана Недића. Наведене расправе ипак су резервисане за најуже језгро клуба – поменуте Танета, Брку, Маткета и аутора. Лепи Јовица је био активнији док смо „треће полу-време” проводили у његовој кафани. Са тим у вези морам да признам да је на изборима 24. априла 2016. моје бирачко опредељење било углавном засновано на разговорима са Танетом и Брком. Моје објашњење зашто сам гласао као и они са задовољством су прихватили – ми „буџетлије” морамо да послушамо привреднике!

То нас доводи и до рада као (другог) места, а које дели са поменутом јавношћу. Што у шали, што у збиљи, највише „прозивки” током „трећег полувремена” трпи аутор текста као професор универзитета (дакле, корисник буџета који они из приватног сектора са муком „сервисирају”). Те прозивке иду толико далеко да се тврди да сам померао и испитне рокове због утакмица! Те шале су наравно само огледало раније поменуте везе микроинтеракција и макроструктура и показатељ ширих друштвено-економских трендова запослености, материјалног положаја и класно-слојне припадности. Тема која се нерадо помиње јесте и финансијски допринос појединих чланова функционисању клуба – доминира углавном разумевање за немогућност плаћања, али уз сагласност ужег руководећег језгра да и када је реч о плаћању/неплаћању важи она стара изрека – „колико људи, толико ћуди”!

Најзад, на крају овог дела ред је завршити правом „кафанском темом”. Наиме, у организационој култури бројних клубова (бар прве лиге) митски статус има гостовање ветеранима ФК „Младеновац”. Реч је о добро организованом екипи која, по правилу, има значајну подршку судија на домаћем терену (у месту „кафанског имена” – Јагњилу). Та чињеница честа је тема разговора током заједничког „трећег полувремена” већине осталих екипа. Но, поменуто гостовање своју митску улогу дугује повратку са утакмице и „трећем полувремену”, које се организује у некој од чувених кафана у околини Младеновца, познатих по одличној јагњетини и прасетини (да их не рекламирамо навођењем имена). То „треће полувреме” се знатно унапред планира и остаје дубоко урезано у колективном памћењу чланова клуба. Такво наше „треће полувреме” десило се 26. октобра 2015. године након наше добре игре али (мора се рећи) заслуженог пораза од 2:1. Оно по чему ће свакако остати упамћено јесте чињеница да је, на опште изненађење, цео рачун платио чувени Томас! По чему је чувен знају чланови нашег клуба, а и добар део фудбалског Београда. Но, због поменутог „трећег полувремена” склони смо да му опростимо много

тога по чему је чувен! Рекао бих да су управо ова и сличне приче и највећа мотивација за наше бављење ветеранским фудбалом, те моје писање о њему.

Закључак

Као што је речено на почетку, идеја о овом раду дуго се „крчкала“ (речено кафанским речником). Мислио сам да то можда не би било занимљиво готово никоме (и још се плашим да сам можда у праву). Но, популарност кафанологије и улога социолошког Муриња – Б. Ђорђевића у свему томе била је прва искра која је „започела пламен“. Друга је била поменута пријатељско-фудбалска веза – Рајко Митић и његово сликовито препричавање наших „трећих полу-времена“, а трећа „Мурињово“ уређивање тематског броја часописа *Култура* о кафани као „сјајном трећем месту“. У позадини свега била је свакако и завист према антрополозима који не само што често играју фудбал, него и пишу о њему. Према сведочењу колеге Бојана Жикића, седнице Одељења за антропологију Филозофског факултета у Београду заказиване су током светског првенства у фудбалу у Јужној Африци 2010. године у преподневним терминима да се не би поклапале са терминима утакмица. Организациона пракса свакако вредна дивљења!

Но, размишљајући о овом раду, мене као социолога занимала је првенствено једна противречност – како то да у тегобним постсоцијалистичким трансформацијским временима опште егзистенцијалне несигурности, неорганизованости и одсуства слободног времена све више појединаца и клубова узима учешће у организованом спортском такмичењу, под све формалнијим и уређенијим условима! Наиме, сећам се времена када су постојале само две лиге ветерана Београда у фудбалу, док их сада има укупно пет са шездесет клубова! Колико је поуздано моје сећање не знам, али знам да ме другари из клуба у кафани „прозивају“ да целу своју каријеру играм за ветеране! Да ли је реч о све већем значају кафане, тј. „трећег полувремена“ као незаобилазне друштвене институције³⁵ у нашим све несигурнијим животима, остаје на читаоцу овог текста да просуди.

ЛИТЕРАТУРА:

Antropologija fudbala (2013) Kovačević, I. i Žikić, B. uredili, Beograd: Odeljenje za etnologiju i antropologiju Filozofskog fakulteta; *Časopis Etnoantropološki problemi*; Institut za etnologiju i

35 Ђорђевић, Д. Б. (2012), нав. дело, стр. 13.

antropologiju Filozofskog fakulteta; Časopis Antropologija; Srpski genealoški centar.

