

2. Березина, Д.В. Психологические условия формирования имиджа руководителя учреждения образования / Березина, Д.В. – Новосибирск, 2006. – 15 с.

4. Горчакова, В. Г. Имидж личности. / Горчакова, В. Г. – М. : ТК Велби , 2012. – 575 с.

5. Кибанова, А.Я. Этика деловых отношений: Учебник / А.Я. Кибанова. – М. : ИНФРА-М, 2011. – 157 с.

6. Колосова, С.И. В чем искусство самопрезентации. Современные стандарты внешнего имиджа и поведения руководителя. / Колосова, С.И. – М.: Академия, 2008. – 269 с.

7. Самарцева О.К., Фомина Т.А., Мужчина и женщина: менеджмент в сфере бизнеса [Электронный ресурс] / О.К. Самарцева, Т.А.Фомина. //Социологические исследования. – 2000. – №. 11. –С. 57. Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru/data/627/913/1217/006.SAMARTSEVA.pdf>. – Дата доступа: 17.03.2017

8. Рогачева, М.И. Имидж – составляющая успеха руководителя и организации / Рогачева, М.И. – М. : Академия, 2004. – 240 с.

9. Шепель, В.И. «Имиджелогия. Как нравиться людям» / Шепель, В.И. – М. : Народное образование, 2002. – 2 с.

Гатова Ю.И., студентка 412 гр.

Научный руководитель – Рогачёва О.В.

ФОРМИРОВАНИЕ КОММУНИКАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ МОЛОДЕЖИ СРЕДСТВОМ ТЕАТРАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Современность предъявляет к человеку 21 века высокие требования, как в профессиональном, так и в личностном плане. При этом сфера

общения всё больше переходит в дистанционный режим. Связанно это с огромным количеством всевозможных социальных сетей и мобильных приложений (Вконтакте, Instagram, Facebook, Viber, WhatsApp и т.д.), а также высокой загруженностью и нехваткой свободного времени. Всевозможные обновления приложений, в частности «истории» и прямая трансляция в Instagrame могут привести к преобладанию дистанционного общения в виде простого просмотра видео в удаленном режиме над общением в реальности. Тем самым общество теряет процесс реальной коммуникации между друг другом. Эта проблема заключается не только в интернет зависимости, но и в потере культуры общения в целом.

Коммуникативная культура в наше время является неотъемлемым компонентом общей культуры личности. О важности коммуникативной культуры свидетельствуют и характеристики XXI в., которые содержат различные определения, базирующиеся на сущности коммуникации: «век коммуникационной компетентности», «эпоха пиара», «эпоха культуры личности».

В.С Садовская и Ю.А. Стрельцов в «Основах коммуникативной культуры» (2001 г.) отметили, что общение состоит из трех сторон – коммуникативная (коммуникация – сообщение, передача), интерактивная (интеракция – обмен деятельностью), перцептивная (социоперцепция – обмен впечатлениями, чувствами). Поэтому, в дальнейшем говоря о коммуникативности, о коммуникативной культуре, мы имеем ввиду основное звено – общение.

Понятие коммуникативная культура находится в тесном единстве с понятием коммуникация (сообщение, передача знаний от человека к человеку посредством языка, речи либо иных знаковых систем в процессе межличностного взаимодействия).

Термин «коммуникация» (лат. – общее, объединяющее, совместное) родился в теории информации и под ним понимают обмен или передачу информации (сообщения) кому-либо. Психология вкладывает в этот термин более широкое содержание: не просто передачу информации, а еще и особенности поведения людей при передаче информации.

Существует несколько определений понятия «коммуникативная культура»:

1. Коммуникативная культура – это правильное употребление языка и подстраивание общения под ситуацию, в которой оно происходит [1].

2. Коммуникативная культура — это совокупность культурных норм, культурологических знаний, ценностей и значений, используемых в процессе коммуникации, в том числе и при общении [2]

3. Коммуникативная культура – это совокупность умений и навыков, обеспечивающих доброжелательное взаимодействие людей друг с другом, эффективное решение всевозможных задач общения [3].

