



Столыпинский  
вестник

Научная статья

Original article

УДК 35.08:331.108:339.137.2

**РОЛЬ КАНАЛОВ ВОСПРИЯТИЯ В КОММУНИКАТИВНЫХ  
ПРОЦЕССАХ С КЛИЕНТАМИ**  
**THE ROLE OF PERCEPTION CHANNELS IN COMMUNICATION  
PROCESSES WITH CLIENTS**

**Барило Софья Артёмовна**, студентка факультета управления, ФГБОУ ВПО «Южно-Российский институт управления - филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», (344002, г. Ростов-на-Дону, улица Пушкинская, д. 70.), тел. 8-988-564-10-60/ ORCID: <http://orcid.org/>, [sofyabarilo@yandex.ru](mailto:sofyabarilo@yandex.ru)

**Христенко Алёна Олеговна**, ФГБОУ ВПО «Южно-Российский институт управления - филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», (344002, г. Ростов-на-Дону, улица Пушкинская, д. 70.), тел. 8-989-709-43-39/ ORCID: <http://orcid.org/>, [anelaluc@gmail.com](mailto:anelaluc@gmail.com)

**Рахимов Бахтоварджон Абдувахобович**, преподаватель кафедры менеджмента, ФГБОУ ВПО «Южно-Российский институт управления - филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» (344002, г. Ростов-на-Дону, улица Пушкинская, д. 70.) , тел. 8-951-500-39-89. ORCID: <http://orcid.org/>, [brahimov@uriu.ranepa.ru](mailto:brahimov@uriu.ranepa.ru)

**Barilo Sofia Artemovna**, student of the Faculty of Management, South Russian Institute of Management - Branch of the Russian Academy of National Economy and Public Administration under the President of the Russian Federation, Federation (344002, Rostov–on-Don, Pushkinskaya Street, 70), tel. 8-988-564-10-60/ ORCID: <http://orcid.org/> , [sofyabarilo@yandex.ru](mailto:sofyabarilo@yandex.ru)

**Khristenko Alyona Olegovna**, South Russian Institute of Management - Branch of the Russian Academy of National Economy and Public Administration under the President of the Russian Federation Federation (344002, Rostov–on-Don, Pushkinskaya Street, 70), tel. 8-989-709-43-39/ ORCID: <http://orcid.org/>, [anelaluc@gmail.com](mailto:anelaluc@gmail.com)

**Rakhimov Bakhtovarjon Abduvakhobovich**, Lecturer of the Department of Management, South Russian Institute of Management - Branch of the Russian Academy of National Economy and Public Administration under the President of the Russian Federation (344002, Rostov–on-Don, Pushkinskaya Street, 70), tel. 8-951-500-39-89/ ORCID: <http://orcid.org/>, [brahimov@uriu.ranepa.ru](mailto:brahimov@uriu.ranepa.ru)

**Аннотация.** В статье рассматривается роль каналов восприятия в работе с клиентами, в ней определяется понятие «каналы восприятия», акцентируется внимание на их видах. В рамках данной статьи авторами было проведено исследование, показывающее процентное соотношение людей с разными каналами восприятия.

**Abstract.** The article examines the role of perception channels in working with clients, defines the concept of "perception channels", focuses on their types. Within the framework of this article, the authors conducted a study showing the percentage of people with different perception channels.

**Ключевые слова:** каналы восприятия; коммуникации; работа с клиентами; аудиалы; визуалы; кинестетики.

**Keywords:** perception channels; communication; working with clients; audials; visuals; kinesthetics.

В последнее время большинство людей находятся в состоянии стресса, и те фразы, которые раньше широко использовались, сейчас вызывают негатив. Текущая

обстановка развивает ощущение неопределенности, а зачастую и безысходности. В этих условиях особенно важно качество управленческого общения — умение смягчить критику и дать адекватную обратную связь [1]. Благодаря грамотному общению сотрудники узнают, чего не хватает клиентам, что им нужно, как удовлетворить запросы и сделать их лояльными к компании. Отделы продаж и поддержки нуждаются в определенных навыках для эффективного общения с клиентами.

Общение с клиентами — это обобщающий термин, который включает в себя любой тип взаимодействия, которое осуществляется по отношению к клиентам - прошлым, настоящим или будущим. Общение может принимать самые разные формы: формальным или неформальным, письменным или устным, и может происходить на различных платформах или носителях [2]. Для эффективной коммуникации сотруднику необходимо учитывать каналы восприятия потребителя, вести с ним диалог на одном и том же языке в зависимости от приоритетного канала получения информации.

Каналы восприятия — это инструменты с помощью, которых человек может воспринимать информацию. Выделяют три основных вида каналов восприятия: визуальный, аудиальный, кинестетический. Аудиальный канал связан с восприятием на слух, визуальный канал отвечает за восприятие мира «на глаз», а кинестетический, в свою очередь, зависит от тактильных или вкусовых ощущений человека.

Каналы восприятия у всех людей развиты по-разному: кто-то лучше помнит информацию, читая ее, кто-то, слушая, есть те, кто долгое время может помнить о каком-то аромате [3]. В повседневной жизни у нас задействованы все каналы восприятия, но один из них развит лучше, чем другой, его можно назвать первичным.

