

ZNAČAJ KOMUNIKACIJE U SPORTU

Aleksandra Perović¹

Fakultet za menadžment u sportu, Alfa BK Univerzitet, Beograd, Srbija,

Stanimir Đukić²

Fakultet za menadžment u sportu, Alfa BK Univerzitet, Beograd, Srbija

APSTRAKT

Za komunikaciju se sa sigurnošću može reći da predstavlja proces u kome se poruke, informacije, ideje, odnosno verbalni i neverbalni simboli razmenjuju između dva ili više lica. Ove informacije ili simboli čine suštinu ljudskog komuniciranja. Dobra komunikacija je preduslov za efikasnost, bilo pojedinca ili grupe, a da bi komunikacija bila uspešna neophodno je pravilno komunicirati, odnosno razumeti sadržaj koji mi odašiljemo ali i onaj koji primamo. Potreba za kooperacijom i saradnjom jedna je od najznačajnijih ljudskih potreba koja potvrđuje čoveka kao društveno biće, takođe i najvažnija svrha komunikacije. Predmet ovog rada se odnosi na komunikaciju u sportu. Za mnoge je bavljenje sportom atraktivno zbog socijalne interakcije. Cilj rada je bio da se ukaže na značaj komunikacije u sportu. Želja da budete deo zajednice važan je aspekt ljudske prirode, a komunikacija je možda najvažniji deo razvoja zdrave zajednice. Iako prilikom bavljenja sportom komunikacija o fizičkoj aktivnosti utiče na fizičke performanse sportista, ujedno utiče i na socijalnu konstrukciju sportskog iskustva. Bilo da su to treneri koji upućuju sportiste, gledaoce koji utakmicu gledaju putem masovnih medija ili sportska organizacija koja kreira javnu kampanju za razvoj podrške lokalnoj sportskoj organizaciji. U profesionalnom sportu interakcija sa medijima je sastavni deo njihovih obaveza. Iz tog razloga, sportska zajednica predstavlja bogato okruženje za istraživanje komunikacije.

Ključne reči: komunikacija, sport, trener, sportisti, mediji.

¹⁾ aleksandra.perovic@alfa.edu.rs

²⁾ stanimir.djukic@alfa.edu.rs

UVOD

Danas sport podrazumeva postojanje sportske zajednice, sveobuhvatne, uticajne i složene zajednice koja se sastoji od aktera kao što su treneri, sportisti i sudije, ali i od gledalaca na sportskim događajima. Pored prethodno navedenih aktera, sportski mediji, amaterske i profesionalne sportske organizacije, sportska upravna tela i navijački klubovi zauzimaju posebno mesto u sportskoj zajednici. Prema Kasingu „sportska zajednica predstavlja komunikativno bogat prostor koji zaokuplja pažnju naučnika iz komunikacije“ (Kassing et al., 2004).

Kada je reč o komunikaciji u sportu, Bjelica smatra da „u strukturi sportskog komuniciranja, posebno mjesto zauzimaju sportske komunikacije, koje predstavljaju sistem komunikoloških aktivnosti, koje su racionalno koordinisane od strane sportskih subjekata kako bi istovremeno djelovale u predstavljanju sportskih rezultata na određenom lokalitetu“ (Bjelica, 2012).

Za mnoge je bavljenje sportom atraktivno zbog socijalne interakcije: biti deo tima koji radi na zajedničkom cilju. Želja da budete deo zajednice važan je aspekt ljudske prirode, a komunikacija je možda najvažniji deo razvoja zdrave zajednice. Iako prilikom bavljenja sportom komunikacija o fizičkoj aktivnosti utiče na fizičke performanse sportista, ujedno utiče i na socijalnu konstrukciju sportskog iskustva. Bilo da su to treneri koji upućuju sportiste, gledaoce koji utakmicu gledaju putem masovnih medija ili sportska organizacija koja kreira javnu kampanju za razvoj podrške lokalnoj sportskoj organizaciji, komunikacija nije samo osnovna, već može se reći da je konstitutivna za iskustvo sporta. Iz tog razloga, sportska zajednica predstavlja bogato okruženje za istraživanje komunikacije. Kroz komunikaciju učesnici (npr. treneri, sportisti, sudije), gledaoci (uživo na sportskim događajima i putem posredovanih kanala), sportske organizacije (profesionalne i amaterske, sportska upravljачka tela, navijački klubovi, i dr.) i sportski mediji se kombinuju kroz složene i isprepletene načine da obuhvate sportsku zajednicu. Komunikacija je sredstvo kojim članovi zajednice učestvuju u donošenju, proizvodnji, potrošnji i organizovanju sporta. Ove preklapajuće komunikativne aktivnosti služe povezivanju članova te zajednice i olakšavanju sportskih iskustava članova.

Prema Kasingu neophodno je imati u vidu određena obeležja sportske zajednice:

1. Izloženost, pristup i interesovanje i bavljenje sportom razlikuju se u odnosu na kulturu, starost i pol. Iz toga proizilazi da su iskustva ljudi u zajednici sporta vezana za starost, kulturu, pol itd.

