

адбіцца нават на структуры мовы. Рознымі даследчыкамі, напрыклад, даказана, што складаназалежныя сказы ва ўсіх мовах атрымліваюць інтэнсіўнае развіццё толькі разам з узнікненнем і развіццём пісьмовай мовы.

Ролю незвычайна магутных сродкаў у распаўсюджванні адзінай літаратурнай мовы выконваюць сродкі масавай інфармацыі.

Пашырэнне функцый літаратурнай мовы і распаўсюджванне яе сярод шырокіх мас насельніцтва выклікае неабходнасць устанавлення адзіных арфаэпічных, арфаграфічных і граматычных нормаў. Мэтанакіраваны ўплыў грамадства (і ў прыватнасці, дзяржавы) на мову, закліканы спрыяць яе эфектыўнаму функцыянаванню ў розных сферах, называецца моўнай палітыкай (часцей за ўсё гэта выяўляецца ў стварэнні алфавітаў або ўдасканаленні правілаў арфаграфіі, спецыяльнай тэрміналогіі, кадыфікацыі і іншых відаў дзейнасці).

Узнікненне разгалінаванай сістэмы моўных стыляў і ўсталяванне моўных нормаў спрыяе развіццю так званай моўнай эстэтыкі, якая выяўляецца ў ахове мовы ці стылю ад пранікнення ў яго ўсяго таго, што парушае стылістычныя або моўныя нормы.

Развіццё культуры натуральна звязана з узмацненнем кантактаў з рознымі краінамі свету, якія маюць на мэце абмен вопытам у самых розных галінах навукі і тэхнікі. На гэтай базе ўзнікае інтэрнацыянальная тэрміналогія. Пераклад тэхнічнай і навуковай літаратуры непазбежна вядзе да з'яўлення ў сацыяльных сферах мовы агульных стылістычных рысаў і асаблівасцяў.

Пытанне пра сувязь мовы і грамадства да гэтага часу застаецца дыскусійным у навуцы. Аднак найбольшае распаўсюджванне атрымаў пункт гледжання, згодна з якім сувязь мовы і грамадства з'яўляецца двухбаковай.

Для падрабязнай характарыстыкі мовы як грамадскай з'явы і выяўлення яе спецыфікі неабходна разглядаць мову ў наступных аспектах:

- 1) спецыфіка абслугоўвання мовай грамадства;
- 2) залежнасць развіцця мовы ад развіцця і стану грамадства;
- 3) роля грамадства ў стварэнні і фарміраванні мовы.

Мова не можа быць абыякавай да сацыяльных у сваёй аснове чляненняў, што ўзнікаюць унутры грамадства, якое абслугоўваецца дадзенай мовай.

Спіс скарыстанай літаратуры

1. Вендина, Т. Н. Введение в языкознание / Т. Н. Вендина. – Москва : Высшая школа, 2001. – 288 с.
2. Мечковская, Н. Б. Социальная лингвистика / Н. Б. Мечковская. – Москва : Аспект Пресс, 1996. – 207 с.
3. Общее языкознание: формы существования, функции, история языка / Под ред. Б. А. Серебренникова. – Москва : Наука, 1970. – 597 с.

УДК 159.9

ИССЛЕДОВАНИЕ НЕВЕРБАЛЬНЫХ КОМПОНЕНТОВ МЫШЛЕНИЯ

Лученкова Е.С.¹, доц., Вечер Л.С.², доц.

¹ *Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

² *Академия Управления при Президенте Республики Беларусь,
г. Минск, Республика Беларусь*

Реферат. В статье предпринята попытка проанализировать невербальные компоненты мышления. При коммуникативном взаимодействии вербальные контакты дополняются невербальной информацией, тем самым закладывая фундамент полноценного общения. Невербальное поведение является индикатором актуальных психических состояний личности, выступает в качестве показателя статусно-ролевых отношений, отсюда возникает необходимость его исследований.

Ключевые слова: невербальная коммуникация, вербальная речь, язык жестов, мимика, поза, язык чувств, методика, семантический дифференциал.

За весь период развития науки невербальные аспекты коммуникации начали активно изучаться только с 60-х годов прошлого века.

Невербальная коммуникация является важнейшим, наряду с вербальной речью, средством общения. При коммуникативном взаимодействии вербальные контакты дополняются невербальной информацией, тем самым закладывая фундамент полноценного общения. Исследования ученых подтверждают межязыковую универсальность невербальной коммуникации. Понимание языка мимики и жестов позволяет более точно определить позицию собеседника. Читая жесты, мы осуществляем обратную связь, которая играет определённую роль в целостном процессе взаимодействия, а совокупность жестов является важной составной частью такой связи.

Знание языка жестов и телодвижений позволяет не только лучше понимать собеседника, но и предвидеть, какое впечатление произвело на него услышанное ещё до того как он выскажется по данному поводу. Такой бессловесный язык может предупредить вас о том, следует ли изменить свое поведение или сделать что-то другое, чтобы достичь нужного результата.

Изучение собеседника по его жестам, мимике и позам относится к области кинесики. Например, движение рук и тела передают много сведений о человеке. Во-первых, в них проявляется состояние организма и непосредственные эмоциональные реакции. Во-вторых, позы и движения тела выражают многие черты характера человека, степень его уверенности в себе, зажатость или раскованность, осторожность или порывистость. В-третьих, в позе и жестах проявляются культурные нормы, усвоенные человеком. В-четвертых, жестам и позе приписываются чисто условные символические значения. Таким образом, они способны передавать точную информацию.

