



ŠTA JE KOMUNIKACIJA?

- Mlada interdisciplinarna oblast koja je povezana sa gotovo svim granama privrede
 - Kompletne poslovne aktivnosti se zasnivaju na komunikaciji između aktera koji učestvuju u poslovnom procesu
-



- **DEF:** “Komunikacija predstavlja protok informacija, razmjenu ideja ili uspostavljanje jedinstvenih misli između pošiljaoca i primaoca poruke u komunikacijskom procesu (G. Belch i M. Belch, 2009).”

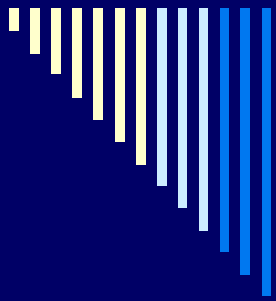


□ **DEF:** Pod komunikacijom se podrazumijeva put kojim prolazi subjekat informacije sa samom informacijom do mjesta i od mjesta gdje se ona stvara, kao i samo to mjesto kao njen ambijent, pa do mjesta gdje se ugrađuje u određeni sportski ili drugi sistem, kao i djelovi tog sistema koji su direktni proizvod te informacije

(S. Bjelica i D. Bjelica, 2006)

- **DEF:** Pod komunikacijom u sportu se definiše svaka razmjena informacija unutar sporta, u sportskom okruženju ili kroz sport (Predersen i sar. 2007)



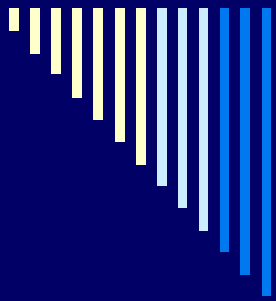


Istorija i razvoj komunikacije u sportu

- Razvijala se sa ogromnim razvojnim potencijalom
 - Štampani mediji su se pojavili u XVII vijeku
 - Pojavni oblici komunikacije u sportu datiraju iz XIX vijeka
 - Izlaze tekstovi motivisani rekreativnim aktivnostima
-



- Prvi sportski časopis “American Turf Register and Sporting Magazine” iz 1829. godine
- Pronalazak telefona, davne 1876. godine je unaprijedio komunikaciju u sportu

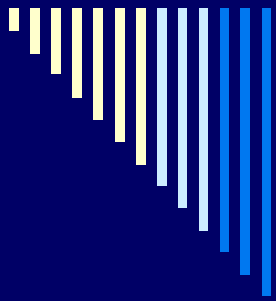


- 20-ih i 30-ih godina XX vijeka “Zlatno doba sporta”
- Novinari su dobili priliku da bilježe dešavanja sa sportskih terena i opisuju ih kao herojske podvige sportista i trenera





- Prostor posvećen sportu u štampanim medijima je porastao sa **1,7%** iz **1875.** godine na **20%** koliko je bio zastupljen **1927.** godine
- Novinari su postavili temelj sportskom izveštavanju u štampanim medijima mnogo ranije prije pojave radija i televizije



- Pojava radija 20-ih godina prošlog vijeka je predstvaljala pobjedu čovjeka nad prostranstvom
 - Prva licencirana radio stanica iz Pitsburga se pojavila 1921. godine
-



- Televizija se pojavila naglo, bučno i nametljivo
- Predstavljala je novi “opijum” za narod
- Vremenom je primorala mnoge sportske manifestacije da joj se prilagođavaju npr. “tie-break”



- Prva kablovska televizija **ESPN** se pojavila 1940. godine
- 24-časovni program
- Do 1987. godine više od 50% američkih domaćinstava je posjedovalo priključak za kablovsku televiziju, a do 2000. godine 74%



