

ANALIZA KOMUNIKACIJSKOG ASPEKTA SPORTSKIH MOTIVACIJSKIH GOVORA NA ENGLISKOM JEZIKU

Filipović, Ivan

Master's thesis / Diplomski rad

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Kinesiology / Sveučilište u Zagrebu, Kineziološki fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:117:981257>

Rights / Prava: [Attribution 4.0 International](#)/[Imenovanje 4.0 međunarodna](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-04-25**



Repository / Repozitorij:

[Repository of Faculty of Kinesiology, University of Zagreb - KIFoREP](#)



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
KINEZIOLOŠKI FAKULTET

(studij za stjecanje akademskog naziva: magistar kineziologije)

Ivan Filipović

**ANALIZA KOMUNIKACIJSKOG ASPEKTA
SPORTSKIH MOTIVACIJSKIH GOVORA NA
ENGLESKOM JEZIKU**

diplomski rad

Mentor: doc. dr. sc. Darija Omrčen

Zagreb, lipanj, 2021.

Ovim potpisima se potvrđuje da je ovo završena verzija diplomskog rada koja je obranjena pred Povjerenstvom, s unesenim korekcijama koje je povjerenstvo zahtijevalo na obrani te da je ova tiskana verzija istovjetna elektroničkoj verziji predanoj u Knjižnici.

Mentor:

doc. dr. sc. Darija Omrčen

Student:

Ivan Filipović

Zahvaljujem mentorici doc. dr. sc. Dariji Omrčen na svim smjernicama, susretljivosti te brojnim videopozivima kako bismo uspješno završili ovaj rad. Također, zahvaljujem svim prijateljima na koje sam se uvijek mogao osloniti te bih najviše zahvalio majci, ocu i teti koji su mi najveća podrška, koji su bili uz mene kroz sve uspone i padove tijekom studija i koji su uvijek vjerovali u mene.

ANALIZA KOMUNIKACIJSKOG ASPEKTA SPORTSKIH MOTIVACIJSKIH GOVORA NA ENGLESKOM JEZIKU

Sažetak

Cilj ovog rada bio je analizirati komunikacijski aspekt 48 sportskih motivacijskih govora na engleskom jeziku. Analiza je napravljena na temelju situacijskih varijabli s jedne strane te verbalnih i neverbalnih komunikacijskih aspekata motivacijskih govora s druge strane. Unutar verbalnog komunikacijskog aspekta motivacijskog govornog čina procjenjivale su se boja i visina glasa govornika, kao i isticanje riječi u motivacijskim govorima. Unutar neverbalnog komunikacijskog aspekta procjenjivala se razina aktivnog položaja govornikova tijela te gestikulacija. Varijable vezane za situacijski aspekt odnosile su se na sport u kojemu se motivacijski govor odvijao, vrsti natjecanja tijekom kojega se odvijao, vrsti govornika koji je davao iskaz i vremenskoj točki sportskog događaja u kojoj se iskaz odvijao. Istraživanje je pokazalo da su u ulozi motivacijskog govornika najčešće bili treneri koji svoje iskaze najučestalije daju prije utakmice ili meča. Govori su najčešće realizirani smirenim glasom govornika promjenjive visine. Govorni je čin najčešće bio popraćen hodaњem govornika. U govornome činu riječi se nisu često isticale za razliku od gestikuliranja koje je bilo izrazito učestalo tijekom motivacijskih govora.

Ključne riječi: motivacijski govor, neverbalni komunikacijski aspekt, situacijski aspekt, verbalni komunikacijski aspekt

ANALYSIS OF THE COMMUNICATION ASPECT OF SPORTS MOTIVATIONAL SPEECHES IN THE ENGLISH LANGUAGE

Abstract

The aim of this paper was to analyse the communication aspect of 48 motivational speeches in the English language in sports. The analysis was based on situational variables on one hand and verbal and non-verbal communication aspects of motivational speeches on the other. Tone and pitch of the speaker's voice were assessed within the verbal communication aspect as well as the presence of the emphasized words in motivational speeches. The assessment of non-verbal communication aspect focused on whether the speech act was executed while sitting, crouching, standing, or walking. The incidence of gestures during speech was also addressed. The assessment of all categories of verbal and non-verbal communication aspects of the speech act was analysed in terms of type of sport, type of competition during which the motivational speech was delivered, type of speaker giving the speech, and the time point at which a speech was delivered. Research results have shown that the motivational speeches were most often given by coaches before a game or match. A calm tone of voice with alternating pitch prevailed in the speeches. The speech act was mostly executed while walking. Emphasizing of particular words was less frequent in the analysed speeches in comparison to gestures, which were abundantly used during motivational speeches.

Key words: motivational speech, non-verbal communication aspect, situational aspect, verbal communication aspect

Sadržaj

1. Uvod.....	1
2. Ciljevi i hipoteze	5
3. Metode istraživanja	6
3.1. Uzorak entiteta	6
3.2. Opis protokola istraživanja	6
3.3. Opis varijabla	6
3.4. Metode obrade podataka	8
4. Rezultati	9
4.1. Učestalost riječi i n-grama u ukupnom uzorku motivacijskih govora	9
4.2. Međusoban odnos varijabla verbalnih komunikacijskih i situacijskih aspekata	11
4.2.1. Odnos varijable koja govori o boji glasa i situacijskih aspekata	11
4.2.2. Odnos varijable koja govori o visini glasa i situacijskih aspekata	15
4.2.3. Odnos varijable koja govori o isticanju riječi u iskazu i situacijskih aspekata.....	18
4.3. Međusoban odnos varijabla neverbalnih komunikacijskih i situacijskih aspekata.....	20
4.3.1. Odnos varijable koja govori o položaju tijela govornika i situacijskih aspekata	20
4.3.2. Odnos varijable koja govori o gestikulaciji i situacijskih aspekata	23
4.4. Analiza razlika među skupinama na situacijskim varijablama u verbalnim i neverbalnim aspektima iskaza	25
4.4.1. Deskriptivna analiza varijabla	25
4.4.2. Korelacije	26
4.4.3. Rezultati analize razlika	27
5. Rasprava.....	31
6. Zaključak	38
7. Literatura.....	40

1. Uvod

Komunikacija je sastavni i nezaobilazni dio života i međuljudskih odnosa. Čovjek kao socijalno biće ima stalnu potrebu svakodnevno komunicirati s drugim ljudima u svom okruženju u svim segmentima života. Međusobno komuniciramo u obitelji, u školi, na fakultetu, na poslu, u slobodno vrijeme, u svakoj situaciji gdje dolazimo u interakciju s drugim ljudima. Komunikacija je riječ koja potječe iz latinskog jezika (lat. *communicatio*) i znači *priopćavanje, razgovor* (Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021). Komunikacija je „sredstvo s pomoću kojeg dvije ili više osoba razmjenjuju informacije i međusobno utječu na svoja mišljenja i ponašanje" (Šegota, 2003, str. 6). Komunikaciju je moguće definirati kao postupak verbalne ili neverbalne razmjene informacija (Iksan i sur., 2012, str. 72). Verbalna komunikacija je ona u kojoj se komunicira riječima (Zrilić, 2010, str. 2). Komunikacija se često poistovjećuje s govorom, s onim što je govornik rekao. Međutim, smisao onoga što je rečeno ne ovisi samo o sadržaju izgovorenog. Mehrabian i Wiener (1967) u svom su istraživanju utvrdili da se 7 % poruke prenosi riječima, 38 % tonom glasa te 55 % neverbalnom komunikacijom.

Za razliku od verbalne, neverbalna komunikacija je ona koja se ostvaruje nekim drugim sredstvima osim riječima (Hall i Knapp, 2010, str. 5). Neverbalna komunikacija podrazumijeva poruku koja se ne prenosi riječima (Zamfir, 2017, str. 101). Drugim riječima, neverbalna komunikacija se odvija putem statičkih (tjelesni izgled), kinetičkih (opći govor tijela, izraz lica, pokreti ruku itd.) i osjetilnih (olfaktornih, termičkih, taktilnih) signala (Cristea, 2000 kod Zamfir, 2017, str. 101).

Dakle, u proces komunikacije uključene su najmanje dvije osobe, osoba koja šalje poruku, tj. informaciju i osoba koja tu poruku, odnosno informaciju prima (Bratanić, 1993, str. 77). Ovisno o broju osoba koje sudjeluju u komunikaciji razlikuje se komunikacija između dvije osobe koja je osnovna jedinica komunikacije među ljudima i komunikacija u maloj grupi koja se provodi među trima i više osoba koje se poistovjećuju s grupom (Bratanić, 1993, str. 82-83). Prema Žitinski-Šoljić (2001, str. 4) „komuniciranje i u širem i u užem smislu riječi označava razmjenu poruka". Osobe porukama razmjenjuju određena značenja, izražavaju svoje misli, osjećaje i potrebe (Jurković, 2012, str. 398). Prema Lucasu (2015, str. 17), svaka komunikacija ima sedam elemenata, a to su: govornik, poruka, kanal, slušatelj, povratna informacija, smetnja i situacija. Govornik je osoba s kojom proces komunikacije započinje, koja daje iskaz. Poruka je sve ono što govornik priopćuje osobi ili osobama koje ga slušaju (Tomić, Radalj i Jugo, 2020, str. 19). Prema Požegi (2012a, str. 7), cilj komunikacije uvijek je prenijeti poruku, a „komunikacija se dogodila kada je

poruka primljena i do neke mjere shvaćena“. Kanal je određena tehnologija ili metoda pomoću koje se poruka prenosi do primatelja (Požega, 2012, str. 7). Poruka se može prenijeti putem različitih medija, a jedan od načina je i prijenos poruke neposredno, licem u lice, od govornika prema slušatelju, bilo pojedincu ili skupini (Požega, 2012a, str. 7). Slušatelj je onaj kojemu je poruka upućena i koji bi trebao aktivno slušati. Prema Žižak, Vizek Vidović i Ajduković (2012, str. 305), slušanje je ključno za uspješnu komunikaciju i ključ razumijevanja ljudskih odnosa. Aktivnim slušanjem obraća se pozornost na cjelokupnu komunikaciju sugovornika, što osim verbalnih poruka uključuje i govor njegova tijela, odnosno neverbalne poruke (Vodopija, 2007, str. 123). Smetnja ili šum u komunikaciji je sve ono što prekida ili iskrivljuje poruku (Požega, 2012a, str. 7).

Svi ti elementi prepoznaju se i u komunikaciji u sportu, u ulozi govornika obično je trener, ponekada su to i igrači koji izravno, bez posrednika međusobno komuniciraju. O komunikaciji u sportu – a interpersonalna komunikacija je u toj domeni od velike važnosti (Rosca, 2010; Kim i Park, 2020), postoje brojna istraživanja koja su se bavila različitim aspektima komunikacije u toj domeni, na primjer komunikacijskim vještinama (Cherubini, 2019), komunikacijskim strategijama (Davis, Jowett i Tafvelin, 2019), komunikaciji kao učinkovite trenažne strategije za stvaranje, ali i održavanje dobrog odnosa između trenera i sportaša (Gilbert, 2017) itd.

Aktivno slušanje u govorima u sportu znatno je važnije nego kod govora u nekim drugim prigodama. Takvi govori u pravilu su kratki, jezgroviti, u njima govornik ciljano pažnju posvećuje samo bitnim stvarima, stoga je od velike važnosti da oni kojima je poruka upućena aktivno slušaju, istu razumiju, prihvate i odgovore na nju. Svako nerazumijevanje ili pogrešno shvaćanje poruke može se negativno odraziti na tijek i rezultat u sportskom nadmetanju. Smetnje ili šumovi u komunikaciji u sportu uglavnom su vezani za vanjske, objektivne razloge, kao što su buka, veličina sportskog terena, vremenski uvjeti i sl., ali mogu biti i subjektivne prirode, kako na strani govornika tako i na strani slušatelja, npr. nedovoljna koncentracija, nerazumijevanje ili slabo razumijevanje jezika govornika i sl.