Мимика имеет очень большое значение в практике социального взаимодействия. Лицо собеседника всегда притягивает нам взгляд. Мимика свидетельствует об эмоциональных реакциях человека.

Пространство и время (проксемика) выступают в качестве особой знаковой системы и несут смысловую нагрузку. Например, друзья рядом; участники деловой беседы – через угол стола; конкуренты – через стол. Взаимодействия людей разворачиваются не только в пространстве, но и во времени. Каким образом человек распоряжается чужим и своим временем, является важным знаком. Уважение к другому человеку проявляется в повышенной точности и пунктуальности поведения. Заставить другого ждать – значит заявить в своём праве распоряжаться ситуацией.

Взгляд, его направление, частота контакта глаз (кинесика) – ещё один компонент невербального общения направление взгляда показывает направленность внимания собеседника и даёт обратную связь об отношении собеседника к тем или иным сообщениям.

Общей чертой невербальных компонентов коммуникации является, то, что они являются составляющими в формировании языка чувств.

Во время практических занятий в рамках дисциплины «Этика и психология делового общения» было проведено исследование, целью которого являлось изучение невербального поведения и того, насколько оно может быть информативным в плане диагностики личностных особенностей человека и его характера. В исследовании использовалась методика «Семантический дифференциал».

Метод семантического дифференциала был разработан под руководством американского психолингвиста и психолога Ч. Осгуда, для измерения значения слов. Значение, по Ч. Осгуду – это процесс или состояние поведения дианазма, использующего знак, которое рассматривается как необходимое следствие восприятия знаковых стимулов и необходимый предшественник производимых знаковых реакций. Таким образом, семантический дифференциал позволяет выявить ассоциативные связи между объектами в сознании и бессознательном человека.

Процедура проведения семантического дифференциала состоит в оценивании субъектом любых объектов по предлагаемым биполярным шкалам. В нашем случае использовалась методика, семантический дифференциал в сокращённом варианте.

Был подобран сюжет из видеозаписи тренинга взаимодействие двух людей (мужчины и женщины). Их невербальное поведение при общении друг с другом является источником для исследования и анализа невербального общения. В методике предлагалось 28 пар оценочных суждений с противоположными по смыслу прилагательными. С помощью этих суждений испытуемые должны были оценить доминирующие личностные качества.

В процессе проведения исследования была просмотрена видеозапись с выключенным звуком, после чего испытуемые должны были выбрать и отметить на бланках один из вариантов ответа на каждую парную характеристику. Через неделю была проведена вторая серия исследований. Испытуемые должны были просмотреть видеозапись при включенном звуке, затем выбрать те же парные личностные характеристики, которые, по их мнению, соответствовали характеру мужчины и женщины. Таким образом, было проведено сравнение выбранных характеристик при невербальном и вербальном восприятии.

В результате исследования можно утверждать о совпадении невербального и вербального компонентов восприятия.

Невербальное поведение человека связано с его психическими состояниями и служит средством их выражения. В процессе общения невербальное поведение выступает объектом истолкования не само по себе, а как показатель скрытых для непосредственного наблюдения индивидуально-психологических и социально-психологических характеристик личности.

На основе невербального поведения раскрывается внутренний мир личности, осуществляется формирование психического содержания общения и совместной деятельности.

На основе изложенного можно говорить о полифункциональности невербального поведения, которое выражается: в создании образа партнера по общению; является индикатором актуальных психических состояний личности; выступает в роли уточнения, изменения понимания вербального общения; выступает в качестве показателя статусно-ролевых отношений. Отсюда становится очевидным необходимость исследования невербальных компонентов мышления.

УДК 316.46(075.8)

РОЛЬ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ И КОММУНИКАЦИИ В СОЦИАЛИЗАЦИИ ЛИЧНОСТИ

Лученкова Е.С., доц., Петрова А.В., студ.

Витебский государственный технологический университет,

г. Витебск, Республика Беларусь

Реферат. В статье рассмотрены роль и влияние средств массовой информации и коммуникации в социализации личности. Процесс социализации – многоаспектное явление в жизни человечества, в ходе которого происходит формирование поколения будущего. Известно, что на становление личности, его жизненную позицию оказывают влияние многие социализирующие факторы, в том числе и средства массовой информации (сюда относят печать, прессу, телевидение, кинематограф, радио, звукозапись, систему Интернет), без которых современный мир немислим. Поэтому особенно важно контролировать воспитание и развитие индивида в его взаимодействии с разного рода информационными потоками, получаемыми через средства массовой информации.

Ключевые слова: социализация личности, средства массовой информации и коммуникации, телекоммуникация, интернет, общественное мнение, общественное сознание.

Социализация личности – это процесс вхождения индивида в общество, активного овладения им опыта, социальных ролей, норм, ценностей, традиций, необходимых для успешной жизнедеятельности в данном обществе.

Процесс социализации – многоаспектное явление в жизни человечества, в ходе которого происходит формирование поколения будущего. Известно, что на становление личности, его жизненную позицию оказывают влияние многие социализирующие факторы, в том числе и средства массовой информации (сюда относят печать, прессу, телевидение, кинематограф, радио, звукозапись, систему Интернет), без которых современный мир немислим. Поэтому особенно важно контролировать воспитание и развитие индивида в его взаимодействии с разного рода информационными потоками, получаемыми через средства массовой информации.