

культуры является мокша, как освобождение от сансары. Такое освобождение – высшее блаженство и достигается оно слиянием с Абсолютом, отождествленным с Брахманом. При этом индивид выпадает из кармы, просветляется за пределы иллюзорного мира. Самосознание личности не уничтожается, реализуется её слияние с Абсолютным духом.

В буддизме упор делается на понимании нирваны как состояния отрешенности, достигаемом за счёт отказа от земных стремлений. Отметим также, что на систему ценностей индо-буддийской культуры наложил глубокий отпечаток кастовый спрос. Каждая Варна – это не только замкнутая социальная группа со своими традициями представлениями, но и олицетворение определенной культурной ценности. Быть брахманом, служить брахманам, учиться у брахманов – высшая ценность. Брахман – это олицетворение премудрости и святости.

В данной работе была рассмотрена оригинальная и величественная культура. Данная культура не может оставить равнодушным ни одного образованного современного человека. Индо-буддийская культура богата и самобытна, она отличается от других тем, что складывалась в тесной связи с развитием религиозных представлений её народа. Для меня индо-буддийская культура – это зеркало, позволяющее человеку узнать свою неотъемлемую, вневременную сознательную сущность, постигнуть самого себя как единое целое, «каким всё является».

ОСОБЕННОСТИ ЯПОНСКОЙ БИЗНЕС-КУЛЬТУРЫ

УО «Гродненский государственный медицинский университет»

Федорович Я.О., Бельская А.А., студентки 2 курса лечебного факультета

Кафедра социально-гуманитарных наук

Научный руководитель – старший преподаватель Рындова О.Н.

Изолированно развивавшаяся островная древняя культура Японии породила современное общество с уникальными ценностями, традициями и обычаями. Безусловно, свой отпечаток они наложили и на сферу предпринимательства и бизнеса в этой стране. Чаще всего европейцы и американцы сталкиваются с проблемами недопонимания, связанными прежде всего с межкультурными и коммуникационными различиями. Однако японские профессионалы хорошо обучены вести дела с Западом, и стараются делать все возможное, чтобы приспособиться к определенному стилю общения. Тем не менее, бизнес-культура японцев довольно заметно отличается и от европейской и от американской. Это необходимо учитывать в деловой практике и взаимоотношениях во избежание недоразумений и для достижения успеха.

Характерной чертой японского общества является сильная зависимость индивидуума от социальной группы, к которой он принадлежит (семья, школа, университет, фирма). На Западе такую систему называли обществом-паутиной.

На переговорах представитель японской фирмы не принимает решения самостоятельно, поскольку должен согласовывать детали контракта с другими специалистами фирмы, что в определенной мере затягивает время.

Японцы болезненно переживают так называемую «потерю лица», поэтому не следует принижать их значимость, разговаривать с ними невежливо, оказывать давление на них в попытке подписать выгодный контракт. Японские бизнесмены не любят говорить «нет», считая, что прямой отказ обидит партнера. Свое несогласие они выражают косвенно, намеками. Если японец, выслушав предложения партнера, говорит «да», то это необязательно означает, что он согласен, скорее это значит: «Да, я вас выслушал». Это часто вводит в заблуждение иностранцев.

Переговоры японцы обычно ведут командой, в которой каждый имеет свою компетенцию. Они внимательно выслушивают контрагента, но решения принимают не сразу. Какой бы сильной ни была команда, ее члены обязательно обратятся в центральный офис за инструкциями. Они очень осторожны, внимательно изучают своих партнеров, очень вежливы, предупредительны, но не терпят фамильярности, умеют слушать и того же требуют по отношению к себе.

Большое значение японцы уделяют рангу партнера – чем выше его социальный статус, должность, чин, тем больше шансов на успех переговоров. Во время переговоров не принято проявлять эмоции. Бизнесмены, которые сразу же переходят на сокращенное имя, похлопывают японца по плечу, отпускают весьма свободные шутки, вызовут у него неприязнь. В мире нет народа, который относился бы к собственной чести более щепетильно, нежели японцы. Они не терпят ни малейшего оскорбления, даже грубо сказанного слова. Рукопожатий стараются избежать, считая это негигиеничным. Вообще, японцы весьма осторожны по отношению к иностранцам, но в деловых отношениях с ними ведут себя честно и корректно.

