

Komunikacije-Ponasanje u organizacijam

Clanovi organizacije su medjuzavisni i odnosi medju njima se razlikuju po raspodeli moci, uticaju i pravilima ponasanja. Ljudi su upuceni na takmicenje, rivalstvo- takva su pravila ponasanja. Zbog toga je tesko pretpostaviti da se u organizaciji moze uspostaviti psiholska ravnoteza. Saradnja jos uvek nije dminirajuci odnos izmedju ljudi u organizacijama, iako bi moralo ca bude tako.

Komuniciranje udvoje je razmena informacija sa odredjenim ciljem, a cilj je uticaj i promena ponasanja one druge osobe. Postoje cetiri dimenzije komuniciranja:

1. Sadržaj (predstavlja cilj komuniciranja);
2. Buka (smetnje u komuniciranju);
3. Svojstva mreže; naredjivanje i „predavanje”, ili razmena informacija;
4. Smer komuniciranja

Sadržaj komuniciranja u organizacijama vezan je ili za obavljanje zadataka u odnosima subordinacije ili za ostvarenje nekog cilja iz domena structure i distribucije moci.

Buka ili smetnja u komuniciranju pojavljuje se kada, recimo, neka osoba odbija da izvrši radne zadatke. Buka moze da bude i nerazumevanje poruke koja se upucuje tokom komuniciranja. Buka je takodje kada neko odbija da primi poruku iz nekih iracionalnih ili samo njemu poznatih razloga- to je pruzanje otpora normalnom komuniciranju.

Svojstvo mreže kod komuniciranja udvoje odnosi se na to da li su ucesnici ravnopravni ili postoji odnos subordinacije. Kod komuniciranja udvoje ovo nije toliko znacajna karakteristika komuniciranja kao sto je sadržaj.

Smer komuniciranja je znacajna karakteristika komuniciranja udvoje. Tu razlikujemo dva aspekta. Formalni aspect problema jeste da li A upucuje informacije B-u ili obrnuto. Mnogo znacajnije je da li samo A upucuje informacije, zadatke i naredbe B-u, a B samo odgovara, ili komuniciranje moze da bude dvosmerno, pri cemu B moze da pita kada dobije zadatak ono sto tom prilikom nije razumeo sve dotle dok mu ne bude potpuno jasno sta se od njega ocekuje. U dvosmernom komuniciranju nalazimo elemente timskog rada i demokratskog stila rukovodjenja sa svim pojedinostima i prednostima koje ima nad drugim stilovima.

Uticaj na ponasanje

Ljudi uticu na druge iz raznih pobuda i ciljeva i to:

- pozitivnih- da ih nauce necemu i
- negativnih- da ih potcine da bi sluzili njihovim interesima

Cilj je i kod jednih i kod drugih isti. Medjutim, sam uspeh zavisi od osobe na koju se utice, ali isto tako zavisi i od postupaka osobe koja zeli da utice na nekog. Uticaj na ljude je rezultat sposobnosti i znanja koje nazivamo mehanizmom uticaja u organizacijama.

Autoritet je jedno od sredstava uticaja. On se stice ugledom i daje coveku odredjenu moc. Prema tome, autoritet je sredstvo uticaja pomocu kojeg se menja ponasanje drugih ljudi. To je skup osobina kojima pojedinac raspolaze.

Autoritet predstavlja moc. Moze da bude formalna i neformalna. Formalna moc moze da bude zasluzena i nezasluzena. Zasluzena je ako je covek na funkciji zato sto raspolaze određenim sposobnostima i sto je uspesan u resavanju problema. Nezasluzena formalna moc je ako se neka osoba nalazi na položaju u firmi, ali taj posao lose obavlja, nekompetentna je. Samo u zdravim drustvima imamo redsled pojava, da znanje i sposobnosti uslovljavaju nastanak autoriteta; autoritet uzrokuje moc i prirodno je da takve osobe dobijaju funkcije, odnosno-vlast.

Nacini sticanja autoriteta

Autoritet se stice:

- ucenjem i znanjem;
- drustvenim položajem i
- raspolaganjem relevantnim informacijama.

Moc se moze postici na osnovu autoriteta, funkcije, položaja u organizaciji, porekla, a predstavlja sposobnost ili mogucnost uticaja na druge ljude.

Sledeca instance posle moci je vlast. Izvorista vlasti u preduzecima vezana su za vlasnicke odnose, ali na visim stupnjevima razvijenosti industrijskog drustva pojavljuju se i druge politicke forme sticanja vlasti i moci. Vlast u preduzecima vise je karakteristika komuniciranja u grupama od 3 do 20 ljudi. To su grupe u kojima se odvija istinsko upravljanje i odlucivanje u preduzecima, kao sto su upravni odbori, rukovodni timovi, komisije i razna strucna tela, a u poslednje vreme to je i najbolji nacin rada u reinženjeringu procesa.

Ponasanje ljudi u grupi od 3 do 20 ljudi

Ponasanje u grupama ogleda se kroz komunikacije medju ucesnicima u grupama. Grupe od 3 do 6, najvise 9 clanova, su rukovodni timovi i upravni odbori firmi. Grupe sa preko 10 clanova predstavljaju okrugle stolove koji resavaju strucna pitanja.

Komunikacije

Komunikacija podrazumeva prenosenje informacija o nekom dogadjaju ili aktivnosti od izvora, preko medija do ponora informacija. Male grupe proucavamo zbog toga sto one predstavljaju pojednostavljeni model organizacije. One igraju sve vecu ulogu u industrijskoj praksi. Pod malom grupom se podrazumevaju radne grupe, predsedništvo, kolegijumi i upravni odbori, te radni timovi.

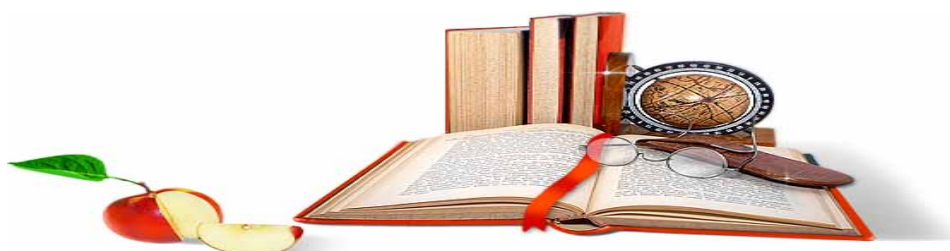
Mreza komunikacija moze biti jednosmerna i dvosmerna, kao pri komuniciranju udvoje:

-jednosmerno komuniciranje je takav nacin prenosjenja informacije u kome lice A saopstava informaciju licu B bez mogucnosti za povratnom spregom, osim kada je u pitanju izvestaj o uradjenom;

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

**BESPLATNI GOTOVI SEMINARSKI, DIPLOMSKI I MATURSKI TEKST
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