

Socijalna psihologija sporta

- ✓ osnovni principi i različiti tipovi komunikacije;
- ✓ priroda konflikta i moguća ponašanja strana u konfliktu;
- ✓ definisanje kohezije, njeni izvori i efekti;
- ✓ osnovni principi tim-bildibga;
- ✓ fenomen vođstva u sportu, teorijski pristupi u proučavanju vođstva i stilovi vođstva;
- ✓ fenomen socijalne facilitacije i pojava zabušavanja;
- ✓ modeli uticaja prisustva drugih na sportski nastup;
- ✓ fiziološki i psihološki nivo reagovanja sportista na publiku;
- ✓ šta podrazumeva sintagma "prednost domaćeg terena".

O čemu ćemo danas komunicirati?

- ✓ Predrasude o komunikaciji, značaj i karakteristike komunikacije;
- ✓ Verbalna i neverbalna komunikacija;
- ✓ Slušanje i aktivno slušanje;
- ✓ Konflikti;
- ✓ Asetivnost;
 - ✓ Kao reći NE;
 - ✓ Pohvale;
 - ✓ Kritike;

Predrasude o komunikaciji

Netačno	Tačno
svi znaju da komuniciraju	veštine komunikacije mogu se naučiti
komunicira se rečima	najčešće se komunicira neverbalnim znakovima
komunikacija je svemoćna ili komunikacija je nemoćna	komunikacija nije ni svemoćna niti potpuno nemoćna
komunikaciju je moguće izbeći	nemoguće, zbog neverbalne komunikacije
komunikacija je svestan akt	komunikacija nije uvijek pod našom kontrolom
opsežna komunikacija vodi boljim odnosima	prekid komunikacije nekada smiruje emocije, a manje komunikacije može istaknuti problem

Zašto je komunikacija toliko važna?

Komunikacija predstavlja:

- ✓ POTREBU
- ✓ SPOSOBNOSTI
- ✓ VEŠTINU

Komunikacija je:

- ✓ NEIZBEŽNA
- ✓ SLOŽENA „dvosmerna ulica“
- ✓ NEPOVRATNA

Prema akterima komunikacije:

- ✓ INTRAPERSONALNA
- ✓ INTERPERSONALNA
- ✓ PORUKA O PORUCI

Dva neodvojiva vida komunikacije:

- ✓ VERBALNA
- ✓ NEVERBALNA

Verbalna komunikacija

Verbalnom komunikacijom se prenose misli, ideje, stavovi, osećanja, uputstva.

- ✓ Govorna komunikacija
- ✓ Pisana komunikacija

GOVORENJE + SLUŠANJE

Smernice za efikasno formulisanje poruke

- | | |
|--|--|
| ✓ poruke bi trebalo direktno izražavati, | ✓ da ne sadrže skriveno značenje, da su neposredno izrečene, |
| ✓ lično formulisati („ja“, „moj“ umesto „mi“, „tim“), | ✓ da su usklađene sa neverbalnom komunikacijom, |
| ✓ trebalo bi da budu kompletne specifične, jasne i konzistentne, | ✓ da je poruka prilagođena osobi kojoj je namenjena, |
| ✓ da sadrže potrebe i osećanja, | |
| ✓ da su jasno razdvojene činjenice od mišljenja i zaključaka, | |

Smernice za efikasno formulisanje poruke

- ✓ Koristite što manje stranih reči; ✓ ne govorite samom sebi;
- ✓ rečenice treba da budu kratke; ✓ da se ključne tačke pojačavaju ponavljanjem i
- ✓ izbegavajte zamenice (oni, neki ✓ da je dobijena povratna informacija o tome da li je poruka dobro shvaćena
neke, prema ovome);
- ✓ **ne preterujte sa upotrebom prideva;** ✓ treba pažljivo birati treći da ne izazovu neželjene emocije.

[Vežba crtanja na tabli.](#)

Neverbalna komunikacija

Način kojim ljudi komuniciraju bez reči,
NAMERNO ili NENAMERNO.

