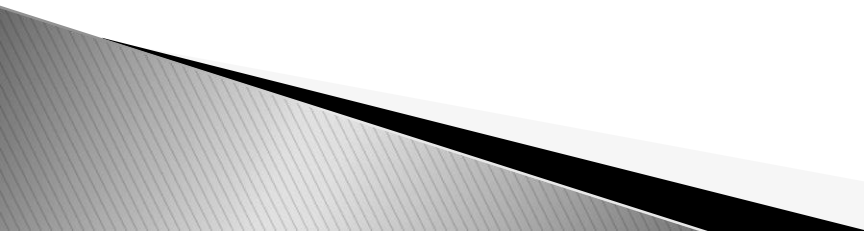


KOMUNIKACIJE U SPORTU

Prof.dr.sc. Marin Ćorluka

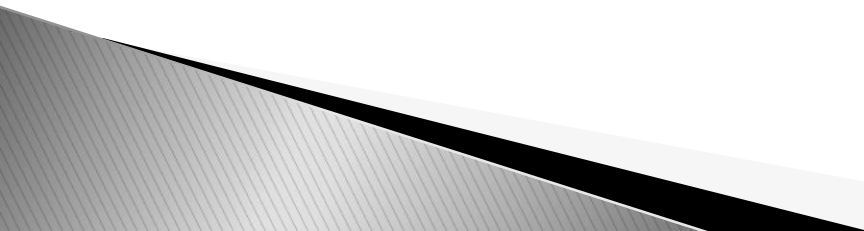
ŠTO SE PODRAZUMIJEVA POD KOMUNIKACIJOM

- ▶ Osnovna pitanja u proučavanju problematike komunikacija u sportu:
 - ▶ Što je komunikacija?
 - ▶ Kada, zašto i kako nastaje?
 - ▶ Koje su osnovne funkcije i karakteristike kao dijela sportske djelatnosti?
- 

▶ Karakteristike sportske komunikacije

- Sportska komunikacije je slična ostalim oblicima komunikacije.
- Različita po tome što je posebna pojava sportskog djelatnog procesa.

- ▶ Obrazovanje iz oblasti sportskih komunikacija podrazumijeva kritički prilaz i analizu teorije i prakse, rada, društvene djelatnosti, obrazovanja i procesa komuniciranja, tj. zastupljenost elemenata sportske komunikacije u nastavnim planovima i programima obrazovanja.

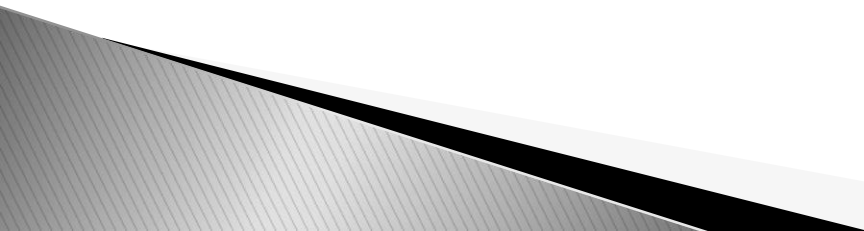
- ▶ Značaj edukacije u oblasti sportskih komunikacija se prenosi u društveni ambijent.
 - ▶ Zainteresirani slušatelji u procesu sportske edukacije trebaju biti subjekti, a ne objekti komuniciranja.
- 

- ▶ Sportska komunikacija je izborila status primjene, a njome se koriste subjekti sporta, sportski menadžeri, sportska pokoljenja i sportska šira društvena zajednica.

Osnovno određenje komunikacija u sportu

- ▶ Što se podrazumijeva pod komunikacijom?
- ▶ -Komunikacija - put kojim prolazi subjekt informacija sa samom informacijom do mjesta i od mjesta gdje se ona stvara, kao i samo to mjesto kao njen ambijent, pa do mjesta gdje se ugrađuje u određeni sportski ili drugi sistem, kao i dijelovi tog sistema koji su proizvod te informacije.

- ▶ Komunikaciju sačinjavaju: informacija, njen subjekt, mjesto stvaranja sa svojom strukturom i funkcijama stvaranja, put prenošenja i njegovog korištenja, kao i samo korištenje, te rezultati koji iz toga proizlaze.

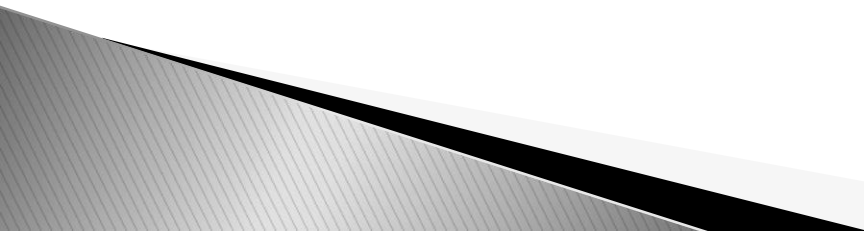
- ▶ Komunikacija:
 - ▶ -uspostavljanje veza, uspostavljanje kontakata, put prenošenja i sadržaj koji se prenosi;
 - ▶ -društvena pojava koju čine informacija ili poruka, subjekt poruke i put/sredstvo prenošenja poruke;
 - ▶ -društveni proces koji sačinjavaju kontinuirane aktivnosti na stvaranju, prenošenju i korištenju informacija.
- 

Komuniciranje u dimenziji sporta

- ▶ Komuniciranje je dimenzija sportskog ponašanja, a sportsko komuniciranje je dimenzija sporta.
- ▶ Komuniciranje je proces razmjene informacija.
- ▶ Razmjena informacija se odvija između:
 - ▶ -ljudi na personalnom nivou;
 - ▶ -pojedince i različitih skupina (grupa, kategorija, zajednica, organizacija i institucija);

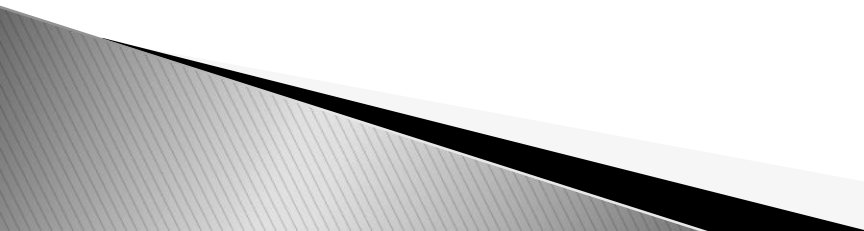
- ▶ -između različitih skupina;
- ▶ Komuniciranjem se vrši utjecaj preko sadržaja informacije tako što se uzimaju elementi tog sadržaja i ugrađuju u nove pojave.

Što je informacija, a što poruka

- ▶ Da bi se komunikacija uopće dogodila, potrebna je poruka koju treba prenijeti.
 - ▶ Poruka se prenosi od izvora kroz komunikacijski kanal do primatelja i pritom prilagođava karakteristikama kanala.
 - ▶ Povratna informacija osigurava potvrdu da je poruka ispravno primljena i interpretirana.
- 

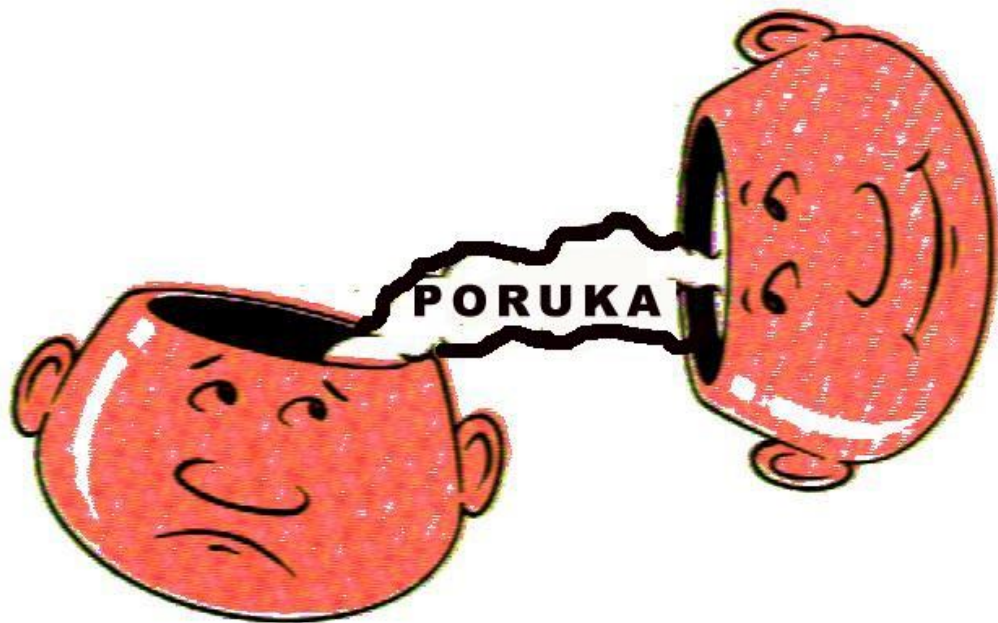
▶ Pri definiranju komunikacije ili komuniciranja, osnovni pojam kojim se izražava sadržaj pojma komunikacije je pojam – informacija.

