

UVOD

Komunikacija podrazumeva i slanje poruka od strane jedne osobe i primanje i razmenjivanje tih poruka od strane druge ili drugih. Ukoliko je jedna osoba poslala poruku koju druga nije primila ili nije razumela, komunikacija se nije ostvarila. Metode komuniciranja u organizaciji uključuju govor, neverbalnu komunikaciju, pisanje, audio – vizuelna i elektronska sredstva. Poruke mogu da sadrže činjenicnu informaciju, misljenje ili emociju.

U organizaciji postoji velika raznolikost poruka koje treba da se prenesu. Neke su individualno specificne na : povratne informacije koje supervizor daje o izvršenju zadatka ili kojima izražava zabrinutost zbog stalnog kasnjenja ; ili poruke u kojima pojedinci govore o budućim planovima u vezi sa karijerom. Ostale poruke su timske ili grupno orjentisane , kao aktuelni grupni ciljevi , promena u strukturi tima ili kancelarijskom razmestaju ili zajednicki nedeljni akcioni planovi. Treća grupa poruka odnosi se na sve zaposlene ; to su na primer periodicni poslovni rezultati , novi imidz kompanije , novi sistem placanja ili izraz konfuzije zaposlenih zbog novih programa organizacionih promena koje se uvode.

U svakoj organizaciji postoje formalni i neformalni komunikacioni kanali . Formalni kanali su zvanično usvojeni i priznati kao sto su cirkulari , sastanci, plakati i slicno. Neformalni komunikacioni kanali , koji su deo društvenih odnosa na radu, utice na tumačenje i razumevanje formalnih komunikacija.

PROCES KOMUNIKACIJE

Odgovarajući i uspešan pristup komunikaciji i njenom razumevanju analogan je telekomunikacijama . Gledano iz ove perspektive , posiljalac ima ideju o onome o čemu želi da komunicira i koju zatim pretvara na primer u reči slike ili E- mail tekst. Reči slika zatim se primaocu, koji pokušava da iz poruke izvuče značenje da je razume.

U ovim različitim fazama prenošenja misli jednih ka mislima drugih postoje tačke u kojima su greške moguće i verovatne . Gotovo da je nemoguće znati da li je ideja u mislima jedne osobe tačno prenesena u misli druge osobe. Bitan element u celom procesu jeste povratna informacija, koja zaokružuje proces, tako da od strane primaoca postoje indikacije da je primio i razumeo poruku. Moguće je da povratna informacija posiljaocu da neku indikaciju o kvalitetu primljene poruke.

Sledeći element u procesu komunikacije predstavljaju smetnje . Ovaj termin koristi se da bi se opisalo sve ono što može da ometa proces transmisije: nećujnost, nepaznja, fizička buka i tako dalje. Na kvalitet transmisije i povratne informacije utiče stepen prisutnosti nekog elementa smetnje.

PREPREKE U KOMUNIKACIJI

Upravo je slušalac ili čitalac taj koji određuje do koje mere se poruka razumela .Ono što čujemo vidimo i razumemo u velikoj meri je oblikovano našim iskustvom i okruženjem kao i interpretacijom sveta koju smo ranije konstruisali u svesti. Naš način interpretacije sveta uslovice niz očekivanja kada komuniciramo tako na primer umesto da čujemo šta nam ljudi govore mi čujemo ono što naša svest kaže da su oni rekli – pa je razlika razume se moguća .Pogledajmo neke osnovnih načina na koje to funkcionise.

REFERENTNI OKVIR

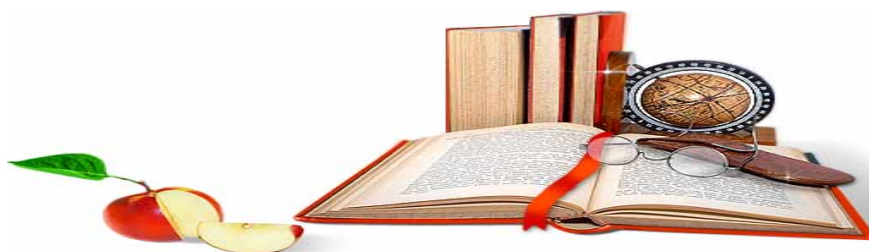
Malo ko od nas misljenje menja samostalno. Na nas vrlo lako uticu misljenja razvijena u okviru grupe sa kojom se identifikujemo tj. referentne grupe. Ukoliko određena grupa ljudi ima određene zajedničke vrednosti individue te grupe neće lako moći da modifikuju svoje vrednosti ukoliko ili dok god postoji pomeranje u vrednostima grupe kao celine. Menadžeri pojedincu često upućuju poruku, zahtrv, instrukciju ili kritiku koja bi pre naišla na odgovor da je upućena preko predstavnika grupe zaposlenih.Na primer pokušaj da se zaposlenom kao pojedincu objasni značaj sigurnih radnih praksi verovatno neće biti delotvoran ukoliko se ne uklapa u norme grupe iz ove oblasti. Korisnije bi bilo da se o promenama u odnosu pregovara preko predstavnika grupe.

<http://www.nsz.gov.rs/page/zanezaposlene/sr/novcananaknada.html>

---- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE PREUZETI NA SAJTU WWW.MATURSKI.NET ----

**WWW.SEMINARSKIRAD.ORG
RAZMENA LINKOVA - RAZMENA RADOVA
RADOVI IZ SVIH OBLASTI, POWERPOINT PREZENTACIJE I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJALI.**

**WWW.SEMINARSKIRAD.ORG
WWW.MAGISTARSKI.COM
WWW.MATURSKIRADOVI.NET**



NA NAŠIM SAJTOVIMA MOŽETE PRONAĆI SVE, BILO DA JE TO **[SEMINARSKI](#)**, **[DIPLOMSKI](#)** ILI **[MATURSKI](#)** RAD, POWERPOINT PREZENTACIJA I DRUGI EDUKATIVNI MATERIJAL. ZA RAZLIKU OD OSTALIH MI VAM PRUŽAMO DA POGLEDATE SVAKI RAD, NJEGOV SADRŽAJ I PRVE TRI STRANE TAKO DA MOŽETE TAČNO DA ODABERETE ONO ŠTO VAM U POTPUNOSTI ODGOVARA. U BAZI SE NALAZE **[GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI RADOVI](#)** KOJE MOŽETE SKINUTI I UZ NJIHOVU POMOĆ NAPRAVITI JEDINSTVEN I UNIKATAN RAD. AKO U **[BAZI](#)** NE NAĐETE RAD KOJI VAM JE POTREBAN, U SVAKOM MOMENTU MOŽETE NARUČITI DA VAM SE IZRADI NOVI, UNIKATAN SEMINARSKI ILI NEKI DRUGI RAD RAD NA LINKU **[IZRADA RADOVA](#)**. PITANJA I ODGOVORE MOŽETE DOBITI NA NAŠEM **[FORUMU](#)** ILI NA

maturskiradovi.net@gmail.com