S komunikacijom je usko povezana motivacija. Korijen riječi motivacije je *motiv*, koji označava želju za zadovoljenjem potrebe (Cox, 2005, str. 211). Motivi su pobude koje čovjekovo djelovanje usmjeravaju prema nekom određenom cilju, održavaju to djelovanje i pojačavaju njegov intenzitet (Zulić i Frapporti-Roglić, 2013, str. 23). Vezu između komunikacije i motivacije pokazuje Buble (2010, str. 182) definirajući komuniciranje kao „proces prijenosa informacija od jedne osobe

drugo s namjerom da se motivira i utječe na ponašanje“. Motivacijski govori u sportu jedna su od govornih vrsta suvremenog doba, nemaju svoju opću definiciju ili značajniju stručnu obradu u domaćoj i stranoj literaturi, tek se mogu prepoznati u dijelu gdje autori pojašnjavaju govore u određenim prilikama (Tomić i Kišiček, 2011, str. 140). Tako Škarić (2008, str. 14) ne izdvaja motivacijske govore kao zasebnu vrstu ili podvrstu, ali navodi da ih se može prepoznati u govorima za posebne prilike. Takvo stajalište ima i Lucas (2015, str. 382), koji prigodne govore definira kao one koji imaju za cilj „odgovoriti na potrebe svrhe određene posebne prilike“. U nedostatku precizne definicije motivacijskih govora u sportu, promatra li se prilika kao sportski događaj i ako je svrha prilike motivirati sportaše, takvo svrstavanje ima smisla. Prema Tomić i Kišiček (2011, str. 141), motivacijski govori posebna su vrsta prigodnih govora kojima je cilj slušače potaknuti na djelovanje, te motivirati za izvršenje određena cilja. Kao što je komunikacija neizostavna i važna u svim segmentima ljudskog djelovanja, tako je neizostavna i važna u sportu. Važnost komunikacije u sportu, kroz pravo svakog djelatnika u sportu da sudjeluje u raspravama i pravo na primanje i davanje informacija, sadržana je u Deklaraciji sportaša (eng. *Athletes' Rights and Responsibilities Declaration*, 2018) Međunarodnog olimpijskog odbora.

Ako se pravilno realizira, motivacijski je govor moćan komunikacijski alat (Mental Training Center, 2015). Ovisno o situaciji i ciljevima kojima ljudi teže, motivacijski govori mogu biti vojni, politički, vjerski ili sportski, ali neovisno o tome, svi imaju i zajedničke osobine (Tomić i Kišiček, 2011, str. 141). Osborn i Osborn (1997, prema Tomić i Kišiček, 2011, str. 142) ističu dva važna elementa u motivacijskim govorima – poistovjećivanje (eng. *identification*) i veličanje (eng. *magnification*). Poistovjećivanje autori definiraju kao stvaranje osjećaja bliskosti između publike i govornika, dok se veličanjem, primjereno trenutku i situaciji, ističu zajedničke vrijednosti govornika i publike. Važnost tih elemenata posebno se ističe u motivacijskim govorima govornika u sportu, o čemu pišu Tomić i Kišiček (2011) u svom radu „Stavovi hrvatskih sportaša i trenera o motivacijskim govorima“. Prema njihovu istraživanju, sportaši i treneri imaju pozitivan stav prema motivacijskim govorima i svjesni su njihove važnosti, kao i važnosti postupka veličanja i poistovjećivanja kojima se ostvaruje cilj govora. Rezultati istog istraživanja pokazuju kako gotovo svi sportaši trenera doživljavaju kao autoritet, kao vođu čiji motivacijski govor prije utakmice ili meča na njih djeluje kao dodatni poticaj. Govornici u sportu dobrom realizacijom svojih motivacijskih govora mogu, uz sve ostale elemente sportske igre, utjecati na konačni rezultat

sportskog događaja. Međutim, svaki govornik u sportu, ako želi motivirati govorom, uvijek treba biti svjestan da je govornik ujedno i uzor koji bi osobnim primjerom trebao pružiti emociju, energiju i angažiranost koju želi postići kod svoje publike (Kišiček i Stanković, 2014, str. 106).

2. Ciljevi i hipoteze

Cilj je ovoga rada bio analizirati komunikacijski aspekt skupa od 48 sportskih motivacijskih govora, odnosno iskaza na engleskom jeziku. Analiza je napravljena na temelju situacijskih varijabla s jedne strane te verbalnih i neverbalnih komunikacijskih aspekata motivacijskih govora, tj. iskaza s druge.

S obzirom na cilj istraživanja postavljene su sljedeće dvije hipoteze:

H1 – Ne postoji statistički značajna razlika među kategorijama situacijskih varijabla u verbalnim komunikacijskim aspektima iskaza.

H2 – Ne postoji statistički značajna razlika među kategorijama situacijskih varijabla u neverbalnim komunikacijskim aspektima iskaza.

3. Metode istraživanja

3.1. Uzorak entiteta

Uzorak entiteta sastojao se od 48 sportskih motivacijskih govora, odnosno iskaza na engleskom jeziku. Svi su govori bili videozapisi koji su se nalazili na mrežnoj usluzi YouTube (<https://www.youtube.com>).

3.2. Opis protokola istraživanja

Tekstovi 48 sportskih motivacijskih govora na engleskome jeziku su transkribirani kako bi se mogli analizirati s obzirom na učestalost riječi i n-grama. Promatranjem videozapisa zabilježene su i druge značajke govora uključene u analizu u ovom radu – situacijski (*sport, vrsta natjecanja, vrsta govornika, vremenska točka*), verbalni (*boja glasa, visina glasa, isticanje riječi*) te neverbalni (*razina aktivnog položaja govornikova tijela, gestikulacija*) aspekti.

3.3. Opis varijabla

U analizu su uključene sljedeće varijable.

A. varijable vezane za situacijski aspekt:

- a. sport u kojemu se motivacijski govor odvijao (nogomet, američki nogomet, košarka, tenis)
- b. vrsta natjecanja tijekom kojega se odvijao motivacijski govor, odnosno iskaz (profesionalni sport, srednjoškolsko natjecanje, natjecanje među koledžima)
- c. vrsta govornika koji proizvodi iskaz (trener, igrač, motivacijski govornik)
- d. vremenska točka u kojoj se odvijao motivacijski govor, tj. iskaz (prije utakmice/meča, tijekom utakmice/meča, nakon utakmice/meča)

B. varijable vezane za verbalni komunikacijski aspekt

- a. boja glasa osobe koja realizira motivacijski govor (smirena, promjenjiva, ljutita)
- b. visina glasa osobe koja realizira motivacijski govor (niska, promjenjiva, visoka)

- c. isticanje riječi (nije prisutna, prisutna)

C. varijable vezane za neverbalni komunikacijski aspekt

- a. razina aktivnog položaja govornikova tijela tijekom govornoga čina (sjedi/čuči, stoji, hoda)
- b. gestikulacija realizatora govora tijekom govornog čina (nije prisutna, prisutna).

Varijable vezane za verbalni i neverbalni komunikacijski aspekt promatrane su i na nominalnoj i na ordinalnoj ljestvici. Naime, s obzirom na to da je bilo moguće svakoj kategoriji na tim varijablama pridružiti brojčanu veličinu, to je i učinjeno kako bi te varijable ušle u daljnju analizu kao varijable najmanje uređenih ordinalnih kategorija. Dakle, tri varijable koje su označavale verbalne komunikacijske aspekte iskaza (motivacijskih govora) – boja glasa, visina glasa i isticanje riječi, pretvorene su u ordinalne varijable, kako bi se kategorije na njima mogle ocijeniti po veličini. To je učinjeno na sljedeći način. Kategorije na varijabli *boja glasa* – smiren, promjenjiv i ljutit, označene su ovako: kategoriji smirenog glasa pridružena je veličina 1, promjenjivoj boji glasa veličina 2, a ljutitom glasu veličina 3. Kategorije na varijabli visina glasa pretvorene su u veličine na ordinalnoj varijabli koje govore o promjeni visine glasa, i to kako slijedi: 1 = niski glas, 2 = promjenjivi glas i 3 = visoki glas. Odsutnost isticanja riječi označena je manjom veličinom, tj. vrijednošću (1) od prisutnosti (2) isticanja riječi. Pretvaranje kategorija u veličine na ordinalnoj varijabli učinjeno je i za dvije varijable koje govore o neverbalnim komunikacijskim aspektima. Kategorije na varijabli *položaj govornika* pretvorene su u vrijednosne kategorije sa zajedničkim nazivnikom *razina aktivnog položaja tijela* tijekom govornoga čina kako slijedi: sjedeći, odnosno čučajući položaj označen je najnižom vrijednošću (1), odnosno najnižom razinom aktivnog položaja govornikova tijela, stojeći položaj govornika sljedećom višom vrijednošću (2), tj. srednjom razinom aktivnog položaja govornikova tijela, dok je iskazima čije je obilježje bila najviša razina aktivnog položaja govornikova tijela – hodanje, dodijeljena najviša vrijednost – 3. Prisutnost (2) i neprisutnost (1) gestikulacije kao neverbalne sastavnice iskaza označene su veličinama na binarnoj ljestvici.

3.4. Metode obrade podataka

Za utvrđivanje učestalosti pojedinih riječi i n-grama upotrijebljen je softver AntConc, Version 3.5.9. (Anthony, 2020). Za sve kategorijalne varijable u međusobnim odnosima – varijable koje su opisivale situacijske aspekte s jedne strane te varijable koje su opisivale verbalne i neverbalne komunikacijske aspekte s druge, izračunate su frekvencije i postoci po kategorijama. Nakon što su kategorijama na varijablama verbalnog i neverbalnog komunikacijskog aspekta pridružene brođane veličine, čime su one pretvorene u varijable najmanje ordinalnog uređenog tipa, napravljena je njihova neparametrijska deskriptivna statistika, a zatim su izračunati Spearmanovi koeficijenti korelacija među njima. Za utvrđivanje postojanja razlika na razini značajnosti $p < 0,05$ među kategorijama na varijablama vezanim za situacijski aspekt u varijablama koje su obilježavale verbalni i neverbalni aspekt analiziranih sportskih motivacijskih govora upotrijebljena je Kruskal-Wallisova analiza varijance.

4. Rezultati

4.1. Učestalost riječi i n-grama u ukupnom uzorku motivacijskih govora

U tablici 1. prikazane su riječi koje su bile najučestalije u analiziranim motivacijskim govorima. Najčešća je riječ bila osobna zamjenica *you* koja se ponovila 674 puta, odnosno njezina je učestalost u ukupnom broju pojava u svim motivacijskim govorima uključenim u analizu u ovom radu i promatranim zajedno bila 5,0 %. Po učestalosti slijedi osobna zamjenica *I* koja se ponavljala 337 puta. Njezina učestalost u ukupnome broju riječi bila je 2,4 %, dok se zamjenica *we* pojavila 252 puta, tj. 1,8 % od ukupnog broja pojava u svim motivacijskim govorima uključenim u analizu, a posvojna zamjenica *your* 123 puta, tj. 0,9 % od ukupnog broja pojava u svim motivacijskim govorima promatranim zajedno. Riječ *play* pojavila se 101 put, odnosno 0,7 % od ukupnog broja svih pojava, dok su se sve ostale riječi pojavile manje od 100 puta.

Tablica 1. Frekvencija riječi u motivacijskim govorima

riječ	frekvencija	postotak (%)
you	674	5,0
I	337	2,4
we	252	1,8
your	123	0,9
play	101	0,7
they	73	0,6
go	70	0,5
know	68	0,5
game	64	0,5
team	47	0,4
win	38	0,3
fucking	31	0,2
fight	30	0,2

Učestalost pojedinih različenica (eng. *word types*) prikazana je u tablici 2. Najčešće ponovljena različenica bila je zamjenica *you*, koja se pojavila 821 put, što čini 6,2 % svih različenica u uzorku motivacijskih govora promatranih zajedno. Sljedeća po učestalosti, s gotovo dvostruko manjom frekvencijom, nalazila se različenica *I* s učestalošću od 398, tj. 3 % od ukupnog broja različenica. Slijedi različenica *we* koja se ponavljala 337 puta, tj. 2,5 % svih različenica te različenica *they* koja se ponovila 112 puta, odnosno u 1,0 % svih različenica u ukupnom uzorku motivacijskih govora

promatranih zajedno. Različnica *play* se ponavljala 115 puta, odnosno, 0,9 % svih različenica u ukupnom uzorku motivacijskih govora promatranih zajedno, dok su se ostale različenice ponovile manje od 100 puta.

Tablica 2. Učestalost različenica u motivacijskim govorima promatranim zajedno

različnica	oblici unutar svake različenice	frekvencija	postotak (%)
you	you (674) your (123) ya (2) y'all (22)	821	6,2
I	I (337) my (61)	398	3,0
we	we (252) our (55) us (30)	337	2,5
they	they (73) them (32) their (17)	122	1,0
play	play (101) played (9) playing (4) plays (1)	115	0,9
go	go (70) goes (3) went (1)	74	0,6
know	know (68) knowing (2) knew (1)	71	0,5
game	game (64) games (5)	69	0,5
team	team (47) teams (6)	53	0,4
good	good (26) best (23)	49	0,4
win	win (38) won (9) wins (1)	48	0,4
fuck	fucking (31) fuck (4) fucks (2) fucked (1)	38	0,3
fight	fight (30) fighting (4) fought (1)	35	0,3

U tablici 3. prikazani su n-grami – dvije ili više riječi koje se u tekstu učestalo pojavljuju zajedno, koji su se sastojali od 3 do 5 riječi/grama (bigrami, trigrami te grammi sastavljeni od 4 i 5 riječi), koji se ponavljaju u uzorku od 48 motivacijskih govora promatranih zajedno. Kriterij odabira n-grama bio je da njegova minimalna veličina mora iznositi 3, a maksimalna 5 riječi. Minimalna frekvencija ponavljanja n-grama bila je 10. Ukupan broj dobivenih n-grama prema tome kriteriju bio je 171. Najčešći je n-gram bio *I don't s* učestalošću 25, što čini 14,4 % svih n-grama. Po učestalosti zatim slijedi n-gram *you don't s* frekvencijom 20, što čini 11,5 % svih n-grama. Sljedeći n-gram po učestalosti je *let's go* s učestalošću 15, tj. 10,5 % svih n-grama te n-gram *you have to s* učestalošću 17, odnosno, 9,8 % svih n-grama u ukupnom uzorku motivacijskih govora promatranih zajedno.