*Pojam informacija – saznanje o prisustvu jedne pojave ili njenim karakteristikama vezanim za porijeklo, strukturu, funkciju ili dinamiku.

- ▶ Informaciju čine podaci o pojavi koje prima subjekt komuniciranja, odnosno subjekt kao element sistema komunikacije.
 - ▶ Informacijom se mogu primiti, ali i slati podaci o predmetnoj pojavi ili njenim osobinama.
 - ▶ Obično se za informaciju kojom se transportiraju relevantni podaci kaže da se radi o poruci.
- 

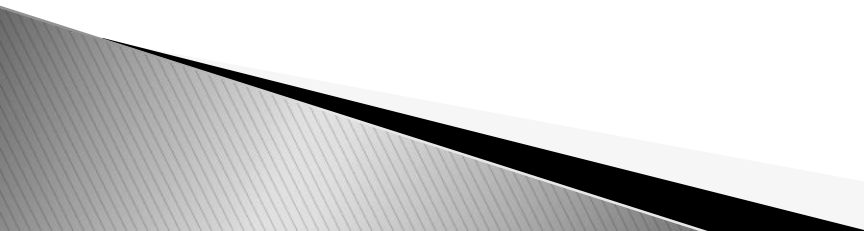
- ▶ Poruka je informacija kojom se šalju relevantni podaci sa ciljem da se putem nje postignu određeni unaprijed projektirani ciljevi u vezi s pojavom na koju se ti podaci odnose.

PROCES KOMUNIKACIJE ?



- ▶ Poruka je namijenjena informacija, odnosno informacija sa kojom se unaprijed zna što se može postići i sa tog stanovišta ona se pušta u komunikaciju.

- ▶ -Informativni stav - dio poruke koji sadrži informaciju i opredjeljenje subjekta stava u pogledu veza između sadržaja i cilja informacije.
- ▶ -Apel- podsticajni dio informativne poruke kojim se stavlja do znanja značaj informacije, informativne poruke ili informativnog stava

- ▶ -Kod – element informacije, gdje se preko određenih simbola oblikuju poruke i drugi informativni sadržaji.
 - ▶ Kod sadrži i pravila prenošenja informativnih sadržaja. Javlja se kao jedan od osnovnih elemenata u strukturi komunikacije.
 - ▶ Kodni sistem- model reguliranja procesa komuniciranja.
- 

- ▶ Šifriranje i dešifriranje- faze komunikacije;
- ▶ Postupci onoga tko predaje i tko prima informaciju;
- ▶ Priroda kanala kojim se prenose informacije zahtijeva postupak kodiranja i šifriranja kako bi se sačuvao autentični sadržaj poruke;

- ▶ Bit je strukturna jedinica komunikacije mehaničkog identiteta i javlja se kao jedinica memorije digitalnog računara i kao osnovni element mehaničkog predstavljanja strukture informacije.
- ▶ Vizualni identitet ili imidž predstavlja karakterističnu informaciju, to je osnovna predstava jednog pojma o pojavi, predmetu, subjektu, skupini i sl.

- ▶ Reklama je informacija, informativna poruka ili informativni stav ili apel kojim se nastoji upoznati javnost sa nekim proizvodom i uvjeriti javnost da se proizvod prihvati.
- ▶ Reklama je složena komunikacijska tvorevina sastavljena od reklamnih apela, reklamnih stavova, poruka i reklamnih informacija.

- ▶ Propaganda je informativno komunikacijska tvorevina sastavljena od brojnih reklamnih poruka, informacija i stavova, izražena u vidu aktivnosti, djelatnosti i čitavih sistema, preko kojih se nastoji transportirati, prenijeti informativno reklamni sadržaj o jednoj pojavi, djelatnosti, dijelu sistema ili čitavom sistemu i plasira javnom mnijenju.

- ▶ Medij je sredstvo za prenošenje i prostor za smještaj informacije, reklame, odnosno propagande;
- ▶ Znak/zaštitni znak je dio informacije, karakteristična reklamna poruka, apel o jednom proizvodu koji najčešće predstavlja suštinu predmeta na koji se odnosi;

- ▶ Informiranje predstavlja transmisiju predmetnog sadržaja od mjesta nastanka do mjesta korištenja, ili od izvora do njenog ušća, u strukturi druge pojave.
- ▶ U ulozi primatelja ili recipijenta može biti pojedinac ili grupa, institucija, organizacija ili pojedina kategorija.

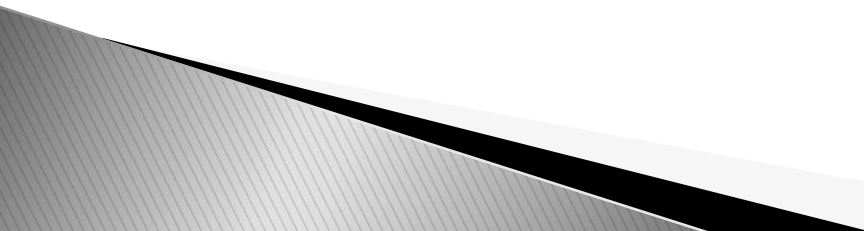
- ▶ Javno informiranje je aktivnost stvaranja, prenošenja i korištenja informativnog sadržaja koja ima za cilj da širenjem informacija obavještava građane, odnosno javnost o zbivanjima u koja su društveni subjekti uključeni, ili tek treba da se uključe.

- ▶ Javnim informiranjem se formira javno mnijenje, kao poseban društveni agregat, koji igra značajnu ulogu u socijalnom i društvenom ambijentu, pa se odražava i na socijalni i sportski menadžment.

Što je sportska komunikacija i sportsko komuniciranje

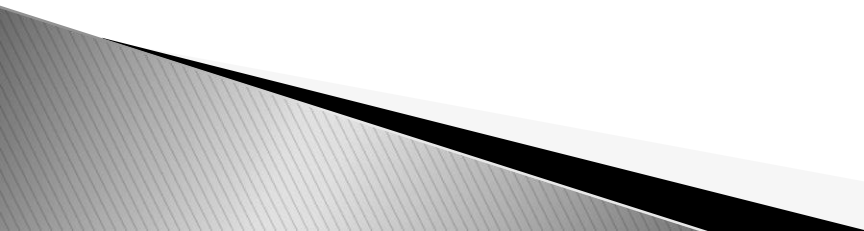
- ▶ Sportsko komuniciranje je aktivnost na stvaranju, prenošenju i korištenju sportskih informacija radi donošenja sportskih odluka, te prenošenja i ugrađivanja sportskih odluka u sportski sistem, odnosno njihovog razlaganja procesom poslovanja.

- ▶ Sportske komunikacije predstavljaju sistem komunikoloških aktivnosti koje su racionalno koordinirane od sportskih subjekata, kako bi istovremeno djelovale u predstavljanju sportskih rezultata na određenom lokalitetu.

- ▶ Sportsko komuniciranje je proces, način razmjene informacija između sportskih partnera, a uči se kao i svaka druga aktivnost.
 - ▶ Uspješni sportski menadžeri odlikuju se zavidnom općom kulturom, znanjem stranih jezika i informatički su pismeni.
- 

Publicitet i komuniciranje u sportu

- ▶ Publicitet znači otvorenost podataka ili informativnog sadržaja o sportu i ponašanju značajnijih subjekata (pojedinaca, grupa, institucija, organizacija, predstavnika sportskih klubova, ekipa, timova, reprezentacija i organa vlasti) nositelja značajnijih društvenih, u ovom slučaju sportskih uloga, ugleda i prestiža te društvenog utjecaja.

- ▶ Sinonimi za publicitet su:
 - ▶ javno obavještanje
 - ▶ javno objavljivanje
 - ▶ upoznavanje javnosti i sl.
 - ▶ U procesu komuniciranja, u strukturi informacija prisutni su i ostali popratni elementi.
- 

- ▶ Redundanca- pseudo informacija je dio sadržaja u strukturi informacije ili čitava informacija, odnosno snop informacija koji je poznat subjektima komuniciranja.
- ▶ Entropija-potiskivanje informacija, njome se označavaju sav negativna djelovanja koja na tok informacijskog procesa vrše objektivne sile, bez obzira na njihovo porijeklo, sprječavajući da komunikacija teče organizirano.