2. Sportska zajednica je složena i višeslojna. Članovi se često bave sportom na više načina, na različitim nivoima i u različitom stepenu.
3. Zajednica sporta je uticajna. Veliki broj naučnika iz komunikologije istraživali su uticaj medijskih prezentacija velikih sportskih događaja i društvenih portreta poznatih sportista gde su utvrdili da komunikacija u sportu značajno utiče na promociju društvenih i kulturnih vrednosti.
4. Sportska zajednica je široko rasprostranjena. Budući da je sport moćna kulturna institucija koja prožima mnoge aspekte našeg društvenog života (on više nije ograničen na medijske prezentacije stvarnih sportskih aktivnosti ili izveštaje o sportskim događajima. Sada sport postaje zastupljen i na drugim mestima kao što su film, oglašavanje i politika (Kassing et al., 2004).

Pored toga, pokazalo se da je zdrava komunikacija - kako interna, tako i sa javnošću - od vitalnog značaja za stvaranje uspešnog poslovnog okruženja. Što se tiče međuljudske verbalne komunikacije, jasna i konstruktivna komunikacija između igrača, trenera, administratora, roditelja i ostalih koji su uključeni u tim, paralelno prati pozitivnu komunikaciju u bilo kojoj drugoj organizaciji - poput posla. Administratori (direktori, menadžeri, PR tima i dr.) imaju brojne odgovornosti u sportskim organizacijama, jer imaju obavezu da nadgledaju svaki aspekt svojih organizacija. Većina ovih aspekata uključuje komunikaciju, uključujući koordinaciju i nadgledanje trenerskog osoblja, izradu budžeta sa finansijskim planerima, intervjuisanje potencijalnih zaposlenih i sportista i sastanke sa investitorima, vlasnicima ili zvaničnicima. Pokazalo se da poboljšanje komunikacije osoblja i upravljanja bilo kojim preduzećem maksimizira produktivnost i poboljšava moral zaposlenih. Još jedan važan aspekt administrativne komunikacije u sportu su odnosi organizacije sa javnošću sa roditeljima, medijima i navijačima. Administratori treba da rade naporno da bi razvili dobre odnose zasnovane na jasnoj i konstruktivnoj komunikaciji sa roditeljima u osnovnim i srednjim školama. U profesionalnom sportu interakcija sa medijima i navijačima je sastavni deo njihovih obaveza. Nova istraživanja pokazuju da autentična i istinska veza sa navijačima kroz različite oblike komunikacije, uključujući društvene medije, takođe igra važnu ulogu.

Intrapersonalna komunikacija

Intrapersonalna komunikacija podrazumeva komunikaciju čoveka sa samim sobom gde se komunikacija odvija unutar subjekta gde je on istovremeno

i pošiljalac i primalac poruke. Pod tim se najviše misli na čovekovo unutrašnje razmišljanje, sređivanje utisaka, prisećanja. Do novih informacija osoba dolazi saznavnim procesima kao što su razmišljanje, analiza i generalizovanje. Sve ovo nazivamo unutrašnjim govorom. Ovim nivoom komuniciranja bavi se psihologija (sa stanovišta psiholoških procesa, mentalnih aktivnosti i perceptivnih obeležja čoveka). Pored toga, ovakav vid komunikacije predstavlja mentalni proces koji se odvija unutar ljudskog mozga i njime se bavi medicina (sa stanovišta fiziološke podloge mentalnih procesa i lečenja „nenormalnih“ oblika njihovog funkcionisanja). Za menadžera je važno da nauči da razgovara sa samim sobom, upozna vlastite prednosti i nedostatke, da bude u stanju da pohvali samoga sebe, izgrdi ili izmeni kada je to potrebno, jednostavno da utiče na sebe i svoj način razmišljanja i delovanja.

Prilikom ovakve vrste komunikacije, razmišljajući, čovek kreira poruku koju želi da pošalje. Zato se može reći, da je ova vrsta komunikacije osnovni oblik komunikacije jer pre nego što čovek počne da razgovara sa drugim ljudima na određenu temu, on je o tome već razmišljao i prodiskutovao sa samim sobom. Ova vrsta komunikacije je stalan i neprekidan proces koji se odvija sve vreme, dok je čovek u budno svesnom stanju, pa čak i kad spava i sanja (Cvetkovski i Cvetkovska-Ocokoljić 2007, prema Perović, 2014).

Postoje tri osnovna kanala koji se koriste u intrapersonalnoj komunikaciji:

- razgovor sa samim sobom,
- mentalne slike i
- neverbalna ponašanja.

Budući da ne obuhvata zasebnog pošiljaoca i primaoca, neki intrapersonalnu komunikaciju ne smatraju pravom komunikacijom. Drugi, međutim, veruju da, kada se sagleda kao stepen naše samosvesti, intrapersonalna komunikacija predstavlja važan osnov efektivne komunikacije. Ispravna percepcija nas samih i razumevanje načina na koji nas drugi vide predstavljaju prvi kamen temeljac efektivne komunikacije. Samosvesnost se po pravilu postiže samoposmatranjem svojih postupaka i odluka (eng. self-reflection) ili putem onoga što bismo nazvali intrapersonalnom komunikacijom.

Iako ne komunicirate direktno sa drugima u ličnoj komunikaciji, ljudi i iskustva koja ste imali određuju kako ćete „razgovarati“ sami sa sobom. Na primer, ako ste imali dobar dan, verovatno ćete na sebe gledati pozitivno. Nikada ne možete gledati sebe, a da na vas ne utiču veze koje imate sa drugima.

