

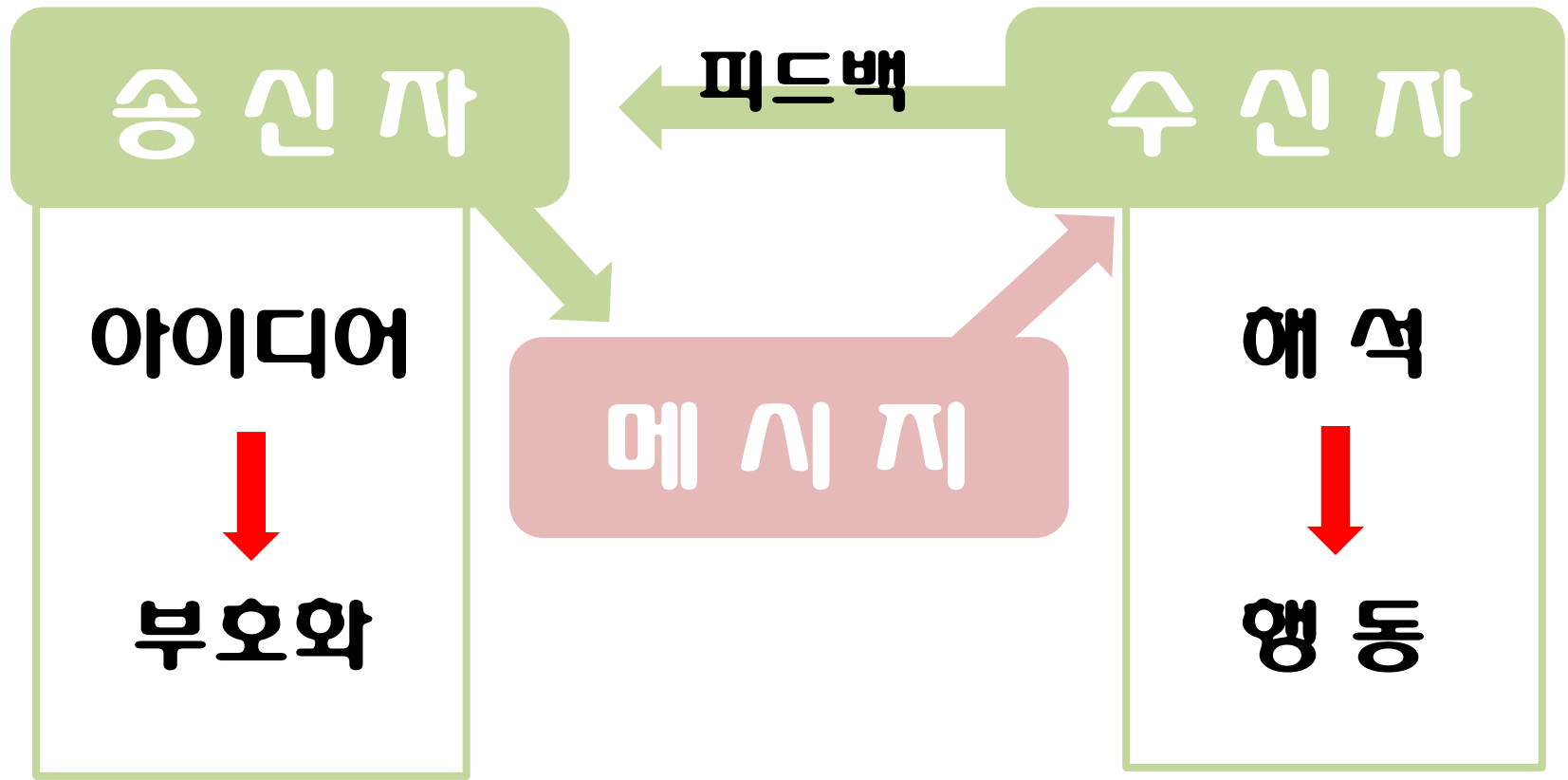
제 11 주

커뮤니케이션

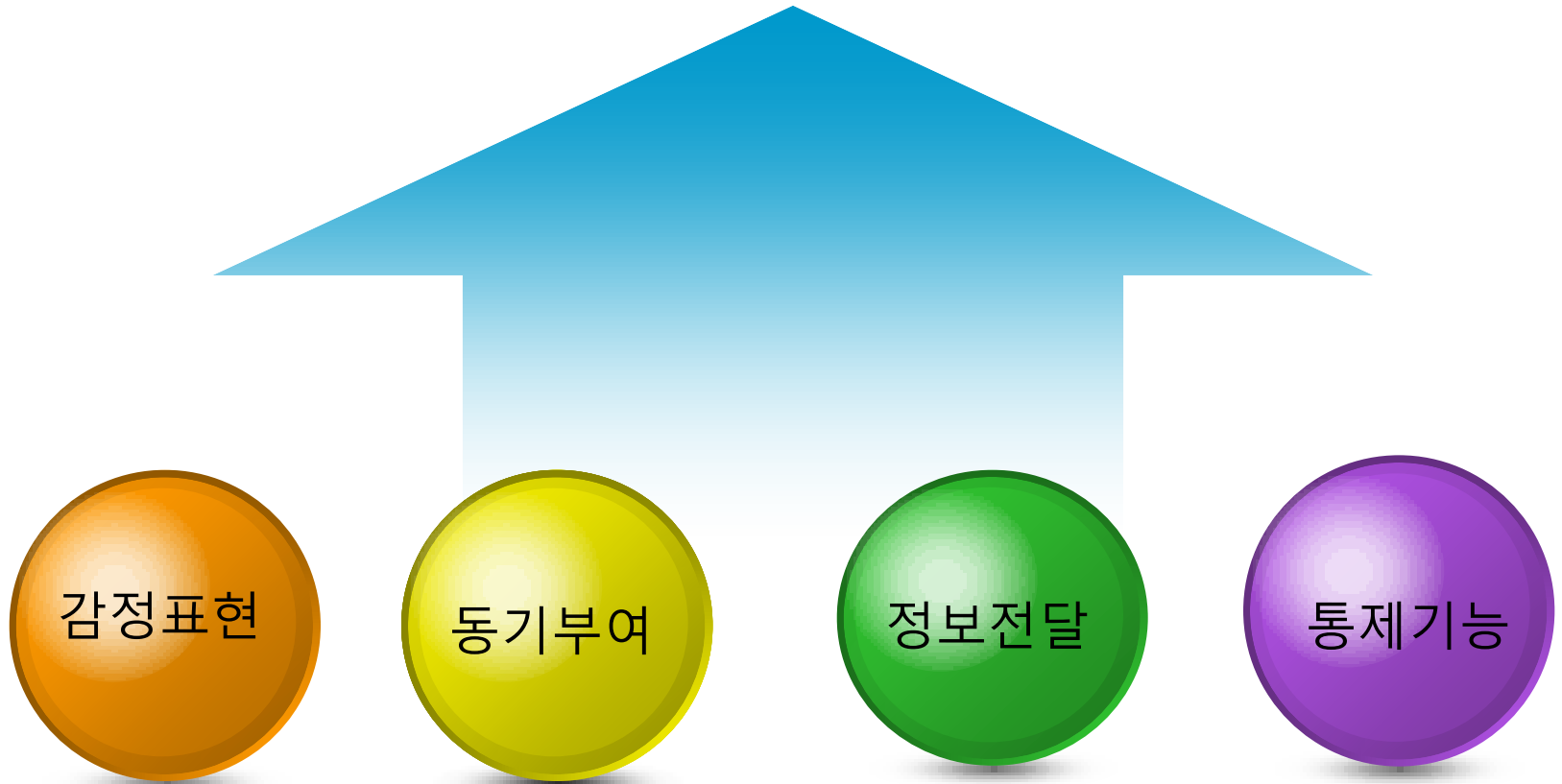
CONTENTS

- 커뮤니케이션의 과정과 제요인
- 커뮤니케이션의 유형과 네트워크
- 커뮤니케이션의 관리적 기법

커뮤니케이션의 과정



■ 커뮤니케이션의 기능



■ 커뮤니케이션의 원칙

- 신뢰성(credibility) : 전달자를 신뢰하고 전달자의 의사를 정확히 숙지
- 상황(context) : 전달계획은 환경적 현실과 일치
- 내용(contents) : 메시지는 수신자에게 의미
- 명확성(clarity) : 명확한 용어로 표현
- 계속성과 일관성(continuity & consistency) : 계속 반복적이고 전후 일관성
- 경로(channels) : 수신자가 중요시하는 경로 이용
- 피전달자의 능력(capability) : 수신자의 능력고려

커뮤니케이션의 속진

하
나

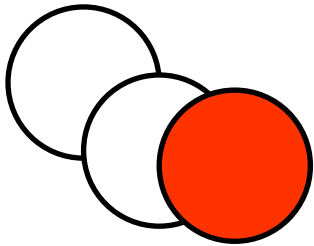
커뮤니케이션 과정은 사실을 전달하는 것이므로
이는 논리적인 과정이다.

