

Univerzitet Crne Gore
Fakultet za sport i fizičko vaspitanje

Metode komuniciranja **(Projektivne, Obrade slučajeve,** **Govor tijela)**

Predmet: Komunikacije u sportu

Projektivne metode i sportsko komuniciranje

- Projektivne metode komuniciranja se koriste onda kada se od ispitanika traži da svoj stav nesvjesno projektuje, na osnovu sadržaja koji mu se nudi, a koji može različito da se tumači, što zavisi od opredjeljenja onoga kome je namijenjena ta metoda.

- Projektivna metoda se koristi tehnikama višeznačnog sadržaja (nejasne slike, mrlje, neodređeni šumovi i sl).
- Onaj koji se projektuje definiše ponuđene sadržaje, iz čega se utvrđuju njegovi stavovi i informacije koje interesuju ispitivača.

- U sportskim komunikacijama ova metoda se koristi samo u onim slučajevima kada postoji dobra obučenost istraživača i zadovoljavajući nivo validnosti i reliabilnosti tehnike.

- Može poslužiti kao način kako doći do informacija o publici, kada je u pitanju oblikovanje nekog sportskog proizvoda, aranžiranje izloga ili izbor zaštitnog znaka i sl.

Metoda obrade slučajeva u sportskim komunikacijama

- Često se u komuniciranju javlja problem neadekvatnosti sportskih informacija zasnovanih na kvantitetu, broju ili stavovima.
- Zbog toga se pribjegava kvalitativnoj analizi onih sportskih elemenata ili odnosa koji sadrže krucijalne informacije o sportskom sistemu i poslovanju uopšte.

- Tom metodom se najčešće, po određenom kriterijumu, uzima uzorak, predstavnik vrste i vrši dubinsko snimanje raspoloživih elemenata iz kojih se gradi informacija.

- Takva informacija, dobijena iz uzorka, prenosi se na čitavu kategoriju koju reprezentuje uzorak, i zaključuje, odnosno stvara informacija, o svim slučajevima te kategorije.

- Ova metoda se često koristi u sportskim komunikacijama kada se ne može drugom metodom, zbog izuzetno velikog broja slučajeva, zaključivati o predmetnom objektu komuniciranja.

Govor tijela u sportskim komunikacijama

- Nekoliko knjiga o govoru tijela u komunikacijama ukazuju da ne postoji jedinstveno značenje za svaku gestikulaciju.
- Na primjer, prekrštene ruke treba da označavaju odbrambeni stav.

- Međutim, ta kretnja, kao i mnoge druge, mogu da znače više stvari, od hladnoće i lošeg držanja do dubokog razmišljanja.
- Gestikulacija, slično riječima, može biti dvosmislena.
- Rukovodioci treba da otkriju govor tijela, ali ne smiju dogmatski da ga shvataju.

- Neverbalna komunikacija je specijalnost prodavača, jer su emocije neophodne za uspješnu prodaju.
- Na primjer, kada iskusni prodavač pravi prezentaciju, on stalno gleda po sobi u svoje slušaoce, pokušavajući da otkrije neke emocionalne odzive.

- Još jedan činilac koji utiče na sporazumijevanje, a na koji menadžer može da utiče, pozadina je komunikacije.

- Pojam pozadine, u ovom slučaju, označava neki prethodni smisao ili okruženje koje može da utiče na komunikaciju.

- Na primjer, uvijek postoji odnos moći, ili autoriteta, u razgovoru.
 - Kada pojedinac govori sa šefom, on razgovara sa osobom koja procjenjuje njegov učinak i koja je u položaju relativno velike moći.
 - Moć može da izazove komunikacione barijere, ali one mogu da se sruše putem pažnje i osjetljivosti.

Postoje tri elementa koje treba ispuniti da bi vas ljudi slijedili.

- Prvi je da znaju šta čine,
- drugi - da imaju povjerenja u vas kao vođu
- treći - da imaju nekog udjela u zbivanjima.

- Često kada sportista uđe u sobu svog šefa, ili neke osobe u položaju autoriteta, posebno ako je ta osoba poznata, on postaje vrlo smušen i nepovjerljiv.
- Postoji ogromno nepovjerenje prema takvim našim institucijama i rukovodstvu.

- Pri komuniciranju je veoma važno da menadžer stvori opuštenu atmosferu.
- Sportista mora da vjeruje rukovodiocu u dovoljnoj mjeri i da govori otvoreno i bez straha.

- Kada neko iz uprave želi da razgovara sa sportistom, postavlja se pitanje da li treba da se sastanu u kancelariji rukovodioca ili na sportskom terenu.
- Ako menadžer ima razumijevanja za mjesto i njegov uticaj na značenje poruke, mjesto će biti određeno ciljem sastanka.

- U slučaju da želi da krene u susret podređenom, da zadobije njegovu podršku, ili da ga pohvali, sastanak treba da se vodi u kancelariji službenika.
- Ako je teško jednoznačno odrediti cilj, sastanak treba da bude u kancelariji rukovodioca.

- Ovdje važi princip teritorijalnosti.
- Svi se ljepše osjećaju u sopstvenim prostorijama, nego u kancelariji pretpostavljenog.
- Prema tome, čak i tako jednostavna stvar, kao mjesto na kome se vodi razgovor, može da ima velikog uticaja na proces komunikacije.