Vrlo često dok nam sagovornik govori nešto, mi smišljamo šta ćemo mu odgovoriti ili mislimo na nešto sasvim drugo. Takođe, dok govorimo, mi pratimo reakciju sagovornika, pre neke aktivnosti sami sebe ubeđujemo da to uradimo, po završetku aktivnosti razmišljamo o uspehu ili neuspehu koji smo postigli - odnosno, „razgovaramo sami sa sobom“, a to predstavlja intrapersonalnu komunikaciju.

Intrapersonalna komunikacija između ostalog uključuje reakcije osobe na spoljni svet, pripremu za aktivnosti i pozitivno ili negativno vrednovanje aktivnosti koje je ta osoba obavila. Od velikog je uticaja na komunikaciju sa drugima, a sama je pod uticajem kulturnog nivoa, okruženja u kome živimo, jezika i naših pogleda na svet (Banković, 2013)

Osnova za komunikaciju sa drugima je sposobnost komunikacije sa samim sobom. Ljudi koji imaju tendenciju da znaju ko su, u šta veruju i kakvi su im stavovi i imaju jasno razumevanje svojih uverenja i vrednosti, mnogo je verovatnije da će uspeti svoje ideje i stavove da prenesu drugima. Oni mogu u sebi da obrađuju ideje i odluče kako će predstaviti i saopštiti te informacije drugima.

Razgovor sa samim sobom - Polazna tačka svake komunikacije je samogovor - intrapersonalno komuniciranje unutar sebe. Svi se upuštamo u ovaj unutrašnji dijalog. Ponekad jesmo svesni da glasno govorimo u glavi, ali samopričanje je često tiho razmišljanje, unutrašnji šapat kojeg smo jedva svesni ili naše automatske neverbalne reakcije. Iako je možda tiho, njegov uticaj može biti ogroman. Na to utiču ponašanje, naša osećanja, naše samopoštovanje, pa čak i nivo stresa svojim unutrašnjim govorom. Sve što radimo započinje kao samogovor. Naši unutrašnji stavovi koji oblikuju naše ponašanje, tj. ono što radimo, posledično oblikuje rezultate koje dobijamo. Samogovor često pokreće poverljivosti i upite koje imamo o sebi, a koji onda utiču na naše odluke o međuljudskoj komunikaciji (Berko i sar, 2007).

Kada govorimo o sportu, prva asocijacija su nam vrhunski sportisti i njihova dostignuća, tj. intrapersonalna komunikacija koja se odvija u njima u cilju postizanja što boljih rezultata. Međutim, ne smemo da ignorišemo ovaj vid komunikacije koji se odvija češće kod dece nego kod odraslih osoba sa invaliditetom imajući u vidu njihova ograničenja za redovno bavljenje sportskim aktivnostima. Kod svakog od njih se javlja ponavljajuće pitanje koje postavljaju samima sebi „Zašto ja ne mogu da se igram?“ (Darcy et al. 2019). Ovo pitanje je praćeno daljim unutrašnjim dijalogom osobe sa posebnim potrebama o poteškoćama inkluzije.

Intrapersonalna komunikacija kod sportista je jedna od tema istraživanja koju najčešće sprovode sportski psiholozi. Psihološki faktori koji utiču na sport-

ske rezultate višestruko su povezane funkcije intrapersonalnih (unutrašnja motivacija) i interpersonalnih (socijalna podrška) faktora. Teoretska istraživanja ove oblasti rezultirala su činjenicom da sportisti koriste 4 intrapersonalna faktora: samomotivaciju, kognitivni kapacitet i veštinu snalaženja, afektivne orijentacije i veštine mentalnog treninga. Ovi faktori prepliću se sa međuljudskim odnosima (faktorima), kao što su socijalna podrška i odnos sportista i trenera. Teoretski model ukazuje da njihov balans sprečava povećani sportski i životni stres što dovodi do činjenice da se fizički i psihološki kapacitet sportista održava ili čak poboljšava. Ovo zauzvrat promoviše kontinuirano takmičarsko sportsko učešće. Maksimizacija psiholoških uslova za uspešan nastup zahteva da treneri neguju intrapersonalne i interpersonalne psihosocijalne resurse sportista služeći kao oslonci njihove autonomne samoregulacije, a ne kao kontrolori njihovih ciljeva i ponašanja (Iso-Ahola, 1995).

Najbolji primer intrapersonalne komunikacije kod sportista možemo sagledati kroz primere Novaka Đokovića. Kao mali, dok je trenirao sa Jelenom Genčić, jedan deo treninga je podrazumevao rad na vizuelizaciji njegovih budućih uspeha, odnosno, konkretno podizanja pobjedničkog pehara na Vimbldonu.

