

достаточного уровня мышления. Развитые когнитивные ресурсы позволяют адекватно оценить как стрессогенное событие, так и объем наличных ресурсов для его преодоления. Овладение когнитивными, эмоциональными, поведенческими копинг-механизмами помогает успешности регулирования эмоциональных состояний педагога.

Преподаватель, успешно осуществляющий самостоятельное регулирование эмоциональных состояний, может обучить учащихся грамотно осуществлять коммуникацию.

Библиографический список

1. Перлз, Ф. Гештальт-подход. Свидетель терапии. – М. : Изд-во Ин-та психотерапии, 2001. – 224 с.
2. Психотерапевтическая энциклопедия / под ред. Б. Д. Карвасарского. – СПб. : Питер, 2006. – 672 с.
3. Роджерс, К. Взгляд на психотерапию. Становление человека. – М. : Прогресс, 1994. – 478 с.
4. Ромек, В. Г. Тренинг уверенности в межличностных отношениях. – СПб. : Речь, 2005. – 206 с.
5. Саенко, Ю. В. Регуляция эмоций: тренинги управления чувствами и настроениями. – СПб. : Речь, 2010. – 232 с.
6. Холмогорова, А. Б. Принципы и навыки психогигиены эмоциональной жизни / А. Б. Холмогорова, Н. Г. Гаранян // Вестн. психосоц. и коррекц.-реабилитац. работы. – 1996. – № 1. – С. 48–56.
7. Шостром, Э. Человек-манипулятор. – М. : Апрель-Пресс : Изд-во Ин-та психотерапии, 2004. – 232 с.

ЗНАЧЭННЕ НЕВЕРБАЛЬНЫХ КАМУНІКАТЫЎНЫХ ПАВОДЗІН ПРЫ ФАРМІРАВАННІ МІЖКУЛЬТУРНАЙ КАМПЕТЭНЦЫІ

Ганна Басава

Беларускі дзяржаўны ўніверсітэт, Беларусь

Феномен міжкультурнай камунікацыі – гэта складаная з’ява, да вывучэння якой звяртаюцца прадстаўнікі розных галін навуковых ведаў: філосафы, сацыёлагі, антрапологі, філолагі, культурологі. Асаблівасць міжкультурнай камунікацыі, якая выяўляецца ў яе самых разнастайных формах і праяўленнях, у прыватнасці ў выглядзе міжэтнічнай камунікацыі, міжканфесіянальнай камунікацыі, камунікацыі на міжасобасным узроўні паміж іншамоўнымі сацыяльнымі суб’ектамі, а таксама камунікацыя паміж

рознымі этнасацыяльнымі агульнасцямі і рознымі нацыянальнымі сацыяльнымі інстытутамі ў спецыяльным камунікатыўным сацыякультурным кантэксте, заключаецца ў тым, што суб'екты міжкультурнай камунікацыі належаць да розных камунікатыўных субкультур, што характарызуе яе асноўныя ўласцівасці. Пры гэтым суб'екты міжкультурнай камунікацыі ўзаемадзейнічаюць у адзінай сацыякультурнай прасторы і часе камунікатыўнага абмену. Паспяхова рэалізацыя трох базавых аспектаў камунікатыўнага акта – камунікацыі (абмен інфармацыяй), інтэракцыі (выпрацоўка адзінай стратэгіі ўзаемадзеяння), перцэпцыі (успрыманне і разуменне іншага чалавека) – прадугледжвае гарманічнае выкарыстанне як моўнага (вербальнага), так і пазамоўнага (невербальнага) спосабаў зносін, што паказвае на цесную ўзаемасувязь знешняга самавыражэння чалавека і яго ўнутранага свету.

Разам з тым, на сёння практычна адсутнічаюць эфектыўныя мадэлі камунікатыўнага ўзаемадзеяння, якія б дазволілі эфектыўна апісаць і аналізаваць як вербальны, так і невербальны аспекты камунікацыі. Нягледзячы на даволі значную і разнастайную па сваёй тэматыцы колькасць даследаванняў невербальнай камунікацыі, уласна метадалагічныя работы ў данай галіне практычна адсутнічаюць. І на сёння тут пераважаюць даследаванні прыкладнога характару, якія запазычваюць розныя метады даследавання, што склаліся ў межах лінгвістыкі, псіхалогіі, сацыялогіі. Як адзначае Г. Я. Крэйдлін, «пра камунікатыўныя паводзіны людзей і спосабы іх маўленчых зносін да гэтага часу вельмі мала.

