

UVOD

Definicija komunikacije Komuniciranje se često definiše kao razmena informacija, simbolički, organizovanih kao poruke, između dva (od kojih jedan može biti zamišljen fiktivan), ili više, i neograničenog broja subjekata, neposredno ili posredstvom medija, u određenom socijalno-političkom ambijentu i sa određenim efektima. Harold Lasvel komunikaciju vidi ako proces permanentne razmene informacija, odnosno: smisao komunikacije je sadržan u razmeni poruka, čije su funkcije upozorenje, savet, informacija, ubedjivanje, izražavanje mišljenja i uživanje. Komunikacija se može definisati i preko sredstava koja koristi, prema tome razlikuju se: Forma, a to je načina na koji se nešto saopštava medijum, odnosno sredstvo komunikacije koja kombinuje različite forme. Mediji tu se misli na tehnološka sredstva masovne komunikacije kao što su štampa, radio, televizija, internet.

-

Dinamičnost komunikacije se sastoji iz većeg broja akcija koje izazivaju različite efekte, a koji zauzvrat daju različite rezultate. Komunikacija je trajna. Razumevanje sveta počinje rođenjem i traje do smrti. Za to vreme se komunicira sa drugima i zato ovaj proces nema ni početka ni kraja, jer traje i posle direktne komunikacije. Komunikacija je složena jer se ne sastoji samo iz stimulans-odgovor. Iako je početni napor u procesu komunikacije lak, postizanje komunikacije je teško. Dokaz za to je problem prenošenja ideja. Nepovratnost se iskazuje prosto time što se komunikacija ne može vratiti nazad kad se jednom pošalje poruka i kad se primi, efekat koji je ostvarila postaje faktor za dalje poruke. Komunikacija je nesledstvena jer njeni elementi nisu nužno ni u kakvom sledu ili poretku. Mogu se pojaviti u bilo kom sledu ili nasumično. Pozicije na shemi se stalno menjaju. Neponovljivost komunikacije ogleda se u tome što su učesnici promenljivi i proces se ne može ponavljati, jer menjaju značenje svim kasnijim aktima komunikacije.

-

-

-

-

GLAVNI DEO

Interpersonalno komuniciranje Komuniciranje u poslovnoj sredini se, logično ostvaruje preko interpersonalnog komuniciranja koje je najrasprostranjeniji i elementarni oblik društvenog komuniciranja. Njegovo osnovno svojstvo je recipročnost razmene poruka između dve ili više osoba, neposrednim ili posrednim putem. Elementarnost i rasprostranjenost interpersonalnog komuniciranja proističu iz samog karaktera čoveka, shvaćenog kao socijalnog bića. Jer se ne komunicira zbog samog komuniciranja već da bi se postigao određeni cilj. Postavlja se i pitanje šta to pokreće ljude na komunikaciju, a Šušnjić navodi da su to sledeće tri pretpostavke: ontološka, gloseološka i aksiološka. Ontološka polazi od toga da je čovek nesavršen, i da mu je potreban drugi da bi ga upotpunio. Gnoseološka pretpostavka ističe čovekovo traganje za istinom o sebi koja je uvek nepotpuna Aksiološka pretpostavka polazi od toga da je u srži interpersonalnog komuniciranja želja da se kroz razgovor stvori nova vrednost. Jer se samo putem razgovora može doći do istine (jedne od vrednosti)

Dinamički faktori interpersonalnog komuniciranja Što se tiče dinamičkih faktora interpersonalnog komuniciranja u prvom redu treba istaći povratnu vezu (feedback). Od ostalih dinamičkih faktora treba istaći (1) subjekte komuniciranja, (2) interakcijske uslove ostvarivanja recipročnosti uloga, (3) ciljeve razmene poruka i, (4) komunikativnu kompetentnost učesnika komunikacije. Ne trebamo ispustiti iz vida i ciljeve razmene poruka jer je interpersonalno komuniciranje veoma svrhovito, oličeno kroz racionalno postavljen cilj, ali isto tako ne bi trebalo ispustiti iz vida ni motivacono dinamički aspekt interpersonalnog komuniciranja koji je određen mentalno-psihičkom strukturom ličnosti. Zbog toga se može govoriti o neuočljivom procesu interpersonalne komunikacije poznatim kao persuazivni proces. Njegova suština je u nastojanju da se razmenom poruka deluje na mišljenje, osećanje i čula sagovornika, ali i sebe samog. Persuazivnim procesom se nastoji, posebno, delovati na stavove u smislu njihovog: (1) potvrđivanja, (2) korekcije ili (3) menjanja. Komunikativna kompetentnost je određena nizom čovekovih sposobnosti kao što su na primer: prepoznavanje feedbacka i artikulisanje pozitivnog odgovora, sposobnost empatije sa drugima sposobnost da se drugi slušaju, samoreprezentativnost, pažljivo posmatranje sebe i drugih, kao i korišćenje verbalnih i neverbalnih znakova. Statički faktori interpersonalnog komuniciranja Ovdje se radi u prvom redu, o uticajima na interpersonalno komuniciranje koji potiču od različitih oblika društvene svesti (običaja, morala, religije, itd.), od pripadništva makrosocijalnim grupama (naciji, rasi, sloju, itd.) i od različitog socijalnog statusa (pola, starosti obrazovanja) Interpersonalno komuniciranje se odbija u primarnim grupama, porodica je nesumnjivo, milje u okviru kojeg se prenosi i usvaja jezik. Primarni kontakti ostvareni u porodici,

**----- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE
PREUZETI NA SAJTU. -----**

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: maturskiradovi.net@gmail.com