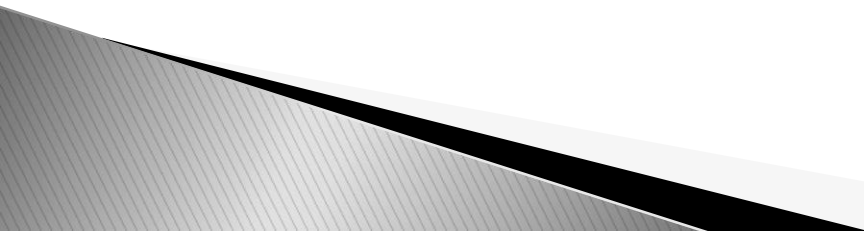
Komuniciranje i razgovor

- ▶ Komuniciranje je smišljena i isplanirana akcija komunikatora da putem verbalnog angažiranja utječe na sugovornika radi uspostavljanja određenog odnosa i ostvarivanja različitih ciljeva.
- ▶ Proces komunikacije je efikasan kada je kod obiju strana komunikacijskog kanala postignuto razumijevanje sadržaja poruke, te kada poruka omogućuje izvršenje određene akcije ili usvajanje određenog novog mišljenja.

- ▶ Komunikacija predstavlja jedan od oblika stvarnosti, objektivne realnosti sa karakteristikama koje vladaju u određenom procesu, ali i specifičnostima koje je čine posebnim oblikom.

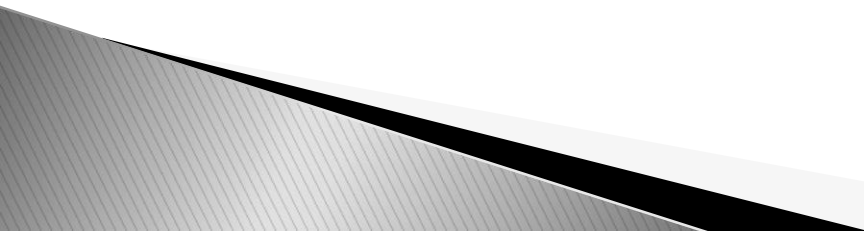
- ▶ Razgovor je osnovno sredstvo komuniciranja na relaciji sportaš-sportaš, sportaš-menadžer.
- ▶ Dobro isplaniranim razgovorom može se sugovorniku najefikasnije iznijeti određena ideja i njegovo razmišljanje usmjeriti u željenom pravcu.
- ▶ Sportskim razgovorom ostvaruju se različite funkcije kao što su uspostavljanje novih sportskih odnosa, informiranje, pokretanje natjecateljskih odnosa, koordiniranje već uspostavljenih odnosa u sportu ili nekoj drugoj oblasti.

Pristup sportskim komunikacijama

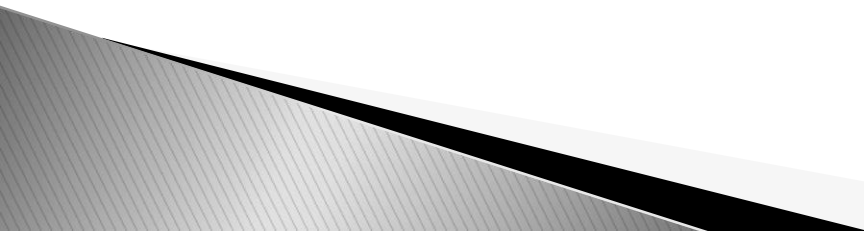
- ▶ Jedno od odredišta sociološkog pristupa sportskim komunikacijama, a posebno medijima sportskog komuniciranja je u određivanju predmeta istraživanja
 - ▶ On se može definirati preko interakcijskog odnosa koji nastaje između elemenata u komuniciranja, a posebno komunikatora i medija.
- 

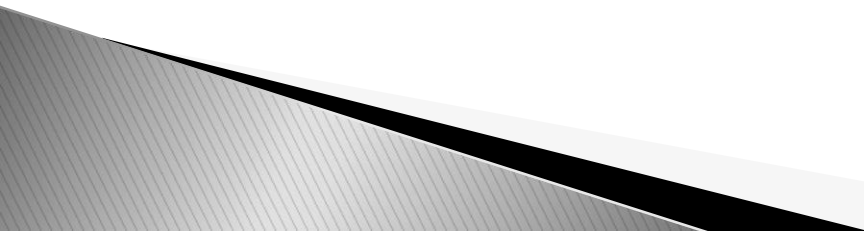
- ▶ Prednosti radija i televizije/specifične karakteristike:
- ▶ -radio i televizija omogućuju trenutnu difuziju
- ▶ -zamjenjuju kolektivno gledanje individualnim
- ▶ -ne zahtijevaju nikakvu aktivnost ni napor
- ▶ televizija zaokuplja pažnju znatno više od radija
- ▶ sadržaj primljen putem slike se bolje pamti od sadržaja primljenog čulom sluha.

- ▶ Pored sociološke kategorije koju definiraju radio i televizija kao sredstvo sportskog komuniciranja, za sociološki pristup sportskih komunikacija od izuzetnog je značaja i publike.
- ▶ Publiku možemo klasificirati prema određenim razlikama- spol, dob, društveni status i profesija, nivo obrazovanosti, porodična situacija, vjeroispovijest, demografski i geografski uvjeti itd.

- ▶ Posebna sociološka dimenzija sportskih komunikacija određuje se u relaciji sa slobodnim vremenom i odnosom prema drugim načinima korištenja slobodnog vremena.
 - ▶ Sredstva sportskog komuniciranja su i sredstva razonode, informiranja i obrazovanja.
- 

Propaganda i komuniciranje u sportu

- ▶ Propaganda je oblik psihološkog djelovanja u tijesnoj vezi sa informativnom aktivnošću u sportu.
 - ▶ Ponekad je propagandi podložan i sam proces informiranja.
 - ▶ Cilj propagandne aktivnosti je da se određena populacija pridobije za propagandom sugerirano ponašanje.
- 

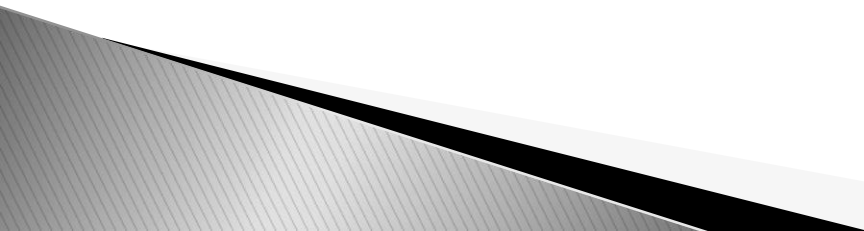
- ▶ -Ideološka propaganda
 - ▶ -Sportska propaganda
 - ▶ -Kulturno-prosvjetna propaganda
 - ▶ - Turistička propaganda
 - ▶ -Militaristička propaganda
- 

Komunikacije i javno mnijenje u sportu

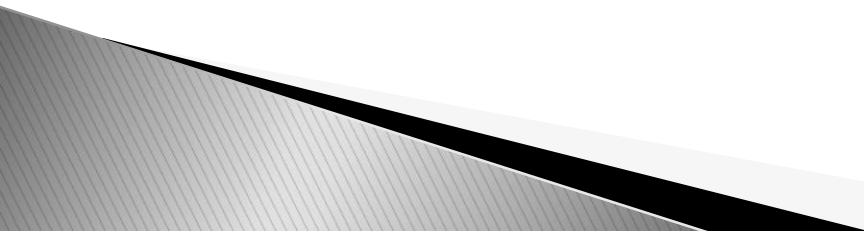
- ▶ Postojanje uzajamnosti komunikacije i javnog mnijenja;
- ▶ Svrha komunikacije je da se formira stvaralačko javno mnijenje i obratno, javno mnijenje determinira karakteristike sistema komuniciranja u sportu.
- ▶ Javno mnijenje je kolektivna svijest izgrađena na komunikacijskim sadržajima, gdje se, putem javnih i općeprihvaćenih stavova djeluje na nove informacije, vrši testiranje novih stavova, stvara informatički sadržaj kao i javno kontrolirani kanali i sredstva prenošenja i regulirani sistem korištenja rezultata komunikacije.

Funkcije mas-komunikacija u sportskoj komunikaciji

- ▶ Edukacijom u oblasti sportske komunikacije treba omogućiti nastavu u kojoj će slušatelji biti u ulozi aktivnih komunikatora, noseći često ulogu interventa, a ne samo respondenta, čime se u pedagoškoj komunikaciji u sportu treba približiti komunikacijskom nivou, tako da nadređeni dobiju ravnopravnog sugovornika u liku sportaša.