둘

명백이 이해된 사실은 신념을 확고히 한다.

셋

만일 사실이 충분한 시간과 명료성을 갖고 제시된다
면, 이것은 상호 이해를 성취시키기에 충분하다.



넷

커뮤니케이션은 관리자의 이야기를
남득할 수 있도록 말하는 기술이다.

커뮤니케이션의 장애요인

1. 송신자

2. 수신자

3. 상황

정보의 관중의 결여
커뮤니케이션의 불충족
신입선

위험성의 문제의 부족
커뮤니케이션의 불충족
평가적 상황

커뮤니케이션의 불충족
신입선

대응적 관중의 불충족
커뮤니케이션의 불충족

비주체 커뮤니케이션

장애요인의 제거

반응-피드백의
평가

커뮤니케이션
언어사용

표현의 독창성

말을
강화시키는
행동

커뮤니케이션의 유형

상향식

하향식

측면적

공식적

비공식적

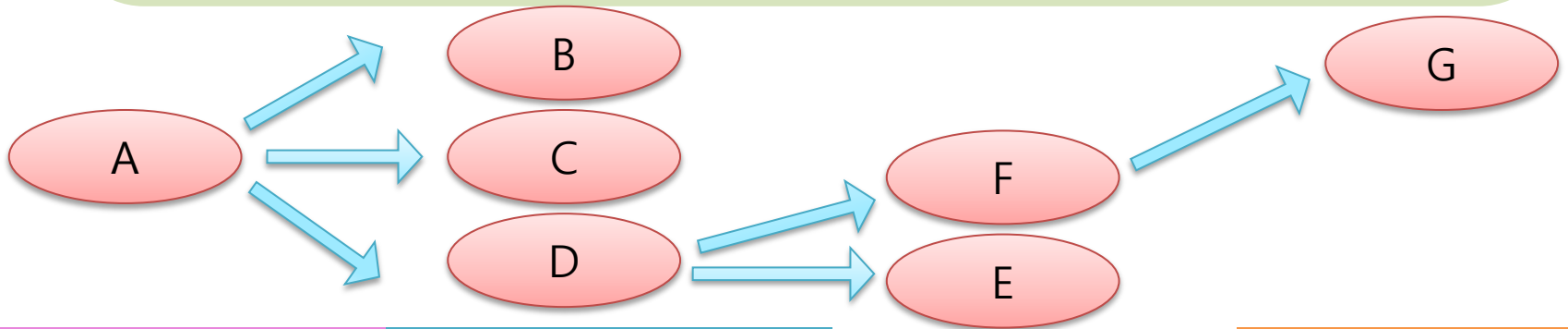
수직적 커뮤니케이션: 상향식, 하향식, 수평적
명령체계와 라인의 권한에 따라 형성

상의의선과 수평적 커뮤니케이션: 수평적, 대각선, 수직적

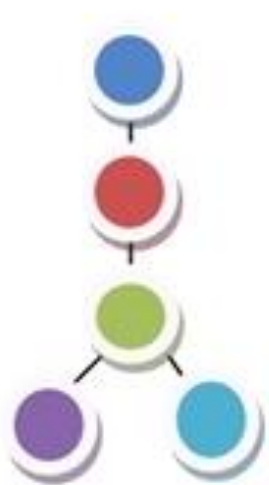
커뮤니케이션의 유형

비공식적 커뮤니케이션 = 그래이프바인

규정된 경로 이외에서 발생하는 커뮤니케이션
소수 사람에게 의한 정보전달 (점 조직적 연쇄)



