

competitiveness tool in sport and health centers. *International journal of environmental research and public health*, 16(20), 3942.

2. Aminuddin, J. J., & Shah, P. M. (2017). Customer's expectation, perception and satisfaction with service quality of a fitness center in Malaysia. *Int. J. Phys. Educ. Sports Health*, 4, 146-150.

3. Attia, M. A., Chepyator-Thomson, J. R., Sonkeng, K., & el Azim, H. K. E. D. A. (2018). Use of Sport Promotion Mix to Increase Consumption of Services: A Case Study of El-Hawwar Sport Club in Egypt. *ICHPER-SD Journal of Research*, 10(1), 28-38.

4. Behnam, M., Doyle, J. P., & Delshab, V. (2020). The impact of consumer knowledge on profitable consumer loyalty through perceived service quality and psychological involvement in non-profit sport clubs. *International Journal of Sports Marketing & Sponsorship*, 22(2), 407-427

5. Biscaia, R., Correia, A., Santos, T., Ross, S., & Yoshida, M. (2017). Service quality and value perceptions of the 2014 FIFA World Cup in Brazil. *Event Management*, 21(2), 201-216.

6. Howieson, W. B., Burnes, B., & Summers, J. C. (2019). Organisational leadership and/or sustainability: Future directions from John Dewey and social movements. *European Management Journal*, 37(6), 687-693.

7. Siddiqi K.O. (2011). Interrelations between service quality attributes, customer satisfaction and customer loyalty in the retail banking sector in Bangladesh. *International Journal of Business & Management*, 6(3) pp 12-36.

Іващенко Т.В.,
аспірантка кафедри філософії,
Харківський національний педагогічний
університет імені Г.С. Сковороди
м. Харків, Україна

НЕВЕРБАЛЬНА КОМУНІКАЦІЯ В ОСВІТНЬО-ВИХОВНИХ ПРАКТИКАХ

Важливим та більш вираженим стає той факт, що життя людини в динамічно змінюваному світі, в глобалізованому та цифровому суспільстві сьогодні стає інформаційно перенасиченим, адже вона зазнає впливу інтенсивних комунікаційних потоків, що зумовлює необхідність пошуку нових способів генерації та трансляції знання у процесі освіти та виступатиме фундаментальним фактором суспільного прогресу. Безумовно, глобалізація як результат поширення закономірностей його розвитку на весь світ, спричинила «революцію множинності і мобільності» (М. Наїм), що ознаменувала настання «епохи супер-різноманіття» (Е. Гідденс). Оскільки однією з тенденцій розвитку сучасної освіти є її візуалізація, то саме візуальний образ як один із засобів невербальної комунікації має властивість відповідати актуальним вимогам та запитам сучасного суспільства.

Безперечно, усі ці процеси радикальних змін у суспільстві мають виражений антропологічний вимір, тому, власне, і виникає потреба у систематизації накопиченого досвіду використання невербальних засобів з позиції методології і технології їх впровадження в освітньому процесі, враховуючи те, що сучасний освітній простір все більше наповнюється візуальними формами комунікації.

Інформаційне суспільство характеризується зростанням значення комунікації як джерела генерації нових ідей і постає як «мережа самовідтворюваних комунікацій» (Н. Луман), що роблять соціальну структуру динамічною, а отже, сприяють її оновленню. За твердженням засновника еволюційної епістемології, Конрада Лоренца, наше життя являє собою складний когнітивний процес. А будь-який складний феномен пізнання включає у себе комунікацію. Гнучкість, пластичність форм комунікації відповідає такому сучасному уявленню із філософії свідомості, як ситуаційність пізнання (situated cognition).

Враховуючи таку тенденцію гнучкості комунікації, звернення до інтегративної галузі знань – семіотики освіти, як галузі філософії освіти, дозволяє зосередитись на екзистенціональних питаннях значення, смислу й інтерпретації невербальної комунікації в освітньому просторі. Варто зазначити, що в межах семіотики освіти було репрезентовано і меметичний підхід, яким обґрунтовується наявність специфічних одиниць інформації (реплікованих концептів або мемів), здатних до швидкого поширення і самокопіювання.

Семіотику освіти» можна визначити як категорію філософії освіти, у якій втілюються принципи використання та генерації різних знаків, знакових систем, оперування їх смислами в педагогічній науці задля успішної комунікації у просторі освіти, тобто вона вирішує теоретичні завдання пояснення, прогнозування, концептуалізації, обґрунтування.

Сьогодні комунікативна особистість розглядається як стійка сукупність соціально значущих якостей, які характеризують індивіда як суб'єкта соціальної комунікації. Тому вміння організувати знаково-символічний простір освітньої діяльності у рамках оволодіння учнями семіотичною компетентністю набуває колосальної значущості для педагога, адже це суттєво урізноманітнює пізнавальний процес, дозволяє надати більший обсяг інформації у доступному, «стисненому» форматі. Інтенсифікація навчально-пізнавальної діяльності відбувається і за рахунок того, що і педагог, і учень орієнтуються не лише на засвоєння знань, а й на прийом цього засвоєння, способи мислення, що дозволяють встановити зв'язки та відношення між об'єктами, що вивчаються, а отже, зв'язати окреме у єдине ціле. Перехід від текстового, вербального способу передачі інформації до візуального означає, що йдеться не так про традиційні – нарративні візуальні образи, що відображають реальність у її конкретному прояві й типовому вираженні, як про складні багатокомпонентні знаки і образи, що здатні до більш глибокого узагальнення соціальної практики. Це не означає, що наррація, як послідовна, логічно зв'язна оповідь про якісь взаємозумовлені події чи об'єкти, зникає, оскільки потреба осягати світ раціонально, тобто системно, послідовно і несуперечливо, притаманна самій природі людини.

Отже, «великий візуальний стрибок», що характеризується зростанням обсягу і швидкості потоку візуальних образів, орієнтує освіту на те що, щоб допомогти людині здолати обмеженість її комунікативного досвіду, розширити його межі, навчити самостійно відбирати та критично осмислювати ту візуальну інформацію, яка відповідає її уявленням про світ, перешкоджає маніпуляціям та сприяє її особистісному розвитку. Ущільнена й динамічна візуалізація картини світу, що пропонується сучасними медіа, при усій її, на перший погляд, фрагментованості, а подекуди – поверховості, все ж таки стимулює «живе» мислення до узагальнення й систематизації пропонованих образів, критичної рефлексії різноманітного інформаційного матеріалу, спонукає його до аналізу.

Література:

1. Барна, НВ 2019, 'Антропологічний поворот як феномен рефлексії у моді ХХ-ХХІ століття', Теорія та історія культури. Питання культурології, Вип. 35, с.11-20. Бистрицький, Є, Зимовець, Р & Пролесєв, С 2020, Комунікація і культура в глобальному світі, Київ: Дух і Літера, 416 с.
2. Павлова, ОВ & Єрьоменко, ІВ 2020, 'Соціокультурні особливості комунікативної особистості', Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах, No 73, Т. 2, с.137-142.
3. Giddens, A 1991, *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*, Cambridge: Polity, 214 p.
4. Lorenz, Konrad. "Über Die Entstehung Auslösender 'Zeremonien.'" *Die Vogelwarte* 16 (1951): 9–13.
5. Luhmann N, 1997, *Die Gesellschaft der Gesellschaft*, Frankfurt: Suhrkamp. pp.105–109.
6. Naim, M 2020, 'The End of Power: From Boardrooms to Battlefields and Churches to States, Why Being In Charge Isn't What It Used to Be', Basic Books.