

METODOLOŠKE OSNOVE SPORTSKOG KOMUNICIRANJA

▶ Komuniciranje je svjesno usmjeravani proces stvaranja, prenošenja i korišćenja informacija, a sportsko komuniciranje prenos sportskih informacija.

▶ Ovo se postiže prije svega, određenim egzaktnim ili saznajnim menadžmentom, odnosno **systemom upravljanja informacijama.**

- ▶ Takav sistem zahtijeva razrađene instrumente, gdje u prvi plan dolaze **metode ili jasno utvrđeni načini**, odnosno putevi saznanja, dolaska do informacija i upravljanja njima.

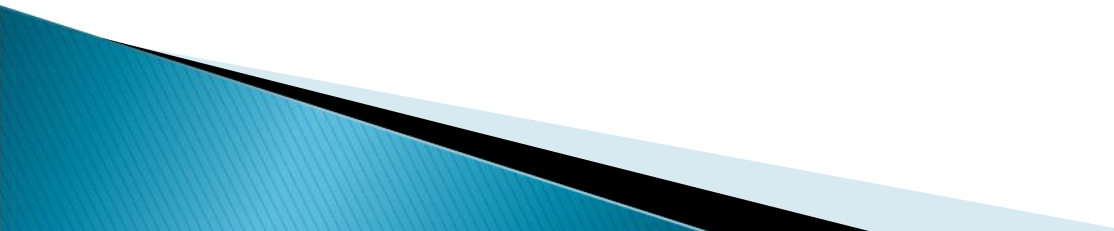
- ▶ Upravljanje informacijama, posebno sportskim informacijama, koje spadaju u kategoriju primarnih informacija, zahtijeva **visok stepen pouzdanosti tog menadžmenta.**

- ▶ Zbog toga se u razvoju informatičkog, odnosno komunikacijskog menadžmenta polazi od principa da se metode stvaranja, prenošenja i korišćenja informacija, kao elemenata u strukturi komuniciranja, **sve više približavaju naučnim metodama**, u svim slučajevima gdje to omogućuje pragmatični smisao sporta i sportskih komunikacija

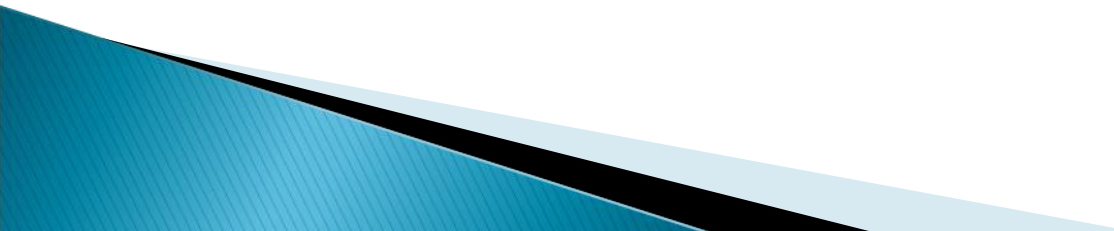
- ▶ Time se sportske komunikacije postepeno **odvajaju od improvizacija**, odnosno "ad hoc" informacija i informacionih sistema i **približavaju naučnom saznajnom procesu**.


Metode preduzetničkih i komunikacijskih kontakata

- ▶ Teško se mogu odvojiti metode sportskog komuniciranja od metoda poslovanja
- ▶ Vrlo često, ili svakodnevno, u toku samog procesa poslovanja u sportu se stvaraju, prenose i, naravno, koriste sportske informacije, pošto bi bez njih sportski proces ne bi postojao

- ▶ Od metoda uspostavljanja komunikacijskog kontakta zavise, u velikoj mjeri, metode i rezultati sportskog kontakta i obrnuto
 - ▶ Vrlo često, **dobri sportski kontakti otvaraju komunikacijsku perspektivu.**
- 

Metode preduzetništva i komuniciranja u sferi sportskih odnosa

- ▶ **Sportski odnosi**, kao vrsta sportskog djelovanja jednog sportskog subjekta na drugi, ili druge, u strukturi djelovanja nosi komunikacijske odnose kao djelovanje u oblasti **stvaranja, transfera i korišćenja informacija.**
- 

