

**СУБЪЕКТЫ СОЦИАЛЬНОЙ
КОММУНИКАЦИИ И ИХ
ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ**

-
- Социальная коммуникация возникает между двумя сторонами, которые выступают в качестве субъектов коммуникации

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ СУБЪЕКТОВ КОММУНИКАЦИИ

- В качестве субъектов коммуникации могут выступать три субъекта, относящиеся к разным уровням социальной структуры: личность (Л), социальная группа (Г), массовая совокупность (М). Они могут вступать в аутокоммуникацию (с самим собой), например Л – Л, Г – Г, М – М или в коммуникацию между собой, например Л – Г, Л – М, Г – М и т.д.

ФОРМЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ СУБЪЕКТОВ КОММУНИКАЦИИ

- **Подражание.** Под подражанием понимается воспроизведение реципиентом движений, действий, повадок коммуниканта. Подражание может быть произвольным и непроизвольным (бессознательным). Произвольное подражание (имитация) используется при школьном обучении, овладении технологиями, мастерством. Непроизвольное подражание – главный метод первичной социализации детей дошкольного возраста.
- Реципиент целенаправленно выбирает коммуниканта и использует его в качестве источника смыслов, которые он хотел бы усвоить. **Коммуникант** при этом зачастую **не осознает** своего участия в коммуникационном действии.
- Особой формой управленческого коммуникационного действия является **заражение**, которое стихийно возникает в массах людей. Заражение характеризуется эмоциональным накалом и агрессивностью.

ФОРМЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ СУБЪЕКТОВ КОММУНИКАЦИИ

- ▣ **Управление** – такое коммуникационное действие, когда коммуникант рассматривает реципиента как средство достижения своих целей, как объект управления.
- ▣ **Авторитарное управление.** Это императивная, директивная форма взаимодействия с партнером по общению. Его цель: установить контроль над партнером, над его мыслями, поведением, мотивами принятия решений и т.д. Для достижения цели используются соответствующие средства: указание, приказ, требование, принуждение, предписания. Этот тип общения эффективен в экстремальных ситуациях, в военно-уставных отношениях, в отношениях «начальник-подчиненный» и т.п.
- ▣ **Манипулятивное управление.** Партнер воспринимается не как целостная уникальная личность, а как носитель определенных «нужных» манипулятору качеств. Манипулятор использует партнера по общению в собственных интересах, применяя в качестве средств общения ложь, лесть, лицемерие, провокации и т.п. Манипуляции разрушают отношения, построенные на любви, доверии и дружбе.

ФОРМЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ СУБЪЕКТОВ КОММУНИКАЦИИ

- **Диалог** – форма коммуникационного взаимодействия, в котором участники диалога относятся друг к другу как к равноправным субъектам, владеющим определенными смыслами. Между ними складывается субъект-субъектное отношение, а взаимодействие их носит творческий характер в том смысле, что достигается социально-психологическая общность партнеров, обозначаемая словом **«МЫ»**.
- Сущностная характеристика диалога в психологическом, а не лингвистическом понимании – это **внутренняя обращенность к личности человека**, отношение к нему как к **уникальной неповторимой личности**.

ХАРАКТЕРИСТИКИ ДИАЛОГИЧЕСКОГО ОБЩЕНИЯ

Доминанта на другом

способность услышать и понять другого человека

способность увидеть в нем уникальную неповторимую личность с ее особенным предназначением и призванием

готовность помочь другому человеку в его жизненных трудностях

Вненаходимость

Способность посмотреть на себя как бы со стороны и объективно оценить свои поступки

способность отнестись к другому человеку как к «иному», отличному от тебя самого, ничего не навязывая ему

способность понять переживания другого человека и откликнуться на них, но не заразиться ими

способность понять точку зрения другого человека, но при этом не изменить своим нравственным принципам

ФОРМЫ ВОСПРИЯТИЯ И ПОНИМАНИЯ ЛЮДЬМИ ДРУГ ДРУГА



Эмпатия (интуитивная
эмоциональная форма
познания другого человека)

Рефлексия (логическая
форма познания другого
человека)



ДОМАШНЕЕ ЗАДАНИЕ

- ▣ Теоретическое задание:**
- ▣ Понятие общественности. Целевые группы общественности. Общественное мнение.**
- ▣ Понятие обратной связи. Функции обратной связи в социальных коммуникациях.**

ДОМАШНЕЕ ЗАДАНИЕ

- ▣ **Аналитическое задание:**
- ▣ **Проанализировать проблему изучения общественного мнения в отечественной науке (Туманов С.В. Гаспаришвили А.Т. К вопросу об изучении общественного мнения в России // Социально-гуманитарное знание. – 2011. – № 3). Представить аналитическую записку.**

ДОМАШНЕЕ ЗАДАНИЕ

- ▣ **Практическое задание:**
- ▣ Выполнить упражнение 9 (N° 44, стр.22).
- ▣ **Творческое задание:**
- ▣ Выполнить упражнение 9 (N°44, стр.25).