Tablica 3. Učestalost n-grama u motivacijskim govorima promatranim zajedno

n-gram	frekvencija	postotak (%)
I don't	25	14,4
you don't	20	11,5
let's go	18	10,5
you have to	17	9,8
I'm not	14	8,2
you got to	13	7,6
I got to	12	7,0

4.2. Međusoban odnos varijabla verbalnih komunikacijskih i situacijskih aspekata

4.2.1. Odnos varijable koja govori o boji glasa i situacijskih aspekata

U tablici 4. prikazani su rezultati analize boje glasa u motivacijskim govorima govornika u nogometu, američkom nogometu, košarci i tenisu. Promatrano u ukupnom broju analiziranih motivacijskih govora, najveći je broj govora realiziran smirenim glasom (37,50 %), nešto manji ljutitom bojom glasa (33,33 %), dok su najmanje česti bili govori u kojima je govornik govorio promjenjivom bojom glasa (29,17 %). Rezultati analize boje glasa govornika motivacijskih govora u američkom nogometu pokazuju kako su najčešći bili iskazi u kojima je boja glasa bila ljutita (44,44 %), dok je u svim iskazima u tenisu i košarci glas govornika bio smiren. Analizirani motivacijski govori podjednako su učestalo realizirani smirenom (35,71 %) i promjenjivom (35,71 %) bojom glasa, a nešto rjeđe (28,57 %) ljutitom.

Tablica 4. Unakrsni tablični prikaz boje glasa govornika i sporta

	boja glasa	nogomet	američki nogomet	košarka	tenis	ukupno po retku
frekvencija	smirena	5	6	3	4	18
postotak po stupcu		35,71 %	22,22 %	100,00 %	100,00 %	
postotak po retku		27,78 %	33,33 %	16,67 %	22,22 %	
ukupni postotak		10,42 %	12,50 %	6,25 %	8,33 %	37,50 %
frekvencija	promjenjiva	5	9	0	0	14
postotak po stupcu		35,71 %	33,33 %	0,00 %	0,00 %	
postotak po retku		35,71 %	64,29 %	0,00 %	0,00 %	
ukupni postotak		10,42 %	18,75 %	0,00 %	0,00 %	29,17 %
frekvencija	ljutita	4	12	0	0	16
postotak po stupcu		28,57 %	44,44 %	0,00 %	0,00 %	
postotak po retku		25,00 %	75,00 %	0,00 %	0,00 %	
ukupni postotak		8,33 %	25,00 %	0,00 %	0,00 %	33,33 %
frekvencija	sve skupine	14	27	3	4	48
ukupni postotak		29,17 %	56,25 %	6,25 %	8,33 %	

Iz tablice 5. vidljivi su rezultati analize boje glasa u motivacijskim govorima u odnosu na vrstu natjecanja tijekom kojih su se motivacijski govori odvijali.

Tablica 5. Unakrsni tablični prikaz boje glasa govornika i vrste natjecanja

	boja glasa	profesionalni sport	srednjoškolska natjecanja	natjecanja među koledžima	ukupno po retku
frekvencija	smirena	13	3	2	18
postotak po stupcu		46,43 %	37,50 %	16,67 %	
postotak po retku		72,22 %	16,67 %	11,11 %	
ukupni postotak		27,08 %	6,25 %	4,17 %	37,50 %
frekvencija	promjenjiva	9	2	3	14
postotak po stupcu		32,14 %	25,00 %	25,00 %	
postotak po retku		64,29 %	14,29 %	21,43 %	
ukupni postotak		18,75 %	4,17 %	6,25 %	29,17 %
frekvencija	ljutita	6	3	7	16
postotak po stupcu		21,43 %	37,50 %	58,33 %	
postotak po retku		37,50 %	18,75 %	43,75 %	
ukupni postotak		12,50 %	6,25 %	14,58 %	33,33 %
frekvencija	sve skupine	28	8	12	48
ukupni postotak		58,33 %	16,67 %	25,00 %	

Rezultati pokazuju kako u motivacijskim govorima tijekom natjecanja među koledžima prevladava ljutita boja glasa (58,33 %), dok je u motivacijskim govorima u srednjoškolskim natjecanjima podjednako česta govornikova smirena (37,50 %) i ljutita (37,50 %) boja glasa. Smirenim glasom najčešće su realizirani govorili u natjecanjima u profesionalnom sportu (n = 13, 72,22 %).

U tablici 6. prikazani su rezultati analize za boju glasa u motivacijskim govorima u odnosu na vrstu realizatora govornoga čina, tj. govornika – drugim riječima, u odnosu na ulogu koju je govornik imao u vrijeme kada se iskaz odvijao, tj. je li govornik bio u ulozi trenera, igrača ili motivacijskog govornika. Rezultati pokazuju kako su motivacijske iskaze najčešće realizirali treneri (81,25 %) te da su govornici iz sve tri skupine približno jednako učestalo govorili smirenim (35,90 %), promjenjivim (30,77 %) i ljutitim (33,33 %) glasom. Učestalost smirenog glasa u motivacijskim govorima koje su realizirali treneri u odnosu na druge motivacijske govore koje su realizirali druge vrste govornika – igrači i motivacijski govornici, bila je 77,78 %, a govori koje su realizirali treneri čiji je obilježje iskaza bio promjenjivi glas bili su češći nego iskazi koje su ostvarili govornici iz druge dvije grupacije – 85,71 %, govorili promjenjivim glasom. Rezultati analize svih govora pokazuju da su u najvećem broju iskaza govornici govorili smirenim glasom (50,00 %), dok su u analiziranim motivacijskim govorima igrača podjednako često govorili smirenim ili ljutitim glasom (40,00 %)

Tablica 6. Unakrsni tablični prikaz boje glasa govornika i vrste govornika

	boja glasa	trener	igrač	motivacijski govornik	ukupno po retku
frekvencija	smirena	14	2	2	18
postotak po stupcu		35,90 %	40,00 %	50,00 %	
postotak po retku		77,78 %	11,11 %	11,11 %	
ukupni postotak		29,17 %	4,17 %	4,17 %	37,50 %
frekvencija	promjenjiva	12	1	1	14
postotak po stupcu		30,77 %	20,00 %	25,00 %	
postotak po retku		85,71 %	7,14 %	7,14 %	
ukupni postotak		25,00 %	2,08 %	2,08 %	29,17 %
frekvencija	ljutita	13	2	1	16
postotak po stupcu		33,33 %	40,00 %	25,00 %	
postotak po retku		81,25 %	12,50 %	6,25 %	
ukupni postotak		27,08 %	4,17 %	2,08 %	33,33 %
frekvencija	sve skupine	39	5	4	48
ukupni postotak		81,25 %	10,42 %	8,33 %	

U tablici 7. prikazani su rezultati analize boje glasa u motivacijskim govorima u pojedinim vremenskim točkama u kojima se iskaz odvijao. Za potrebe ovog rada promatrane su tri vremenske točke: prije utakmice/meča, tijekom utakmice/meča i nakon utakmice/meča. Rezultati pokazuju kako su najčešći govori realizirani smirenim glasom bili oni nakon utakmice/meča (75,00 %) i tijekom utakmice/meča (60,00 %). Ljutitim su glasom govornika najčešće realizirani motivacijski govori koji su se odvijali prije utakmice/meča – zabilježen je u 13 govora, što čini učestalost od 43,33 % svih analiziranih iskaza prije meča, odnosno utakmice. Promjenjiva boja glasa pojavljuje se u 11 motivacijskih govora prije utakmice (meča), što iznosi 36,67 % u odnosu na sve analizirane motivacijske govore prije utakmice/meča, odnosno, učestalost od 78,57 % iskaza promatranih kroz vremenske točke.

Tablica 7. Unakrsni tablični prikaz boje glasa govornika i vremenske točke u kojoj se govor odvija

	boja glasa	prije utakmice/meča	tijekom utakmice/meča	nakon utakmice/meča	ukupno po retku
frekvencija	smirena	6	6	6	18
postotak po stupcu		20,00 %	60,00 %	75,00 %	
postotak po retku		33,33 %	33,33 %	33,33 %	
ukupni postotak		12,50 %	12,50 %	12,50 %	37,50 %
frekvencija	promjenjiva	11	2	1	14
postotak po stupcu		36,67 %	20,00 %	12,50 %	
postotak po retku		78,57 %	14,29 %	7,14 %	
ukupni postotak		22,92 %	4,17 %	2,08 %	29,17 %
frekvencija	ljutita	13	2	1	16
postotak po stupcu		43,33 %	20,00 %	12,50 %	
postotak po retku		81,25 %	12,50 %	6,25 %	
ukupni postotak		27,08 %	4,17 %	2,08 %	33,33 %
frekvencija	sve skupine	30	10	8	48
ukupni postotak		62,50 %	20,83 %	16,67 %	

4.2.2. Odnos varijable koja govori o visini glasa i situacijskih aspekata

Rezultati u tablici 8. pokazuju kako je u ukupnoj frekvenciji analiziranih motivacijskih govora, kao i u svim sportovima promatranim pojedinačno bila najzastupljenija kategorija promjenjive visine glasa govornika (54,17 %). Iz tablice je također vidljivo da ni u jednome od tri govora iz košarke govornik nije govorio visokim glasom, dok je od ukupno četiri govora iz tenisa jedan iskaz realiziran visokim glasom, a niti jedan niskim.

Tablica 8. Unakrsni tablični prikaz visine glasa govornika i vrste sporta

	visina glasa	nogomet	američki nogomet	košarka	tenis	ukupno po retku
frekvencija	niska	4	4	1	0	9
postotak po stupcu		28,57 %	14,81 %	33,33 %	0,00 %	
postotak po retku		44,44 %	44,44 %	11,11 %	0,00 %	
ukupni postotak		8,33 %	8,33 %	2,08 %	0,00 %	18,75 %
frekvencija	promjenjiva	6	15	2	3	26
postotak po stupcu		42,86 %	55,56 %	66,67 %	75,00 %	
postotak po retku		23,08 %	57,69 %	7,69 %	11,54 %	
ukupni postotak		12,50 %	31,25 %	4,17 %	6,25 %	54,17 %
frekvencija	visoka	4	8	0	1	13
postotak po stupcu		28,57 %	29,63 %	0,00 %	25,00 %	
postotak po retku		30,77 %	61,54 %	0,00 %	7,69 %	
ukupni postotak		8,33 %	16,67 %	0,00 %	2,08 %	27,08 %
frekvencija	sve skupine	14	27	3	4	48
ukupni postotak		29,17 %	56,25 %	6,25 %	8,33 %	

U tablici 9. prikazani su rezultati analize visine glasa govornika u motivacijskim govorima u odnosu na vrstu natjecanja tijekom kojih su se analizirani iskazi odvijali. Rezultati pokazuju kako, u svakoj od analiziranih vrsta natjecanja pojedinačno, u motivacijskim govorima prevladava promjenjiva visina glasa. Što se vrsta natjecanja tiče, promjenjiva visina glasa je bila najučestalija u iskazima u profesionalnom sportu (57,69 %), zatim u iskazima u natjecanjima među koledžima (23,08 %) te na kraju u iskazima na srednjoškolskim natjecanjima (19,23 %).

Tablica 9. Unakrsni tablični prikaz visine glasa govornika i vrste natjecanja

	visina glasa	profesionalni sport	srednjoškolska natjecanja	natjecanja među koledžima	ukupno po retku
frekvencija	niska	6	2	1	9
postotak po stupcu		21,43 %	25,00 %	8,33 %	
postotak po retku		12,50 %	22,22 %	11,11 %	
ukupni postotak		14,58 %	4,17 %	2,08 %	18,75 %
frekvencija	promjenjiva	15	5	6	26
postotak po stupcu		53,57 %	62,50 %	50,00 %	
postotak po retku		57,69 %	19,23 %	23,08 %	
ukupni postotak		31,25 %	10,42 %	12,50 %	54,17 %
frekvencija	visoka	7	1	5	13
postotak po stupcu		25,00 %	12,50 %	41,67 %	
postotak po retku		53,85 %	7,69 %	38,46 %	
ukupni postotak		14,58 %	2,08 %	10,42 %	27,08 %
frekvencija	sve skupine	28	8	12	48
ukupni postotak		58,33 %	16,67 %	25,00 %	

U tablici 10. prikazani su rezultati analize visine glasa u iskazima govornika s obzirom na vrstu govornika koji ostvaruje iskaz, tj. s obzirom na to je li govornik bio u ulozi trenera, igrača ili profesionalnog motivacijskog govornika.