Izjava Novaka Đokovića nakon osvojenog turnira Rolan Garos u Parizu, 2021. godine je jedan od novijih primera iz sportske prakse intrapersonalne komunikacije. Novak nam otkriva svoj unutrašnji dijalog, koji se odvijao posle drugog izgubljenog seta, nakon kojeg se situacija na terenu preokrenula u njegovu korist. „Da budem iskren, nikada nisam baš glasan kada pričam sam sa sobom - objasnio je posle Nole. - Te interne razgovore držim u glavi. Ali, ovoga puta nije bilo tako. Unutra su očigledno uvek dva glasa: jedan vam govori da to ne možete da uradite, da je gotovo, da je završeno. Osetio sam zato da je vreme da vokalizujem drugi glas i pokušam da potisnem prvi koji je govorio da ne uspevam. Rekao sam sebi da to mogu, ohrabrio se. Snažno sam počeo to da ponavljam iznutra, pokušavao sam to da živim čitavim svojim bićem. I, u trećem setu, posebno u prvih nekoliko gemova, moju igru podržao je onaj drugi, pozitivniji i ohrabrujući glas“ (Čvorović, 2021).

Interpersonalna komunikacija

Ova vrsta komunikacije se odvija između najmanje dve osobe, verbalno ili neverbalno, odnosi se na stvaranje kontakta sa drugim ljudima, bilo da je reč o direktnom kontaktu ili zahteva određenu tehnološku pomoć kao što je telefon, kompjuter itd. Zadatak interpersonalne komunikacije je i bolje razumevanje

među ljudima. Osnovne funkcije interpersonalne komunikacije se odnose na to da je bitno utvrditi u kom kontekstu je poruka saopštena, jer reči koje se izgovore mogu imati različito značenje u odnosu na kontekst u kom su izrečene. Druga funkcija se odnosi na uloge koje se grade u odnosima među ljudima, radi uspostavljanja identiteta. Treća funkcija je zadovoljenje potreba kao što su: potreba da se uspostavi kontakt sa drugima; potreba da se kontrolišu drugi ljudi i dokažu lične sposobnosti; sticanje naklonosti, odnosno, poverenja i simpatije drugih ljudi.

Verbalna komunikacija

Verbalna komunikacija - može biti usmena ili pisana i najčešći je način na koji se prenosi određena informacija, vest ili poruka u svakodnevnom životu. Postoje različite definicije verbalne komunikacije među stručnjacima, dok jedni pod verbalnom komunikacijom podrazumevaju sve što je iskazano rečima bilo da su pisane ili izgovorene, a usmenu povezuju isključivo sa razgovorom, drugi smatraju da se verbalna odnosi samo na pisanu komunikaciju koja se razlikuje od usmene.

Osnovno i najvažnije sredstvo komunikacije među ljudima je jezik. Pomoću njega čovek je u stanju da izražava svoje misli i ideje, kao i da bude učesnik u društvenoj komunikaciji. Čoveku jezik pored komunikacije omogućava da se izrazi, prenese svoja iskustva na druge ljude, da prenosi sopstvenu kulturu. Kao glavno obeležje čoveka, jezik ne služi samo kao sredstvo komunikacije sa drugima već ima ulogu kontrole sopstvenog i tuđeg ponašanja. Kroz način nečijeg govora može se doneti sud o njemu i njegovoj ličnosti. Jezik i ljudsko društvo se međusobno dopunjuju i uslovljavaju. Bitna stvar u komunikaciji je pravilno izražavanje, u protivnom može se doći do pogrešnog tumečenja misli. Jezik ima dve osnovne funkcije:

- Komunikativnu i
- Estetsku.

S obzirom da je verbalna komunikacija razmena reči između najmanje dvoje ljudi, govornika i sagovornika, ona treba da sadrži: jasan cilj, organizovanost, ekonomičnost, selektivnost, stvaranje poverenja, kontrolu i uspešnost.

Da bi se verbalna komunikacija kvalitetno odvijala, veoma je značajno napomenuti da je slušanje sagovornika od velikog značaja.

Danas se često naglašava važnost komunikacije u privatnom i poslovnom životu, ali vrlo malo pažnje se posvećuje najbitnijem – veštini slušanja. Slušanje predstavlja jedan od najaktivnijih oblika učenja i kao takvo je neizostavni deo komunikacije i socijalnog ponašanja. Slušanje predstavlja sofisticirani mentalni proces, deo neverbalne komunikacije u kojem osoba prima i interpretira poruke koje joj odašilju sagovornici. Takođe, karakteriše se i kao metoda učenja i prikupljanja informacija iz okoline. Slušanje je ujedno i izraz poštovanja koje ukazujete svome sagovorniku. Želim znati šta misliš, osećaš i kakve su tvoje potrebe. Slušati podrazumeva da se skupe informacije o onome ko govori, bez da ga prosuđujemo i ocenjujemo (Vodopija i Vajs, 2010).

Slušati i čuti dva su slična, ali i istovremeno različita biološka procesa. U svakodnevnim situacijama često se mešaju ta dva izraza. Proces „čuti” javlja se automatski i ne zahteva nikakav poseban napor. Kada osoba nešto čuje, često zanemaruje izgovorene reči i ne razmišlja kakvo značenje i uticaj te reči imaju na nju. Ali, kada sluša drugu osobu koja joj se obraća, tada prima i interpretira značenje reči koje su joj upućene. To je mentalni proces koji zahteva aktivan i svestan napor mozga i čula sluha. Ustaljeno je mišljenje da je slušanje proces istovetan auditivnom slušanju (čuti = slušati) i da je to prirodan, instinktivan proces za koji ne treba dodatni napor i veština jer se radi o bazičnom i vitalnom komunikacijskom procesu urođenom svim ljudima (Ibid).