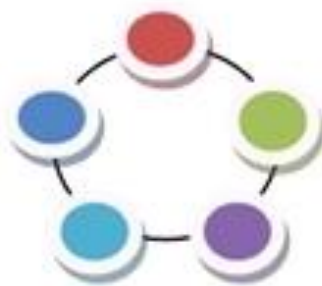
커뮤니케이션 네트워크



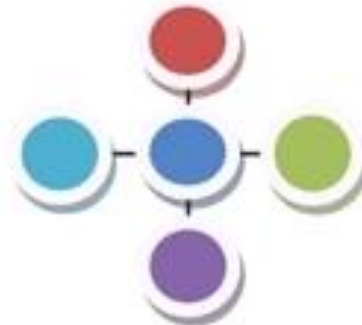
<Y 형>



<사슬형>



<원형>

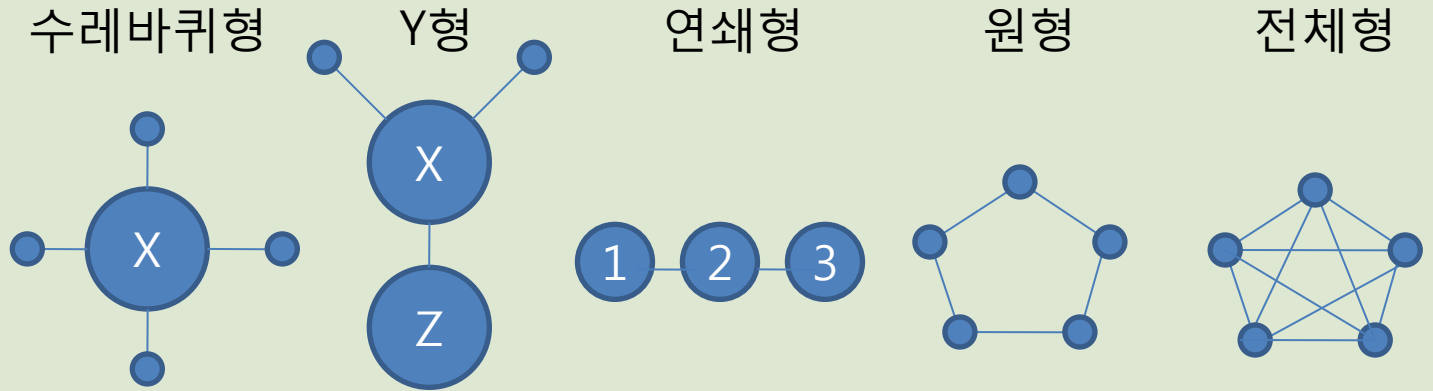


<수레바퀴형>



<전체연결형>

커뮤니케이션 유형



리더십의 명료성	높다	높다	보통	낮다	낮다
집단구성원의 만족	낮다	낮다	보통	보통	높다
작업의 질					
복잡성	낮다	낮다	보통	보통	높다
단순성	낮다	낮다	보통	보통	낮다
의사결정 방법	권한루울	권한루울	소수루울	소수루울 다수루울	다수루울 여론
리더십 스타일	지시적	지시적	지시적	지도적	지원적

커뮤니케이션의 개선기법

인간욕구에
대한 호소

적극적
감정

비언어적 커뮤니케이션

1. 환경 2. 송신자와 수신자의 거리

3. 자세 4. 몸짓 5. 머리, 표정 및 눈짓

6. 음성의 고조 7. 외모 8. 행동묘사 및 판단

메시지 전달의 개선기법

구두적 커뮤니케이션의 기법

비언어적 커뮤니케이션의 기법

문서 커뮤니케이션의 기법

메시지 수신자의 개선기법

1. 경청 기법

2. 부연설명의 기법

3. 요약 기법

커뮤니케이션의 구성요소

- 수신자의 메시지 처리과정



그러나 수신자의 선유성향에 따라 주어진 자극을 처리 및 수용하는 행동이나 결과로서 나타나는 반응은 상이

즉 수신자의 선유요인들이 중개요인으로 작용하여 자극에 대한 정보처리 및 수용 과정은 차이가 있게 되고 결과적으로 이에 대한 반응은 상이하게 된다.

커뮤니케이션의 구성요소

수신자의 메시지 처리과정

- 주의 ; 사물에 대한 주의 시간은 5-8초, 최대 8개
- 지각 : 자극을 조작해 의미를 찾는 과정으로 메시지 해독
- 학습 : 신념과 태도가 형성되거나 변화에 영향
- 태도변용 : 태도의 변화, 강화, 새로운 태도의 형성
- 파지 : 태도 변용 후에 즉시 외적행동의 표출, 또는 이후에 외적행동으로 나타남
- 외적 행동 : 태도가 그에 일치하는 행동으로 나타나는 것

커뮤니케이션 효과

- 설득커뮤니케이션의 주의 요인

수신자의 주의를 끌어야 한다.

메시지가 혼동되지 않고 이해될 수 있어야 한다.

설득을 위해 제시된 아이디어가 수신자에게 의미가 있어야 한다.

수신자가 시간을 충분히 갖고 정보의 내용을 습득해야 한다.

수신자가 행동의 동기를 부여 받도록 해야 한다.

이외에도 편견이나 개인특성 및 의미의 왜곡을 최소화하기 위해 정보원의 중요성이 강조 되고, 메시지의 내용이 복잡하지 않도록 하며, 효율적인 전달 방법의 채택과 수신자의 특성을 고려