

Полхович А.Н., студент Д 61 сп.

Научный руководитель – Кульбицкая Л.Е.

ЯЗЫКОВАЯ КУЛЬТУРА КАК СРЕДСТВО ФОРМИРОВАНИЯ БИЗНЕС-СРЕДЫ

Каждая культура формируется в специфических исторических и природных условиях, создает свою картину мира, свой образ человека и свой язык общения. Каждая культура имеет свою языковую систему, с помощью которой ее носители общаются друг с другом, однако не только в этом заключается назначение и роль языка в культуре. Вне языка культура просто невозможна, поскольку язык образует ее фундамент, ее внутренний базис. Посредством языка люди фиксируют символы, нормы, обычаи, передают информацию, научные знания и модели поведения, верования, идеи, чувства, ценности, установки. Язык – условие социализации, которая выражается в усвоении культурных норм и социальных ролей. Благодаря языку в обществе достигаются согласованность, гармония и стабильность. Язык является методом познания мира, сохранения и передачи информации, частью культурного менталитета, который составляет сферу духа, ценностей и значения.

Изучение языка началось еще в античности в трудах Аристотеля и Платона. Однако предметом научного анализа язык становится в Новое время. Большой вклад в его исследование внесли Д. Вико, И. Гердер, В. Гумбольдт и др., заложив тем самым основы лингвистики. Значительные успехи в изучении языка и речевого общения были сделаны в XX веке, когда культурологический анализ языка обнаружил его связь с культурой. Немецкий философ Эрнест Кассирер выдвинул на первый план изучение роли языка в культуротворчестве, поэтому философская концепция Кассирера впервые прямо совпала с предметом философии культуры, которая понимается как продукт символической деятельности

человека, в свою очередь опосредованный символической речью. Язык служит основой картины мира, которая складывается у каждого человека и приводит в порядок множество предметов и явлений, наблюдаемых в окружающем мире. Любой предмет или явление доступны для человека только тогда, когда они имеют название. В противном случае они для нас просто не существуют. Дав им название, человек включает новое понятие в ту сетку понятий, которая существует в его сознании, иными словами, вводит новый элемент в существующую картину мира. Каждый язык не просто отображает мир, но строит идеальный мир в сознании человека, конструирует действительность. Поэтому язык и мировоззрение неразрывно связаны. Язык и культура – вот что характеризует любой этнос, на какой бы стадии эволюции он ни находился. Они объединяют и роднят членов этноса перед силами природы и перед другими этносами. Язык и культура отличают один этнос от другого, и вместе с тем через них открываются способы общения и даже сближения разных этносов. Они жили вместе со своими народами. Они постепенно изменялись, превратившись у современных народов в иерархии или в системы одновременных состояний.

В культурологической литературе **значение языка** чаще всего оценивается как способ социализации человека, как отражение мира, менталитета народа, его национального характера. Соответственно учет культурного контекста имеет большое значение для организации делового сотрудничества с представителями других культур. Это особенно важно в настоящее время, когда необходимо преодолеть стереотипы мышления и поведения во взаимодействии как с деловыми партнерами отечественными, так и зарубежными, а также с конкурентами. Рыночные отношения предполагают активизацию и массовое распространение переговоров в деловой сфере и частной жизни. В современных условиях в

странах с рыночной экономикой переговоры являются острием экономических отношений. Коммуникативное знание и практические умения ведения деловых переговоров все больше признаются обязательными компонентами современного профессионализма. Совместная деятельность двух и более сторон в бизнесе по поводу сохранения их интересов и прав, а также выполнения обязательств требует особых умений и навыков ведения переговоров, которые могут привести к преодолению разногласий и сближению позиций сторон.