- ✓ intonacija rečenica (upitna, zapovedna),
- ✓ kinezička komunikacija (grimase, usmeravanje pogleda, gestikulacija),
- ✓ kretanje u prostoru i fizička blizina (45cm - intimni prostor, 1,2m - lični prostor, do 3m socijalalni prostor, preko 3m javni prostor), "finte", raspored u prostoru;

Neverbalna komunikacija

- ✓ komunikacija dodirom (rukovanje, tapšanje po ramenu, grljenje, pokazuje prisnost, prijatnost, dominantnost),
- ✓ pokreti rukama;
- ✓ izrazi lica,
- ✓ kontakt očima,
- ✓ Izgovor reči;
- ✓ upotreba vremena (na primer, sportista kasni na trening i tim činom nešto saopštava treneru),
- ✓ materijalna (nošenje dresova).

Slušanje → korisne zanimljivosti

**Prema istraživanjima, prosečna osoba:
govori tempom od 100-140 reči u minuti,
слуша tempom od 600 reči u minuti.**

Tako slušaocu ostaje mnogo vremena za vlastite misli.

**Kada se ljudi nađu zajedno, nastoje biti slušani,
međutim, vrlo retko su slušani jer
osoba koju nastoje pridobiti da ih sluša,
vrlo strpljivo čeka šansu da bude slušana.**

**„Da je trebalo više da pričamo nego da slušamo,
imali bi smo dva jezika a jedno uvo“ (Mark Tven)**

Vežba prenošenja informacija.

Kada ne slušamo a kada slušamo?

Zašto ne slušamo?

- ✓ ne zanima nas tema;
- ✓ dosadno je (govornik, tema);
- ✓ osoba nije vredna slušanja;
- ✓ zaokupljeni smo ličnim problemima;
- ✓ ne razumemo o čemu se govori;
- ✓ sanjarimo;
- ✓ nešto nam odvlači pažnju;
- ✓ već znamo o čemu se radi;

Kada i koga slušamo?

- **poruka nam je važna;**
- **poruka nam je zanimljiva;**
- **osoba nam je važna;**
- **cenimo osobu - autoritet;**
- **želimo ostaviti dobar utisak;**

Aktivno slušanje – važna komunikaciona veština

**Što je rečeno i ono što se čuje nisu dve iste stvari!
(bez obzira što mi svi mislimo da jesu)**

- ✓ čuti poruku ne znači da je shvaćeno značenje poruke;

„Čujemo ušima a slušamo umom“

- ✓ **za govornika je osujećujuće kada ga sagovornik čuje ali ga ne sluša:** kada osoba shvati da nije u stanju da sluša sagovornika, treba da vežba fokusiranje pažnje na sagovornika.

Aktivno slušanje – važna komunikaciona veština

Aktivno slušanje je jedan od ključnih elemenata uspešnog procesa komunikacije.

Ciljevi aktivnog slušanja:

1. Da jedan sagovornik razume šta je drugi htio da kaže i
2. Da govornik zna da je njegova poruka pravilno shvaćena ili bar da je druga strana pokušala da je razume.

U procesu aktivnog slušanja obraćamo pažnju na:

1. Sadržaj poruke i
2. Osećanja koja prate poruku sagovornika;

Aktivno slušanje

Obuhvata sledeće aktivnosti:

- ✓ slušalac treba da **odluči da će slušati sagovornika**;
- ✓ tokom komunikacije sagovornici treba da **gledaju** jedan drugog u oči;
- ✓ slušalac treba često da **parafrazira** govornikove reči („Rekao si mi da...“, „Ako sam dobro shvatila...“, „Da li sam u pravu da si rekla...“), što podstiče otvorenu komunikaciju;
- ✓ sagovornici treba da **postavljaju pitanja za razjašnjavanje** poruka, što podstiče da sagovornik iskaže osećanja; poželjno je izbegavati pitanja koja počinju sa **„zašto“**, zato što mogu da izgledaju kao kritika;
- ✓ sagovornici treba da **izbegavaju ometajuće pokrete i znakove**.

Principi – tehnike aktivnog slušanja

1. **Ohrabrvanje sagovornika** → kada želimo da podstaknemo sagovornika sa pričom ili mu želimo dati podršku da nastavi.
Verbalno: da, aha, slušam te, reci..., daaa... (uz prijatan ton);
Neverbalno: klimanje glavom, prijatan izraz lica, telesni stav, pokreti;
2. **Razjašnjavanje** → postavljanje pitanja kada želimo da razjasnimo ili potvrdimo nešto: „Možete li mi ponovo objasniti“, „Na šta tačno misliš?“.
3. **Preformulisanje** → ispričate svojim rečima ono što je osoba rekla da biste proverili da li ste dobro čuli i razumeli.