Социальные психологи выделяют также список навыков, которые составляют коммуникативную культуру в целом:

1. Способность к творческому мышлению и восприятию.

2. Коммуникативная культура речи.

3. Способность управлять своими эмоциями.

4. Культура жестов; приятная пластика движений, соответствующих ситуации.

5. Способность слушать и как можно более полно воспринимать слова собеседника [4].

Нынешнее молодое поколение очень многолико, что, во многом, обусловлено открывшимися возможностями реализации собственного потенциала. Однако некоторые молодые люди, имея высокий коэффициент

интеллекта, совершенно беспомощны в межличностном общении, разрешении конфликтных ситуаций, выработке и принятии решений. Именно поэтому, на современном этапе социокультурных технологий по работе с молодежью, возрастает роль формирования коммуникативной культуры для решения многих социальных, личностных проблем.

Являясь достаточно большой социально-демографической группой, молодежь занимает важное место в народном хозяйстве, в производстве, в культуре и является, по сути, главным источником пополнения трудовых ресурсов. Обладая творческими способностями, находясь на этапе развития физических, умственных и социальных качеств, молодежь выступает одним из носителей интеллектуального потенциала общества и имеет большую социальную и профессиональную перспективу.

Всеми богатствами русского языка пользуемся мы – его носители. Благодаря обществу, процессу коммуникации в нем, язык постоянно изменяется и преобразуется. Огромный словарный запас, обильное значение слов и словосочетаний, многочисленность синонимов, богатство словоформ, особенности звуков и произношения, динамичность ударения, стилистические ресурсы – лишь небольшой перечень достоинств русского языка, который является основным средством передачи информации, чувств и мыслей в процессе коммуникативной культуры.

Однако существует такое понятие как молодёжный жаргон – это живая, развивающаяся и очень подвижная подсистема языка и структура коммуникативного процесса общества. Социальных и профессиональных жаргонов существует столько же, сколько есть групп, имеющих свои интересы. При относительно едином возрасте той или иной группы, жаргонная речь выступает как характерная черта языка поколения.

В молодёжном языке отражаются процессы, свойственные лексике общенародного языка, в их специфическом социально-стилистическом преломлении:

- синонимия (*по барабану, фиолетово, параллельно безразлично*');
- омонимия (*фигеть* 'приходить в восторг, очень любить что-либо'; сильно раздражаться, сходить с ума');
- антонимия (*жесть* 'плохо' – *улёт* 'хорошо');
- наличие фразеологических единиц (*лить воду* - 'говорить что-либо долго и не по теме').

Коммуникативные процессы между людьми отличаются от чисто информационных процессов в технических устройствах тем, что информация в общении не просто передается от источника к получателю или обратно, а именно обменивается, то есть происходит процесс «обратной связи». Причем творческие люди не только обмениваются информацией в повседневной жизни, но и воспроизводят ее на сцене в интересной форме, предлагаемых обстоятельствах и определенных сценических ролях. Больше всего под процесс формирования коммуникативной культуры молодежи подходит именно театральная деятельность.

Театр по своей природе близок к игре, поэтому представляется одним из наиболее результативных способов развития, познания окружающего мира, учит общению. Театрализованно-игровая деятельность развивает творческий потенциал, внимание, эмоциональную память, чувство ритма, воображение, фантазию, чувство гармонии в себе и окружающем мире, учит взаимодействовать друг с другом, способствует творческому развитию (по утверждению К.С. Станиславского). Весь этот

«театральный комплекс» является необходимым элементом развития, как для детей, так и для молодежи, людей среднего возраста и пожилых.

Во множестве коммуникативных взаимодействий, в которые вступают творческие люди, существует и такая сторона общения, суть которой состоит в процессе коммуникации во время репетиций, самого выступления, когда актеры общаются друг с другом, и интерактив со зрителем. Всё это происходит в предлагаемых обстоятельствах и образах и делится на три этапа.

