

UVOD

Veoma je važno dobro poznavati metode usmenog izlaganja u poslovnom komuniciranju, jer ovakav vid iskaza predstavlja polaznu osnovu kako za kvalitetan prenos informacija, tako i za razvijanje poslovne saradnje.

Još uvek aktuelna izreka NIJE VAŽNO ŠTA, NEGO KO GOVORI jasno ukazuje na dominantnu ulogu rukovodioca u obraćanju posebno poslovnim partnerima. Informacija dobija ne samo na značaju, nego i posebnu dimenziju, ukoliko tu informaciju dao prvi čovek firme. Negovanje usmenog izlaganja kao temeljnog osnova poslovnog komuniciranja jeste jedan od prioriternih zadataka svakog menadžera.

Sposobnost dobrog govora je stvar prirode obdarenosti, ali je potrebno unapređivati kulturu izražavanja i graditi lični stil. Verbalna komunikacija je govorna ili pisana komunikacija u kojoj se koriste reči.

Iako pričamo sa ljudima svaki dan, efektivna govorna komunikacija je veština koja se mora naučiti i praktikovati. Neke stvari o verbalnoj komunikaciji bi trebalo imati na umu:

govoriti jasno, tako slušaoci mogu čuti i razumeti šta god se kaže;

koristiti jezik koji je adekvatan temi i poznat slušaocima, drugim rečima, ne koristiti tehničke termine, ako ih publika neće razumeti;

koristiti reči koje su adekvatne za datu situaciju;

treba biti ljubazan i prihvatiti formalnost koju iziskuje situacija;

postavljati pitanja koja će služiti kao provera da li su ljudi razumeli ono o čemu je bilo reči;

slušati pažljivo šta sagovornik govori i svaki njegov komentar.

Glas je osnovno sredstvo u komunikaciji, a istovremeno je odraz i obeležje ličnosti. Primaran zadatak glasovnog obrazovanja govornika, jeste sticanje glasovne kondicije, uspostavljanje (učenje) pravilnog tipa disanja i pravilna postavka glasa za nastupanje u medijima.

Intenzitetom, jačinom i bojom glasa može da se zadobije poverenje slušalaca. Prijatan ton, centralna glasnost i umeren intenzitet ne plaše ljude. Oni smiruju i "uvlače" slušaoca u priču.

2. OSNOVNI VIDOVI SAOPŠTAVANJA

U verbalnom komuniciranju mogu se uočiti dva osnovna vida saopštavanja. To su :

- monološka i
- dijaloška forma.

2.1 Monolog

Monolog kao tip saopštavanja isključuje okrenutost govornika KA sebi. Naprotiv, govor je intenzivno upućen ka slušaocima, ličnim angažovanjem i zalaganjem govornika. Monološko kazivanje zahteva izrazitu kontrolu dinamike govornog čina, "unutrašnje" slušanje i praćenje reakcija sagovornika ili slušalaca. Stoga, govor izražen u monološkoj formi postavlja pred govornika nekoliko zahteva :

jasan, koncizan i živopisan tok izlaganja,

isticanje teme, fokusa govornog čina,

odabir govornih konstanti (i vokalnu ekspresiju),

podesan tempo izlaganja,

momenat improvizacije,

poentiranje,

zaključak.

U monološkom kazivanju, postoji povratna reakcija koja se, tokom govornog čina, može uočiti kao: nerazumevanje, negiranje, razumevanje, slaganje, suprotstavljanje, otpor prema iznetim idejama i programima i sl. Da bi se uočile sve moguće reakcije, potrebna je izuzetna psihološka spremnost i sposobnost posmatranja i predviđanja. Momenat kreativnog, spontanog, elementi humora, u znatnoj meri pospešuju monološko kazivanje.

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

www.maturskiradovi.net

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