Tablica 10. Unakrsni tablični prikaz visine glasa govornika i vrste govornika

	visina glasa	trener	igrač	motivacijski govornik	ukupno po retku
frekvencija	niska	7	1	1	9
postotak po stupcu		17,95 %	20,00 %	25,00 %	
postotak po retku		77,78 %	11,11 %	11,11 %	
ukupni postotak		14,58 %	2,08 %	2,08 %	18,75 %
frekvencija	promjenjiva	22	2	2	26
postotak po stupcu		56,41 %	40,00 %	50,00 %	
postotak po retku		84,62 %	7,69 %	7,69 %	
ukupni postotak		45,83 %	4,17 %	4,17 %	54,17 %
frekvencija	visoka	10	2	1	13
postotak po stupcu		25,64 %	40,00 %	25,00 %	
postotak po retku		76,92 %	15,38 %	7,69 %	
ukupni postotak		20,83 %	4,17 %	2,08 %	27,08 %
frekvencija	sve skupine	39	5	4	48
ukupni postotak		81,25 %	10,42 %	8,33 %	

Rezultati pokazuju kako je u svim analiziranim motivacijskim govorima promatranima zajedno najučestalija bila govornikova promjenjiva visina glasa (54,17 %). Promjenjiva visina glasa zabilježena je u 22 (56,41 %) od ukupnog broja analiziranih motivacijskih govora trenera (n = 39).

U tablici 11. prikazani su rezultati analize visine glasa u iskazima u odnosu na vremensku točku utakmice/meča u kojemu je motivacijski govor održan. Rezultati pokazuju kako je, analizirano ukupno za sve zadane vremenske točke; prije, tijekom i nakon utakmice/meča, u motivacijskim govorima najveću učestalost (54,17 %) imala govornika promjenjiva visina glasa. Analizirano pojedinačno po vremenskim točkama u kojima se govor odvijao, najveća je frekventnost promjenjive visine glasa govornika bila u motivacijskim govorima održanima prije utakmice/meča i iznosila je 61,54 %.

Tablica 11. Unakrsni tablični prikaz visine glasa govornika i vremenske točke u kojoj se govor odvija

	visina glasa	prije utakmice/meča	tijekom utakmice/meča	nakon utakmice/meča	ukupno po retku
frekvencija	niska	5	0	4	9
postotak po stupcu		16,67 %	0,00 %	50,00 %	
postotak po retku		55,56 %	0,00 %	44,44 %	
ukupni postotak		10,42 %	0,00 %	8,33 %	18,75 %
frekvencija	promjenjiva	16	7	3	26
postotak po stupcu		53,33 %	70,00 %	37,50 %	
postotak po retku		61,54 %	26,92 %	11,54 %	
ukupni postotak		33,33 %	14,58 %	6,25 %	54,17 %
frekvencija	visoka	9	3	1	13
postotak po stupcu		30,00 %	30,00 %	12,50 %	
postotak po retku		69,23 %	23,08 %	7,69 %	
ukupni postotak		18,75 %	6,25 %	2,08 %	27,08 %
frekvencija	sve skupine	30	10	8	48
ukupni postotak		62,50 %	20,83 %	16,67 %	

4.2.3. Odnos varijable koja govori o isticanju riječi u iskazu i situacijskih aspekata

Rezultati u tablici 12. pokazuju koliko se često u situacijama iz kojih su prikupljeni motivacijski govori u nogometu, američkom nogometu, košarci i tenisu u motivacijskim govorima ističu ili ne ističu pojedine riječi. Rezultati pokazuju kako od svih analiziranih motivacijskih govora u tenisu, ni u jednom govoru govornici nisu posebno isticali pojedine riječi, dok govornici u košarci u čak dvije trećine slučajeva (66,67 %) ne ističu riječi u analiziranim motivacijskim govorima. Isticanje riječi u motivacijskim govorima učestalo je u američkom nogometu – zabilježeno je u 17 motivacijskih govora, tj. 62,96 % od ukupnog broja analiziranih motivacijskih govora u američkom nogometu. Nasuprot tome, u većini motivacijskih govora u nogometu nije zabilježeno isticanje riječi (78,57 %).

Tablica 12. Unakrsni tablični prikaz isticanja riječi u motivacijskim govorima i vrste sporta

	isticanje riječi	nogomet	američki nogomet	košarka	tenis	ukupno po retku
frekvencija	ne	11	10	2	4	27
postotak po stupcu		78,57 %	37,04 %	66,67 %	100,00 %	
postotak po retku		40,74 %	37,04 %	7,41 %	14,81 %	
ukupni postotak		22,92 %	20,83 %	4,17 %	8,33 %	56,25 %
frekvencija	da	3	17	1	0	21
postotak po stupcu		21,43 %	62,96 %	33,33 %	0,00 %	
postotak po retku		14,29 %	80,95 %	4,76 %	0,00 %	
ukupni postotak		6,25 %	35,42 %	2,08 %	0,00 %	43,75 %
frekvencija	sve skupine	14	27	3	4	48
ukupni postotak		29,17 %	56,25 %	6,25 %	8,33 %	

Rezultati analize u tablici 13. pokazuju kako se tijekom natjecanja u profesionalnom sportu u motivacijskim govorima znatno rjeđe ističu riječi. Od 28 analiziranih motivacijskih govora govornika u profesionalnom sportu, u 23 motivacijska govora govornici nisu isticali riječi, što je 82,14 % svih analiziranih govora u profesionalnom sportu. Nasuprot tome, rezultati analize pokazuju kako govornici u natjecanjima među koledžima (83,33 %), kao i govornici na srednjoškolskim natjecanjima (75,00 %) u svojim motivacijskim govorima znatno češće ističu riječi.

Tablica 13. Unakrsni tablični prikaz isticanja riječi u motivacijskim govorima i vrsta natjecanja

	isticanje riječi	profesionalni sport	srednjoškolska natjecanja	natjecanja među koledžima	ukupno po retku
frekvencija	ne	23	2	2	27
postotak po stupcu		82,14 %	25,00 %	16,67 %	
postotak po retku		85,19 %	7,41 %	7,41 %	
ukupni postotak		48,92 %	4,17 %	4,17 %	56,25 %
frekvencija	da	5	6	10	21
postotak po stupcu		17,86 %	75,00 %	83,33 %	
postotak po retku		23,81 %	28,57 %	47,62 %	
ukupni postotak		10,42 %	12,50 %	20,83 %	43,75 %
frekvencija	sve skupine	28	8	12	48
ukupni postotak		58,33 %	16,67 %	25,00 %	

Rezultati u tablici 14. pokazuju u kojoj mjeri pojedine vrste govornika – treneri, igrači i motivacijski govornici u svojim govorima ističu ili ne ističu pojedine riječi. Iz tablice je vidljivo kako motivacijski govornici u svojim motivacijskim govorima većinom ističu riječi (75,00 %), za razliku od igrača koji su bili u situaciji motivacijskih govornika, a koji u svojim motivacijskim govorima pretežno ne ističu riječi (40,00 %). Rezultati pokazuju kako u 23 analizirana motivacijska govora trenera nije zabilježeno isticanje riječi, što je 58,97 % svih analiziranih motivacijskih govora trenera. Istovremeno, ukupno 16 trenera, tj. 41,03 % u svojim motivacijskim govorima ističe riječi, što je učestalost od 76,19 % u odnosu na druge dvije skupine govora s obzirom na vrstu govornika.

Tablica 14. Unakrsni tablični prikaz isticanja riječi u motivacijskim govorima i vrste govornika

	isticanje riječi	trener	igrač	motivacijski govornik	ukupno po retku
frekvencija	ne	23	3	1	27
postotak po stupcu		58,97 %	60,00 %	25,00 %	
postotak po retku		85,19 %	11,11 %	3,70 %	
ukupni postotak		47,92 %	6,25 %	2,08 %	56,25 %
frekvencija	da	16	2	3	21
postotak po stupcu		41,03 %	40,00 %	75,00 %	
postotak po retku		76,19 %	9,50 %	14,29 %	
ukupni postotak		33,33 %	4,17 %	6,25 %	43,75 %
frekvencija	sve skupine	39	5	4	48
ukupni postotak		81,25 %	10,42 %	8,33 %	

Rezultati u tablici 15. pokazuju kako se u motivacijskim govorima koji se odvijaju prije utakmice/meča često ističu pojedine riječi. Od 30 analiziranih motivacijskih govora prije utakmice/meča, u njih 21 je zabilježeno isticanje riječi, što predstavlja 70,00 % od ukupnog broja analiziranih motivacijskih govora koji su se odvijali prije utakmice/meča te učestalost od 100 % u usporedbi s druge dvije vremenske točke.

Tablica 15. Unakrsni tablični prikaz isticanja riječi u motivacijskim govorima i vremenske točke u kojoj se govor odvija

	isticanje riječi	prije utakmice/meča	tijekom utakmice/meča	nakon utakmice/meča	ukupno po retku
frekvencija	ne	9	10	8	27
postotak po stupcu		30,00 %	100,00 %	100,00 %	
postotak po retku		33,33 %	37,04 %	29,63 %	
ukupni postotak		18,75 %	20,83 %	16,67 %	56,25 %
frekvencija	da	21	0	0	21
postotak po stupcu		70,00 %	0,00 %	0,00 %	
postotak po retku		100,00 %	0,00 %	0,00 %	
ukupni postotak		43,75 %	0,00 %	0,00 %	43,75 %
frekvencija	sve skupine	30	10	8	48
ukupni postotak		62,50 %	20,83 %	16,67 %	

4.3. Međusoban odnos varijabla neverbalnih komunikacijskih i situacijskih aspekata

4.3.1. Odnos varijable koja govori o položaju tijela govornika i situacijskih aspekata

U tablici 16. prikazani su rezultati analize motivacijskih govora u varijabli položaja tijela govornika (sjedi/čuča, stoji, hoda) u odnosu na sportove iz kojih su prikupljeni motivacijski govori. Rezultati analiziranih motivacijskih govora u tenisu pokazuju kako su svi realizirani u sjedećem/čučajećem položaju (100,00 %), dok rezultati analiziranih motivacijskih govora u košarci pokazuju kako su svi realizirani u stojećem položaju (100,00 %). Od analiziranih motivacijskih govora u američkom nogometu zabilježeno je 16 govora tijekom kojih su govornici hodali, što je 59,26 % u odnosu na sve analizirane motivacijske govore u američkom nogometu. Rezultati analiziranih motivacijskih govora u nogometu pokazuju kako se većina govora odvijala u situacijama u kojima su govornici hodali (50,00 %), a po učestalosti u tome sportu slijede motivacijski govori tijekom kojih su govornici stajali (42,86 %).

Tablica 16. Unakrsni tablični prikaz položaja govornika i sporta

	položaj govornika	nogomet	američki nogomet	košarka	tenis	ukupno po retku
frekvencija	sjedi/čuči	1	1	0	4	6
postotak po stupcu		7,14 %	3,70 %	0,00 %	100,00 %	
postotak po retku		16,67 %	16,67 %	0,00 %	66,67 %	
ukupni postotak		2,08 %	2,08 %	0,00 %	8,33 %	12,50 %
frekvencija	stoji	6	10	3	0	19
postotak po stupcu		42,86 %	37,04 %	100,00 %	0,00 %	
postotak po retku		31,58 %	52,63 %	15,79 %	0,00 %	
ukupni postotak		12,50 %	20,83 %	6,25 %	0,00 %	39,58 %
frekvencija	hoda	7	16	0	0	23
postotak po stupcu		50,00 %	59,26 %	0,00 %	0,00 %	
postotak po retku		30,43 %	69,57 %	0,00 %	0,00 %	
ukupni postotak		14,58 %	33,33 %	0,00 %	0,00 %	47,92 %
frekvencija	sve skupine	14	27	3	4	48
ukupni postotak		29,17 %	56,25 %	6,25 %	8,35 %	

Rezultati analize u tablici 17. pokazuju kako je najveći broj govora u srednjoškolskim natjecanjima (62,50 %), kao i u natjecanjima među koledžima (66,67 %) realiziran tako da su govornici hodali, dok ni jedan nije realiziran tako da je govornik tijekom govora sjedio/čucao. Tijekom motivacijskih govora najveći broj govornika u natjecanjima u profesionalnom sportu stoji – njih 12, što iznosi 42,86 % u odnosu na analizirane motivacijske govore govornika u profesionalnom sportu, odnosno 63,16 % usporedno s druge dvije vrste natjecanja.