Kao posledica nekvalitetnog slušanja prisutno je tzv. površno slušanje koje opet na kraju rezultira nepotrebnim poteškoćama i problemima kao što su:

- loše ili pogrešno shvaćena uputstva,
- gubitak važnih informacija,
- frustracija i sramota,
- pojačan rizik povrede tuđih osećanja.

Sve navedeno može uzrokovati gubitak mogućnosti poboljšanja privatnih i poslovnih odnosa, a još češće da se međuljudski odnosi pogoršaju i do granica nepopravljivosti. Pravilno slušanje je proces koji se sastoji od šest ključnih faza za uspešno komuniciranje: predviđanje, primanje poruke, pažnja prema porukama, analiziranje poruka, pamćenje i procena i vrednovanje poruka.

Kada govorimo o komunikaciji u sportu, zanemarivanje bilo kog segmenta komunikacije može imati negativan uticaj na željeni ishod sportskog rezultata. U sportu je najvažnija komunikacija između sledećih aktera:

1. a) igrača međusobno (timski sport)
b) igrača i trenera (individualni i timski sport)
2. sportista i medija

Dobro su poznate situacije ljubiteljima sporta kako se razvija utakmica u kojoj igrači imaju dobru međusobnu komunikaciju, kada postoji sklad među njima, razumevanje i podrška. Koliko puta su „izgubljene“ utakmice dobijene zbog timskog duha i međusobnog poverenja, zbog vere jednih u druge, a sa druge strane „dobijene“ utakmice izgubljene zbog nesklada i nemogućnosti da igrači budu tim i igraju jedni za druge. Pritom je važno da je dobra komunikacija prisutna i van terena, jer je teško da se na terenu prenebregnu eventualne nesuglasice, sujeta i dr.

Mnoga istraživanja su pokazala prednosti dobre komunikacije u takmičarskom sportu. Igrači koji znaju kako efikasno da komuniciraju jedni s drugima bolje će sarađivati, formirajući jači ukupni tim.

Važna karika za dobar odnos i atmosferu među igračima je trener.

Istraživanja pokazuju da razvijanje dobre komunikacije između trenera i igrača rezultira boljim, efikasnijim timom. Krsmanović naglašava značaj kvalitetne komunikacije trenera i sportista ističući da kod njihove usmene komunikacije ona uglavnom zavisi od trenera kao nosioca informacije. Da bi dobijena informacija imala pozitivan efekat, neophodno je da trener „brizljivo i promišljeno pripremi verbalnu komunikaciju“ (Krsmanović, 2010).

Radionice o efikasnoj komunikaciji deo su mnogih uspešnih sportskih programa u svetu, a treneri koji otvoreno komuniciraju sa svojim sportistima mogu oblikovati efikasnu interakciju direktnim govorom, pažljivim slušanjem i vrednovanjem tuđih mišljenja.

Međusobna interakcija, poverenje i dobra komunikacija najviše utiču na ravnopravne odnose. (Perović et al.2023). Pozitivna komunikacija u sportu takođe može imati koristi od uobičajenih praksi poput sastanaka pred utakmicu, kada se tim i trenersko osoblje mogu okupiti kako bi razmenili informacije, razgovarali o strategijama i postavili ciljeve za taj dan.

Uticaj trenera na igrače je najveći jer njegov položaj između ostalog obezbeđuje da i preko rukovodstva može da utiče na razvoj grupe, na odnose u grupi kao i na efikasnost celog tima. Usklađivanjem odnosa među članovima tima trener utiče na poremećenu ravnotežu, kontroliše ispunjavanje postavljenih zadataka za pojedince, ima priliku da ohrabri, nagradi ili čak kazni članove tima. Trener direktno interveniše ukoliko postoje sukobi u timu, on je sudija u rešavanju međuljudskih odnosa (Šiljak et al. 2014).

Još jedan važan aspekt komunikacije u sportu su odnosi sportista sa javnošću odnosno medijima. U profesionalnom sportu interakcija sa medijima je sastavni

deo njihovih obaveza. Međutim komunikacija sa medijima je izuzetno osetljiva stvar. Koliko može biti od pomoći u pojedinim situacijama brojni su primeri da ona može i negativno da utiče kako na ceo tim, tako i na individualnog sportistu. Sve je više primera da i individualni sportisti imaju svog ličnog PR –a ili čak i službu koja je zadužena za odnose s javnošću.

U tmskom sportu je trenerova uloga u komunikaciji sa javnošću od velikog značaja. Trener je taj koji u mnogome može da zaštiti igrače od direktne komunikacije sa medijima, kada je npr. na konferenciji za štampu sam ispred medija i jedini daje odgovore na razna pitanja. Jedan od boljih primera za ovakvu komunikacionu situaciju se zahvaljujući selektoru fudbalske reprezentacije Srbije Draganu Stojkoviću Piksiju dogodio 2023. godine pred odlazak na Svetsko prvenstvo u fudbalu u Katar. Selektor je pojavivši se sam na press konferenciji zaštitio igrače i ceo stručni štab od neprijatnih pitanja i prognoza, i u ime svih dao jedinstven stav i odgovore na sva znatiželjna pitanja novinara.

