



# ДЕТСКОЕ КОММУНИКАЦИИ

ноябрь 2017,  
Ярошевская Елена Юрьевна

**ХОЧЕШЬ**

**ЖИТЬ -**



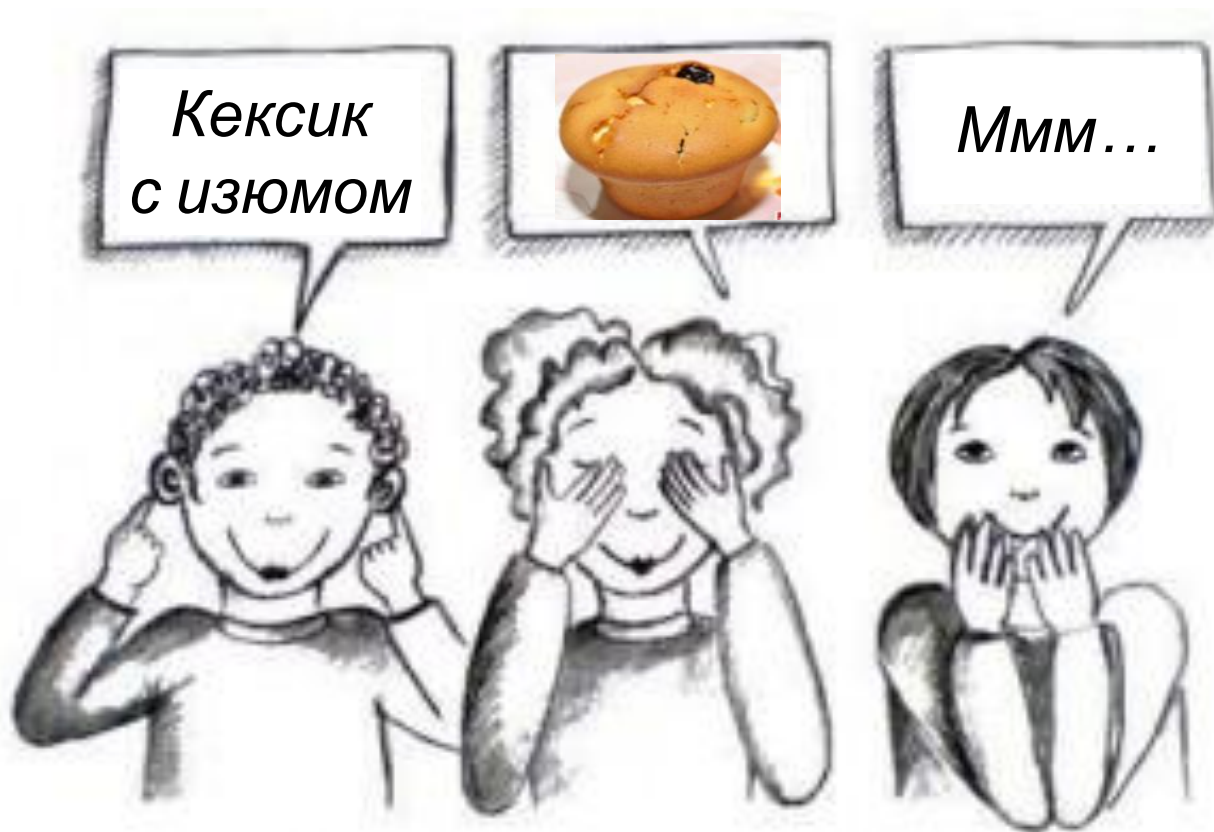
**УЧИСЬ ОБЩАТЬСЯ**

**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.

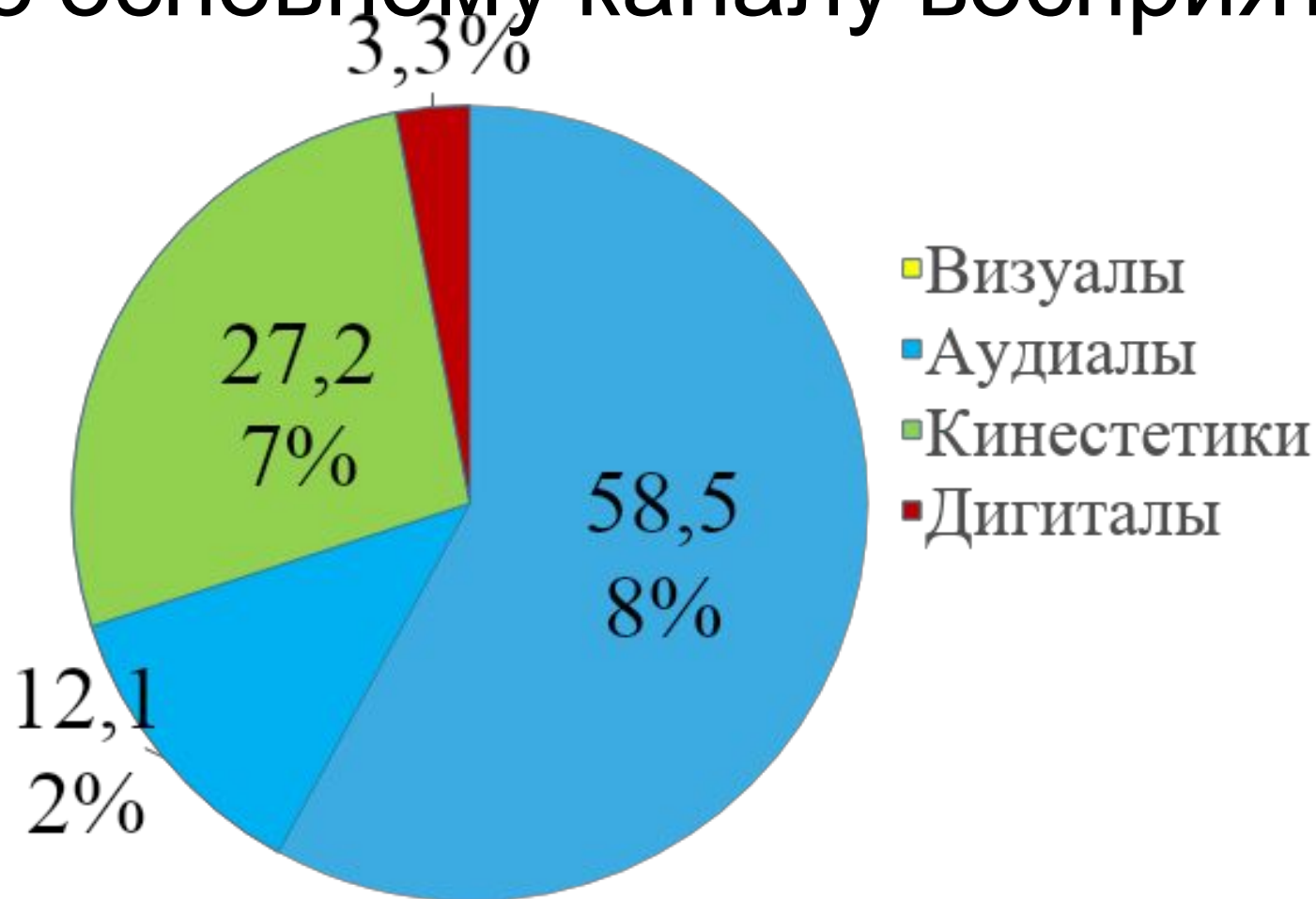
Баланс  
микробиоты



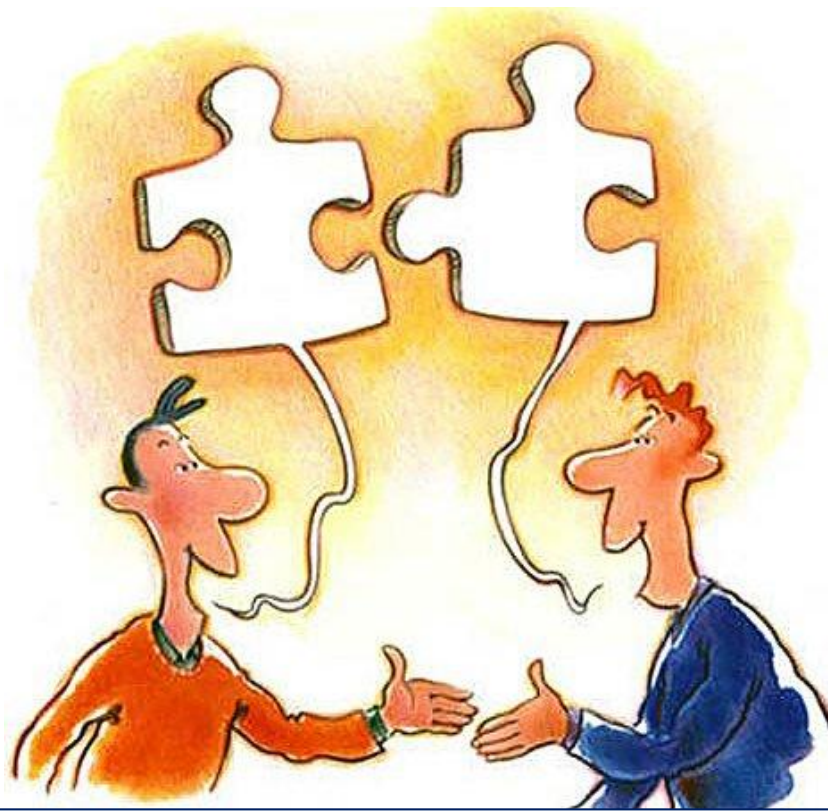
Активность  
иммунной  
системы



# 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

по

форме  
передач  
и  
инф.

- монолог
- диалог
- полилог

по

средствам:

- вербальная
- невербальная

по направ-  
ленности:

- прямая
- косвенная

по кол-ву  
коммуни-  
кантов

- интрепер-  
сональная
- межлич-  
ностная
- групповая
- массовая

по цели

сообщения:

- познавательная
- убеждающая
- экспрессивная
- суггестивная
- ритуальная

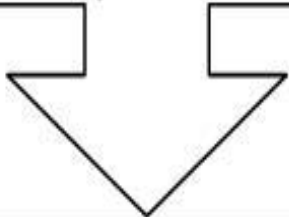
По форме  
ком.

события:

- совещание
- тел.разговор
- публичное  
выступление
- ...



**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:**

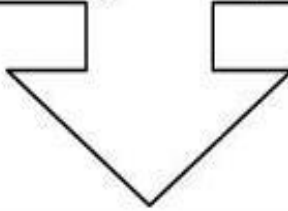
*беседы, дискуссии,  
переговоры, напутствия,  
пресс-конференции,  
презентации, «круглые  
столы» и пр.*

**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.