



ДЕТСКОЕ КОММУНИКАЦИИ

ноябрь 2017,
Ярошевская Елена Юрьевна

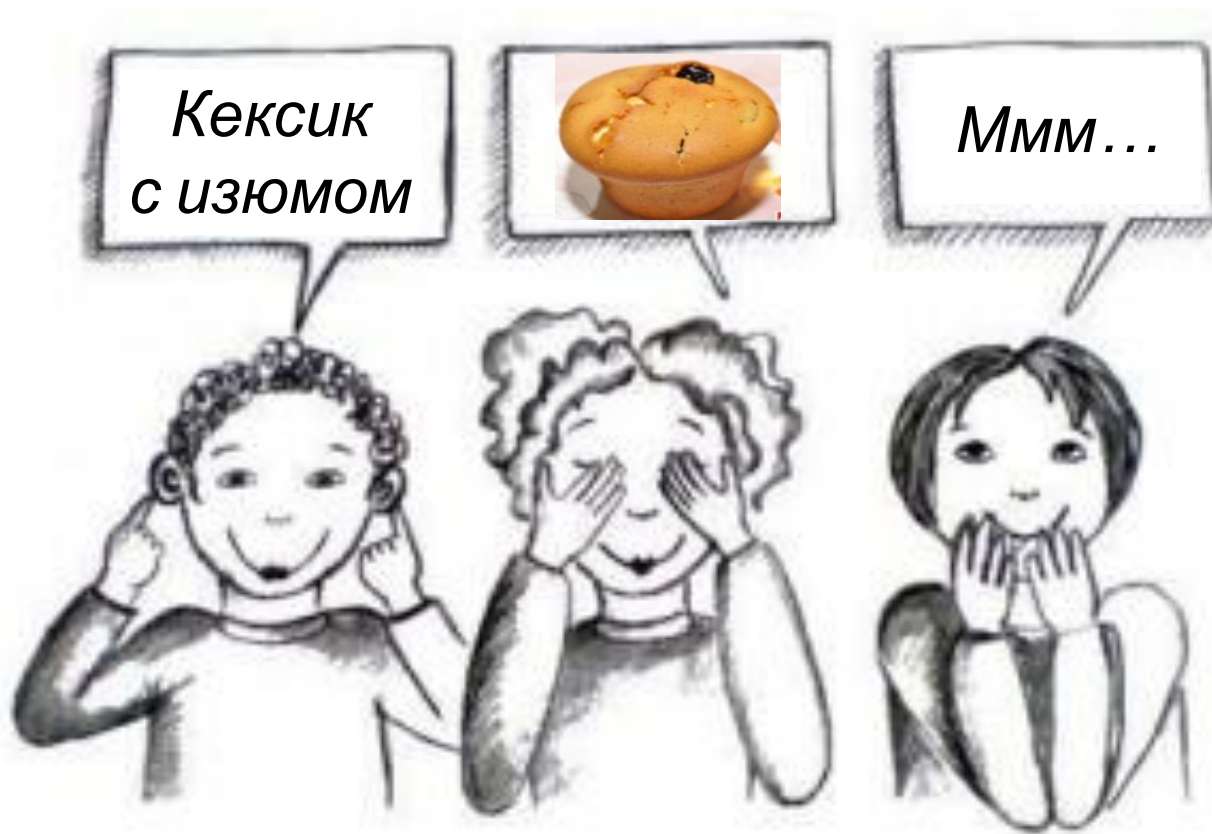


Коммуникация (лат. *communicatio* - сообщение) – специфический акт обмена информацией, процесс передачи эмоционального и интеллектуального содержания.

Общая схема эффективности коммуникативного процесса



«На кого ты работаешь?»



1.