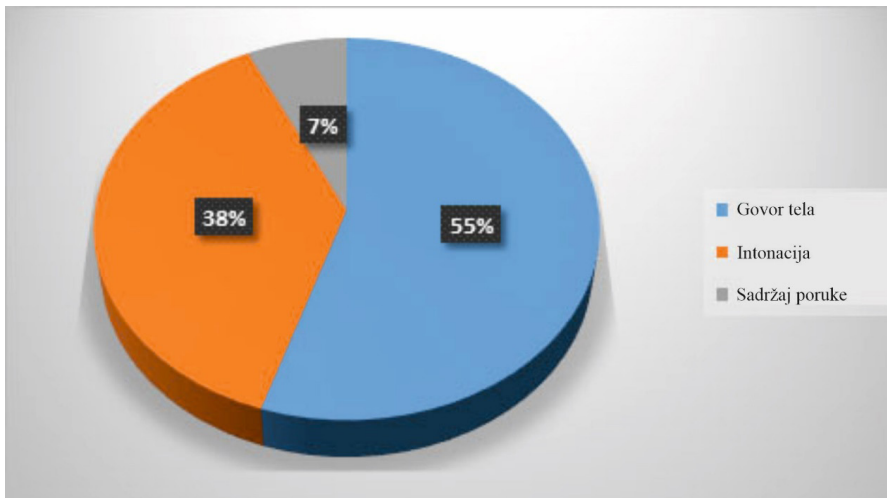
Negativan primer ponašanja trenera tokom press konferencije je nedavna izjava i ponašanje trenera Toronta, Darka Rajakovića koji je bio ljut i na konferenciji za novinare posle poraza od Lejkera (131:132) istakao da su Lejkersi u četvrtoj četvrtini izveli 23 slobodna bacanja, dok je njegov tim izveo samo dva slobodna bacanja, za koja smatra da su posledica lošeg suđenja. Epilog ovakvog ponašanja je bio taj da je Uprava NBA lige kaznila trenera košarkaša Toronta Darka Rajakovića sa 25.000 dolara zbog javnog kritikovanja sudija posle poraza od Los Anđeles Lejkera (<https://www.ekspres.net/sport/trener-toronta-srbin-rajakovic-kaznjen-zbog-komentarisanja-sudija-11-1-2024>).

Trenerova uloga u komunikaciji sa javnošću proizilazi iz pozicije da je on jedan od najodgovornijih pojedinaca za uspeh celog tima. Kao lider koji je postavljen od strane uprave, svaka informacija koja je sa njegove strane saopštena timu ili javnosti ima drugačiju težinu i značenje nego kada to saopštava neko drugi iz grupe. Upravo iz ovog razloga svaka informacija mora biti „pročišćena“ i saopštena na način koji neće poremetiti ravnotežu tima. (Šiljak et al. 2014).

Kod individualnih sportista situacija je nezgodnija, jer i pored toga što imaju stručna lica koja su zadužena za PR brojne su situacije kad posle meča na licu mesta imaju intervju, kao što su npr. teniski mečevi. U tim situacijama nema ko da ih „pokrije“ od neumesnih pitanja, provokacija, niti da umesto njih vodi razgovor ukoliko su u tom trenutku neraspoloženi zbog npr. izgubljenog meča ili izrevoltirani nekom situacijom koja se desila tokom meča.

Neverbalna komunikacija

Komunikacija podrazumeva mnogo više od reči koje izgovaramo - dok s jedne strane postoji podela na usmenu i pisanu komunikaciju, s druge strane - reči predstavljaju samo mali deo naše sposobnosti izražavanja. Istraživanja pokazuju da na utisak koji ostavljamo svojim nastupom odnosno komunikacijom, čak 55 % utiče naš govor tela (neverbalna komunikacija), 38% intonacija (paraverbalna komunikacija), a svega 7 % sadržaj onoga što smo hteli da poručimo (sl. 1). Drugi autori smatraju da je odnos ovih procenata 50:40:10 (Pavić, 2011), ali se razlike i kod ostalih autora svode na svega par procenata, što pokazuje da je neverbalna komunikacija bitnija za uspešan ishod od verbalne.



Slika 1 - Prikaz komunikacije izražen u % koji utiče na utisak tokom komunikacije

(izvor: O'Connor, Seymour, 2000)

Ako su reči sadržaj poruke, onda su držanje, gestovi, izraz lica i intonacija kontekst u koji je poruka uklopljena, i zajedno prenose značenje komunikacije. Dakle, ne postoji garancija da je sagovornik razumeo poruku koju smo pokušali da mu prenesemo samo na osnovu naših reči. Ako pažljivo pratimo njegovu reakciju, i govorom tela možemo da se potrudimo da ispravimo utisak, ukoliko odgovor koji dobijamo nije za nas zadovoljavajući.

Većina istraživača danas se slaže da se reči koriste pre svega za saopštavanje informacija, dok se govor tela koristi za pregovaranje oko interpersonalnih

stavova, i u nekim slučajevima kao zamena za verbalne poruke (upućivanje “ubitačnog pogleda” prenosi jasnu poruku bez otvaranja usta).

