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 И – Г, И – 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)

МЕЖГРУППОВЫЕ ОТНОШЕНИЯ И ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

1

2

3

4

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 (№ 44, стр.22).*
- ***Творческое задание:***
- *Выполнить упражнение 9 (№44, стр.25).*