Tablica 17. Unakrsni tablični prikaz položaja govornika i vrste natjecanja

	položaj govornika	profesionalni sport	srednjoškolska natjecanja	natjecanja među koledžima	ukupno po retku
frekvencija	sjedi/čuči	6	0	0	6
postotak po stupcu		21,43 %	0,00 %	0,00 %	
postotak po retku		100,00 %	0,00 %	0,00 %	
ukupni postotak		12,50 %	0,00 %	0,00 %	12,50 %
frekvencija	stoji	12	3	4	19
postotak po stupcu		42,86 %	37,50 %	33,33 %	
postotak po retku		63,16 %	15,79 %	21,43 %	
ukupni postotak		25,00 %	6,25 %	8,33 %	39,58 %
frekvencija	hoda	10	5	8	23
postotak po stupcu		35,71 %	62,50 %	66,67 %	
postotak po retku		43,48 %	21,74 %	34,78 %	
ukupni postotak		20,83 %	10,42 %	16,67 %	47,92 %
frekvencija	sve skupine	28	8	12	48
ukupni postotak		58,33 %	16,67 %	25,00 %	

Rezultati u tablici 18. pokazuju kako je najveći broj trenera, čiji su motivacijski govori analizirani tijekom svojih govora, hodao, što je zabilježeno u 20 motivacijskih govora i predstavlja učestalost od 51,28 % u odnosu na sve analizirane govore trenera. Tijekom 13 svojih motivacijskih govora treneri su stajali, što je 33,33 % u odnosu na analizirane govore svih trenera. Niti jedan igrač kao govornik, te niti jedan motivacijski govornik tijekom svojih motivacijskih govora nisu sjedili/čučali.

Tablica 18. Unakrsni tablični prikaz položaja govornika i vrste govornika

	položaj govornika	trener	igrač	motivacijski govornik	ukupno po retku
frekvencija	sjedi/čuči	6	0	0	6
postotak po stupcu		15,38 %	0,00 %	0,00 %	
postotak po retku		100,00 %	0,00 %	0,00 %	
ukupni postotak		12,50 %	0,00 %	0,00 %	12,50 %
frekvencija	stoji	13	4	2	19
postotak po stupcu		33,33 %	80,00 %	50,00 %	
postotak po retku		68,42 %	21,05 %	10,53 %	
ukupni postotak		27,08 %	8,33 %	4,17 %	39,58 %
frekvencija	hoda	20	1	2	23
postotak po stupcu		51,28 %	20,00 %	50,00 %	
postotak po retku		86,96 %	4,35 %	8,70 %	
ukupni postotak		41,67 %	2,08 %	4,17 %	47,92 %
frekvencija	sve skupine	39	5	4	48
ukupni postotak		81,25 %	10,42 %	8,33 %	

U tablici 19. procjenjivao se odnos položaja tijela govornika (sjedi/čuči, stoji, hoda) tijekom motivacijskih govora u odnosu na vremensku točku utakmice/meča u kojoj se motivacijski govor odvijao. Rezultati pokazuju kako je od ukupnog analiziranog broja motivacijskih govora najveći broj govora realiziran tako da su govornici tijekom njih stajali – njih 19 tj. 39,58 %. Tijekom polovice analiziranih govora koji se odvijaju prije utakmice/meča govornici su hodali. Udio govora koji su se odvijali prije utakmice/meča u kojima su govornici stajali iznosio je 46,67 %. Promatrano u odnosu na sve analizirane motivacijske govore, za vrijeme motivacijskih govora tijekom/utakmice meča najveći broj govornika je sjedio/čučao (66,67 %), a za vrijeme motivacijskih govora nakon utakmice/meča najveći je broj govornika stajao (62,50 %).

Tablica 19. Unakrsni tablični prikaz položaja govornika i vremenske točke u kojoj se govor odvija

	položaj govornika	prije utakmice/meča	tijekom utakmice/meča	nakon utakmice/meča	ukupno po retku
frekvencija	sjedi/čuči	1	4	1	6
postotak po stupcu		3,33 %	40,00 %	12,50 %	
postotak po retku		16,67 %	66,67 %	16,67 %	
ukupni postotak		2,08 %	8,33 %	2,08 %	12,50 %
frekvencija	stoji	14	0	5	19
postotak po stupcu		46,67 %	0,00 %	62,50 %	
postotak po retku		73,68 %	0,00 %	26,32 %	
ukupni postotak		29,17 %	0,00 %	10,42 %	39,58 %
frekvencija	hoda	15	6	2	23
postotak po stupcu		50,00 %	60,00 %	25,00 %	
postotak po retku		65,22 %	26,09 %	8,70 %	
ukupni postotak		31,25 %	12,50 %	4,17 %	47,92 %
frekvencija	sve skupine	30	10	8	48
ukupni postotak		62,50 %	20,83 %	16,67 %	

4.3.2. Odnos varijable koja govori o gestikulaciji i situacijskih aspekata

Rezultati u tablici 20. pokazuju kako u većini analiziranih iskaza u svim sportovima govornici gestikuliraju (85,42 %). Od ukupnog broja analiziranih motivacijskih govora u američkom nogometu, u njih 24, tj. 88,89 % govornici tijekom govora gestikuliraju. Promatrano prema sportovima, govornici su u iskazima najčešće gestikulirali u američkom nogometu (58,54 %), a zatim u nogometu koji se igra po pravilima Međunarodne nogometne federacije (Fédération Internationale de Football Association – FIFA). Učestalost gestikulacije u analiziranim motivacijskim govorima u nogometu bila je 78,57 %.

Tablica 20. Unakrsni tablični prikaz gestikulacije tijekom govora i vrste sporta

	gestikulacija	nogomet	američki nogomet	košarka	tenis	ukupno po retku
frekvencija	ne	3	3	0	1	7
postotak po stupcu		21,43 %	11,11 %	0,00 %	25,00 %	
postotak po retku		42,86 %	42,86 %	0,00 %	14,29 %	
ukupni postotak		6,25 %	6,25 %	0,00 %	2,08 %	14,58 %
frekvencija	da	11	24	3	3	41
postotak po stupcu		78,57 %	88,89 %	100,00 %	75,00 %	
postotak po retku		26,83 %	58,54 %	7,32 %	7,32 %	
ukupni postotak		22,92 %	50,00 %	6,25 %	6,25 %	85,42 %
frekvencija	sve skupine	14	27	3	4	48
ukupni postotak		29,17 %	56,25 %	6,25 %	8,33 %	

Rezultati u tablici 21. pokazuju kako u svim vrstama natjecanja iz kojih su prikupljeni analizirani motivacijski govori gotovo svi govornici tijekom svojih iskaza gestikuliraju. Analizirano pojedinačno po vrstama natjecanja, najviše je iskaza u kojima govornici gestikuliraju bilo iz profesionalnog sporta (53,66 %), zatim iz natjecanja među koledžima (26,83 %), dok je najmanji broj iskaza u kojima govornici gestikuliraju bio iz srednjoškolskih natjecanja (19,51 %).

Tablica 21. Unakrsni tablični prikaz gestikulacije tijekom govora i vrste natjecanja

	gestikulacija	profesionalni sport	srednjoškolska natjecanja	natjecanja među koledžima	ukupno po retku
frekvencija	ne	6	0	1	7
postotak po stupcu		21,43 %	0,00 %	8,33 %	
postotak po retku		85,71 %	0,00 %	14,29 %	
ukupni postotak		12,50 %	0,00 %	2,08 %	14,58 %
frekvencija	da	22	8	11	41
postotak po stupcu		78,57 %	100,00 %	91,67 %	
postotak po retku		53,66 %	19,51 %	26,83 %	
ukupni postotak		45,83 %	16,67 %	22,92 %	85,42 %
frekvencija	sve skupine	28	8	12	48
ukupni postotak		58,33 %	16,67 %	25,00 %	

U tablici 22. prikazani su rezultati analize broja iskaza u kojima govornici, s obzirom na svoju ulogu koju su imali u sportskim situacijama iz kojih su prikupljeni motivacijski govori, gestikuliraju. Rezultati pokazuju kako je, bez obzira na to jesu li u ulozi govornika bili treneri, igrači ili pak profesionalni motivacijski govornici, gestikuliranje tijekom motivacijskih govora je toliko učestalo da se može reći kako je gestikulacija izrazito obilježje analiziranih iskaza.

Tablica 22. Unakrsni tablični prikaz gestikulacije tijekom govora i uloge govornika

	gestikulacija	trener	igrač	motivacijski govornik	ukupno po retku
frekvencija	ne	6	1	0	7
postotak po stupcu		15,38 %	20,00 %	0,00 %	
postotak po retku		85,71 %	14,29 %	0,00 %	
ukupni postotak		12,50 %	2,08 %	0,00 %	14,58 %
frekvencija	da	33	4	4	41
postotak po stupcu		84,62 %	80,00 %	100,0 %	
postotak po retku		80,49 %	9,76 %	9,76 %	
ukupni postotak		68,75 %	8,33 %	8,33 %	85,42 %
frekvencija	sve skupine	39	5	4	48
ukupni postotak		81,25 %	10,42 %	8,33 %	

Rezultati u tablici 23. pokazuju kako je gestikulacija bila visoko učestala u iskazima govornika prije (83,33 %), tijekom (90,00 %) i nakon (87,50 %) utakmice, odnosno meča. Iskazi su najčešće bili popraćeni gestikulacijom kada su se odvijali prije utakmice ili meča (61,98 %).

Tablica 23. *Unakrsni tablični prikaz gestikulacije tijekom govora i vremenske točke u kojoj se govor odvija*

	gestikulacija	prije utakmice/meča	tijekom utakmice/meča	nakon utakmice/meča	ukupno po retku
frekvencija	ne	5	1	1	7
postotak po stupcu		16,67 %	10,00 %	12,50 %	
postotak po retku		71,43 %	14,29 %	14,29 %	
ukupni postotak		10,42 %	2,08 %	2,08 %	14,58 %
frekvencija	da	25	9	7	41
postotak po stupcu		83,33 %	90,00 %	87,50 %	
postotak po retku		61,98 %	21,95 %	17,07 %	
ukupni postotak		52,08 %	18,75 %	14,58 %	85,42 %
frekvencija	sve skupine	30	10	8	48
ukupni postotak		62,50 %	20,83 %	16,67 %	

4.4. Analiza razlika među skupinama na situacijskim varijablama u verbalnim i neverbalnim aspektima iskaza

Kao što je pojašnjeno u dijelu ovog rada o metodama, za potrebe daljnje analize tri varijable koje su označavale verbalne komunikacijske aspekte iskaza (motivacijskih govora) – boja glasa, visina glasa i isticanje riječi, pretvorene su u ordinalne varijable, kako bi se kategorije na njima mogle ocijeniti po veličini.

4.4.1. Deskriptivna analiza varijabla

Prema Kolmogorov-Smirnovljevu testu – na razini značajnosti od $p < 0,05$, distribucije vrijednosti na svim varijablama verbalnih i neverbalnih komunikacijskih aspekata odstupale su od normalne, što je ukazivalo na potrebu primjene neparametrijskih statističkih metoda u daljnjoj analizi.

Iz tablice 24. vidljivo je kako najmanju vrijednost medijana u analiziranim motivacijskim govorima ima isticanje riječi u motivacijskim govorima (1), za razliku od visine glasa, boje glasa,

gestikulacije i položaja govornika tijekom iskaza, a kojima je vrijednost medijana 2. Najnižu vrijednost moda imaju isticanje riječi (1) i boja glasa govornika (1) u motivacijskim govorima, zatim slijede visina glasa govornika (2) i gestikulacija tijekom govora (2), dok položaj govornika tijekom govora ima najvišu vrijednost moda (3). Najveću učestalost moda ima gestikulacija tijekom govora (41), a najmanju učestalost moda ima boja glasa govornika (18). Što se asimetričnosti distribucije tiče, negativnu asimetričnost imaju visina glasa govornika u iskazima (-0,102), položaj govornika (-0,726) i varijabla s najizraženijom negativnom asimetričnošću – gestikulacija s vrijednošću od -2,392. Pozitivnu asimetriju distribucije imaju boja glasa govornika u iskazima (0,081) i, s nešto većom vrijednošću, isticanje riječi u motivacijskim govorima (0,260). Što se izduženosti, odnosno homogenosti distribucije tiče, negativnu vrijednost imaju varijable položaj govornika (-0,726), visina glasa (-0,767), boja glasa (-1,622) i, s najizraženijom negativnom vrijednošću, isticanje riječi (-2,018). Jedina varijabla s pozitivnom vrijednošću izduženosti distribucije bila je gestikulacija – 2,392.