Pored komunikacije verbalnim znacima, veliki deo informacija ljudi prenose neverbalnim putem. Pod neverbalnom komunikacijom podrazumeva se serija poruka koje neposredno na prvom mestu prenosi ljudsko telo, a zatim i predmeti, ambijent i atmosfera (Vujić, 2003). Tomić neverbalnu komunikaciju definiše kao permanentno primanje i emitovanje znakova gestovima, mimikom ili pokretima tela, koja se odvija uvek kad smo u kontaktu sa drugom osobom (2003). Neverbalnu komunikaciju autori definišu i kao sredstvo kojim ljudi (i neke životinje) prenose informacije svesnim ili nesvesnim gestovima, telesnim pokretima ili izrazima lica. Takođe, neverbalna komunikacija se odnosi na sva namerna i nenamerna značenja koja nemaju oblik napisane ili izgovorene reči (Rouse, Rouse, 2005)

Neverbalna komunikacija - Još u antičkoj Grčkoj i starom Rimu, veština govorenja se nije ogledala samo u dobro odabranom sadržaju, rečima i načinu verbalnog izražavanja već i kroz neverbalni iskaz tj. kroz pokret, gard, pozu ili gest. Upravo taj neverbalni iskaz otkriva mnoge osobine ličnosti, govori čak i da li su reči koje su izgovorene istinite, ili je možda njihov cilj da prevare.

Neverbalna komunikacija bi mogla da se definiše kao primanje i emitovanje znakova gestovima, mimikom ili pokretima tela, koji se uvek odvijaju pri kontaktu sa drugom osobom. Već pri samom početku komuniciranja, ljudi se međusobno posmatraju i stiču prve utiske o drugoj strani. Neki autori smatraju da se prvi utisak stiče u najviše 20 sekundi.

Za razliku od jezika koji može i jeste u većini slučajeva pod našom kontrolom, neverbalno ponašanje je samo delimično kontrolisano sa naše strane.

Ponekad su reči suviše i neisplative, zahtevaju mnogo truda da bi se postigao rezultat (npr. kada želimo nekoga da pozdravimo sa veće udaljenosti - mahanje je adekvatnije od upotrebe reči) (Kapor-Stanulović i Vrgović, 2008). Ova definicija se velikim delom povezuje sa sportom.

Komunikacija u sportu je veoma složena zbog faktora koji utiču u formi poruka verbalnim jezikom, motoričkim jezikom i jezikom tela. Poznavanje neverbalnih tipova komunikacije i nivo na kojem se ovo manifestima dovodi do efikasne saradnje najčešće je prisutno u timskom sportu.

Poznavanje i savladavanje procesa komunikacije tokom treninga je suštinski element u vođenju sportista. Takođe, za ostvarenje kvalitetne komunikacije značajno je poznavanje postojećih odnosa među grupama sportista. Veštine komu-

nikacije se razvijaju jer je izražena neophodnost taktičkih interakcija i uspeha u sportskim takmičenjima.

Efektivna komunikacija u aktivnostima obuke sportista je proces transformisane poruke iz oblasti nauke i tehnologije koju trener mora da prilagodi jeziku sporta. Komunikacija se može vršiti verbalno i neverbalno. Odnos komunikacije trener-sportista, u procesu treninga i takmičenja, u poređenju sa realnošću koju trener može da prepozna u svom svakodnevnom nadzoru i radu dovodi do velike disfunkcionalnosti između motoričkog potencijala i sposobnosti sportista da se izraze. Upotreba složenog spektra načina komunikacije (verbalni, neverbalni i gestovni) donose privlačnost na treninge, održavajući interes igrača.

Rezultati istraživanja studije o upotrebi različitih vrsta komunikacije u oblasti timskih sportova su pokazali da je najčešća komunikacija tokom treniranja neverbalna komunikacija, što pokazuje procenat od 41%, dok je verbalna komunikacija prisutna samo 39% (Novitaria i Subarkah, 2018) (sl. 2).



Slika 2 - Prikaz neverbalne komunikacije u odbojci
(izvor: <https://ijc51.wordpress.com/2014/05/03/indoor-volleyball/>)

Timski sportista (fudbal, rukomet, košarka...) koristi klimanje glavom da naznači u kom pravcu bi saigrač trebalo da preseče loptu. Trener poziva postavu koristeći seriju gestova poznatih samo svom timu. Iako se ovi oblici komunikacije mogu činiti specifičnim za igru, oni su analogni neverbalnim znakovima koje ljudi koriste u svakodnevnom životu. Klimanje glavom ili odmahivanje glavom, palac gore ili bilo koji drugi pokret ili gest kojim ljudi prenose nešto drugom su sve slične vrste neverbalne komunikacije. Neverbalna komunikacija se tokom

meča odvija i između igrača, trenera i publike kao i između igrača, trenera i sudija (aplauz, zviždanje, žuti i crveni karton, zvuk pištaljke, podizanje zastavica ili ruke).