Principi – tehnike aktivnog slušanja

4. **Reflektovanje** → recite drugoj osobi kako vi mislite da se ona oseća, odnosno „vraćanje sadržaja“: „Čini mi se...“, „Prepostavljam...“;
5. **Sažimanje ili rezimiranje** → povremeno ponavaljanje glavne teme ili sa vremena na vreme vraćamo se na bitne tačke: „Znači, odgovara ti...“, „Znači, želeo bi...“
6. **Potvrđivanje** → pokažite da uvažavate govornika, da cenite ono što on govori; „Razumem te“, „Vidim zašto je to važno...“;
7. **Ponavaljanje poslednjih reči** → „Umoran sam...“, „Umoran si...“

Potencijalni problemi kod slušaoca

- ✓ Postavljanje previše pitanja;
- ✓ Suviše brzo postavljanje pitanja;
- ✓ Netaktična pitanja;
- ✓ Pitanje „zašto“ može aktivirati neprijatnu situaciju i odbrambeni stav;
- ✓ Pitanja lične prirode;
- ✓ Prekidanje;
- ✓ Preuzimanje kontrole nad onim o čemu bi sagovornik mogao govoriti;
- ✓ Davanje saveta (kada se ponašamo kao da jedino mi znamo šta je najbolje);
- ✓ Neprekidno pričanje o sebi „Da sam ja na tom mestu...“, „Kada sam ja bio u takvoj situaciji...“;

Neefikasna komunikacija između trenera i igrača

- ✓ Neefikasna komunikacija je mač sa dve oštice.
- ✓ **Mišljenje da nismo mi već da je druga strana neefikasna**, zbog čega se ne prepoznaće potreba za razvijanjem veština komunikacije.
- ✓ **Nedostatak međusobnog poverenja.**
 - ✓ Najčešće teškoće u komunikaciji koje su vezane za pošiljaoca su dvosmislene i međusobno protivrečne poruke.
 - ✓ Najčešće teškoće koje su vezane za primaoca poruke su pogrešno interpretiranje poruke i neslušanje.

Konstruktivna komunikacija

Konstruktivna komunikacija koja podrazumeva formulisanje misli i osećanja na pozitivan i konstruktivan način.

Četiri su ključna koraka:

- ✓ opisivanje osećanja,
- ✓ opisivanje misli o aktivnostima i događajima koje vas zabrinjavaju,
- ✓ opisivanje konkretnih razloga kako to ponašanje utiče na vas i
- ✓ opisivanje toga šta želite da se uradi.

Konflikti u odnosu između trenera i sportiste

Komunikacija je uzajamni dvosmerni proces i sredstvo kojim se mogu zadovoljiti ili osujetiti potrebe.

**Komunikacija je neraskidivo povezana sa konfliktom.
Suprotstavljene snage u komunikaciji – sukobljeni interesi, ciljevi i potrebe, mogu da budu spona koja dovodi do konflikta.**

Konflikti su neizbežni iz najmanje sledeća tri razloga:

- a) konflikt nastaje i u verbalnoj i u neverbalnoj komunikaciji,
- b) komunikacija reflektuje konflikt i
- c) komunikacija je sredstvo konstruktivnog i destruktivnog upravljanja konfliktima.

Konflikti u odnosu između trenera i sportiste

Svaki konflikt između dve osobe ili više njih može se posmatrati na dva nivoa:

- ✓ na nivou sadržaja oko koga se sukobljene strane spore (zadatak, materija, pitanja, sukobljeni ciljevi) i
- ✓ na nivou njihovog odnosa (osećanja jedne osobe prema drugoj).

