

# Модели общения



# Модель коммуникативного процесса

- |                                  |                     |
|----------------------------------|---------------------|
| 1. Кто (передаёт сообщение)      | - Коммуникатор      |
| 2. Что (передаётся)              | - Сообщение (текст) |
| 3. Как (осуществляется передача) | - Канал связи       |
| 4. Кому (направлено сообщение)   | - Реципиент         |
| 5. С каким эффектом              | - Эффективность     |



# Модель общения



**Информационная модель общения** обычно применяется для передачи и получения информации, ее анализа, интерпретации и комментирования.

**Убеждающая модель общения** позволяет сделать участников общения своими единомышленниками и выйти из той или иной ситуации с наибольшей продуктивностью.

**Убеждение** — это коммуникативный процесс, в котором коммуникатор пытается вызвать изменение в убеждениях, отношении или поведении другого индивидуума или группы индивидуумов через передачу сообщения в таком контексте, где убеждаемый имеет некоторую степень свободы выбора.

# Аргументы



**сильные**

**несостоятельны**  
**е**



В процессе убеждения могут быть использованы разнообразные психологические возможности:

1. Ознакомление партнера с характером проблемы и убеждение его в том, что она разрешима.
2. Обсуждение отношения партнера к проблеме с целью преодоления его тревожности, негативизма и пр.
3. Выяснение условий жизни и работы, анализ психотравмирующих моментов (для перестройки системы отношений партнера).
4. Мобилизация партнера на решение проблемы, обучение соответствующим действиям.

# Экспрессивная модель

## общения -

это модель общения, цель которой сформировать у участников взаимодействия психоэмоциональный настрой, передать чувства, переживания, побудить к необходимому социальному действию, вовлечь в конкретные акции.

# **Суггестивная модель общения -**

**это искусство внушать, а не  
рассказывать; широко  
используется в практике  
взаимодействия, например на  
деловых совещаниях, или в  
воспитательных беседах с  
людьми, нуждающимися в  
мотивационной коррекции.**

К факторам, способствующим внушаемости, относят следующие человеческие характеристики:

- неуверенность в себе;
- тревожность, беспокойство;
- робость, низкая самооценка;
- чувство собственной неполноценности;
- повышенная эмоциональность, впечатлительность;
- слабое владение логическим анализом;
- вера в авторитеты.

**Ритуальная модель общения -**  
модель общения, позволяющая  
закрепить и поддержать формальные  
отношения в деловой среде; обеспечить  
регуляцию социальной психики в  
больших  
и малых группах людей; сохранить  
ритуальные традиции организации,  
связанные с ее корпоративной  
культурой и миссией, а также создать  
новые праздники и обряды.



# Теоретические основы формирования благоприятного морально-психологического климата коллектива

Сущность и особенности социально-психологического климата коллектива:

доверие членов  
коллектива

доброжелательность

информированность

высокая  
требовательность

эмоциональная  
включенность

принятие  
ответственности