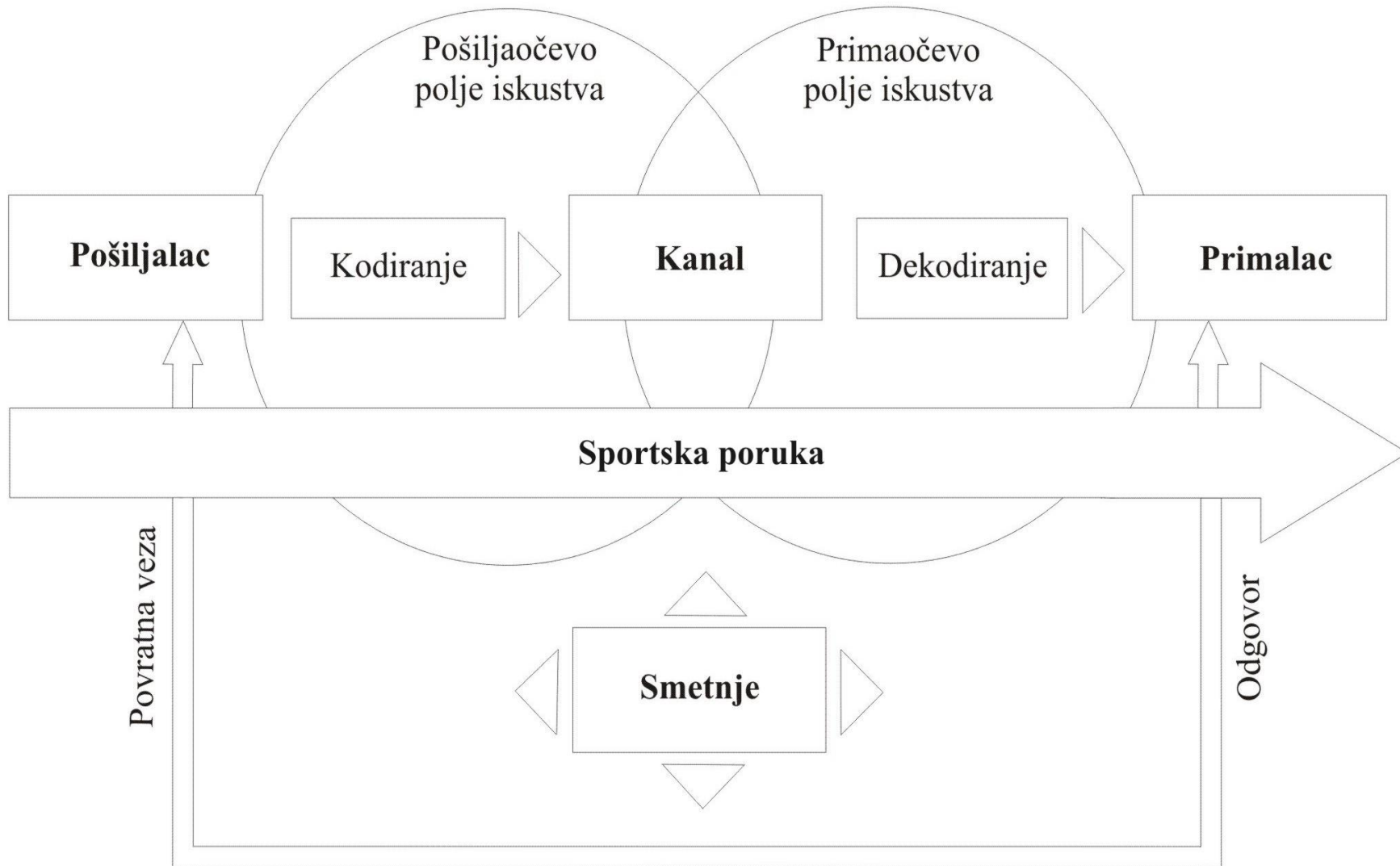
- Pojava filmske prezentacije sporta se javlja kao vid samostalne komunikacije u sportu
 - 3-D tehnologije stvaraju “fabriku snova”
 - Dokumentarni i igrani filmovi
-



Elementi komunikacijskog procesa u sportu

□ Model komunikacijskog procesa u sportu (9 elemenata):

- Pošiljalac i primalac sportske poruke
 - Poruka (informacija) i kanal (medij)
 - Šifrovanje, dešifrovanje, odgovor i povratna veza
 - Smetnje
-





SEGMENTI KOMUNIKACIJE U SPORTU

- Pod komunikacijom u sportu se podrazumijeva veoma širok pojam koji predstavlja kako **neformalan razgovor dvojice kolega** u bilo kojoj sportskoj organizaciji npr. razgovor dva fudbalera tokom utakmice tako i formalan razgovor televizijskog voditelja sa svojim gostom koji je posmatran od strane milionskog auditorija, javlja se **potreba za segmentacijom** ove discipline



- Strategijski model komunikacije u sportu (Pedersen i sar. 2007)
 - Presonalna i organizaciona komunikacija u sportu
 - Sportski masovni mediji
 - Usluge komunikacije u sportu i sistemi podrške



□ Presonalna komunikacija u sportu

- Intrapersonalna komunikacija
- Interpersonalna komunikacija
- Komunikacija u malim grupama

□ Organizaciona komunikacija u sportu

- Intraorganizaciona komunikacija
 - interorganizaciona komunikacija
-



□ Sportski masovni mediji

- Sportsko izdavaštvo i štampani mediji
- Elektronska i vizuelna komunikacija
- Multimediji





□ Usluge komunikacije u sportu i sistemi podrške

- Reklamiranje
 - Odnosi s javnošću
 - Istraživanja
-



ŠTA JE INFORMACIJA, A ŠTA PORUKA

- **Informacija** predstavlja podatke o pojavi koju dobija primalac u procesu komunikacije
 - Dok se porukom, često naziva informacija kojom se transportuju relevantni podaci sa ciljem da se putem nje postignu unaprijed projektovani ciljevi
-



Pojam informacija...