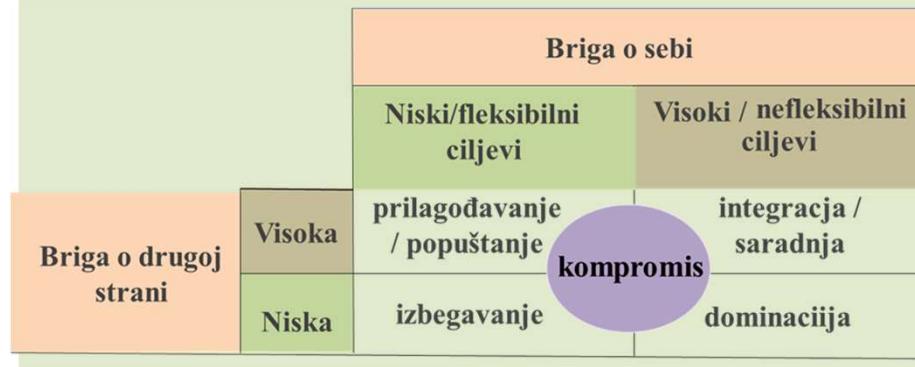
Upravljanje konfliktom i njegovo rešavanje



Ponašanje strana u konfliktu

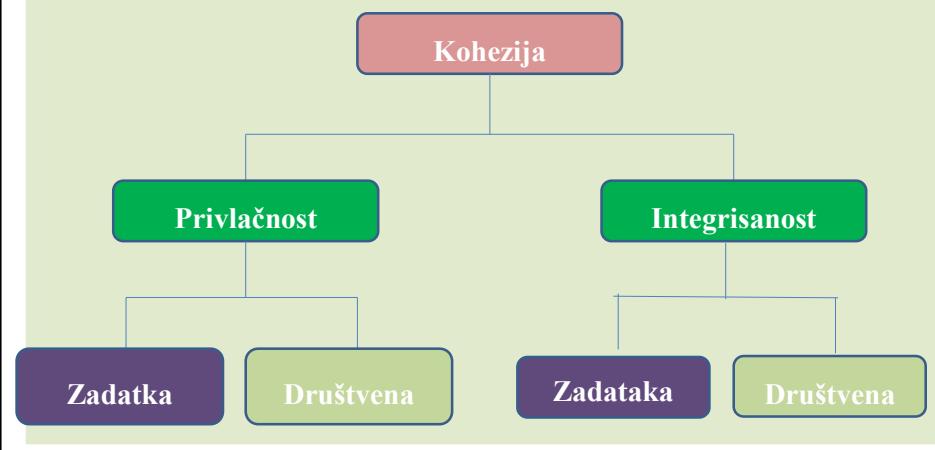
Zavisi od dve dimenzijs:

- ✓ brige o sebi i
- ✓ brige o drugoj strani.



Kohezija sportskog tima

kohezija je dinamički proces koji se odražava na sklonost članova grupe da budu zajedno i da budu ujedinjeni u obavljanju instrumentalnih zadataka i u zadovoljavanju emocionalnih potreba.



Izvori razvoja kohezije sportskog tima

- ✓ **sredinski faktori:** ugovorne norme, odgovornosti, uticaj članova porodice i šire društvene sredine;
- ✓ **faktori ličnosti:** demografske karakteristike članova grupe (pol, uzrast, međusobna sličnost), kognicija i motivi (uzročne atribucije, anksioznost), ponašanje (pridržavanje, zabušavanje);
- ✓ **faktori vođstva:** stil rukovođenja, jasna, nedvosmislena konzistenta komunikacija, opažanje kompatibilnosti između trenera i tima;
- ✓ **faktori tima:** karakteristike zadatka (individualni zadatak naspram timskih zadataka), uloge u timu, pozicija u timu, stabilnost tima, želja za postizanjem timskog uspeha.

Efekti razvoja kohezije sportskog tima

- ✓ **individualni ishodi se ispoljavaju na:** osećanja (zadovoljstvo, mada se ne može ograničiti samo na njega), ponašanje (spremnost za izvršavanje zadataka, ulaganje napora i relativna i trajna efikasnost postignuća);
- ✓ **ishodi na nivou tima ispoljavaju se na:** postavljanje grupnih ciljeva, na nastup, kolektivnu efikasnost, stabilnost tima, krajnju efikasnost postignuća i relativnu efikasnost postignuća (razlika između pobjede i poraza nasuprot dobrom i lošem takmičarskom nastupu).

Faze u razvoju kohezije sportskog tima

Razvoj kohezije prolazi kroz četiri faze:

- ✓ formiranje,
- ✓ uzbuđenje,
- ✓ normalizacija i
- ✓ učinak.