- Njegovanjem dijaloga i sugovornništva ostvaruje se aktivna uloga sportaša u komunikaciji, čime ta komunikacija postaje sportska i pedagoška.
 - Aktivno učešće u komunikaciji i spontanost u doživljaju sadržaja komunikacije polazišta su pedagoške komunikacije u sportu.
- 

Teorijske osnove sportskih komunikacija

- ▶ Teoriju komunikacija u sportu čine:
 - ▶ -konceptualni pristupi komunikacijama u cjelini
 - ▶ -naučni pristup sportskim informacijama
 - ▶ -proučavanje sredstava preko kojih se prenose sportske informacije, odnosno mas-medija.
- 

Pojmovno kategorijalni okvir teorijskog prilaza komunikacijama u sportu

- ▶ Komuniciranje-komunikologija (posebna sociološka disciplina).
- ▶ Prenošenje i razumijevanje značenja poruka.
- ▶ Komunicirati -sporazumijevati se.
- ▶ Komunikacija je razmjena iskustava, koja omogućuje razvoj živih bića

- ▶ eng .**community** = zajedništvo
- ▶ lat. **communis** = zajedničko.

- ▶ Komunikacija ispunjava osnovnu ljudsku potrebu “*biti u kontaktu s drugim ljudima*”.

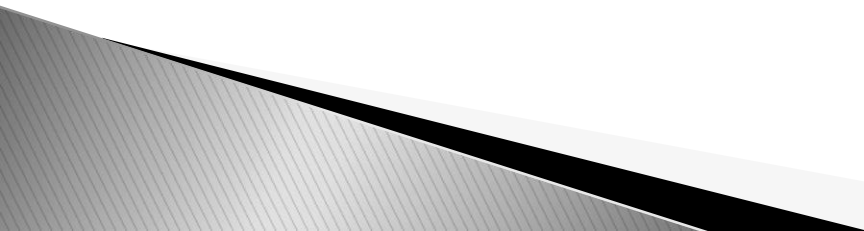
- ▶ Komuniciranje je dugo bilo čovjekova prirodna sposobnost, sve dok razvoj sportskih odnosa nije pokazao da čovjek u taj proces ne stupa na bazi prirodne sposobnosti, već osposobljenosti, kao proizvoda privilegije i dostupnosti kanala komunikacije.
- ▶ Informacijska revolucija koja se smješta između tehničke, tehnološke i znanstvene revolucije i čije se konsekvence ogledaju u produkciji sportske kulture, stvara niz proizvoda, na kojima se zasniva socijalni razvoj, ali i problem “nus produkta” koji prate taj razvoj u sportu.

Elementi znanosti u teoriji o komunikacijama

- ▶ Shvatanje komunikacije kao izvjesnog procesa;
- ▶ Sportska komunikacija je sastavni dio složenosti samoga života i više se ne javlja kao čisto mehanički fenomen.
- ▶ Kada imamo neku potrebu, komunikacija nam omogućava da predamo informaciju drugim ljudima, u svrhu obogaćivanja vlastitog, kao i života drugih ljudi.
- ▶ Obogaćivanje života se odnosi na urođenu ljudsku potrebu da doprinosi za dobrobit sebe i drugih ljudi kroz procese **socijalne interakcije**, te **empatijsko vezivanje**.

- ▶ **Komunikacija** predstavlja **dijeljenja** znanja interakcijom s drugim jedinkama i predmetima.
- ▶ Ovo uključuje vizualne metode, kao što su znakovni jezik, te audiore, kao što su glas i muzika, kao i fizikalne, kao što je dodir.

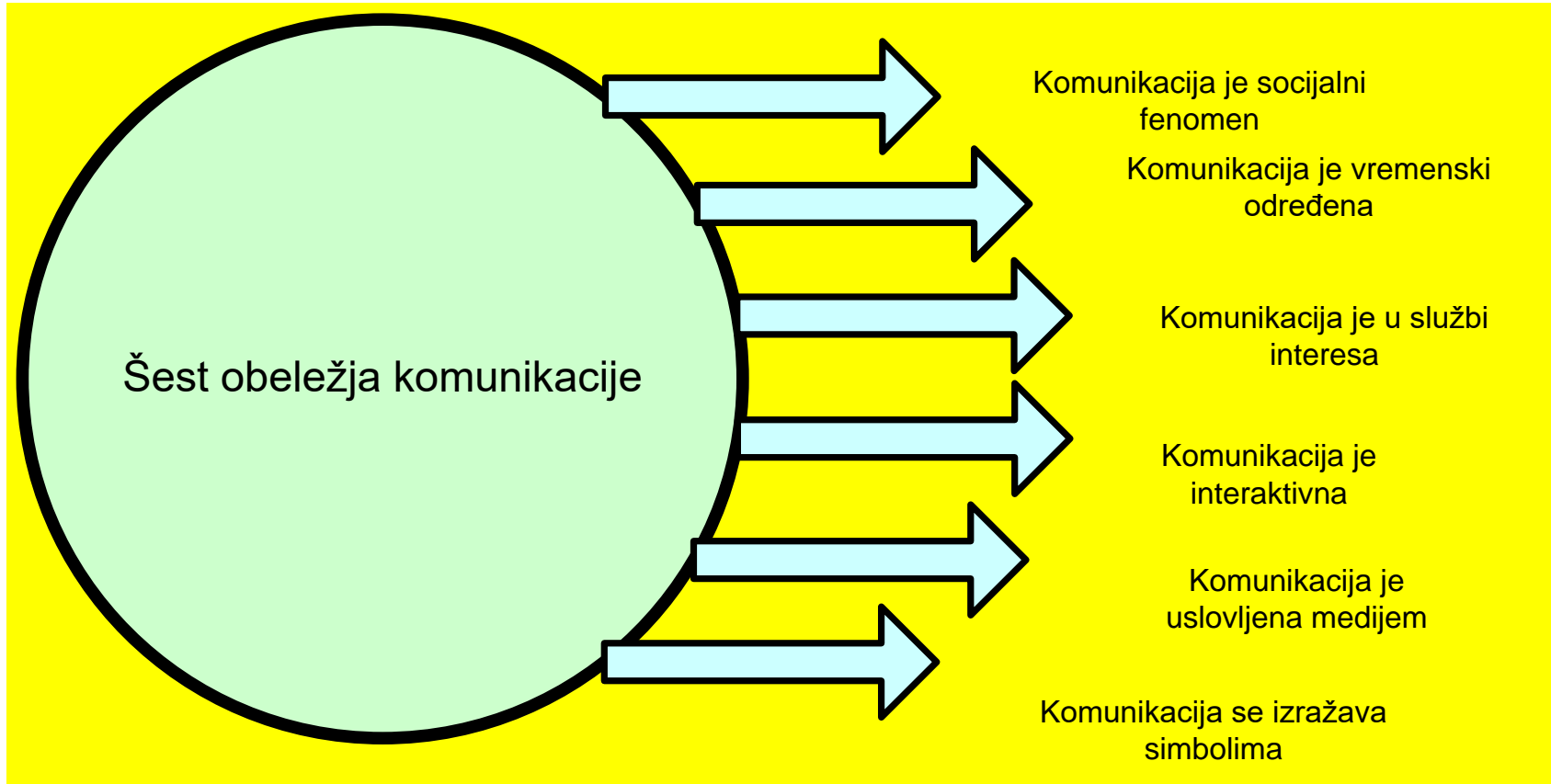
- ▶ Ljudska komunikacija se odnosi na socijalnu interakciju **razmjenjivanja** informacija, a sve u svrhu razumijevanja i socijalne povezanosti.
- ▶ Ljudi posjeduju prirodnu i urođenu potrebu **da komuniciraju** jedni sa drugima, **da stvaraju** međuljudske odnose, te **da održavaju i podržavaju** ljudske veze.

- ▶ Komunikacija je vitalan dio poslovanja, organizacije i menadžmenta.
 - ▶ Svi stalno komuniciraju: prenose se poruke, vodi se korespondencija, razmjenjuju i obrađuju informacije.
- 

- ▶ Komunikacijska je kompetencija jedinstvo jezične, društvene, kulturne i strateške kompetencije.
- ▶ To je spoj jezičnih vještina i društvene interakcije.
- ▶ Komunikacija je vitalan dio poslovanja, organizacije i menadžmenta.

- ▶ Komunikacija može predstavljati granicu između uspjeha i neuspjeha.
- ▶ Susretljivost, dosljednost, točnost i urednost su kvalitete koje pridonose pozitivnom iskustvu.
- ▶ Neuredan dopis, nepregledna ili čak netočna informacija utječu na stvaranje negativnog dojma.