- ▶ U metodologiji sportskog menadžmenta **postoji logički slijed**
 - ▶ **Na bazi početnih informacija** ili iz informacija dobijenih uključanjem u određeni sportski komunikacijski sistem, **začinje se preduzetnička ideja** da se otpočne sa pripremom za određeni **novi posao ili promjenu u postojećem**
- 

- ▶ Uključuje se proces mišljenja, odnosno razmišljanjem se obrađuju primljene informacije, i preduzetničkim duhom se izvedeni stavovi, iz takvog sportskog razmišljanja, operacionalizuju i pretvaraju u akciju, odnosno započinje **poslovanje u sportu.**

Sportsko ponašanje i metode komuniciranja

- ▶ **Sportsko ponašanje** predstavlja složen proces u strukturi sporta.
- ▶ Njega čine brojni istorodni i raznorodni sportski kontakti i sportski odnosi, uz podršku odgovarajućih sportskih informacija.
- ▶ Prisustvo raznorodnih sportskih informacija zahtijeva isto takve metode i tehniku, uz pomoć kojih se dolazi do takvih informacija

Metodološki prilaz preduzetništvu i komuniciranju

- ▶ U saznavanju, a posebno u ovladavanju socijalnog i sportskog ambijenta, usmjeravanju toka informacija i njihovom korišćenju, **značajnu funkciju ima način - kako se to radi, i sredstva koja se koriste.**
- ▶ **Poslovanje**, kao kontinuirani proces, koji se svjesno usmjerava, **predodređeno je da zavisi od metoda rada i tehnike koja se koristi.**

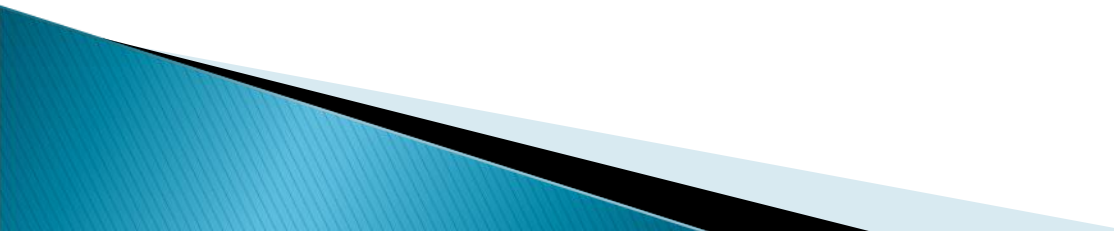
- ▶ Putevi kojima ide nauka predstavljaju **naučne metode**, a sredstva kojima se služi na tom putu saznanja, jesu **tehnike** naučnog saznanja, odnosno **istraživanja**.
- ▶ Metodologija, kao nauka koja se bavi istraživanjem i razvijanjem pravila i puteva naučnog saznanja, posebnu pažnju usmjerava na **problematiku naučnih metoda i tehniku naučnog istraživanja**.

- ▶ U strukturi naučnih metoda i tehnika, postoje one metode i tehnike koje su **univerzalne i primjenjuju ih sve nauke** i metode, koje su **podobne za izučavanje samo određenih oblasti** realnosti, ili adekvatne za proučavanje pojava samo sa određenih stanovišta, pa ih koriste samo određene nauke, ili su karakteristične samo za jednu nauku

Univerzalna pravila, metodološki principi sportskih komunikacija

- ▶ **Principi su univerzalna pravila, načelni stavovi, koji su u funkciji alata saznanja i snalaženja u slučajevima kada subjekti pojava ne vladaju u potpunosti nad svim determinantama pojava koje stvaraju ili koje predstavljaju njihov socijalni ili sportski ambijent**

U metodologiji sportskog komuniciranja razlikuju se sljedeće kategorije principa:

- 1. univerzalna filozofsko-logička, naučna pravila,** koja važe za sva područja, pa i za sportsko komuniciranje
 - 2. posebni principi,** relevantni za područja sporta i komuniciranja
 - 3. specifična univerzalna pravila,** svojstvena samo za područje sportskog komuniciranja
- 