Tablica 24. Deskriptivna statistika ordinalnih varijabla

varijabla	medijan	mod	učestalost moda	minimalna vrijednost	maksimalna vrijednost	asimetričnost	izduženost
visina glasa	2	2	26	1	3	-0,102	-0,747
boja glasa	2	1	18	1	3	0,081	-1,622
isticanje riječi	1	1	27	1	2	0,260	-2,018
gestikulacija	2	2	41	1	2	-2,392	2,392
položaj govornika	2	3	23	1	3	-0,726	-0,726

4.4.2. Korelacije

U tablici 25. prikazani su Spearmanovi koeficijenti korelacija ordinalnih varijabla koje su analizirane u ovom radu. Rezultati pokazuju najveću povezanost visine i boje glasa u govorima ($r = 0,671$) te boje glasa i isticanja riječi u motivacijskom govoru ($r = 0,596$), tj. da je korelacija srednje jaka ($0,5 \leq |p| < 0,8$). To znači da u iskazima u kojima govornici češće govore nižim glasom, ti isti govornici češće govore i smireniji glasom. Oni govornici koji češće govore ljutitim glasom

češće pritom govore visokim glasom, dok govornici koji češće govore promjenjivom visinom glasa, češće govore i promjenjivom bojom glasa.

Tablica 25. Spearmanovi koeficijenti korelacije ordinalnih varijabli

varijabla	visina glasa	boja glasa	isticanje riječi	gestikulacija	položaj govornika
visina	1,000	0,671	0,265	0,057	0,012
boja glasa	0,671	1,000	0,596	0,118	0,313
isticanje riječi	0,265	0,596	1,000	0,126	0,203
gestikulacija	0,570	0,118	0,126	1,000	0,141
položaj govornika	0,012	0,313	0,203	0,141	1,000

4.4.3. Rezultati analize razlika

U daljnjoj su analizi prikazani samo statistički značajni rezultati analiza za utvrđivanje razlika dobiveni Kurskal-Wallisovom analizom varijance. Sve utvrđene razlike bile su statistički značajne na razini $p < 0,05$.

4.4.3.1. Analiza razlika među kategorijama na situacijskim varijablama u verbalnim komunikacijskim aspektima

Rezultati Kruskal-Wallisove analize varijance prikazani u tablici 26. pokazuju da se prosječni rangovi motivacijskih iskaza u različitim sportovima statistički značajno razlikuju u boji glasa. Prema rezultatima hi-kvadrat testa pronađene su statistički značajne razlike u boji glasa govornika s obzirom na sportove iz kojih su prikupljeni analizirani motivacijski govori – $H(3) = 11,715$, $p = 0,008$. S najvećim prosječnim rangom od 28,611 ističu se iskazi u američkom nogometu, u kojem govornici, za razliku od govornika u ostalim sportovima analiziranih za potrebe ovog rada, tijekom svojih motivacijskih govora pretežito govore ljutitim glasom, što se vidi iz tablice 4.

Tablica 26. Rezultati Kruskal-Wallisove analize varijance za razlike među sportovima u boji glasa govornika

boja glasa		
sport	prosječni rang	
nogomet	24,071	
američki nogomet	28,611	
košarka	9,500	
tenis	9,500	
hi-kvadrat	df	p
11,715	3	0,008

U tablici 27. vidljiva je statistički značajna razlika u boji glasa u iskazima govornika među prosječnim rangovima motivacijskih govora održanim u različitim vremenskim točkama. Rezultati Kruskal-Wallisove analize varijance pokazali su statistički značajne razlike u boji glasa među iskazima s obzirom na vremensku točku utakmice, odnosno meča u kojoj se odvijao iskaz – $H(2) = 8,838$, $p = 0,012$. Najviši srednji rang vidljiv je u motivacijskim govorima prije utakmice/meča (28,800), što uzevši u obzir rezultate u tablici 7. pokazuje da u iskazima u toj vremenskoj točki govornici govore pretežito ljutitim glasom.

Tablica 27. Rezultati Kruskal-Wallisove analize varijance za razlike među vremenskim točkama motivacijskih govora u boji glasa

boji glasa		
vremenska točka	prosječni rang	
prije utakmice/meča	28,800	
tijekom utakmice/meča	18,900	
nakon utakmice/meča	15,375	
hi-kvadrat	df	p
8,838	2	0,012

U tablici 28. prikazani su prosječni rangovi iskaza u različitim sportovima u isticanju riječi tijekom motivacijskih govora. Kruskal-Wallisova analiza varijance je pokazala postojanje statistički značajne razlike – $H(3) = 9,917$, $p = 0,019$, u prisutnosti isticanja riječi među iskazima s obzirom na sportove iz kojih su prikupljeni. Najveći prosječni rang pripada iskazima u američkom nogometu (29,111), koji se statistički razlikuju od motivacijskih govornika u ostalim analiziranim sportovima. U iskazima u američkom nogometu govornici češće nego što je slučaj s iskazima u ostalim sportovima ističu pojedine riječi.

Tablica 28. Rezultati Kruskal-Wallisove analize varijance za razlike među sportovima u isticanju riječi u iskazima

isticanje riječi		
sport	prosječni rang	
nogomet	19,143	
američki nogomet	29,111	
košarka	22,000	
tenis	14,000	
hi-kvadrat	df	p
9,917	3	0,019

Kruskal-Wallisovom analizom varijance dobivena je statistički značajna razlika – $H(2) = 18,058$, $p = 0,001$ (tablica 29.), među prosječnim rangovima govora u različitim vrstama natjecanja u isticanju riječi. Najniži prosječni rang od 18,286 iskaza u profesionalnom sportu rezultat je učestalog neisticanja riječi, što pak nije slučaj s iskazima na srednjoškolskim natjecanjima (32,000) te s natjecanjima među koledžima (34,000).

Tablica 29. Rezultati Kruskal-Wallisove analize varijance za razlike među vrstama natjecanja u isticanju riječi tijekom iskaza

isticanje riječi		
vrsta natjecanja	prosječni rang	
profesionalni sport	18,286	
srednjoškolsko natjecanje	32,000	
natjecanje među koledžima	34,000	
hi-kvadrat	df	p
18,059	2	0,001

Rezultati Kruskal-Wallisove analize varijance prikazani u tablici 30. pokazuju da se prosječni rangovi govora održanih u različitim vremenskim točkama statistički značajno razlikuju – $H(2) = 21,933$, $p = 0,000$ – u isticanju riječi. Najviši prosječni rang vidljiv je za govore održane prije utakmice ili meča (30,800), koji uz usporedbu s rezultatima u tablici 15. pokazuje kako je u toj vremenskoj točki u iskazima najčešće prisutno isticanje riječi, naspram motivacijskih govora održanih tijekom utakmice ili meča (14,000) i nakon utakmice, tj. meča (14,000).

Tablica 30. Rezultati Kruskal-Wallisove analize varijance za razlike među vremenskim točkama motivacijskih govora u isticanju riječi tijekom motivacijskih govora

isticanje riječi		
vremenska točka	prosječni rang	
prije utakmice/meča	30,800	
tijekom utakmice/meča	14,000	
nakon utakmice/meča	14,000	
hi-kvadrat	df	p
21,933	2	0,000

4.4.3.2. Analiza razlika među kategorijama na situacijskim varijablama u neverbalnim komunikacijskim aspektima

Kao i kod razlika među kategorijama na situacijskim varijablama u verbalnim komunikacijskim aspektima, i ovdje su prikazane samo dobivene statistički značajne razlike. U tablici 31. prikazani su prosječni rangovi govora, odnosno iskaza u različitim sportovima s obzirom na razinu aktivnog položaja govornikova tijela. Kruskal-Wallisovom analizom varijancom među tim je rangovima dobivena statistički značajna razlika – $H(3) = 14,356$, $p = 0,003$. Pritom su najviši prosječni rang imali iskazi u američkom nogometu (27,981), i to zbog toga što je te iskaze obilježila najviša razina aktivnog položaja tijela govornika (usp. tablicu 16).

Tablica 31. Rezultati Kruskal-Wallisove analize varijance za razlike među sportovima u položaju govornika tijekom motivacijskih govora

položaj govornika		
sport	prosječni rang	
nogomet	25,607	
američki nogomet	27,981	
košarka	16,000	
tenis	3,500	
hi-kvadrat	df	p
14,356	3	0,003

5. Rasprava

Svi analizirani motivacijski govori odvijali su se u situaciji u kojoj je govornik u ograničenom, uglavnom kratkom vremenu, trebao pojedincu ili ciljanoj skupini svojih slušatelja prenijeti poruku. Stoga je za govornika bilo bitno izborom riječi, učestalošću ponavljanja pojedinih riječi ili dviju ili više riječi zajedno postići svrhu samog govora, a to je pobjeda u utakmici ili meču. U jeziku se razlikuje formalni i neformalni govor. Formalni se govor (eng. *formal speech*) upotrebljava u poslovnoj komunikaciji, a gramatička su pravila jasna i treba ih se pridržavati u što većoj mjeri, za razliku od neformalnog govora (eng. *informal speech*) koji se rabi u svakodnevnim, opuštenijim situacijama, među kolegama, prijateljima i/ili poznanicima, a koji ne slijedi stroga pravila gramatike. Govori u sportu, osim ako nisu govori na strukovnim i znanstvenim konferencijama ili se odvijaju u nekim drugim formalnim uvjetima, su u pravilu neformalni. Govornici nerijetko koriste sleng, žargonske izraze i psovke, jednostavne i kratke rečenice te rabe riječi koje je lako razumjeti, a govori su im subjektivni. Prema Padovan (2018, str. 14), psovke služe, među ostalim, za rasterećivanje psihičke napetosti. Autor u nastavku navodi kako psovke služe i za smanjivanje distance između govornika i sugovornika te kako korištenje psovki umanjuje statusne razlike između njih, odnosno pronalaze zajednički jezik. Subjektivnost motivacijskih govora govornika u sportu očituje se češćom uporabom osobnih zamjenica, posebno zamjenica *I* (hrv. *ja*) i *we* (hrv. *mi*), a emocionalna povezanost s onima kojima je govor namijenjen očituje se uporabom osobnih imena i nadimaka. Najučestalija u odnosu na sve riječi u svim analiziranim motivacijskim govorima je zamjenica *you* (hrv. *ti*, *vi*), a zamjenica *you* je i najučestalija različnica koja se pojavljuje u oblicima, *your*, *ya*, *y'all* dok je drugi najučestaliji n-gram *you don't*. Motivacijski govori u sportu usmjereni su prema sportašu, sportašici ili sportskoj ekipi, stoga, s verbalne strane, nije začuđujuća velika učestalost osobne zamjenice *you*, kao i oblika unutar različnice *you* i n-grama povezanih s njom. Po učestalosti slijede zamjenice *I* i *we* s različnicama *my* (hrv. *moj*), *our* (hrv. *naš*), *us* (hrv. *mi*) kojima govornici naglašavaju poistovjećivanje sa sportašem, odnosno stvara se osjećaj bliskosti između govornika i igrača, tj. učenika i/ili studenata. Ponavljanjem pojedine riječi ili više riječi zajedno govornici naglašavaju ključne stvari u svome govoru. Da se pretpostaviti kako učestalom uporabom zamjenica *you*, *I* te *we* govornici naglašavaju važnost svoje uloge, uloge igrača, sportaša pojedinačno, ali istovremeno i važnost timskog rada i zajedništva, što su bitna obilježja sporta općenito. Slijede po učestalosti glagoli *play* (hrv. *igrati*), *go* (hrv. *ići*) i *win* (hrv. *pobijediti*), kao i različnice unutar tih glagola (eng. *played*, *playing*; *goes*, *went*; *won*, *win*).