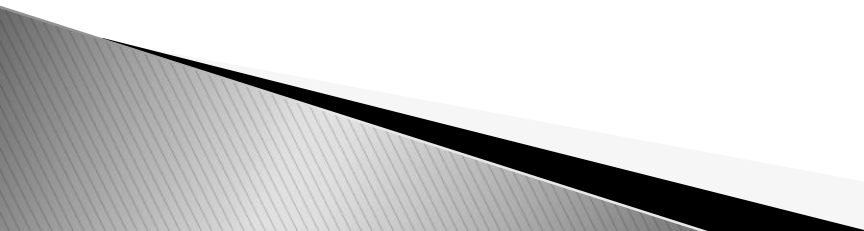
Komunikacija



- ▶ Pojam procesa je ono što nas sprječava da stvorimo jednostavnu formulu komunikacije i što nam, umjesto toga, dopušta da obećamo prilaz realističan i čvrsto zasnovan na znanju koje pristiže iz mnogih znanstvenih oblasti.
- ▶ Komunikatori su počeli uzimati u obzir sve više aspekata komunikativne situacije i prilaziti joj relativistički raspoloženi.
- ▶ Nova orijentacija označava revoluciju- do tada se vjerovalo da bi tehnički ispravna poruka trebala biti univerzalno prihvaćena, samo zato što je “ispravna”.

- ▶ Iz sociologije je komunikacija posudila dvije ideje: pojam socijalnog sistema i pojam difuzije inovacija.
- ▶ Pojam socijalnog sistema: to je svaka društvena struktura zasnovana na inovacijama, koja se mijenja iznutra (porodica, crkveni skup, gradska zajednica), a koja ima cilj, norme, podjelu statusnih uloga itd.
- ▶ Život socijalnog sistema sačinjava nekoliko važnih procesa-komunikacija, donošenje odluka, održavanje granica i društveno-kulturno povezivanje.

- ▶ Ideje i istraživanja, nikli iz proučavanja difuzije inovacija, proistekli su iz zanimanja za tehnološke promjene, shvaćene kao element presudan za društveni razvoj.
- ▶ Sociolozi sporta koncentrirali su svoju pažnju na nekoliko vidova rasprostiranja inovacija:
 - ▶ -na ranija lična iskustva koja povoljno utječu na usvajanje i rasprostiranje novih ideja
 - ▶ -na društvene karakteristike pojedinaca i zajednica koje utječu na prihvatanje i rasprostiranje neke djelatnosti

- ▶ -na faze ponašanja kroz koje netko prolazi od trenutka prvog susreta sa novom idejom do njenog konačnog usvajanja
 - ▶ -na one karakteristike novih ideja ili djelatnosti koje ih čine manje ili više prihvatljivima
 - ▶ -na socijalne uloge pojedinih ličnosti koje u okvirima jedne zajednice posreduju pri zavođenju inovacija.
- 

- ▶ Analiza funkcija koje komunikacija ljudi obavlja u životu dovela je do još jednog značajnog zapažanja:
- ▶ Ljudi ne vole samo primiti informacije od drugih, već i da priopće drugima ono što misle i osjećaju.
- ▶ Tako su pojmu komunikacije dodani i pojmovi kao što su izraz, odnos i participacija.

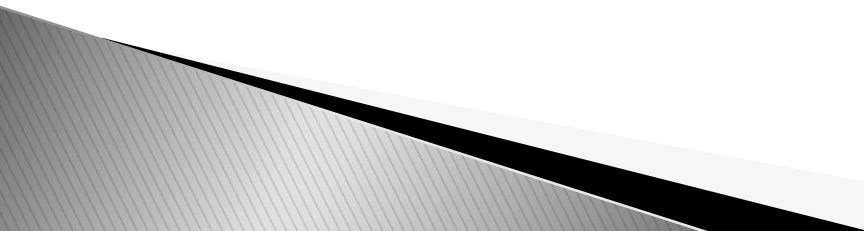
Zašto komuniciramo?

Komuniciramo iz razloga da:

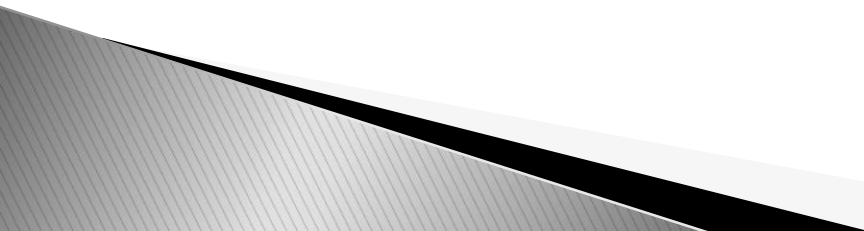
- **prenesemo informaciju**
- **podučimo/naučimo**
- **obavimo zadatak**
- **uvjerimo i nagovorimo**
- **iskažemo osjećaje**
- **ostavimo dojam**
- **radi zabave**

- ▶ Zanimljiva manifestacija pažnje koja se u proučavanju procesa komunikacije obraća primatelju jeste teorijski koncept “suorijentacije”.
- ▶ Dvije osobe mogu slično percipirati, interpretirati isti predmet te će protok komunikacija između tih osoba biti efikasniji što je veća sličnost (“suorijentacija”) među njima.
- ▶ Suorijentacija može poslužiti kao didaktičko sredstvo pri unaprijeđenju vezanosti inicijatora komunikacije za primatelja i njegov interes.

Komunikologija-autentično znanstveno zasnivanje komunikacija

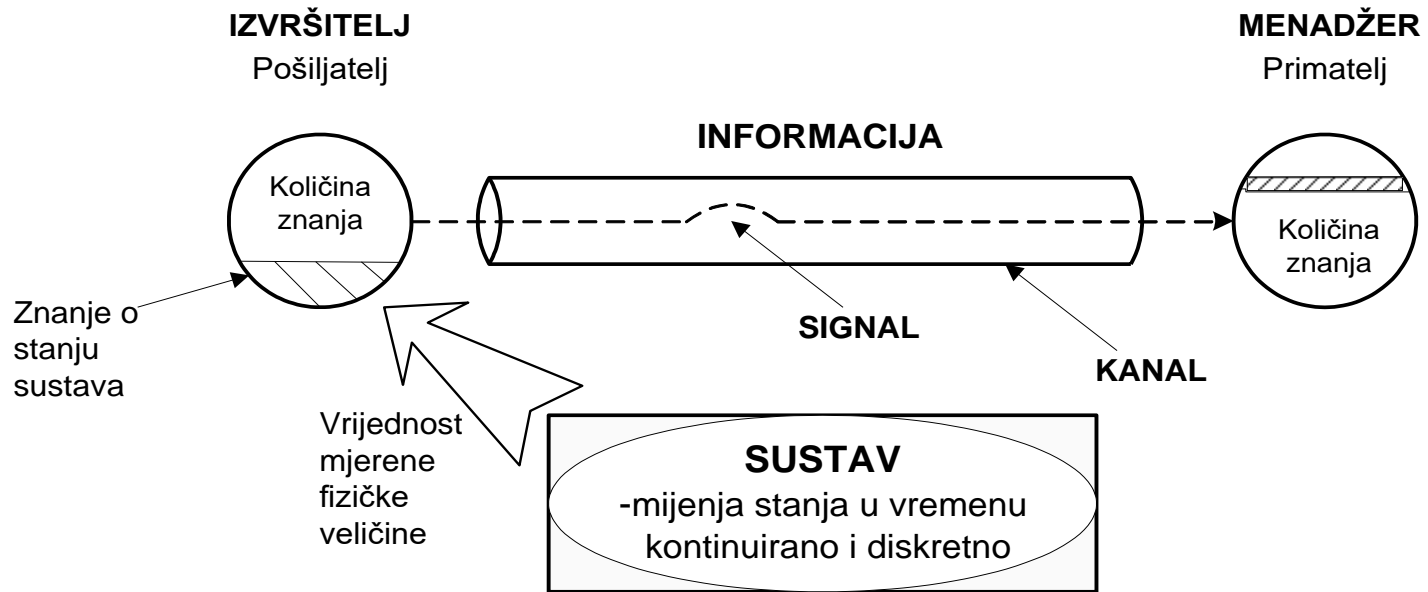
- ▶ Komunikologija je mlada znanstvena disciplina.
 - ▶ Komuniciranje označava dvosmjernan proces u kojem se informacije razmjenjuju između najmanje dva sudionika.
 - ▶ Kada se jednom uspostavi može trajati u nedogled jer se stalno smjenjuju uloge komunikatora i primaoca.
 - ▶ Stoga kažemo da je komunikacija dvosmjernan proces.
- 

- ▶ **Komunikologija** je znanost o komunikaciji.
- **Znanost o principima** živog svijeta jer život podrazumijeva općenje (razmjena informacija o događajima u životnoj sredini nije svojevrsna samo ljudima već živom svijetu u cjelini)
- **specifičnost ljudskog općenja** je u stvaranju i korištenju simbola – jezika prije svega (pisma i govora).