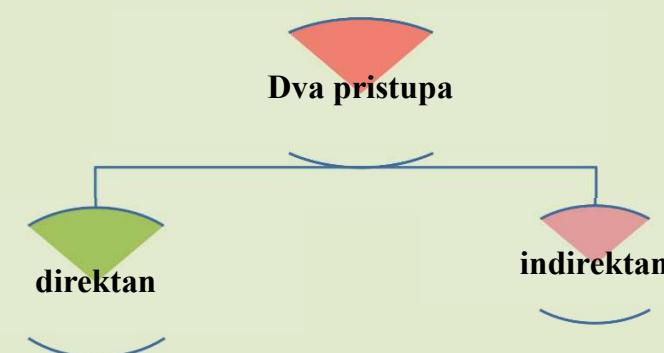
Tokom faza formiranja i uzbuđenja članovi tima se međusobno upoznaju.

Tokom faza normalizacije i učinka dolazi do uspostavljanja međusobnih odnosa i upoznavanja sa međusobnim snagama i slabostima što predstavlja neophodne uslove za razvoj opažanja kohezivnosti sportskog tima.

Društvenu koheziju i koheziju u izvršavanju zadatka, moguće je razlikovati samo u poslednjoj fazi – u fazi učinka.

Ukoliko članovi tima nisu vremenski dovoljno dugo zajedno, malo je verovatno da će se ispoljiti efekti kohezivnosti.

Tim-bilding



Vodstvo u sportu

Vodstvo je veoma složen fenomen.

Vode:

- ✓ usmeravaju pojedince i timove prema postavljenim ciljevima,
- ✓ angažuju se na uspostavljanju međuljudskih odnosa,
- ✓ daju povratne informacije,
- ✓ utiču na proces donošenja odluka,
- ✓ podstiču motivaciju.

Vođa zna koji su ciljevi tima i obezbeđuje pravce i neophodne resurse za njihovo ostvarivanje.

Vodstvo u sportu

U proteklih pedesetak godina napisano je na stotine definicija vođstva. Većini definicija je zajedničko nekoliko sledećih komponenata:

- ✓ vođstvo postoji i na individualnom, na grupnom nivou i na nivou organizacije;
- ✓ vođstvo je proces na nivou ponašanja; vođa svojim aktivnostima i ponašanjem menja i usmerava ponašanje pojedinaca;
- ✓ vođstvo je interpersonalno – zahteva interakciju i sposobnost komunikacije;
- ✓ vođstvo je povezano sa postignućem – uvek je fokusirano na pokretanje pojedinaca i grupe u određenom pravcu.

Stilovi vodstva

Šeladurai i saradnici → model donošenja odluka koji je specifičan za sport. Izdvaja se pet stilova donošenja odluka:

- ✓ **autokratski stil** – trener samostalno rešava probleme i odlučuje koristeći dostupne informacije;
- ✓ **autokrasko-konsultativni stil** – trener objedinjuje informacije od značajnih sportista i onda samostalno odlučuje;
- ✓ **konsultativno-individualni stil** – trener se pojedinačno konsultuje sa sportistima i onda donosi odluku; odluka može ali i ne mora da odražava informacije dobijene od sportista;
- ✓ **konsultativno-grupni stil** – trener se konsultuje sa grupom i onda donosi odluku; odluka može ali i ne mora da odražava informacije dobijene od sportista;
- ✓ **grupni stil** – trener deli probleme sa sportistima koji onda donose odluku bez njegovog daljeg uticaja.

Uloge vođe preuzimaju i sportisti

Potencijalni problem može da bude rivalitet između vođa.

Kapiten: jedan od vođa koji ima poseban položaj u odnosu na ostale članove, i u odnosu na trenera

On ima iste obaveze kao i ostali sportisti, ali od njega se očekuje da preuzme dodatne obaveze i odgovornost prema treneru, timu, klubu, široj sredini.

Njegov uticaj na ostale članove je veći od uticaja drugih članova tima, ali je on istovremeno u većem stepenu podređen treneru nego ostali članovi tima.

Uticaj publike u sportu

Početak razvoja ove oblasti vezuje se za istraživanje fenomena **socijalne facilitacije**.

Tripletovo istraživanje u kome su učestvovali biciklisti

- ✓ najbolje prolazno vreme biciklisti ostvaruju kada se takmiče protiv drugih,
- ✓ slede biciklisti koji se takmiče sa vremenom ali koji voze uz druge bicikliste,
- ✓ najsporije prolazno vreme imaju oni koji mere vreme, ali koji voze sami.