Визуальная сенсорная система основывается зрительной системе обработки информации, обращая внимание на фигуру, расположение, цвет предмета. Для людей визуалов важным является говорить с собеседником глядя на него, видя его глаза или губы.

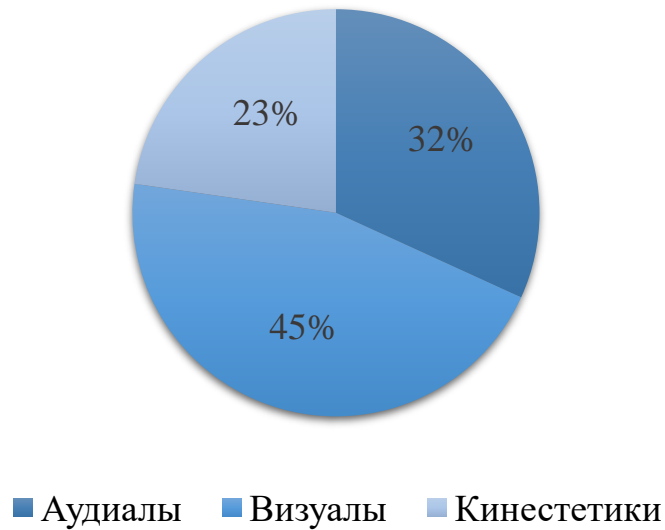
Для людей аудиалов познание мира осуществляется с помощью слуховой системы. Для данных людей важную роль играют звуки, тональность, громкость и чистота воспроизводимой информации. Аудиалы отлично запоминают информацию на слух, могут с легкостью дословно ее воспроизвести спустя большое количество времени.

В кинестетической сенсорной системе доминирующим является чувственная информация, то есть прикосновения, вкус, запах, ощущения, которые в дальнейшем будут ассоциироваться с определенными сведениями. Для того, чтобы кинестетикам запомнить новую полученную информацию, им необходимо записать ее на бумаге ручкой, либо же также помогать себе жестикуляцией.

Как же определить какой канал лучше всего развит у человека? Например, Вы рассказываете клиенту о новой услуге, которая появилась в Вашей организации. Обратите внимание на реакцию человека! Визуал скажет: «Я видел вчера рекламу с данной услугой»; аудиал же отметит, что слышал об услуге от своих друзей или знакомых; и наконец кинестетик вовсе попросит Вас познакомить его с услугой и опробовать лично [4].

Для детального исследования темы был проведён опрос среди людей, работающих в организациях, которые напрямую связаны с коммуникативными процессами. Цель нашего исследования — определение процентного соотношения людей с разными типами восприятия (рис.1).

Анализ каналов восприятия



**Рис. 1 Анализ каналов восприятия**

Таким образом, проведя опрос, можно сделать вывод, что у подавляющего большинства опрошенных развит визуальный канал восприятия — 45 %. Аудиальный канал и кинестетический развиты у людей в меньшей степени — 32 % и 23 % соответственно.

Почему же важно выделять первичный канал восприятия у клиента? Определив первичный канал восприятия клиента, можно выстроить стратегию действий. Важно отталкиваться именно от первичного канала восприятия, ведь именно так можно будет наладить контакт и донести информацию до человека [5]. Разговаривая с ним на одном языке, можно донести информацию совершенно точно и при этом достигнуть своей цели [6].

Для личностей с преимущественным визуальным получением информации необходимо все воспроизводить наглядно-образным путем, то есть с помощью презентаций, фотографий, схем и даже видео с субтитрами.

Для людей аудиалов необходимо использовать совершенно другой подход. При работе с ними необходимо задействовать такие форматы работы, как лекции, обсуждения материала, показ видеофильмов.

В работе с кинестетиками важно подавать необходимую информацию в виде экспериментов, опытов, практических заданий и упражнений для того, чтобы они могли прочувствовать ее на себе.

Исходя из всего вышесказанного, можно сделать вывод, что для эффективного и результативного управления организацией невозможно относиться ко всем клиентам одинаково, необходимо искать индивидуальный подход к каждому. Знание доминирующих каналов восприятия даёт нам возможность не только лучше понимать человека, но и понимать как с ним взаимодействовать, какие использовать формы передачи информации. Насколько успешным будет деловое общение с клиентом, зависит только от того, сможет ли организация определить тип восприятия информации потребителем и в дальнейшем учитывать его особенности.