Buchanan, D. A. and Huczynski, A. A. (2010) *Organizational Behaviour*, Seventh Edition, Harlow: Pearson Education.

Frenklin, F. (2006) *Kako fudbal objašnjava svet: neobična teorija globalizacije*, Beograd: Moć knjige.

Harrison, R. (1972) Understanding Your Organizations' Character, *Harvard Business Review* Vol. 50, No. 3, pp. 119-128.

Janićijević, N. (1994) *Korporativna transformacija: promene organizacione kulture, moći i strukture*, Beograd: TIMIT.

Janićijević, N. (2008) *Organizaciono ponašanje*. Beograd: Data status.

Janićijević, N. (2013) *Organizaciona kultura i menadžment*, Beograd: Centar za izdavačku delatnost Ekonomskog fakulteta.

North, D. C. (2003) *Institucije, institucionalna promjena i ekonomska uspešnost*, Zagreb: Masmedia.

Oldenburg, R. (1997) *The Great Good Place: Cafés, Coffee Shops, Community Centers, Beauty Parlors, General Stores, Bars, Hangouts, and how They Get You Through the Day*, New York: Marlowe & Company.

Rodžek, K. (2014) *Rad dokolice: kultura slobodnog vremena*, Beograd: Ekonomski fakultet.

Schein, E. H. (2004) *Organizational Culture and Leadership*, Third edition, San Francisco, CA: Jossey-Bass.

Scott, R. W. (2003) *Organizations: Rational, Natural, and Open Systems*, 5th edition, Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

Sikavica, P. (2011) *Organizacija*, Zagreb: Školska knjiga.

Stebbins, R. A. The Sociology of Leisure and Recreation, in: Bryant, C. D. and Peck, D. L. (2007) *21st Century Sociology: A Reference Handbook*, Thousand Oaks: Sage, pp. 179-187.

Вебер, М. (1976) *Privreda и друштво*, Том први, Београд: Просвета.

Вујовић, С. (2010) Феномен кафане и модернизација: фрагменти о европском, балканском и београдском кафанском животу, *Теме*, год. 34, бр. 3, стр. 821-837.

Голубовић, В. (2013) *Старе кафане Београда*, Београд: *Diamond media*.

Ђорђевић, Д. Б. (2014) *Кафанолошки астал: прилози социолошкој кафанонологији*, Нови Сад: Прометеј; Ниш: Машински факултет.

Ђорђевић, Д. Б. Еј кафано, науко моја, у: *Кафанологија*, приредио Ђорђевић, Д. Б. (2012) Београд: Службени гласник.

Јовановић, Ђ. Поговор: Кафански пенџер застакљен социолошким оканцима, у: Ђорђевић, Д. Б. (2014) *Кафанолошки астал*:

прилози социолошкој кафанологији, Нови Сад: Прометеј; Ниш: Машински факултет.

Маркешић, И. Предговор: Што је кафана и зашто толико приче о њој? у: Ђорђевић, Д. Б. (2014) *Кафанолошки астал: прилози социолошкој кафанологији*, Нови Сад: Прометеј; Ниш: Машински факултет.

Станојевић, М. (2010) Институција кафане у Србији и развој модерног друштва: функције кафане, *Теме*, год. 34, бр. 3, стр. 821-837.

Статут спортског удружења *Удружење ветерана фудбалских клубова Београда* (Пречишћена верзија) (2015) http://uvfkgbd.rs/Dokumenti/Statut_veterana_preciscen_tekst.pdf. stranica posećena 28. aprila 2016.

Хенди, Ч. (1996) *Богови менаџмента*, Београд: Желнид.

Dušan Mojić

University of Belgrade, Faculty of Philosophy –
Department of Sociology, Belgrade

*THE GREAT THIRD PLACE FOR THE GREATEST
THIRD HALF-TIME*

TAVERN AND THE VETERAN'S FOOTBALL

Abstract

This paper analyzes the significance of a tavern in the organizational culture of veterans' football clubs as well as veterans' football in Belgrade. The role of the tavern as "The Great Third Place" (in which socializing after the game takes place – the "Third Half-Time") is studied, as well as the hypothesis that the "Third Half-Time" itself is the most important purpose for the organization of particular clubs, as well as competitions in general. Fundamental sociological concepts of such organisations have been used as a theoretical framework for the research – the concepts of organization, organizational culture, their content and types. In this interdisciplinary endeavor, the contributions of leisure sociology and tavernology have also been considered.

Key words: *veterans' football, tavern, Belgrade, leisure, organizational culture*