ZAKLJUČAK

Značaj komunikacije u sportu je veoma jasan - on je sastavni deo uspešnih sportskih organizacija. Veštine komunikacije se razvijaju jer je izražena neophodnost taktičkih interakcija i uspeha u sportskim takmičenjima. Timovi koji promovišu pozitivnu komunikaciju i poštovanje među igračima poboljšavaju ukupnu motivaciju. Treneri koji nauče da efikasno komuniciraju sa svojim sportistima mogu pružiti pozitivne povratne informacije i konstruktivne kritike na načine koji zapravo utiču na performanse igrača. Igrači koji znaju kako efikasno da komuniciraju jedni s drugima bolje će sarađivati, formirajući jači ukupni tim. Na osnovu sprovedenog istraživanja može se zaključiti da zanemarivanje bilo kog segmenta komunikacije može imati negativan uticaj na željeni ishod sportskog rezultata.

LITERATURA

1. Banković, M. (2013). Poslovne komunikacije. Skripta. Kragujevac: Visoka tehnička škola strukovnih studija.
2. Berko, R M., Wolvin, A. D. and Wolvin, D. R. (2007). *Communicating: A Social and Career Focus*, Tenth Edition,. Published by Allyn & Bacon. Copyright by Pearson Education, Inc.
3. Bjelica, D. (2012). Komunikacije u sportu. Podgorica: Fakultet za sport i fizičko vaspitanje Nikšić i CSA.
4. Cvetkovski, T., Cvetkovska-Ocokoljić, V. (2007). Poslovna komunikacija u savremenim uslovima poslovanja. Beograd: Megatrend univerzitet.
5. Čvorović, G. (2021). Čuo sam glas, Uspećeš! Novak za Novosti o preokretu protiv Cicipasa. Novosti onlajn od 14. 06. 2021. u 22:40. Dostupno na <https://www.novosti.rs/sport/tenis/1007110/cuo-sam-glas-uspeces-novak-novosti-preokretu-protiv-cicipasa?ref>
6. Darcy, S., Ollerton, J. .and Grabowski, S. (2019). "Why Can't I Play?" *Transdisciplinary Learnings for Children with Disability's Sport Participation, Social Inclusion* (ISSN: 2183-2803) 2020, Volume 8, Issue 3, Pages 209-223 DOI: 10.17645/si.v8i3.2750.

7. Ekspres net online (2024). „Ovo je sramota“ Rajaković besneo, NBA liga ga oštro kaznila. Portal Ekspres.net od 11.01.2024. Dostupno na <https://www.ekspres.net/sport/trener-toronta-srbin-rajakovic-kaznjen-zbog-komentari-sanja-sudija-11-1-2024>
8. Iso-Ahola SE. (1995). Intrapersonal and interpersonal factors in athletic performance. *Scand J Med Sci Sports*. 1995 Aug; 5 (4):191-9. doi: 10.1111/j.1600-0838.1995.tb00035.x. PMID: 7552764.
9. Kapor - Stanulović, N., Vrgović, P. (2008). Osnove komunikologije i poslovnog komuniciranja, Novi Sad: Alfa-graf.
10. Kassing, J., Billings, A., Brown, R., Halone, K., Harrison, K., Krizek, R., Meân, L., Turman, P. (2004). Communication in the Community of Sport: The Process of Enacting, (Re)Producing, Consuming, and Organizing Sport. *Annals of the International Communication Association*. 28. 373-409. DOI: 10.1080/23808985.2004.11679040. Available at https://www.researchgate.net/publication/307812463_Communication_in_the_Community_of_Sport_The_Process_of_Enacting_ReProducing_Consuming_and_Organizing_Sport.
11. Krsmanović, V. (2010). Poslovno komuniciranje i etika u sportu, skripta. Beograd: Fakultet za menadžment u sportu.
12. Novitaria, I. M., Subarkah, A. (2018). Analysis of Interpersonal Communication in Sports. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, vol. 278. 10.2991/yishpess-cois-18.2018.72.
13. O'Connor, J. & Seymour, J. (2000). *Training with NLP*. London: Harper Collins.
14. Pavić, S. Ž. (2011). Etika i poslovne komunikacije. Beograd: Singidunum.
15. Perović, A. (2014). Olimpijsko obrazovanje mladih sa aspekta komunikacije. Doktorska disertacija. Beograd: Fakultet za menadžment u sportu, Alfa Univerzitet.
16. Rouse, J. M., Rouse, S. (2005). Poslovne komunikacije (kulturološki i strateški pristup). Zagreb: Masmedia.
17. Šiljak, V. Šiljak, L. Perović, A.; Fragkiadakis, G. (2014). Coaching Philosophy. *Sports Science, Travnik*. Vol. 7, Issue 1. Str. 66-74.
18. Tomić, Z. (2003). Komunikologija. Drugo izdanje, Beograd: Čigoja.
19. Vodopija, Š., Vajs, A. (2010). Vještina slušanja u komunikaciji i medijaciji. Zagreb: Erudita.

20. Vujić, D. (2003). Menadžment ljudskih resursa i kvalitet. Beograd: Centar za primenjenu psihologiju.
21. Word press (n.d.). Indoor Volleyball – Nonverbal Communication & Volleyball. Available at <https://ijc51.wordpress.com/2014/05/03/indoor-volleyball/>.
22. Perović, A., Šiljak, V., Jovanović, D., Đukić, S. (2023). Značaj poslovne komunikacije za razvoj korporativne kulture. *Glasnik za društvene nauke*, Beograd. Vol.15, ISSN 1821-3421. str. 167-194.

Rad primljen: 12.09.2023.

Rad prihvaćen: 17.10.2023.