Што тычыцца невербальных аспектаў чалавечых паводзін у сітуацыі камунікатыўнага ўзаемадзеяння і праблем суадносін невербальных моўных кодаў з натуральнай мовай, то яны не толькі не апісаны сістэматычна, але ў цэлым шэрагу адносін проста не закрануты» [1, с. 6]. У беларускай навуцы невербальная камунікацыя практычна не даследавана, за выключэннем паасобных артыкулаў і раздзелаў у спецыяльных даследаваннях, прысвечаных пытанням камунікацыі, сацыялогіі, псіхалогіі. Таксама адсутнічаюць і метадычныя распрацоўкі, неабходныя пры падрыхтоўцы спецыялістаў у галіне сродкаў масавай камунікацыі. У сувязі з гэтым асабліва важна набываюць пытанні па распрацоўцы аптымальнай адукацыйнай мадэлі, стварэнні вучэбна-метадычных рэсурсаў, накіраваных на эфектыўнае развіццё камунікатыўнай крэатыўнасці навучэнцаў у адпаведнасці з сучаснымі запатрабаваннямі дзяржавы ў галіне якасці вышэйшай прафесійнай адукацыі, а таксама запатрабаваннямі самой асобы і грамадства.

Вывучэнне элементаў невербальнай камунікацыі дапамагае лепш зразумець спосабы, праз якія выяўляецца міжкультурны сэнс зносін. Найбольш важнай асаблівасцю невербальнай камунікацыі з'яўляецца тое,

што яна ажыццяўляецца з дапамогай усіх органаў пачуццяў: зроку, слыху, дотыку, смаку, нюху, кожны з якіх утварае асобны канал камунікацыі. Так, на аснове слыху ўзнікае акустычны канал невербальнай камунікацыі, па ім паступае паравербальная інфармацыя. Зрок утварае аптычны канал, які забяспечвае доступ да інфармацыі пра міміку і рухі цела. Ён дазваляе ацаніць позу і прасторавую арыентацыю камунікацыі. На падставе дотыку працуе тактыльны канал, нюху – альфактарны. Да невербалікі таксама адносяць стаўленне да часу і яго выкарыстанне. Усе элементы невербальнай камунікацыі цесна звязаны адзін з адным, яны могуць узаемадзейнічаць, дапаўняць адзін аднаго, а таксама пярэчыць адзін аднаму. Разнастайнасць невербальных знакаў і сігналаў, асаблівасці прасторавай і часовай арганізацыі вывучаюцца шэрагам навуковых накірункаў, сярод якіх – акулесіка, альфакцыя, гастыка, кінесіка, аўскультацыя, такесіка, сэнсорыка, праксеміка, сістэмологія і хранеміка.

Вывучэнне невербальнага аспекта невербальных камунікатыўных паводзін развівае прафесійныя кампетэнцыі навучэнца, якія дазваляюць не толькі кіраваць актам камунікацыі, але і добра разумець партнёраў па камунікацыі, прадбачыць іх паводзіны, эфектыўна ўзаемадзейнічаць у зносінах, фарміраваць станоўчае ўражанне, выпрацоўваць пэўныя невербальныя сігналы з мэтай дасягнення супрацоўніцтва ці кампрамісу, што ў выніку прывядзін да паспяховасці на прафесійным узроўні, здольнасці да сацыяльнага ўзаемадзеяння на аснове прынятых маральных і прававых норм, сацыяльных стандартаў і інш.

Бібліяграфічны спіс

1. Крейдлин Г. Е. Невербальная семиотика. – М., 2002. – 592 с.

ФОРМИРОВАНИЕ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ СТУДЕНТОВ В ПРОЦЕССЕ ПРЕПОДАВАНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ПЕРСОНАЛЬНЫЙ БРЕНДИНГ»

Жанна Белокурская

*Белорусский государственный университет
культуры и искусств, Беларусь*

Современное белорусское общество ожидает от студенческой молодежи не только глубоких знаний и убедительных компетенций в той или иной сфере будущей профессиональной деятельности, но также выверенных ценностных координат. В качестве таковых сегодня настоятельно за-