Kako glagoli među ostalim izražavaju i radnju, očekivana je njihova učestalost u motivacijskim govorima u sportu budući da govornici svojim govorima potiču na akciju, odnosno na igru – na radnju usmjerenu ka što boljem rezultatu. Najveću frekvenciju imali su n-grami s negacijom *not* (*I don't, you don't*). Iako u govoru općenito nije poželjno davanje previše negativnih sugestija (Požega, 2012b, str. 12), negacije u motivacijskim govorima u sportu nemaju uvijek potpuno negativan kontekst i uglavnom su prihvatljive. Štoviše, stavljajući naglasak na ono što ne želi (eng. *I don't want*; hrv. *ne želim*), što igrači ne bi trebali raditi ili činiti, govornik daje na značaju onome što stvarno želi za sebe i za ekipu, naglašavajući to jasno i nedvosmisleno u nastavku svog govora (eng. *you have to*; hrv. *morate, trebate*). Primjer toga vidi se u govoru Pepa Guardiole:

*„I start to prepare the next game because **I don't want** to stop at 9, **I don't want** to stop it with 18. **I want** 19. **I want to go** Watford for 20 and go to Anfield with 20 unbeaten and winning games.“*

*(U vlastitom prijevodu na hrvatski jezik: “Počeo sam pripremati sljedeću utakmicu zbog toga što **ne želim** stati s 9, **ne želim** stati s 18. **Želim** 19. **Želim** otići u Watford po 20 i zatim otići na Anfield s 20 neporaženih i pobijeđenih utakmica.“)*

Motivacijske govore u sportu u većini slučajeva drže treneri, dok su u toj ulozi znatno rjeđe igrači i motivacijski govornici. Brojne su sportske organizacije potvrdile važnost partnerskog odnosa između trenera i sportaša (Dominteanu, 2014). Kako bi bio uspješan vođa, trener mora imati potrebnu razinu stručnog taktičko-tehničkog znanja iz sporta koji trenira, organizacijske, socijalne vještine itd. (Zulić i Frapporti-Roglić, 2013, str. 2). Pritom se pod socijalnim vještinama misli na vještine ophođenja s ljudima, na primjer vještine komuniciranja, vještine motiviranja, upravljanja grupom itd. (Zulić i Frapporti-Roglić, 2013, str. 2). Način na koji govornik govori, energija koju daje u ono što govori, dinamika govora i emocije neki su od bitnih elemenata uporabom kojih će govornik svojim motivacijskim govorom pokušati postići željeni učinak. Od trenerove odluke o tome što će i u kojem trenutku reći, kao i na koji će način govor održati, ovisit će i stupanj motiviranosti igrača, što može biti odlučujuće za konačni rezultat utakmice ili meča. Motivacijski govori mogu se održati prije utakmice, odnosno meča, tijekom utakmice ili meča (za vrijeme minute odmora, u poluvremenu, između dijelova igre teniskog meča) i nakon utakmice, tj. meča. Najčešći su ipak govori prije same utakmice/meča, znatno manje tijekom utakmice/meča, a

najmanje su učestali nakon utakmice/meča. Cilj motivacijskog govora prije utakmice ili meča je naglasiti važnost ekipe, kao i važnost i ulogu svakog igrača pojedinačno, te na taj način motivirati igrače na davanje osobnog maksimuma u igri, a sve s ciljem postizanja što boljeg rezultata sportske ekipe, odnosno sportaša pojedinca. Pripremaju li se prethodno govornici za motivacijske govore koje će održati prije utakmice ili meča ili ne, ne može se sa sigurnošću tvrditi. No moglo bi se pretpostaviti da to čine kao dio pripreme sportaša za natjecateljski događaj koji slijedi, za razliku od neplaniranih govora koji se događaju u *ad hoc* situacijama tijekom utakmice (ili meča) ili nakon nje (njega) i koji su rezultat improvizacije.

Sposobnost motivacijskog govornika u sportu da govori jasno i odlučno, odgovarajućom bojom glasa i visinom glasa, da u govoru primjereno situaciji rabi pauze i naglašava pojedine riječi te sposobnost procjene da govor nije predugačak, neki su od uvjeta da bi motivacijski govor bio prihvaćen i imao željeni učinak (Mental Training Center, 2015). Prema Škarić (2008, str. 147), ljudski je govor foničan. U ovom radu govornici su u profesionalnom sportu svoje iskaze najčešće govorili smirenim glasom, za razliku od govornika u natjecanjima među koledžima i u srednjoškolskim natjecanjima, u čijim govorima prevladava ljutit glas. Moglo bi se reći da su profesionalni sportaši dovoljno afirmirani pojedinci, s iskustvom igranja i visokim stupnjem shvaćanja uloge pojedinca i ekipe u utakmici ili meču, te u tom smislu govornik, u pravilu trener, željeni učinak govora može postići govoreći smirenijim glasom. Nasuprot tome, studenti u natjecanjima među koledžima i učenici u srednjoškolskim natjecanjima uz sport imaju i školske, odnosno fakultetske obveze vezane za obrazovanje i za pretpostaviti je da nisu uvijek u cijelosti posvećeni sportskoj igri. S druge pak strane, može se pretpostaviti da učenici i studenti tijekom utakmice ili meča želeći sebe što više istaći često zanemare kolektivnu igru slijedom čega govornik, u cilju naglašavanja zajedničkog cilja, mora govoriti ljutitom bojom glasa i visokom ili promjenjivom visinom glasa. S obzirom na sport u kojem se motivacijski govor odvijao, iskazi su u košarci i tenisu ostvareni smirenim glasom, dok u govorima govornika u američkom nogometu prevladava ljutit glas. Od svih sportova iz kojih su analizirani motivacijski govori, američki nogomet je sport s najviše igrača koji imaju specifičnu opremu koja uključuje i kacigu, utakmice se održavaju na otvorenim stadionima s većom mogućnošću šumova u komunikaciji (velik broj gledatelja, igralište velikih dimenzija, kaciga na glavi, ne uvijek idealni vremenski uvjeti), a što sve mogu biti razlozi da su govori u tom sportu najčešće realizirani jačim, često ljutitim glasom.

Za razliku od natjecanja u američkom nogometu, natjecanja u košarci igraju se u zatvorenom prostoru, manji je broj sudionika koji su za vrijeme govora vrlo blizu govorniku (treneru) koji i smirenijim glasom može postići cilj svog govora. U motivacijskim govorima u tenisu to je još izraženije budući da su igrač i govornik u pravilu „jedan na jedan“ i trener tenisaču upute može davati smirenim glasom. Dominantno promjenjiva boja glasa u govorima trenera u odnosu na motivacijske govornike koji svoje govore najučestalije iskazuju smirenim glasom ukazuje na različit emotivni pristup govoru. Koliko god se motivacijski govornici kvalitetno pripremili i održali motivacijski govor, moglo bi se pretpostaviti da oni ne mogu u isti unijeti dovoljno emocija niti biti dovoljno autentični, kao što su to treneri i igrači koji su dio iste ekipe. Motivacijski govornici, kao profesionalci, možda mogu bolje kontrolirati svoj glas i govor iskazivati smireno, ali treneri i igrači u govor unose više emocija koje znatno utječu i na boju njihova glasa. Prije utakmice ili meča najčešći su govori iskazani ljutitim glasom, dok su tijekom utakmice ili meča, kao i nakon utakmice ili meča češći govori realizirani smirenim glasom. Vrijeme prije utakmice ili meča, u pravilu još u svlačionici, zadnji je trenutak kada govornici mogu igračima kroz motivacijski govor dati uputu što se od njih očekuje kao i objasniti način kako tijekom igre doći do željenog rezultata (Tomić i Kišiček, 2011, str. 147). Stoga je vjerojatno da će govornici promjenom boje glasa od smirenog do ljutitog, promjenom brzine i ritma govora u tom trenutku pokušati zadobiti i zadržati zanimanje i koncentraciju svakog pojedinca kojemu se obraćaju kako bi bili sigurni da su njihove poruke u cijelosti shvaćene i prihvaćene (Požega, 2012b, str. 8). Nakon završetka utakmice ili meča – u slučaju pobjede i u slučaju poraza, većina govora iskazuje se smirenim glasom. Nakon što se slegne slavlje u slučaju pozitivnog rezultata i pobjede, trener je taj koji prvi mora izbjegavati preveliko oduševljenje i smirenim glasom zahvaliti igračima, ponoviti sve što je dobro učinjeno, ali i podsjetiti na sljedeće utakmice, odnosno mečeve (Požega, 2012b, str. 12). S druge strane, nakon poraza uloga govornika i njegov smiren glas podrška su koju sportaši u tom trenutku očekuju i trebaju, a za složenije razgovore i analize poraza treba pričekati određeno vrijeme kako bi se emocije kod svih sudionika sogle (Požega, 2012b, str. 13). Motivacijski govor je takva forma govora u kojoj se najbolji učinak, među ostalim, postiže promjenom visine i boje glasa, kao i promjenom brzine govorenja, čime se privlači pažnja slušatelja (Mental Training Center, 2015). Sve to u svojim govorima primjenjuju i govornici u sportu, stoga je glas promjenjive visine najučestaliji. Promjenom visine glasa u govoru pridonosi se dinamici i interesu slušatelja za ono što se govori (Požega, 2012b, str. 8).

Treća varijabla koja je vezana za verbalni komunikacijski aspekt je isticanje riječi, tj. koliko su česti govori tijekom kojih govornici ističu ili ne ističu riječi. U motivacijskim govorima u profesionalnom sportu govornici većinom ne ističu riječi za razliku od govornika u srednjoškolskim natjecanjima i natjecanjima među koledžima, koji u svojim govorima češće ističu pojedine riječi. Isticanje pojedinih riječi je češće u američkom nogometu nego u ostalim sportovima. Kako se američki nogomet uglavnom doživljava kao profesionalni sport, neobično je da govornici u profesionalnom sportu tijekom svojih govora većinom ističu riječi, dok s druge strane govornici u američkom nogometu znatno više rabe isticanje riječi nego govornici u drugim sportovima. Važno je istaći da se većina analiziranih govora iz američkog nogometa odnosi na klubove iz srednjoškolskih natjecanja i natjecanja među koledžima, a manji se broj odnosi na klubove iz profesionalnog ranga natjecanja, odnosno NFL-a (eng. National Football League), dok se svi motivacijski govori u nogometu i u tenisu odnose na profesionalni sport. Promatrano u tom kontekstu, jasnija je veća učestalost isticanja riječi u motivacijskim govorima u američkom nogometu u odnosu na motivacijske govore iz ostalih sportova. Naglašavanje riječi najučestalije je u govorima prije utakmice ili meča kada bi govornik trebao imati najveću pozornost onih kojima se obraća i za pretpostaviti je da naglašavanjem pojedinih riječi želi naglasiti zajednički cilj i važnost krajnjeg ishoda utakmice ili meča. Naglašavanje riječi i uporaba stanki u govorima u sportu važni su zbog toga što na taj način govornik naglašava prijelaze u govoru kako bi slušatelji, odnosno igrači osjetili kada se prelazi s teme na temu, npr. sa zadataka iz faze obrane na zadatke iz faze napada i slično (Požega, 2012b, str. 7). Analiza je pokazala da tijekom, odnosno nakon utakmice ili meča govornici u svojim iskazima ne naglašavaju pojedine riječi, slijedom čega se može pretpostaviti da naglašavanje riječi u te dvije vremenske točke sportskog događaja ne bi imalo značajnijeg utjecaja na motivaciju igrača kao niti na tijek i konačan ishod utakmice ili meča.

Varijable vezane za neverbalni komunikacijski aspekt analizirane u ovom radu bile su razina aktivnog položaja govornikova tijela tijekom govornoga čina, odnosno sjedi li, čuči, stoji ili hoda tijekom svog iskaza, te gestikulacija, odnosno gestikuliraju li govornici tijekom svojih govora ili ne. Najveći je broj motivacijskih govora tijekom kojih su davatelji iskaza hodali, nešto je manji broj govora tijekom kojih govornici stoje, dok je najmanji broj govora tijekom kojih su govornici sjedili ili čučali. Prema Španjol Marković (2008, str. 133), osoba koja stoji psihološki je moćnija

od osobe koja sjedi, te će takvim stavom lakše privući i zadržati pozornost onih kojima se obraća. Slijedom toga može se reći da hodanjem ili stajanjem tijekom svojih govora govornici u sportu naglašavaju svoj autoritet, održavaju pozornost slušatelja, odnosno igrača te su istovremeno u mogućnosti pratiti na koji način igrači prihvaćaju njihove govore. Dok stoji, a posebice dok hoda, govornik dodatnom dinamikom svog tijela i pokretima čini govor snažnijim. Tenisači do ulaska u teren na kojem će igrati u pravilu sjede na klupi prije početka meča, dok za vrijeme pauza između dijelova meča uvijek sjede na klupi. U tim situacijama govornik, a to je u pravilu trener, uputama i savjetima u govoru motivira tenisača sjedeći ili čučajući, tj. spuštajući se na razinu tenisačeva položaja tijela. Za razliku od govora u tenisu, tijekom govora u košarci govornici su većinom stajali, što je uvjetovano dinamikom košarkaške igre, čestim izmjenama i minutama odmora u kojima svi stoje – kako igrači, tako i govornik. Najveći broj trenera tijekom motivacijskog govora hoda, motivacijski govornici tijekom svojih govora u jednakim omjerima stoje i hodaju, dok ni jedan igrač tijekom svog iskaza ne sjedi, odnosno ne čuča. Igrači, u pravilu kapetani ekipa, ulogu motivacijskog govornika preuzimaju za vrijeme utakmice ili meča, stoga ih većina tijekom govora stoji. Može se pretpostaviti da će kapetan ekipe, u trenutku kada igra i rezultat ne odgovaraju prvotnoj zamisli trenera, bilo da se radi o problemima u igri pojedinca ili da igra cijele ekipe nije na očekivanoj razini, preuzeti ulogu vođe i govorom pokušati motivirati suigrače kako bi promijenili pristup igri, a sve u cilju ostvarivanja povoljnog rezultata u utakmici ili meču.

