

ТЕХОЛОГИИ КОММУНИКАЦИИ

Основные аспекты общения

1. **информационно-коммуникативный** (общение рассматривается как вид личностной коммуникации, в процессе которой осуществляется обмен информацией);
2. **интерактивный** (общение анализируется как взаимодействие индивидов в процессе кооперации);
3. **гносеологический** (человек выступает как субъект и объект социального познания);
4. **аксиологический** (изучение общения как процесса обмена ценностями);
5. **нормативный** (выявляющий место и роль общения в процессе нормативного регулирования поведения индивидов, а также процесс передачи и закрепления норм в обыденном сознании, реального функционирования стереотипов поведения);
6. **семиотический** (общение выступает как специфическая знаковая система, с одной стороны, и посредник в функционировании различных знаковых систем, с другой);
7. **социально-практический аспект общения**, где процесс рассматривается в качестве обмена результатами деятельности, способностями, умениями и навыками.

Общение

- **Общение** – это *троединный процесс, включающий в себя коммуникацию, интеракцию и перцепцию.*

Коммуникация

- **Коммуникация** (от лат. communicatio - сообщение) - специфический обмен информацией, процесс передачи эмоционального и интеллектуального содержания.
- Для передачи информации используются **вербальные** (выраженные словами) знаки и **невербальные** (мимика, пантомимика, жестикауляция, дистанцирование, пространственный рисунок, интонирование и др.)

Интеракция

- **Интеракция** – организация взаимодействия между людьми. Основными компонентами этого процесса являются сами люди, их взаимная связь и воздействие друг на друга, предполагающее взаимные изменения.

Выделяют следующие виды взаимодействия:

1. групповая интеграция (совместная трудовая деятельность, кооперация),
2. конкуренция (соперничество),

Перцепция

- **Перцепция** (от лат. perceptio – психологическое восприятие) — процесс восприятия, способствующий взаимопониманию участников общения. В результате социологических исследований установлено, что восприятие социальных объектов обладает спецификой:
 1. *воспринимаемый человек стремится трансформировать представление о себе в благоприятную для своих целей сторону;*
 2. *внимание воспринимающего сосредоточено прежде всего на смысловых и оценочных (в том числе причинных) интерпретациях объекта;*
 3. *большая зависимость перцепции от мотивационно - смысловой деятельности и связь ее с аффектами.*

Деловое взаимодействие

- ***Деловая коммуникация*** – это процесс взаимодействия деловых партнеров, направленный на организацию и оптимизацию того и иного вида предметной деятельности: производственной, научной, педагогической и пр. В деловой коммуникации предметом общения является деятельность (дело), и партнер по общению всегда выступает как личность, значимая для другого.

Коммуникационный процесс



источник коммуникатор сообщение
кодирующее устройство канал
декодирующее устройство
коммуникант результат коммуникации
 обратная связь

Эффект коммуникации и обратная связь

- Сообщение может создать или изменить отношение аудитории к предмету коммуникации.
- **ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ** – реакция коммуниканта на сообщение источника. Именно обратная связь делает коммуникацию двусторонним процессом, так как получив информацию о реакции коммуниканта, коммуникатор учитывает ее, корректируя свои действия и цели. Обратная связь может быть положительной, когда желаемый результат сообщения достигнут, и отрицательной, информирующей источник, что желаемый результат сообщения достигнут не был.
- **ЭФФЕКТ КОММУНИКАЦИИ** – изменения в поведении коммуниканта, которые происходят в результате приема сообщения.
- Степень достижения цели коммуникации можно оценить и по таким показателям, как количество писем и звонков, изменение объема продаж, принятие (отмена) политических или административных решений

Причины плохой коммуникации

1. стереотипы;
2. «предвзятые представления»;
3. плохие отношения между людьми;
4. отсутствие внимания и интереса собеседника;
5. привычка делать выводы – заключения при отсутствии достаточного числа фактов;
6. ошибки в построении высказываний:
неправильный выбор слов, сложность сообщения, слабая убедительность, нелогичность и т. п.
7. неверный выбор стратегии и тактики общения.