- ▶ Komuniciranje je osnovni društveni odnos koji čovjek uspostavlja od samog rođenja.
 - ▶ Ovaj dvosmjernan, dinamičan odnos stalno se mijenja i usavršava , kako u pogledu sadržaja koji se komunicira, tako i u pogledu načina korištenja sredstava i medija koji stoje na raspolaganju.
 - ▶ Putem komuniciranja odvija se proces sporazumijevanja ljudi u određenom društvu u različitim oblastima društvene prakse (sportu, politici, kulturi, itd.).
- 



Tok informacija od pošiljatelja k primatelju

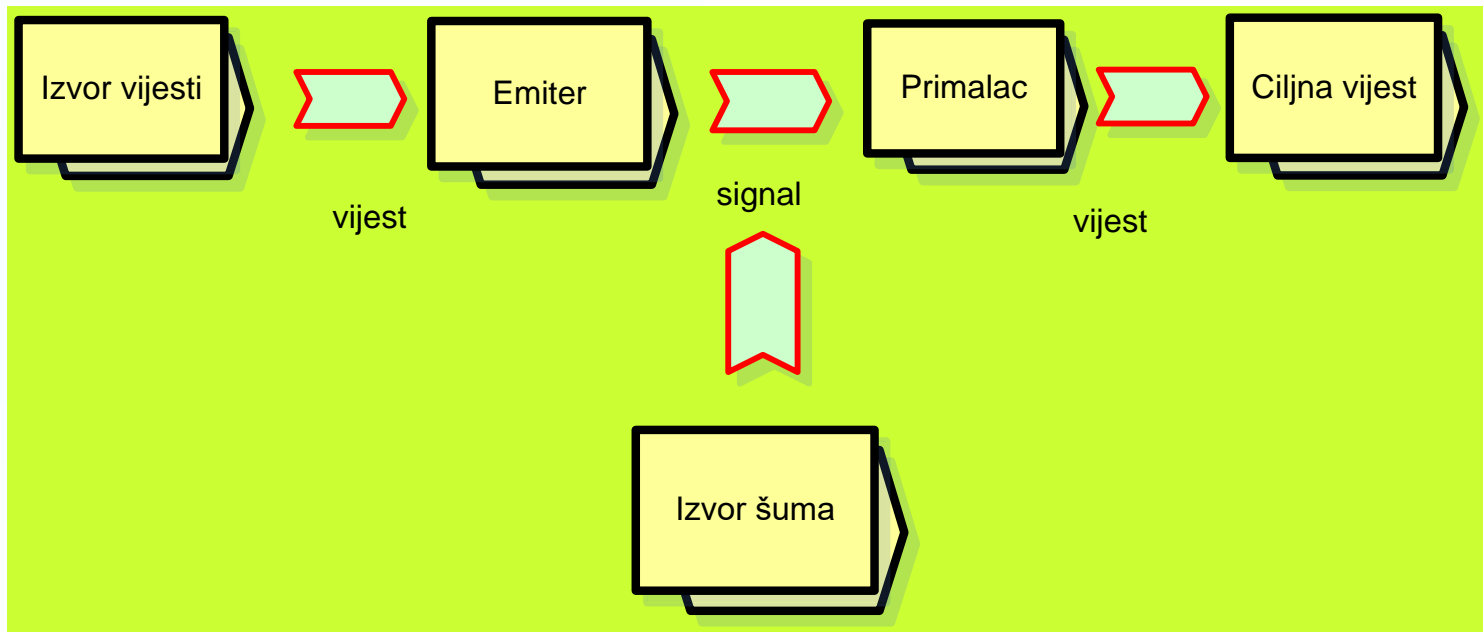


Signal je materijalna predodžba informacije u obliku prikladnom za prijenos, čuvanje, obradu ili prikazivanje (Kiš, 2002).

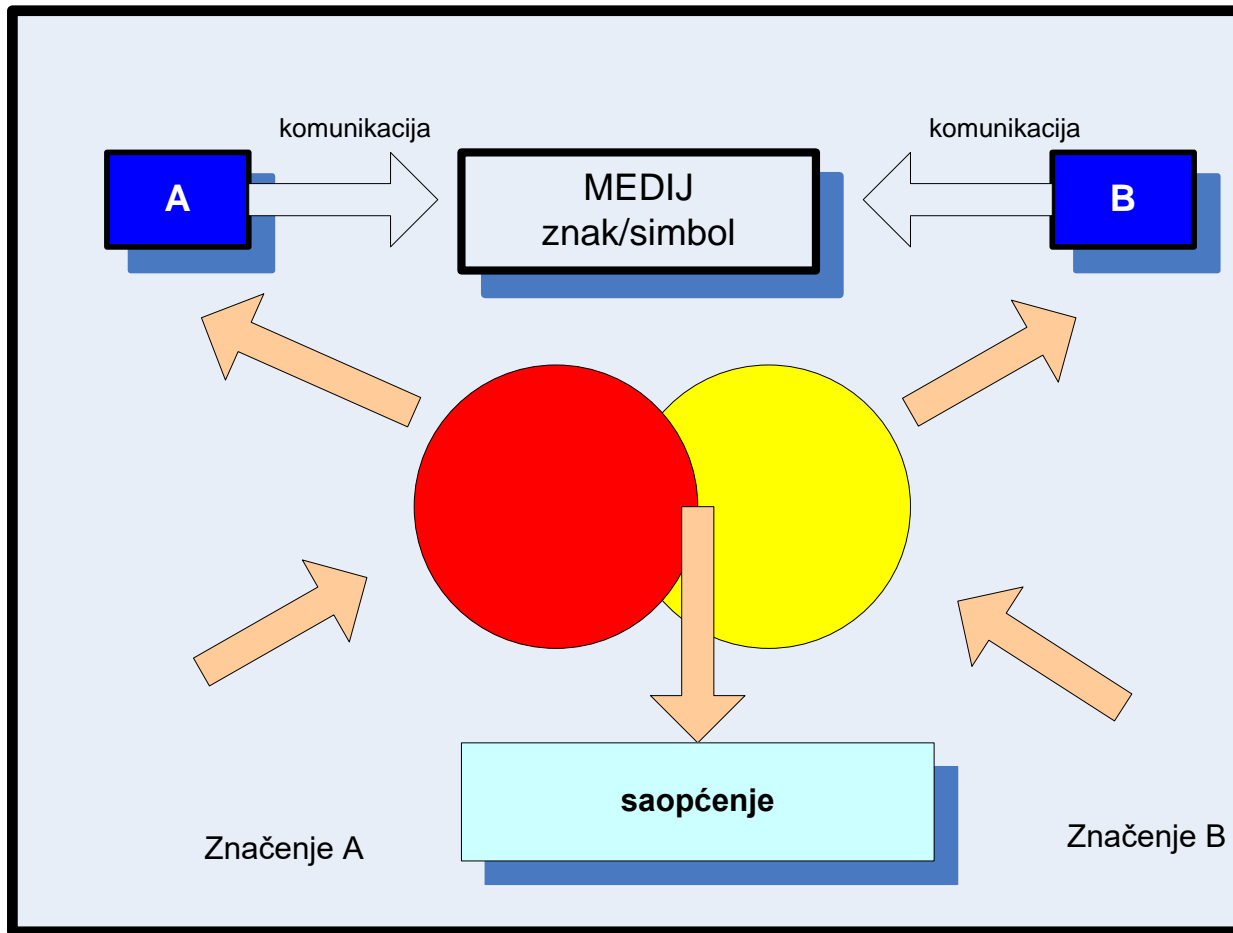
Pitanje: Nacrtajte sliku toka informacija od pošiljatelja k primatelju?

Komunikacijski model

▶ Shannon-Weaver Model



Komunikacija



Što uključuje komunikacija?

- ▶ **Kako bi se izbjegli nesporazumi svakog trenutka trebamo biti svjesni kako komunikacijom možemo izraziti:**
- ▶ **Činjenice** – vi promatrate
- ▶ **Mišljenje** – označavate što primjećujete
- ▶ **Osjećaje** – izražavate što osjećate

- ▶ Jezgro procesa komuniciranja čini informativni sadržaj, odnosno informacije iz konkretnih oblasti društvene prakse.
- ▶ Razmjenom informacija uspostavljaju se socijalni odnosi među ljudima.
- ▶ Preko sadržaja procesa komuniciranja vrše se međusobni utjecaji, različite interakcije među ljudima i tako usmjerava pojedinačno ili grupno ponašanje u pravcu postavljenih ciljeva.