Geste u najviše slučajeva prate verbalnu komunikaciju, a ponekad mogu biti zamjena za riječ (Bratanić, 2002, str. 147). Kao što je vidljivo iz videozapisa motivacijskih govora korištenih za ovaj rad, radi se pretežno o gestikulaciji u gornjem dijelu tijela, o mahanju glavom, o pokretima rukama s prepoznatljivim porukama, npr. podignuta ruka i stisnuta šaka koja šalje poruku „*hajdemo, samo snažno, naprijed*“ ili podignut palac koji šalje poruku „*dobro je, nastavite samo tako*“. Tijekom iskaza ruke govornika su ponekad i prekrížene. Geste koje nisu primjerene govorima u drugim prigodama, npr. ruke u džepovima, istaknut kažiprst ili ruke na bokovima, u motivacijskim govorima u sportu su dopušteni i tim gestama govornik ističe spremnost na akciju, na pokret, a istaknut kažiprst ukazuje na agresivnost i prijetnju sportskim protivnicima koje se želi pobijediti (Tomić i Kišiček, 2011, str. 143). Nadalje, dok se u drugim situacijama (npr. u školi, na fakultetu, na poslovnom sastanku) nedovoljan razmak između govornika i osoba kojima se obraća, kao i bilo koja vrsta dodira smatra nepristojnim i neprimjerenim, u govorima u sportu to je

dopušteno. Štoviše, takve geste (stavljanje ruku na ramena slušatelja, držanje za podlakticu ili nadlakticu, zagrljaji) ukazuju na povezanost i bliskost govornika i njegove publike. Većina govornika tijekom svojih motivacijskih govora gestikulira. Neverbalna komunikacija nadopunjuje verbalnu komunikaciju i dio su istog procesa, a dok se verbalnom komunikacijom uglavnom prenosi sadržaj, neverbalnom se komunikacijom određuje odnos prema drugima (Bratanić, 1993, str. 89). Tako se i u motivacijskim govorima u sportu verbalna i neverbalna komunikacija prožimaju i nadopunjuju, a očituju se u intonaciji govora, naglašavanju riječi, uporabi gestikulacije tijekom govora itd. Prema Škarić (2000, str. 177), neverbalni su znakovi svi oni koji sudjeluju u govornom činu, a sami nisu govor. Polazeći od toga, može se reći da su neverbalni znakovi, ali i odjeća govornika važni. Dok je ne tako davno većina trenera tijekom sportskog događaja bila u sportskoj odjeći, iz videozapisa iz kojih su prikupljeni motivacijski govori vidljivo je kako u novije vrijeme treneri tijekom utakmica sve manje nose sportsku odjeću, a sve češće hlače, košulje, a nerijetko i odijela s kravatom. Tako dotjeran izgled ostavlja dojam da je govornik zanimljiva, stručna i autoritativna osoba (Požega, 2012b, str. 10). Intenzitet i učestalost neverbalne komunikacije u motivacijskim govorima u sportu ovise o vrsti sporta, kao i o tome je li motivacijski govor održan prije, tijekom ili poslije utakmice odnosno meča. Najčešće gestikuliraju govornici u američkom nogometu, najučestalije se gestikulira prije utakmice, dok su treneri ti koji češće od ostalih govornika gestikuliraju tijekom svojih iskaza. Utjecaj neverbalnih elemenata toliko je jak, da kada su ton glasa ili govor tijela u suprotnosti s izgovorenim riječima, primatelj vjeruje u poruku koju odašilju neverbalni znakovi, a ne izgovorene riječi (Požega, 2012a, str. 10). Gestikuliranje u iskazima motivacijskih govornika u sportu prisutno je u mjeri da se može zaključiti kako je ono izrazito obilježje govora u sportu.

6. Zaključak

U ovom radu procjenjivao se je komunikacijski aspekt skupa od 48 sportskih motivacijskih govora na engleskome jeziku analiziranih na temelju varijabli vezanih za situacijski aspekt, varijabli vezanih za verbalni komunikacijski aspekt i varijabli vezanih za neverbalni komunikacijski aspekt. Promatrajući govorne činove vidljivo je da su njegovi realizatori najčešće bili treneri koji su svoje iskaze većinom dali prije sportskog događaja. U govorima je bio dominantan smireni glas promjenjive visine, isticanje pojedinih riječi nije bilo često obilježje analiziranih govora za razliku od gestikulacije. Što se postavljenih hipoteza tiče, niti jedna nije bila u potpunosti potvrđena. Što se prve hipoteze da ne postoji statistički značajna razlika među kategorijama situacijskih varijabli u verbalnim komunikacijskim aspektima govora tiče, analiza je pokazala pet statistički značajnih razlika. Tako su u motivacijskim govorima govornici u američkom nogometu pretežno govorili ljutitim glasom za razliku od govornika u motivacijskim govorima iz ostalih sportova, a ljutiti glas govornika prevladavao je u govorima prije utakmice ili meča u odnosu na ostale vremenske točke. Nadalje, u procjeni učestalosti isticanja riječi tijekom motivacijskih govora dobivene su tri statistički značajne razlike koje su pokazale da su se u govorima u američkom nogometu riječi češće isticale nego u govorima u drugim sportovima, da su se riječi znatno rjeđe isticale u govorima u profesionalnom sportu nego što je to bilo u govorima u srednjoškolskim natjecanjima i natjecanjima među koledžima. Na kraju, utvrđeno je da su se riječi češće isticale, tj. naglašavale u govornim činovima prije utakmice ili meča znatno nego što je to bio slučaj tijekom i nakon utakmice, tj. meča. Ni druga hipoteza – da ne postoji statistički značajna razlika među kategorijama situacijskih varijabli u neverbalnim komunikacijskim aspektima iskaza, nije u potpunosti potvrđena. Rezultati analize su pokazali statistički značajne razlike među govorima s obzirom na razinu aktivnog položaja tijela govornika koji realizira govorni čin, i to s obzirom na sportove iz kojih su prikupljeni analizirani iskazi. Naime, govori koji su realizirani u američkom nogometu češće su bili popraćeni hodanjem osobe koja je govor realizirala nego što je to bio slučaj u ostalim sportovima.

Rezultatima ovog istraživanja potvrđena je važnost komunikacije u sportu sa svrhom motiviranja ekipe ili sportaša pojedinca, ali je također potvrđeno da osim onoga što je u govoru rečeno, važno je tko je to rekao, način na koji je nešto rečeno, kao i trenutak tijekom sportskog događaja kada je nešto rečeno. O načinu komunikacije u konačnici ovisi kako će i u kojoj mjeri oni kojima je govor namijenjen, tj. sportaši – pojedinci ili sportske ekipe, razumjeti, ali i prihvatiti poruku koju im se

kroz govorni čin prenosi, te po njoj postupiti. Takva komunikacija ne postiže se isključivo izgovorenim riječima, već se postiže i visinom i bojom glasa, govorom tijela – među ostalim, gestikulacijom, mimikom, naglašavanjem riječi, stankama u govoru, te načinom odijevanja i drugim neverbalnim aspektima komunikacije.

S obzirom na važnost komunikacije u sportu, postoji još dosta prostora za daljnju stručnu obradu komunikacijskih aspekta motivacijskih govora u sportu koju mogu potaknuti rezultati istraživanja u ovom radu.

7. Literatura

- Anthony, L. (2020). AntConc (Version 3.5.9) [Computer Software]. Tokyo, Japan: Waseda University. Dostupno na: <https://www.laurenceanthony.net/software>
- Bratanić, M. (2002). *Paradoks odgoj*. Zagreb: Hrvatska sveučilišna naknada.
- Bratanić, M. (1993). *Mikropedagogija: interakcijsko-komunikacijski aspekt odgoja*. Priručnik za studente i nastavnike. Zagreb: Školska knjiga
- Buble, M. (2010). *Menadžerske vještine*. Zagreb: Sinergija.
- Cherubini, J. (2019). *Strategies and communication skills in sports coaching*. U M. H. Anshel, T. A. Petrie i J. A. Steinfeldt (ur.), *APA handbooks in psychology series. APA handbook of sport and exercise psychology, Vol. 1. Sport psychology* (pp. 451-467). American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/0000123-023>
- Cox, R. H. (2005). *Psihologija sporta: koncepti i primjene*. Jastrebarsko: Naklada Slap.
- Davis, L., Jowett, S. i Tafvelin, S. (2019). Communication strategies: The fuel for quality coach-athlete relationships and athlete satisfaction. *Frontiers in Psychology, 10*, 1-12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.02156>
- Dominteanu, T. (2014). The significance of the coach-athlete relationship. *Indian Journal of Applied Research, 4*(7), 512-513.
- Gilbert W. (2017). *Coaching better every season: A year-round process for athlete development and program success*. Champaign, IL: Human Kinetics.
- Hall, J. A. i Knapp, M. L. (2010). *Neverbalna komunikacija u ljudskoj interakciji*. Zagreb: Naklada Slap.

Iksan, Z. H., Zakaria, E., Mohd Meerah, T. S., Osman, K., Choon Lian, D. K., Mahmud, S. N. D. i Krish, P. (2012). Communication skills among university students. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 59, 71-76.

International Olympic Committee (2018). Athletes' Rights and Responsibilities Declaration. Dostupno na: https://d2g8uwgn11fzhj.cloudfront.net/wp-content/uploads/2018/10/09134729/Athletes-Rights-and-Responsibilities-Declaration_2018.10.07.pdf?utm_source=hootsuite&utm_medium=social&utm_campaign=entourage

Jurković, Z. (2012). Važnost organizacije u funkcioniranju organizacije. *Ekonomski vjesnik*, 15(2), 387-399. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/94882>

Kim, Y. i Park, I. (2020). Coach really knew what i needed and understood me well as a person: Effective communication acts in coach–athlete interactions among Korean Olympic archers. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17, 2-13. doi: doi:10.3390/ijerph17093101

Kišiček, G. i Stanković, D. (2014). *Retorika i društvo*. Zagreb: Naklada Slap.

Leksikografski zavod Miroslav Krleža. (2021). *Komunikacija*. *Hrvatska enciklopedija*. Dostupno na: <https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=32686>

Lucas, S. E. (2015). *Umijeće javnog govora*. Zagreb: MATE d.o.o.

Mehrabian, A. i Wiener, M. (1967). Decoding of inconsistent communications. *Journal of Personality and Social Psychology*, 6(1), 109-114. <https://doi.org/10.1037/h0024532>

Mental Training Center d. o. o. (2015). *Pravila za motivacijski govor*. Dostupno na: <https://www.mentalnitrening.hr/2015/12/07/pravila-za-motivacijski-govor/>

- Padovan, F. (2018). *Komunikacijska obilježja psovke u hrvatskome jeziku* (Diplomski rad). Dostupno na: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:131:676524>
- Požega, Ž. (2012a). *Didaktika i tehnike komunikacije*, nastavni materijal i ispitni priručnik za UEFA A razinu, Hrvatski nogometni savez. Zagreb, Nogometna akademija. Dostupno na: <https://hns-cff.hr/files/documents/old/257-didakomua.pdf>
- Požega, Ž. (2012b). *Didaktika i tehnike komunikacije*, nastavni materijal i ispitni priručnik za UEFA PRO razinu. Hrvatski nogometni savez. Zagreb, Nogometna akademija. Dostupno na: <https://hns-cff.hr/files/documents/old/258-didakomupro.pdf>
- Rosca, V. (2010). The coach-athlete communication process: Towards a better human resources management in sport. *Management Research and Practice*, 2(3), 275-283.
- Vodopija, Š. (2007). *Umijeće slušanja*. Zadar: Naklada.
- Šegota, I. (2003). *Kako komunicirati (s gluhima)?* Rijeka: Medicinski fakultet sveučilišta u Rijeci.
- Španjol Marković, M. (2008). *Moć uvjeravanja: govorništvo za menadžere (i one koji to žele postati): priručnik za učenje retorike i javnog nastupa*. Zagreb: Profil International d.o.o.
- Tomić, D. i Kišiček, G. (2011). *Stavovi hrvatskih sportaša i trenera o motivacijskim govorima. Govor*, 15(2), 139-159. Dostupno na: https://fonet.ffzg.unizg.hr/govorscan/GOVOR_UVEZANI/GOVOR-2011-28-2.pdf
- Tomić, Z., Radalj, M. i Jugo, D. (2020). Javna komunikacija. *Hum*, 15(23), 7-37. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/247299>
- Škarić, I. (2008). *Temeljci suvremenog govorništva*. Zagreb: Školska knjiga d.d.

Zamfir, M. V. (2017). Verbal and non-verbal communication in sport environment. *Marathon*, 9(1), 99-106.

Zrilić, S. (2010). Kvaliteta komunikacije i socijalni odnosi u razredu. *Pedagoški istraživanja*, 7(2), 231-240. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/118096>

Zulić, A. i Frapporti-Roglić, M. (2013). *Psihologija i pedagogija sporta*. Hrvatski nogometni savez. Dostupno na: <https://hns-cff.hr/files/documents/old/252-Psihologija5.pdf>

Žitinski-Šoljić, M. (2001), *Teorija komuniciranja i govornništvo*. Dubrovnik: Veleučilište u Dubrovniku.

Žižak, A., Vidović Vizek, V. i Ajduković, M. (2012). *Interpersonalna komunikacija u profesionalnom kontekstu*. Zagreb: Edukacijsko-rehabilitacijski fakultet.