

базирующийся на этнокультурном восприятии: русские пьют водку, он русский – значит он пьёт водку, пьёт водку - значит он русский. [3 с.418]

Таким образом, этнические (авто и –гетеро) стереотипы играют роль в формировании культурной идентичности, посредством сопоставления и интеграции этносов, выявления, конструирования сходств и различий, а также выстраивают и поддерживают смысловую дихотомию «свой» / «чужой».

#### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Алкина, Е.В. Основы межкультурной коммуникации: учеб. пособие для переводчиков / Е.В. Аликина, Л.В. Кушнина. – Пермь: Изд-во Перм. гос. техн. ун-та, 2009. – 120 с.
2. Бартминьский, Е. Базовые стереотипы и их профилирование / Е. Бартминьский // Стереотипы в языке, коммуникации, культуре: сб. статей / сост. и отв. ред. Л. Л. Федорова. М.: РГГУ, 2009. С. 11–21.
3. Хоффман Э. Авто – и гетеростереотипы в рекламе продуктов питания России // Стереотипы в языке, коммуникации и культуре: сб. статей / сост. и отв. ред. Л. Л. Федорова. М.: РРГУ, 2009. С. 414–428.

Глушук Е. А., студент 102 группы  
 Научный руководитель – Сони́на Н. В.,  
 кандидат педагогических наук, доцент

#### **МЕСТО И РОЛЬ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ В ФОРМИРОВАНИИ ИМИДЖА РАБОТНИКА СФЕРЫ КУЛЬТУРЫ**

В профессиях сферы культуры работникам довольно часто приходится вступать в переговоры, производить управление подчиненными для достижения определенных целей и миссий своей компании или в целом страны. Своими действиями они представляют культуру организации, поэтому очень важно поддерживать положительный имидж.

Специалист в области социологии и имиджологии В.М. Шепель давал определение имиджа, как: «Имидж – это индивидуальный облик или ореол, создаваемый средствами массовой информации, социальной группой или собственными усилиями личности в целях привлечения к себе внимания» [3]. Формированием имиджа на профессиональном уровне занимается имиджмейкер, но студенту Белорусского государственного университета культуры и искусств на ранних сроках обучения необходимо понимать, что уже с самого первого курса, он может упорно работать над своим имиджем. Срока в 4-6 лет вполне достаточно, чтобы проработать все свои недостатки и приобрести необходимые навыки и качества, что в будущем станет его главной визитной карточкой, с помощью которой он устроится на любую работу. Студент, который все эти годы сосредоточится только на зубрёжке, имеет меньше шансов получить хорошее место в компании.

В течение всего срока обучения в учреждении образования будущему профессионалу в сфере культуры следует интересоваться всем понемногу, знать все современные тенденции и актуальные вопросы обсуждения, читать книги для лучшего словарного запаса, изучать нормы этикета, следить за тенденциями в мире моды, чтобы хорошо одеваться. Помимо всего прочего, здоровый образ жизни является одним из важнейших составляющих хорошего имиджа. Доктор медицинских наук Т.И. Баркова рассматривает здоровый образ жизни как социальную ценность. Это один из важнейших резервов рабочей силы и он определяет возможности человека в осуществлении стоящих перед ним задач. Известно, что рациональный режим труда, отдыха, быта и питания способствует сохранению здоровья, помогает сохранить высокую работоспособность и избежать заболеваний [1].

Человек – заядлый курильщик и приходит устраиваться на работу, но будущему начальнику противен запах табака на одежде и волосах этого человека. Как утверждают эксперты в области регулирования законов, работодатель не имеет права отказать вам в месте из-за курения. Узнав о

том, что вы курите, он может отказать вам и взять другого человека на свободное место. Вряд ли работодатель признается в том, что курение стало решающим фактором, но повлиять на это решение вы уже не в силах. Курение, помимо вреда здоровью, вредит и в социальных аспектах, поэтому проще бросить это дело уже в студенческие годы, раз уж начали.

Неприятный запах изо рта, одежды и волос – не единственная проблема. Курение влияет на зубную эмаль, из-за чего они со временем желтеют. Также никотин пагубно влияет на кожу лица. Без сомнения, лицо некурящего человека выглядит более здоровым, нежели у курящего.

Если оставить внешние факторы, можно упомянуть и про влияние на нервную систему. Каждая новая доза никотина приближает человека к состоянию апатии, депрессии, подавленности и тревожности. Закуривая сигарету, человек снижает ясность ума, ухудшает логическое мышление, подавляет инстинкт самосохранения, и человеку значительно труднее принять решение, чем некурящему. Всё это может сказаться на профессиональной компетентности, которая так же формирует имидж.

Ни для кого не секрет, что очень много людей начинают курить именно в студенческие годы. Студенту всегда интересно попробовать что-то новое. Когда это входит в привычку, он оправдывает это снятием стресса, а позже ему становится даже лень оправдываться, он признаёт, что это происходит от скуки. И вот уже это вытекает в зависимость. И чем раньше они осознают, что курение лишь пустая трата времени и денег, тем лучше для них самих.

«Чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью» – эту фразу печатают на этикетках всей алкогольной продукции, но есть одно но. Чаще всего человеку всё равно, он редко задумывается о том, что будет в будущем, он живет одним днём. Любой сотрудник в современном мире при желании может узнать о личной жизни руководителя и непроизвольно репутация в их глазах падает, когда они узнают, что начальник перепил и избил человека. Теперь это менее культурный человек в их глазах. Никто не

отрицает, что каждый имеет право на личную жизнь, но любому ясно – малейшее действие имеет свои последствия. Работник культуры в целях создания хорошей репутации должен помнить о том, что формирование имиджа происходит каждую минуту на протяжении всей его жизни.

По исследованиям медицинских работников 27 городской клиники г. Минска, человек, страдающий алкогольной зависимостью, реже задумывается о развитии своей личности [4]. Если даже ранее интерес был, со временем он пропадает. А работник культуры, напротив, человек, которому постоянно требуется саморазвитие в самых разных сферах жизнедеятельности.

О количестве заболеваний, вызванных курением и алкоголизмом, даже говорить не стоит. Время и деньги, которые человек в 40 лет тратит на лечение лёгких или печени, могли бы пойти на приятный отпуск для заряда энергии и дальнейшей эффективной работы.

Очень важно ухаживать за кожей лица и тела, за волосами, зубами и ногтями. Помимо потребления витаминов необходимо соблюдать правильное питание. Рацион должен быть богат большим количеством полезных элементов. Это залог красивого тела, ухоженных волос, крепких зубов, отсутствия синяков под глазами и в целом гармонии со своим организмом. Несомненно, человек, который смог найти эту гармонию, путём упорной работы над силой воли, имеет вескую причину называться успешным человеком. Его успех – это воспитание культуры питания. На ступеньке с питанием стоит здоровый сон и вода. Человек должен выпивать свою норму воды и спать столько, сколько требует организм, чтобы выглядеть свежо и в течение дня быть работоспособным.

Ну и никакого образа успешного работника культуры не может быть без наличия в его жизни физической культуры и спорта. Танцор, актёр и подобные профессии чаще всего внутри своей деятельности требуют большой активности. А вот культуролог, менеджер культуры, библиотекарь,

художник, музыкант и многие другие профессии чаще всего, но не для всех, требуют дополнительной физической активности.

По мнению Пиничкиной Г. Г., физически привлекательные люди больше нравятся другим и оцениваются ими более благоприятно, чем физически непривлекательные. Красивых людей считают более честными и общительными, они имеют больше шансов быть принятыми на руководящие должности и общественные посты [2].

По данным американских исследователей, им больше платят: по сравнению с зарплатой человека средней физической привлекательности «штраф» за некрасивую внешность составляет примерно 7%, «премия» за красоту – 5%. Физически привлекательные люди пользуются большим спросом в качестве любовных партнеров. Быть или казаться физически привлекательным выгодно, в том числе экономически. Помимо того, что данные усилия позволяют добиваться расположения, приятная и симпатичная внешность (ее оценка со своей стороны и реакция окружающих) позволяет повысить чувство самоуважения.

Таким образом, принимая меры по укреплению здоровья и понимая значимость здорового образа жизни, студент уже делает один из самых важных шагов в своё успешное будущее.

#### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Баркова, Т.И. Психологические условия формирования рационального образа жизни студентов первого курса вуза / Т.И. Баркова. - автореф. дис. ... канд. психол. наук: 19.00.07. - М.: ПРОМЕДИА, 1986. – 20 с.

2. Клименко, А. А. К49 Самопрезентационная компетентность: содержание и основы формирования: учеб. пособие / А. А. Клименко С. А. Хазова, С. А. Карасева. – Краснодар: КубГАУ, 2018. – 164 с.

3. Шепель, В.М. Имиджелогия: учебное пособие / В.М. Шепель. М.: Народное образование, 2002. – 254 с.

4. «Алкоголизм – вред для организма» [Электронный ресурс]. – 2021 –  
Режим доступа: <http://minzdrav.gov.by>. – Дата доступа: 23.03.2021.

Гнилицкая Е. С., студент 101а группы  
Научный руководитель – Филиппенко В. В.,  
старший преподаватель

## **ОСНОВНЫЕ СПОСОБЫ КОММУНИКАЦИИ В БИЗНЕС СРЕДЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

Понятие «коммуникация» прочно вошло в современный научный оборот гуманитарных и естественных наук. В частности, в культурологии под коммуникацией понимают процесс взаимодействия между субъектами социокультурной деятельности с целью передачи или обмена информацией посредством принятых в данной культуре знаковых систем и средств их использования [5]. В свою очередь, российские исследователи С.Н. Большаков и М.О. Потолокова считают, что коммуникация – это совокупность информационных связей между субъектами управленческой деятельности по вертикали и горизонтали (внутренняя среда) с внешней общественной средой [1, с. 18]. По мнению Т.В. Матюхиной, коммуникацию следует понимать как обмен информацией, на основе которой руководитель организации принимает решения и сообщает их сотрудникам, обеспечивая тем самым эффективность работы всей структуры [6]. Таким образом, коммуникация – это социально обусловленный процесс передачи и получения информации между субъектами культуры, организациями, осуществляемый по различным каналам посредством принятых знаковых систем и средств с целью осуществления определенной деятельности в социально-экономическом пространстве.