Переговоры – неотъемлемая часть профессиональной подготовки специалистов во всех сферах деятельности. Овладение искусством переговорного процесса требует развития компетенций, без которых невозможно эффективно управлять постоянно происходящими изменениями в основных бизнес-процессах любой организации. Важную роль в этом процессе играет язык в единстве его форм: вербальной и невербальной. Важно, однако, подчеркнуть, что при коммуникативном, осуществляемом с помощью языковых средств общении, особое значение имеет соответствие языковой компетенции обоих участников, предполагающей не только знание нормы употребляемого языкового идиома, но и умение его адекватно использовать согласно существующему коммуникативному стандарту. В противном случае может возникнуть коммуникативный сбой, своего рода коммуникативный шок у адресата, которому предназначается информация (например, ошибки в речи дикторов радио- и телевидения, в публичных высказываниях государственных деятелей, в переговорах с зарубежными партнерами и т.п.). В человеческом общении наряду с вербальными присутствуют и невербальные коммуникации, *т.е. общение может осуществляться с помощью мимики, жестов, внешнего вида, цветовой гаммы и т.п.* К ним можно отнести, например, одежду и украшения. Если, скажем, сотрудник

пришел на работу в особо торжественной одежде, то любой из нас может по этому знаку предположить, что у него сегодня день рождения или важная встреча. Одежда как средство сообщения очень успешно используется в политике. Министр чрезвычайных ситуаций С. Шойгу ввел в политику новый стиль одежды – он постоянно появлялся на публике в куртке спасателя, тем самым давая понять, что он воплощает особый род министра – министра, который сам причастен к разбору завалов. Вошла в легенду кепка московского мэра Лужкова. С помощью этой кепки мэр сообщает, что он мэр-работяга, мэр из народа. Президент Путин надевал форму летчика и подводника – это тоже были особые сообщения, адресованные избирателям. Президент Ельцин практиковал особые встречи с лидерами государств – встречи без галстука. Эти встречи призваны были продемонстрировать неформальный и дружеский характер взаимоотношений лидеров. И эта особенность таких встреч символически передавалась стилем одежды – отсутствием галстуков, непрямого атрибута официального стиля. Опыт политиков служит хорошим примером для использования такого средства общения, как стиль в одежде, любым руководителем. [1, С. 253]. Руководитель всегда выглядит более официально, чем рядовые работники – галстук, дорогой костюм, дорогие аксессуары подчеркивают его социальный статус. И это важно для соблюдения правил иерархии, то есть, по сути, для поддержания порядка. Руководитель своим внешним видом сигнализирует о своем статусе. Если посторонний человек приходит в трудовой коллектив, он зачастую по одежде может определить, кто тут начальник. В то же время иногда руководителю, как и политикам, следует облачаться в рабочую одежду, посылая своим подчиненным тем самым сигнал рабочего и творческого единения. Точно также можно использовать и неформальную одежду, надевая джемпер и джинсы для участия в вечеринках и коллективном

досуге компании. Тем самым руководитель может сообщать о своей близости к простым сотрудникам, подчиненным, что очень важно с точки зрения регулирования психологического климата в коллективе.

1. Мирошниченко, А.А. Бизнес-коммуникации. Мастерство делового общения. Практическое руководство / Мирошниченко А.А. – М. : Книжный мир, 2008. – 384 с.

Попович М.Я., студентка 318 гр.

Научный руководитель – Малахова И.А.

АДАПТАЦИЯ СТУДЕНТОВ-ПЕРВОКУРСНИКОВ К НОВЫМ УСЛОВИЯМ ЖИЗНИ В ВУЗЕ

Каждый человек на протяжении всей своей жизни адаптируется к различным жизненным условиям существования в социуме, находится в постоянном взаимоотношении с окружающими его людьми. Именно поэтому для каждого из нас так важно научиться правильно адаптироваться к новым для себя условиям существования.

Важным этапом, который требует пристального рассмотрения, является поступление молодого человека в вуз. Для первокурсника, вчерашнего школьника, процесс обучения в высшем учебном заведении является новым этапом в жизни и требует от него большей самостоятельности и активности в получении и усвоении знаний на фоне возросшей информационной нагрузки, а также умений и способностей быть психологически и социально адекватным изменившимся условиям учёбы и социальной жизнедеятельности [2, с.83]. Адаптация (лат. adaptation – приспособление) – термин, введенный в научный оборот