- ▶ Prva teorijska razmatranja procesa komuniciranja javljaju se još u antičko doba.
- ▶ Aristotel je prvi mislilac koji se bavio proučavanjem ove problematike
- ▶ U svom poznatom djelu “Retorika” on navodi tri osnovna elementa procesa komuniciranja od kojih i danas polazi moderna komunikologija.
- ▶ To su: govornik, govor i publika.
- ▶ KOMUNICIRANJE- mehanizam pomoću kojeg egzistiraju i razvijaju se odnosi među ljudima.
- ▶ Taj mehanizam uključuje u sebe sve simbole duha, zajedno sa sredstvima njihovog ponašanja kroz prostor i njihovo odražavanje u vremenu.

- ▶ **ZLATNO PRAVILO**

- ▶ Ponašajte se prema drugima onako kako biste željeli da se oni ponašaju prema vama u sličnoj situaciji.

Određivanje relacija, suštine i strukturnih elemenata sistema komuniciranja

- ▶ Komunikaciju možemo definirati i kao aktivnost preko koje se prenosi informativni sadržaj među ljudima, među ljudima i sredstvima, ako i među samim sredstvima, posredno ili neposredno.
- ▶ Time se vrši utjecaj, interakcija, što je osnova reguliranja društvenih odnosa u različitim oblastima i na različitim nivoima društvene organizacije i prakse.

- ▶ Suština u komuniciranju je uspostavljanje “odnosa” i “veza” preko sadržaja informacija, ideja ili slika, bilo da se radi o komuniciranju licem u lice (interpersonalnom komuniciranju), ili grupnom komuniciranju (masovnom komuniciranju, u kome je primalac individua u masovnom auditorijumu).

VRSTE KOMUNIKACIJA

verbalna – neverbalna

govorna – pisana

namjerna – nenamjerna

posredna neposredna

Komunikacija

- ▶ **Usmena komunikacija**

Prednosti: brzina i feedback.

Nedostatci: iskrivljavanje poruke

- ▶ **Pisana komunikacije**

Prednosti: opipljiva i provjerljiva.

Nedostatci: vrijeme i nema feedback-a

- ▶ **Neverbalna komunikacija**

Prednosti: podržava ostale komunikacije i osigurava vidljivu ekspresiju emocija.

Nedostatci: Kriva percepcija “govora tijela” ili gesta može utjecati na primateljevu interpretaciju poruke

- ▶ VERBALNA/PARAVERBALNA/
- ▶ NEVERBALNA KOMUNIKACIJA
- ▶ ŠTO je rečeno – sadržaj – **verbalna komunikacija**
- ▶ KAKO je rečeno (karakteristike glasa) –
paraverbalna komunikacija
- ▶ ŠTO je pratilo komunikaciju (kontekst) –
neverbalna komunikacija

ODNOS VERBALNE I NEVERBALNE KOMUNIKACIJE

- A) Neverbalna poruka može zamijeniti verbalnu
 - B) Neverbalna poruka može dati veću snagu verbalnoj poruci
 - C) Jedna poruka može proturiječiti drugoj. Za pravilno oblikovanje i razumijevanje poruke važni su njezini verbalni i neverbalni elementi.
- ▶ **Verbalne poruke većinom djeluju na razumski dio sugovornika, a neverbalne na osjećajni.**

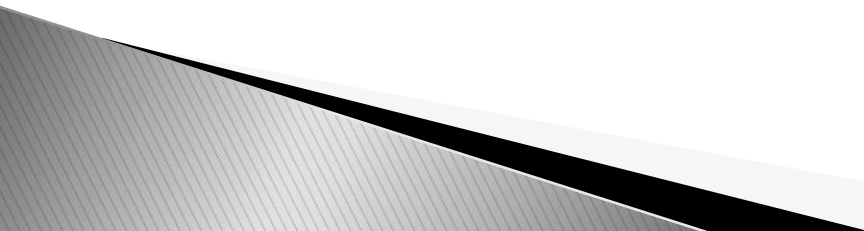
VERBALNA KOMUNIKACIJA

- ❑ Riječi su simbolički izraz misli. Imaju uz denotativno i konotativno značenje
- ❑ Ljudi upotrebljavaju riječi na neuobičajen način, odstupaju od dogovora. Kolokvijalni izrazi i žargon
- ❑ Ljudi se ne izražavaju jasno (govore dvosmisleno, ili ne kažu što misle).
- ❑ Komunikaciju može otežati količina riječi koja može biti prevelika ili premala.

PARAVERBALNA KOMUNIKACIJA

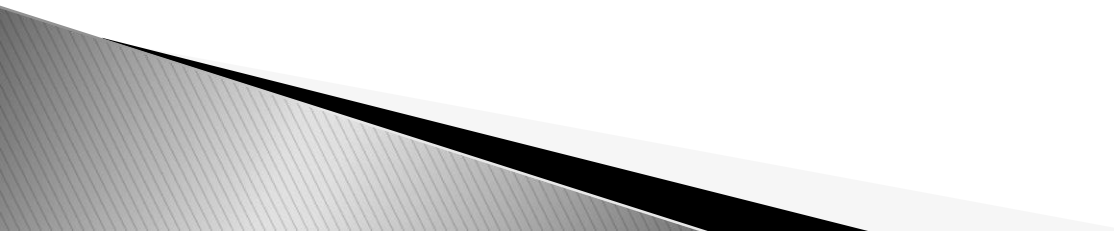
- ▶ ▶ Brzina glas
- ▶ ▶ Ritam glasa
- ▶ ▶ Jačina glasa
- ▶ ▶ Boja glasa
- ▶ ▶ Artikulacija
- ▶ ▶ Melodija
- ▶ ▶ Jasnoća
- ▶ ▶ Smijanje
- ▶ ▶ Glasovi bez verbalnog sadržaja

NEVERBALNA KOMUNIKACIJA

- ▶ stav tijela
 - ▶ mimika
 - ▶ kontakt očima
 - ▶ gestikulacije
 - ▶ dodirivanje
 - ▶ odijevanje
 - ▶ prostorno ponašanje
 - ▶ vremensko ponašanje
 - ▶ vanjski kontekst
- 

Determinante komuniciranja u sportu

- ▶ Suština komuniciranja u sportskoj politici
- ▶ Poslovanje u sportu predstavlja zaokružen sistem sportskih aktivnosti, a sportska aktivnost je svjesna i svrsishodna, unaprijed planirana, kod koje se zna zašto se radi, kada, kako, čim i s kim.
- ▶ Za sve to osnovni preduvjet su informacije.
- ▶ Da bi se shvatila suština komunikacija, a na temelju toga i sportskih komunikacija, neophodna je analiza sljedećih izvora informacija, te determinanti sportskih komunikacija:

- ▶ -antropo-ambijentalni korijeni komuniciranja u sportu
 - ▶ -psihološki faktori komuniciranja
 - ▶ -socijalni korijeni komuniciranja
- 

Antropo-ambijentalni izvori komuniciranja u sportu

- ▶ Antropološko polazište komunikacija je vezano za odnos pojedinca prema organizaciji i vanjskom svijetu i predstavlja izazov da se svakog trenutka nađe prava poruka koja će se uputiti pravim ljudima i u pravo vrijeme, čime će čovjeka učiniti čovjekom.
- ▶ Sportske komunikacije su determinirane i antropološkim osobinama čovjeka.
- ▶ U pitanju su osobine vezane za razvoj čovjeka kao bića koje misli, sa razvijenim sredstvima za komuniciranje, putem kojih se prenose informacije koje čovjek kao misaono biće prima, obrađuje i emitira.

Kulturne determinante u etiologiji i strukturi komunikacija

- ▶ Kultura predstavlja nezamjenjiv medij sportskih komunikacija.
- ▶ Iskustvo predstavlja instrument i ambijent komunikacija.
- ▶ Navedeni izvori informacija i determinante komunikacija mogu se, sa stanovišta djelovanja na proces komuniciranja, simplifikovati na sljedeći način:
- ▶ Ambijent-potreba-informacija-komunikacija

Psihološka osnova komuniciranja

- ▶ Brojni su psihološki faktori koji predstavljaju etiološku osnovu informacija, odnosno komuniciranja.
- ▶ Psihički procesi su kanali preko kojih se sadržaji iz odgovarajućeg ambijenta transformiraju u informaciju.
- ▶ Percepcija ili opažaj je psihički proces preko kojeg se posredstvom čula primaju ambijentalni sadržaji i pretvaraju u predstave-slike o onome što je bilo predmet opservacije.
- ▶ Predstave su elementarni oblik ili element u informativno-komunikativnom sistemu.