### Литература

1. Coding channels for taste perception: Information transmission from taste cells to gustatory nerve fibers / R. Yoshida, K. Yasumatsu, N. Shigemura, Y. Ninomiya // Archives of Histology and Cytology. – 2006. – № 4. – С. 233-242.
2. L. N. Sobchik, Psychology of Individuality. Theory and practice of psychodiagnostics. The detailed description of psychodiagnostics. techniques in different spheres of psychological activity. СПб.: issued by "Rech", 2008.
3. L. N. Sobchik, Standardized Multifactor Method for Studying the Personality (SMIL). Practical guidance. М.: ООО "Company BORGES", 2009.
4. Phillips, D. P. Auditory Gap Detection, Perceptual Channels, and Temporal Resolution in Speech Perception / D. P. Phillips // Journal of the American Academy of Audiology. – 1999. – №6. – С. 128.
5. Vorobiyenko, P. P. Psychological and pedagogical bases for the creation of an automated system for the diagnosis of levels of perception channels development (perception.guide) / P. P. Vorobiyenko, O. A. Vasylenko, N. I. Chepelyuk // Information Technologies and Learning Tools. – 2017. – № 6. – С. 225-239.
6. Аниськина, М. В. Влияние каналов восприятия информации на процесс обучения / М. В. Аниськина, А. В. Попов // Актуальные вопросы педагогики: сборник

- статей II Международной научно-практической конференции, Пенза, 25 мая 2020 года. – Пенза: "Наука и Просвещение" (ИП Гуляев Г.Ю.), 2020. – С. 86-88.
7. Денишова Д.А. Репрезентативная система, каналы восприятия и синестезия в рамках вопроса о восприятии человека // Гуманитарный научный вестник. 2017. №5. С. 8-16.
  8. Копылова, Ю. С. Влияние канала коммуникации на восприятие информации / Ю. С. Копылова, К. Д. Аглиулова // Экономика и социум. – 2016. – № 5-1(24). – С. 1018-1021.
  9. Подубная, А. С. Способы запоминания информации в зависимости от ведущего канала восприятия / А. С. Подубная, В. В. Ченцова, Е. А. Цыпченко // Альманах мировой науки. – 2018. – № 5(25). – С. 98-99.
  10. Потапова, И. Н. К вопросу о теории обучения, основанной на ведущем канале восприятия, переработки и хранения информации / И. Н. Потапова, И. А. Фатеева // Проблемы современного педагогического образования. – 2019. – № 65-3. – С. 110-114.
  11. Рогожникова Т.М., Навалихина А.И. Доминантные модальности восприятия и их динамика // Вестник Башкирского университета, 2011. - Т. 16. - № 2. - С. 469-473.

#### References

1. Aniskina, M. V. The influence of information perception channels on the learning process / M. V. Aniskina, A.V. Popov // Topical issues of pedagogy: collection of articles of the II International Scientific and Practical Conference, Penza, May 25, 2020. – Penza: "Science and Enlightenment" (IP Gulyaev G.Yu.), 2020. – P. 86-88.
2. Coding channels for taste perception: Information transmission from taste cells to gustatory nerve fibers / R. Yoshida, K. Yasumatsu, N. Shigemura, Y. Ninomiya // Archives of Histology and Cytology. - 2006. – No. 4. – P. 233-242.
3. Denishova D.A. Representational system, channels of perception and synesthesia within the question of human perception // Humanitarian Scientific Bulletin. 2017. No. 5. P. 8-16.

4. Kopylova, Yu. S. The influence of the communication channel on the perception of information / Yu. S. Kopylova, K. D. Agliulova // Economy and society. – 2016. – № 5-1(24). – P. 1018-1021.
5. L. N. Sobchik, Psychology of Individuality. Theory and practice of psychodiagnostics. The detailed description of psychodiagnostics. techniques in different spheres of psychological activity. SPB.: issued by "Rech", 2008.
6. L. N. Sobchik, Standardized Multifactor Method for Studying the Personality (SMIL). Practical guidance. M.: ООО "Company BORGES", 2009.
7. Phillips, D. P. Auditory Gap Detection, Perceptual Channels, and Temporal Resolution in Speech Perception / D. P. Phillips // Journal of the American Academy of Audiology. – 1999. –No.6. – P. 128.
8. Podubnaya, A. S. Ways of memorizing information depending on the leading channel of perception / A. S. Podubnaya, V. V. Chentsova, E. A. Tsypchenko // Almanac of World Science. – 2018. – № 5(25). – P. 98-99.
9. Potapova, I. N. On the question of the theory of learning based on the leading channel of perception, processing and storage of information / I. N. Potapova, I. A. Fateeva // Problems of modern pedagogical education. – 2019. – No. 65-3. – P. 110-114.
10. Rogozhnikova T.M., Navalikhina A.I. Dominant perception modalities and their dynamics // Bulletin of Bashkir University, 2011. - Vol. 16. - No. 2. - P. 469-473.
11. Vorobiyenko, P. P. Psychological and pedagogical bases for the creation of an automated system for the diagnosis of levels of perception channels development (perception.guide) / P. P. Vorobiyenko, O. A. Vasylenko, N. I. Chepelyuk // Information Technologies and Learning Tools. – 2017. –No. 6. – P. 225-239.

© Барило С. А., Христенко А.О., 2023 Научный сетевой журнал «Столыпинский вестник» 1/2023

**Для цитирования:** Барило С. А., Христенко А.О. РОЛЬ КАНАЛОВ ВОСПРИЯТИЯ В КОММУНИКАТИВНЫХ ПРОЦЕССАХ С КЛИЕНТАМИ// Научный сетевой журнал «Столыпинский вестник» 1/2023