В самом начале работы над театральным продуктом, актеры ходят на организационные собрания и читку сценария, распределяют роли, репетируют свои образы, дополняют сценарий новыми диалогами, учат текст и воплощают свои мысли и идеи в конкретные действия – всё это и есть первый этап коммуникации в процессе театральной деятельности. На этом этапе молодежь общается друг с другом не только в сценических ролях, но и в своих собственных, демонстрируя свою культуру личности в целом.

Во втором этапе актеры выступают на сцене в своих образах и оказываются в предлагаемых обстоятельствах. Очень важно прочувствовать свою роль, мысли и слова своего героя и сделать так, чтобы не только зритель, но и сам коллектив поверил в реальность данной постановки. Этот этап является самым сложным, так как есть только одна попытка выйти на сцену и провести процесс коммуникации друг с другом. Если в реальной жизни, то или иное событие мы можем переиграть в другой день и с другими людьми, то на сцене есть только одна попытка «здесь и сейчас».

Третий этап предполагает общение актеров со зрителем. Здесь речь идет о всевозможных интерактивах со сцены (энерджайзеры, вопрос-ответ, кричалки, игры, флешмобы, микрофон в зал и т.д.). На этом этапе важно

снять у актеров зажимы в общении. Если во втором этапе при знании текста процесс общения проходит в более заученном режиме, то здесь важен момент импровизации. Зачастую после театрального представления идет мини игровая программа со зрителем в другом зале или игры с эстрады, где актеры должны демонстрировать не только коммуникативные способности, но и ораторское искусство, импровизацию, харизму и многое другое.

Слово на сцене должно быть действенным, волевым и рассматриваться актером в качестве средства в достижении конкретной актерской задачи. В этом случае, одним из специфических средств театрального творчества в формировании культуры общения личности становится эмоциональная реакция актера, его оценка на событие, происходящее на сцене, реплику или действие речевого партнера и дальнейшая пристройка, выражающаяся в определённой речевой манере и манере поведения. Именно в сиюминутной реакции актера проявляются его личностные характеристики, уровень внутренней культуры и коммуникативной культуры.

Таким образом, мы видим, что процесс формирования коммуникативной культуры молодежи занимает ведущее место в общекультурном и профессиональном становлении личности. Через театральную деятельность раскрывается творческий потенциал, обогащается словарный запас, улучшается культура общения в реальных и предлагаемых обстоятельствах, а так же происходит формирование культуры личности в целом. Однако всё это зависит от степени взаимодействия людей в театральном процессе и степенью осознанного творчества.

1. http://elar.rsvpu.ru/bitstream/123456789/90/2/nito_2014_177.pdf.txt

2. <http://comm-psy.ru/2010/10/71-kommunikativnaya-kultura/>
3. <http://www.easilyeducation.ru/eidets-445-1.html>
4. <http://womanadvice.ru/kommunikativnaya-kultura>

Герасимёнок Д.Н., студентка 102 гр.

Научный руководитель – Безмен С.Г.

СХОДСТВА И РАЗЛИЧИЯ ПРАЗДНИКОВ ИВАНА КУПАЛЫ И ХЕЛЛОУИНА

Праздник с древнейших времен является неотъемлемым элементом культуры. Он всегда был значимым событием для общества и каждого человека как уникальная возможность эмоционально-символического выражения ценностно-мировоззренческих установок нации. Утрата национальных праздников ведет не только к угасанию культуры, но и к потере этнической идентичности. Специалисты в области культурологии должны быть способны анализировать сходства и отличия между культурами, выявлять основные тенденции и закономерности развития культуры, а также создавать имидж страны, тем самым позволяя сформировать образ своего народа и культуры за её пределами.

В последнее время очень часто ведутся споры о праздновании Хеллоуина в Беларуси, и на этот счет существуют различные мнения. Есть часть общества, рассматривающая Хеллоуин как еще один повод весело провести время. Но есть люди, которые считают, что не стоит относиться к Хеллоуину как к празднику, который нужно отмечать в Беларуси, так как он является чужеродным. Также актуальным является поиск возможностей замены зарубежного праздника нашим славянским праздником – Ивана Купала, что связано со стремлением повысить роль белорусской культуры.