- Pod pojmom informacija se podrazumijeva saznanje o prisustvu jedne pojave ili njenim karakteristikama vezanim za porijeklo, strukturu, funkciju i dinamiku.



- *Apel* je podsticajni dio informativne poruke kojim se stavlja do znanja značaj informacije, informativne poruke ili informativnog stava.



□ **Kod** takođe predstavlja element informacije, gdje se preko određenih simbola oblikuju poruke i drugi informativni sadržaji.



□ ***Vizuelni identitet*** ili imidž predstavlja karakterističnu informaciju, prepoznatljivu sa stanovišta osobnosti objekta informacije, koja svoju etiologiju ima i u samom subjektu, preko njegovog informativnog stava.



- **Reklama** je informacija, informativna poruka, ili informativni stav i apel kojim se nastoji upoznati javnost sa nekim proizvodom i ubijediti da se proizvod prihvati.



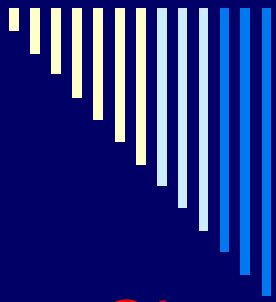
KOMUNICIRANJE vs. RAZGOVOR

- Sinonimi ili nešto različito
 - Komuniciranje se odnosi na **verbalnu** i na **neverbalnu** komunikaciju, dok razgovor, isključivo predstavlja **verbalnu komunikaciju!**
 - Za uspješan razgovor je potrebna opšta i sportska kultura
-



ELEMENTI KOMUNICIRANJA U SPORTU

1. Obrazovanje u sportu kao izvor komuniciranja
 2. Propaganda i komuniciranje u sportu
 3. Komuniciranje i javno mnjenje u sportu
 4. Funkcije mas-komunikacija u sportu
-



□ **Obrazovanje** u sportu kao izvor komuniciranja predstavlja posebno područje:

- nastajanja informacija i motiv za komunikaciju,
 - područje formiranja elemenata za njihovu strukturu,
 - područje komuniciranja u smislu dinamičkog izražavanja komunikacija



□ **Propaganda-** informativno komunikacijska tvorevina sastavljena od brojnih reklama, informacija i stavova, izražena u vidu aktivnosti.

Ideološka, sportska, kulturno-prosvjetna, turistička, militaristička propaganda



□ **Ideološka propaganda** je aktivnost jedne kategorije ljudi, najčešće jedne klase, partije, stranke ili pokreta, kojom se, preko propagandnih poruka, vrši informisanje o osnovnim društvenim problemima.



- **Sportska propaganda** je aktivnost koja, posredstvom sredstava i medija, prenosi propagandne poruke do stvarne i potencijalne publike, s ciljem da ih informiše i ubijedi da prihvate njene rezultate, usluge ili ideje.



□ Jedan od osnovnih instrumenata sportske propagande je **zaštitni znak kluba**, društva, kao dio informacije ili kompletna informacija, saopštena na vizuelan, akustički ili mehanički način.



□ **Komuniciranje i javno mnjenje** u sportu imaju za cilj da svojim međusobnim djelovanjem formiraju **pozitivnu predstavu, povjerenje i prestiž** kada je određena pojava u pitanju (odnosi s javnošću)

Javno mnjenje nije ništa drugo do kolektivna svijest, izgrađena na komunikacijskim sadržajima.



□ Smisao komunikacija je izražen u odnosima između informacija i javnosti kako u fazi stvaranja prenošenja, tako i korišćenja tih informacija, što je, inače, smisao komunikacija.



□ *Odnosi s javnošću* su djelovanja, uticaji međudjelovanja, sa ciljem da se u javnosti stvori pozitivna predstava, povjerenje i prestiž, kada je u pitanju sportska aktivnost sportista.



- **Funkcije mas-komunikacija** u sportu se ogledaju u dodjeljivanju slušaocima uloge aktivnih komunikatora

Time nadređeni dobijaju ravnopravnog sagovornika u liku slušalaca



- Njegovanjem dijaloga ostvaruje se aktivna uloga sportista u komunikaciji, čime ta komunikacija postaje sportska i, u osnovi, pedagoška.