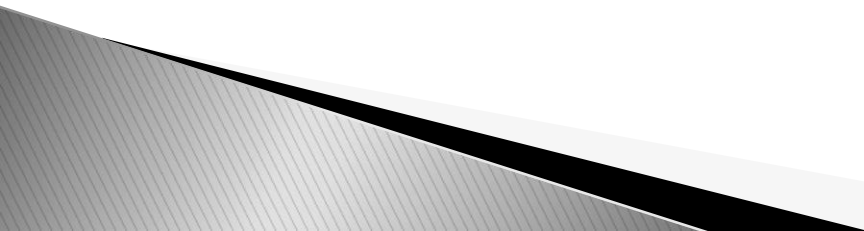
- ▶ Psihičkim procesom pamćenja zadržavaju se značajni elementi predstava-primljenih slika, a manje značajni se napuštaju.
- ▶ Funkcionalnim spajanjem značajnih predstava ili dijelova srodnih predstava, što uslovljava mišljenje kao psihički proces, nastaju pojmovi, kao izuzetno značajne psihičke tvorevine za izvor informacija i sistem komunikacija.
- ▶ Interesi predstavljaju psihičku tvorevinu relevantnu za etiologiju informacija i komunikacija.

- ▶ Motivi kao trajno nastojanje da se ostvare određeni ciljevi, također svoju operacionalizaciju nalaze u informacijama o tome kako da se motiv ostvari.
- ▶ Karakteristike ličnosti su psihičke determinante u stvaranju, prenošenju i korištenju informacija.
- ▶ Izvjesno je da introvertne ličnosti ne mogu biti isto etiološko područje kao ekstrovertne i sl.
- ▶ Psihička stanja su relevantni faktori u procesu komuniciranja. Neuroze, psihoze i psihoneuroze u latentnom ili akutnom stanju, ukoliko su u dodiru sa informacijama i komunikacijama, mogu ostaviti svoj pečat.

Sociogeni korijeni komuniciranja

- ▶ Informacija i komunikacija su jedan od osnovnih elemenata makro i mikro socijalnog menadžmenta.
- ▶ Polazeći od subjekta komuniciranja, sociogenih faktora ima u navedenim antropološkim i psihološkim izvorima komunikacija.
- ▶ Sociogene faktore treba identificirati u odnosima između elemenata svake strukture, bilo koje društvene pojave, pa i globalnog sistema.
- ▶ Sa stanovišta djelatnosti, komunikacije čine osnovu informacija o aktivnostima, elementima tih aktivnosti i o odnosima između njih.

- ▶ Pošto su informacije i komunikacije jedan od elemenata menadžmenta bilo koje pojave, to se njihovo porijeklo u sferi sociogenih faktora, posebno vezuje za elemente organizacijske strukture. Tu se radi o organizacijskim elementima primarne strukture, gdje spadaju uloge, ugled, moć i položaj, zatim pravila ponašanja i o organizacijskim elementima izvedene ili sekundarne strukture, gdje spadaju društvene skupine (grupe, slojevi, kategorije, zajednice i organizacije) i društvene tvorevine (institucije, oblici svijesti i drugi društveni agregati).

- ▶ Radi se o identifikaciji, strukturalnom i funkcionalnom učešću informacija u:
 - ▶ komunikacijskim kontaktima
 - ▶ komunikacijskim odnosima
 - ▶ društvenom ponašanju
 - ▶ poduzetništvu
 - ▶ društvenom menadžmentu
 - ▶ ocjeni profitabilnosti
- 

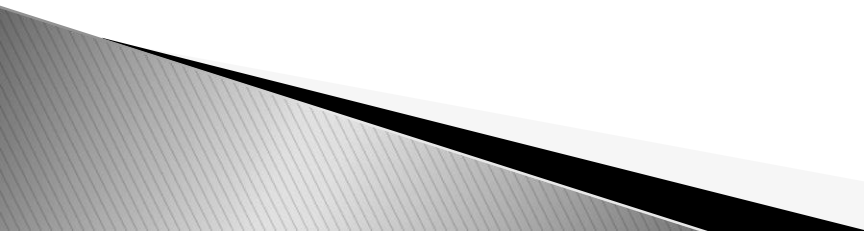
Krizno komuniciranje u sportskim odnosima s javnošću

- ▶ Krizne situacije su svakodnevne u sportu, a krize godinama prkose profesionalcima sportskih odnosa s javnošću
- ▶ Sportske organizacije su osjetljive na razne krizne situacije, pa čak i najsveobuhvatniji planovi menadžmenta u slučaju opasnosti ne mogu ih zaštititi od svih potencijalnih kriza

- ▶ Krize izravno utječu na reputaciju
- ▶ Svrha plana kriznih komunikacije je osigurati da cjelokupan menadžment i osoblje budu u poziciji obuzdati i upravljati danom krizom
- ▶ Krizni komunikacijski tim(menadžment)mora biti opremljen potpunim informacijama koje se odnose na situaciju tako da drugi uposlenici znaju kako djelovati za vrijeme krize

Nastanak i priroda krize u sportu

- ▶ Postoje dvije kategorije profesionalaca odnosa s javnošću u sportu:
 - ▶ 1. Oni koji se nisu suočili s krizama (ali je gotovo sigurno da hoće)
 - ▶ 2. Oni koji su se suočili s krizama (i vjerojatno će opet)

- ▶ Vrlo je važno biti svjestan da učinkoviti odnosi s medijima započinju prije nego nastupi kriza
 - ▶ Kada kriza izbije, najvažnija je zadaća rasporediti ljude na njihova, kriznim planom predviđena mjesta
 - ▶ Reputacija koja je aktivnostima odnosa s javnošću godinama građena može biti jako narušena u krizi
- 

Predviđanje kriza u sportu

- ▶ Prvi korak koji profesionalci sportskih odnosa s javnošću moraju poduzeti je predvidjeti vrste kriza s kojima se njihove organizacije mogu suočiti
- ▶ Stručnjaci za planiranje kriza smatraju da predviđanje krize ne bi trebalo biti prepušteno samo osoblju odnosa s javnošću
- ▶ Planiranje treba uključiti sve menadžere iz sportske organizacije

- ▶ Sportski menadžeri angažirani u predviđanju kriza trebaju znati da se dvije vrste kriza događaju
- ▶ Prva se događa iznenada bez upozorenja
- ▶ Druga vrsta krize je ona za koju postoji upozorenje
- ▶ Da bi se sportski menadžeri pripremili za krize, moraju slijediti izvjestan broj koraka u procesu te razviti plan koji sadrži ključne elemente

- ▶ Krizni komunikacijski planovi mogu se razlikovati u samoj strukturi
- ▶ Uposlenici moraju znati kako se ponašati kad se kriza dogodi
- ▶ Potrebno je imati kontakt informacije
- ▶ Ti kontakti moraju biti osvježeni i uporabljivi kada se kriza dogodi

- ▶ Komunikacija s medijima je često najvažniji i najteži aspekt kriznog komunikacijskog procesa
- ▶ Krize su po definiciji zanimljive kao vijest, a novinari će pokušati proizvoditi što više informacija u vezi krize
- ▶ Da bi se uspješno zalagali za svoje sportske organizacije, profesionalci odnosa s javnošću moraju raditi s višim menadžerima kako bi pažljivo oblikovali ključne poruke

- ▶ Osoblje organizacije odnosa s javnošću mora imati puno razmijevanja prema medijima
- ▶ To znači da moraju činiti sve kako bi služili medijskim zahtjevima za vrijeme krize i tako održali svoj kredibilitet kao vodeći izvor informacija
- ▶ Glasnogovornici organizacije ne trebaju pokušavati promovirati proizvode ili usluge svoje organizacije za vrijeme krize

- ▶ Djelatnici odnosa s javnošću trebaju pratiti medijsko izvještavanje tijekom krize
- ▶ Ono im dopušta da ocijene kako njihova organizacija prolazi kod javnog mnijenja i jesu li uspješni u širenju ključnih poruka

OSJ i volontiranje u sportu

- ▶ OSJ mogu pomoći u animiranju i zadržavanju volontera
- ▶ OSJ mogu poboljšati sliku sportskih organizacija i njihovog volonterskog programa
- ▶ Zadatak je odnosa s javnošću, kada angažiraju volontere, pomoći novinarima naći pogled na volonterski program koji će se svidjeti njihovim čitateljima, slušateljima ili gledateljima

- ▶ OSJ mogu igrati značajnu ulogu u privlačenju i zadržavanju volontera u sportu
 - ▶ Volonterski programi sportske organizacije prečesto su podcjenjeni i prečesto su degradirani na nizak status i slab utjecaj unutar organizacije
 - ▶ Ipak većina sportskih organizacija nije mogla uspjeti bez potpore volontera
- 