Faze projektovanja komunikacionog sistema u sportu

- ▶ Da bi se postigao potreban stepen egzaktnosti, koji bi imao i funkciju pragmatičnosti, bar kada je u pitanju sportska metodologija, put saznavanja i, na osnovu njega, projektovanja sportskih i drugih poduhvata, neophodno je da put saznanja i njegove operacionalizacije u sportske poduhvate **prođe kroz određene faze.**

1. Definisanje problema (početna faza projektovanja)

- ▶ Faza definisanja problema u sebi sadrži pravila kojima se trasira put pristupu saznajnom ili sportskom problemu, utvrđuju raspoloživ informacije i iskustvo iz dotične, ili kompatibilne oblasti, procjenjuje opravdanost saznajnog, odnosno sportskog poduhvata i jasno definišu osnovne naučne, odnosno sportske pretpostavke.

2. Definisanje ciljeva i predmeta komuniciranja

- ▶ U drugoj fazi projektovanja sportskog poduhvata utvrđuju se, **na osnovu realnih pretpostavki, ciljevi i predmet poslovanja.**
- ▶ Evidentna su brojna pravila kojima se utvrđuju ciljevi, od toga da oni moraju bit selektivni, da ih ne treba biti mnogo, da su **realni i pragmatični**, da su **jasno postavljeni**, da su **preduzetnički intonirani** i da, sam po sebi, **definišu predmet poslovanja.**

3. Projektovanje metoda i tehnika komunikacije

- ▶ Treća faza je metodološki ambijenat, gdje **se projektuju metode i tehnike**, odnosno, kako neki kažu, **alati realizacije sportskog ili naučnog projekta**
- ▶ Tu su, između ostalog, pravila, kojima se sugerije da se nikada ne treba osloniti samo na jednu metodu, odnosno tehniku zatim da **u svaku metodu i tehniku treba sumnjati**

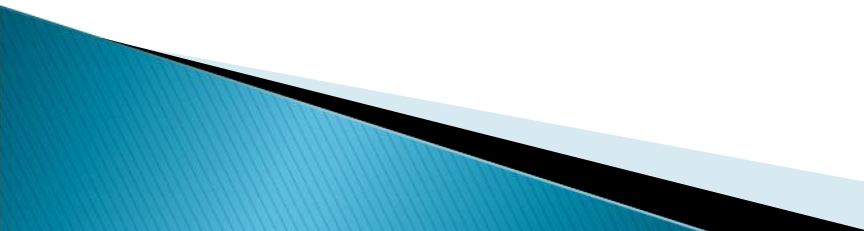
- ▶ Stoga, pažnju treba obratiti na njihovo baždarenje, u kom smislu posebno treba voditi računa o validnosti i relijabilnosti dotične metode, odnosno tehnike.

- ▶ Kada je u pitanju **validnost**, probom treba utvrditi:

Da li ono što nam daje metoda stvarno odgovara sadržaju na koji ukazuje ta metoda ili tehnika.

- ▶ Test **relijabilnosti** pruža mogućnost da se sa sigurnošću ide na modus **da metoda zaista mjeri problematiku o kojoj je riječ**, a da nije jednostavno zalutala na sasvim druga nekompatibilna područja.

4. Stvaranje i transmisija informacija

- ▶ **Faza prikupljanja validnih informacija**
 - ▶ Ova faza je toliko značajna u sportskom i saznanjnom obilježavanju da se vrlo često identifikuje, i na nju se svodi čitav projekat saznanja, odnosno poslovanja.
- 

5. Obrada komunikacijskog materijala

- ▶ Sljedeća faza je faza **sređivanja, prikazivanja i analize prikupljenih** sportskih, odnosno saznajnih informacija
- ▶ Ta faza garantuje elemente projekta i buduće njegove realizacije
- ▶ Ovdje su posebno značajne **metode koje se naslanjaju na oblast informatike**

6. Donošenje odluke - završna faza projekta komunikacijskog sistema

- ▶ Posljednja faza koja predstavlja krunu projektovanja je faza zaključivanja, koja podrazumijeva donošenje validnih, na rezultatima projekta zasnovanih stavova i, na osnovu toga, donošenje poslovnih odluka.