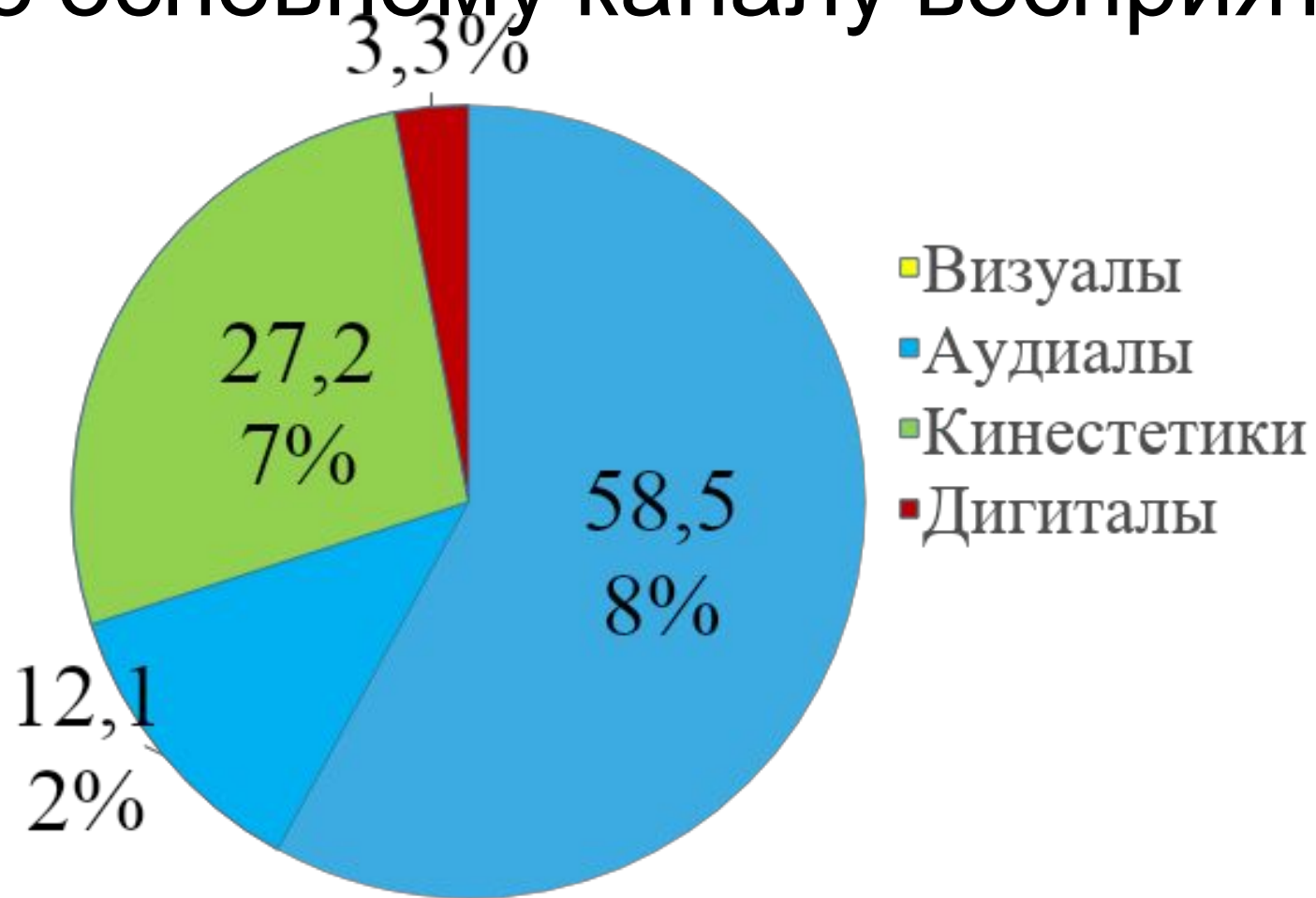
2.

3.

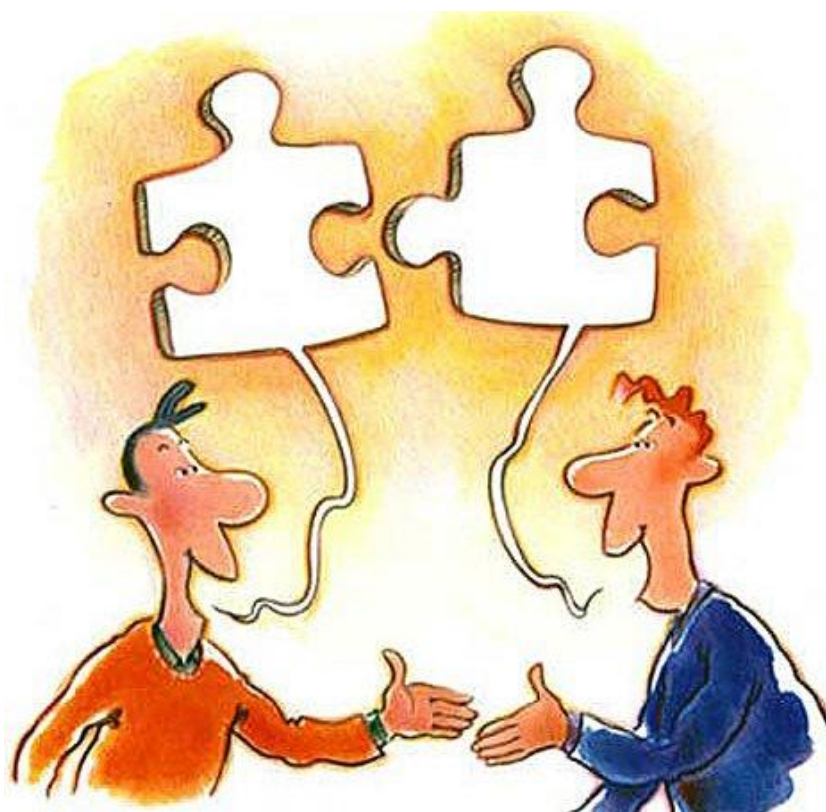
4.



