

Laugarren urratsa: prozeduraren azalpena

Ikerketa prozesuan barne komunikazioa eta kanpo komunikazioa bereiztu ditugu. Jarraian komunikazio mota bakoitza ezaugarrituko dugu eta hura aztertzeko erabilitako estrategia azalduko dugu.

1. BARNE KOMUNIKAZIOA.

Barne komunikazioa klubeko kideen artean ematen den komunikazio mota litzateke, hau da, kideen arteko komunikazio "pribatua". Hauek kontsideratu ditugu klubeko kideak: bertako bazkideak, kirolariak (eta horien gurasoak edo tutoreak), entrenatzaileak, zuzendaritzako kideak eta bestelako langileak edota bolondresak.

Kasu honetan komunikazioaren gaineko xehetasunak, nagusiki, behaketa zein elkarrizketaren bidez jaso ditugu.

Behaketaren bidez, klubeko instalazioetan agerian dauden mezuak aztertu ditugu, ondorengo aspektuetan arreta jarritz:

- Mezuaren kokapena
- Mezuaren edukia (gaia) eta helburua
- Mezuaren igorleak eta jasotzaileak (zeinek egin, zeini zuzendua)
- Komunikatzeko modua: testua, irudia...
- Hizkuntzen erabilera
-

Elkarrizketaren bidez, behaketan jasotako informazioa osatu dugu, honelako elementuak landuz:

- 1.- Klubeko kideen arteko komunikazioaren deskribapena: baliabideak
- 2.- Barne komunikazioaren antolaketa eta arduradunak: mezu bat zabaltzeko prozedura (adibide erreal baten azterketa).
- 3.- Barne komunikaziorako helburuak eta irizpideak: (komunikatzeko moduak, hizkuntzak...)
- 4.- Barne komunikazioarekin lotutako gai nagusiak (zein momentutan erabiltzen da nagusiki, zerekin lotuta...)
- 5.- Barne komunikazioaren indarguneak (funzionatzen duena) eta ahulguneak (arazoak...). Erronkak.

2. KANPO KOMUNIKAZIOA.

Klubeko kanpoko irudiarekin dago lotuta komunikazio mota hau. Kasu honetan, gizartera edota "mundura" zabaltzen diren mezuak, berriak eta abarrekoak interesatzen zaizkigu. Normalean, klubaren inguruan dauden bestelako pertsonak dira nagusiki komunikazio honen jasotzaileak: herritarrak, zaleak, babesleak, erakundeak....

Uste dugu, komunikazio mota honetan klubaren izaera, baloreak, helburuak... agerian geratzen direla eta, zentzu horretan, klubaren dimentsio garrantzitsua dela deritzogu. Komunikazioa klubaren proiektzioa eta luzapena litzateke eta eremu horretan gertatzen dena klubaren parte dela pentsatzen dugu.

Kanpo komunikazioa aztertzeke bi teknika erabili ditugu. Behaketaren bidez, klubarekin lotutako komunikaziorako bideak sakonki aztertu ditugu, batez ere, web gunea eta klubarekin lotutako sare sozialak. Elkarrizketaren bidez, aldiz, aurretik egindako behaketaren emaitzak zuzendaritza taldekideekin kontrastatu ditugu. Elkarrizketa honetan barne komunikazioa eta kanpo komunikazioa batera landu dira, beraz, aurretik zerrendatutako gaiei ondorengo hauek gehitu dizkiegu:

- 1.- Kanpo komunikazioaren deskribapena: baliabideak
- 2.- Kanpo komunikazioaren antolaketa eta arduradunak: nor arduratzen da, nola bideratzen da...
- 3.- Kanpo komunikazioaren helburuak eta irizpideak: zertan jartzen du klubak azpimarra, zer bilatzen du....
- 4.- Kanpo komunikazioarekin lotutako gai nagusiak
- 5.- Indarguneak, ahulguneak eta erronkak
- 6.-

Kanpo komunikazioaren arloan beste gai interesgarri bat landu nahi izan dugu: merchandising eta publizitatea. Aspektu hauekin lotutako hausnarketak eta praktikak ere jaso nahi izan ditugu, bereziki ondorengo puntuetan erreparatuz:

- 1.- Merchandising, publizitatea: gai honen inguruan izandako ibilbidea
- 2.- Egungo egoera: merchandising edota publizitatearen pisua.
- 3.- Helburu nagusiak eta irizpideak
- 4.- Asmoak, kezkak, gogoetak
- 5.-