Triplet je objasnio na dva načina:

- a) prisustvo drugih osoba koje nezavisno obavljaju zadatak podstiče takmičarski instinkt;
- b) posmatranje drugih, koji obavljaju istu aktivnost, pokreće ideju o bržem nastupu koje uz takmičarski instinkt dovodi do veće koncentracije energije.

Kako sportisti reaguju na prisustvo publike?

Fiziološki nivo → izvršavanje aktivnosti pred drugim osobama povećava značaj nastupa.

Ako u situaciji „**od posebnog značaja**“ sportista veruje da:

- ✓ može uspešno da odgovori na zahteve koji mu se postavljaju, situaciju će opažati kao izazov. Dolazi povećanja aktivnosti kardio sistema, a do umanjenja rada vaskularnog sistema.

Promene: mobilizacija energije, povećano oslobođanje adrenalina i noradrenalina dovodi do kratkih „eksplozija“ u mobilizaciji energije.

- ✓ da nema kapacitete kojima može adekvatno da odgovori na zahteve, situaciju će opažati kao preteću.

Promene: povećanje kardiološke aktivnosti, ali i vaskularne rezistentnosti, povišeno lučenje kortizola koji inhibira lučenje adrenalina, zbog čega ne dolazi do „kratkih eksplozija“ u mobilizaciji energije.

Kako sportisti reaguju na prisustvo publike?

Psihološki nivo → ponašanje pred publikom može u znatnom stepenu da utiče na to kako sportista sebe opaža.

Tri su mogućnosti:

- ✓ Kada je trenutno ponašanje u konfliktu sa slikom koju sportista ima o sebi, tada on putem procesa internalizacije može da menja tu sliku. Efekat može biti zнатно snažniji ukoliko se takvo ponašanje odvija pred publikom.
- ✓ Sportista može nastojati da zadrži povoljnu sliku o sebi tako što će interpretirati događaje na način koji mu pomaže da zadrži i da unapredi samoopažanje, čak i u slučajevima kada ono nije u skladu sa realnošću.
- ✓ Sportista može svesno da uloži napor kako bi ignorisao i blokirao zastrašujuće informacije, na primer, kritiku trenera. Negativne povratne informacije u prisustvu publike mogu proizvesti naglašeno štetne efekte na osobe koje nastoje da izbegnu te informacije o sebi.

Prednost domaćeg terena

Sportski timovi koji se takmiče na domaćem terenu pobeduju u preko 50% takmičenja, u kojima učestvuju.

Prepostavlja se da se objašnjenje, koje je u osnovi opisane pojave, odnosi na prisustvo podržavajuće i interaktivne publike.

Savremena shvatanja → uticaj publike u sportu treba posmatrati kao socijalnu razmenu koja umnogome zavisi od načina na koji sportisti interpretiraju socijalnu situaciju.

Nije u svim istraživanjima pokazana razlika između samopouzdanja, anksioznosti i raspoloženja igrača na domaćem i na gostujućem terenu.

Ostaje otvoreno pitanje da li su dobijene razlike u psihološkim stanjima sportista posledica očekivanja sportista ili posledica delovanja publike.

Karakteristike publike

- ✓ **Brojnost publike.** Istraživanja nisu saglasna po pitanju toga da li je brojnost/masovnost publike direktno povezana sa prednošću domaćeg terena.
- ✓ **Zbijenost osoba u publici** se predstavlja odnosom između broja prisutnih osoba i ukupnog kapaciteta gledališta. Stepen zbijenosti publike važan je faktor socijalne podrške koji doprinosi prednosti domaćeg terena.
- ✓ **Ponašanje publike.** Prednost domaćeg tima nad gostujućem je veća kada se publika ponaša očekivano (aplaudiranje i zviždanje). Kada se publika ponaša na izrazito antisocijalan način (tuče, bacanje predmeta na teren, nepristojno skandiranju) tada domaći tim, u većem stepenu nego gostujući, krši pravila.
- ✓ **Prisustvo naspram odsustva publike.** Do sada se samo jedno istraživanje bavilo ovim pitanjem. Na osnovu analize individualne statistike igrača zaključeno je da su oba tima poboljšala svoj nastup.