Распределение студентов по основному каналу восприятия



1 курс, ГМУ, 109 чел., 2017г.



Деловая коммуникация – это процесс взаимодействия, направленный на оптимизацию того или иного вида предметной деятельности: производственной, научной и т.п.

Особенности деловой КОММУНИКАЦИИ



Виды коммуникаций



***Познавательная
коммуникация***

Цель: расширить информационный фонд партнера

***Условия организации
коммуникации:***

*учет познавательных
возможностей партнера
(интеллекта, опыта,
установок на получение
новой информации)*

***Коммуникативные
формы:***

*совещания, семинары,
доклады, отчеты,
сообщения, лекции,
конференции,
консультации и проч.*

***Коммуникативные приемы,
средства и технологии:***

*комментарий, аргументация,
анализ, резюмирование,
технологии нейро-
лингвистического
программирования,
невербальные средства.*

Ожидаемый результат: освоение партнером новой информации и применение ее
в практической деятельности

**Убеждающая
коммуникация**

Цель: сделать партнера своим единомышленником.

**Условия организации
коммуникации:**

опора на личностную
мотивацию партнера и его
интеллектуально-
эмоциональную сферу

**Коммуникативные
формы:**

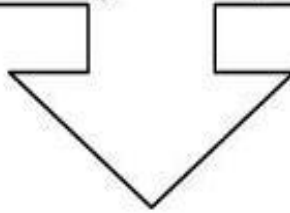
беседы, дискуссии,
переговоры, напутствия,
пресс-конференции,
презентации, «круглые
столы» и пр.

**Коммуникативные приемы,
средства и технологии:**

аргументация, демонстрация
сравнительный анализ,
психологические приемы
присоединения, использование
ведущих систем восприятия и
пр.

Ожидаемый результат: переориентация целей, установок, взглядов, убеждений
партнера.

Экспрессивная коммуникация



Цель: Побудить партнера к необходимому действию

**Условия организации
коммуникации:**

опора на
эмоциональную
сферу партнера,
использование
средств
воздействия на все
сенсорные каналы

**Коммуникативные
формы:**

презентации,
речи по спец.
поводу, митинги,
мозговой штурм и
пр.

**Коммуникативные приемы,
средства и технологии:**

Аудио-, видео-,
художеств. средства;
эмоциональная
лексика; невербальные
средства и др.

Ожидаемый результат: Вовлечение в конкретные акции и действия

**Внушающая
коммуникация**

Цель: оказать на сознание партнера глубокое устойчивое воздействие с целью изменить его ценностные ориентации, установки, поведение.

**Условия организации
коммуникации:**

создание атмосферы доверительности, высокая внушаемость партнера, его недостаточная информированность, высокий авторитет внушающего.

**Коммуникативные
формы:**

беседы, митинги, реклама, брифинги, дебаты, речь-напутствие, пресс-конференции, тренинги

**Коммуникативные средства и
технологии:**

ссылки на авторитет, угрозы, шантаж, манипулирование, психологическое присоединение, интонационное стимулирование, разъяснение внушаемых установок, регулярное длительное воздействие **и пр.**

Ожидаемый результат: подчинение партнера своей цели через устойчивое изменение его установок и ценностных ориентаций.

**Ритуальное
взаимодействие**

Цель: закрепить и поддерживать традиционные отношения в бизнесе, сохранить традиции фирмы или создать новые.

**Условия организации
коммуникации:**

художественно
оформленная
пространственная среда,
опора на традиции и
нормы, существующие в
обществе, адекватное
ритуалу настроение.

**Коммуникативные
формы:**

церемонии, ритуалы,
презентации, чествования,
празднования, посвящения,
торжественные речи,
прощания, встречи
делегаций и др.

**Коммуникативные приемы,
средства и технологии:**

включение участников в
массовую деятельность,
импровизации,
неординарность сюжетов,
опора на ведущие каналы
восприятия и актуальные
потребности партнера

Ожидаемый результат: формирование корпоративной принадлежности,
единения с группой.