Японцы неохотно вступают в контакт с новыми людьми. Поэтому лучше наладить с ними знакомство через посредника, который должен быть хорошо известен двум сторонам будущих переговоров.

В практике делового общения Японии большое значение имеет использование визитных карточек. В них кроме имени и фамилии, а также занимаемой должности указывается самое главное для японца – принадлежность к определенной фирме или организации, которая, в конечном счете, определяет его положение в обществе. Также одна сторона визитной карточки должна быть на японском языке. Если в ответ на протянутую визитную карточку он не получит ответную, то это может обескуражить и даже обидеть японского бизнесмена. Вручать и принимать визитки лучше двумя руками, а в знак уважения полученную карточку следует внимательно прочитать.

В деловых отношениях с японцами необходимо быть пунктуальным – опоздание рассматривается как серьезное проявление неуважения. Следует избегать споров на религиозно-философскую тематику и в то же время проявлять интерес к истории и культуре Японии.

По нормам японской деловой этики главной добродетелью обладает не

тот, кто твердо стоит на своем (пусть даже будучи правым), а тот, кто проявляет готовность к компромиссу ради общего согласия. Японская вежливость – это не низкие поклоны, и не обычай начинать разговор с множества ничего не значащих фраз. Японская вежливость – это, прежде всего, стремление людей при любых контактах блюсти достоинство друг друга, это искусство избегать ситуаций, способных кого-либо унижить. Специалисты дают советы никогда не нарушать внешнюю гармонию. Японцы считают, что сохранить гармонию важнее, чем доказать правоту или получить выгоду.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Экономика зарубежных стран : учеб. пособие / Ю. Г. Козак [и др.]; под общ. ред. Ю. Г. Козака, С. Н. Лебедевой. – Минск : Выш. шк., 2009. – 431 с.
2. Виртуальная Япония [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://miuki.info/2013/07/biznes-etiket-v-yaponii/>. – Дата доступа: 10.10.2016.
3. Преображенский, К. Г. Как стать японцем // К. Г. Преображенский. – М.: Молодая гвардия, 1989. – 284 с.

МАВЗОЛЕЙ СУЛТАНА САНДЖАРА

УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»

Хамраев С., студент 5 курса факультета бизнеса и права

Кафедра русского и белорусского языков

Научный руководитель – старший преподаватель Шумейко Л.Н.

Самым величественным архитектурным памятником Мерва является мавзолей султана Санджара под названием «Дар-ал-Ахыре» («Потусторонний мир»). Всем своим видом он отражает наивысшие достижения и расцвет державы сельджукидов. Мавзолей султана Санджара расположен в центре городища Султан-Кала. Поблизости находятся крупные монументальные здания – дворцы сельджукских правителей, а также мечеть.

Мавзолей Султана Санджара – настоящий средневековый небоскреб, кубической формы, увенчанный двухъярусным куполом с бирюзовой облицовкой. Под куполом проходят трехъярусные сквозные галереи в виде чередующихся ажурных арок. Символический купол обозначал небосвод и казался «парящим» в воздухе. В архитектуре мавзолея султана Санджара восхищает удивительная гармония и симметричность пропорций. Стены в толщину у основания – 5 м. В длину стены мавзолея протянулись на 27 метров. Общая высота мавзолея составляет 38 м.

Мавзолей построен по приказу султана Муизеддина Санджара. В 1157 г. его похоронили. Однако в 1221 г., когда монгольские войска взяли городище Мерв в осаду, прах султана был перезахоронен, причем место и время нового захоронения остались неизвестны. Таким образом, под надгробной плитой мавзолея осталась пустота.

Но до сих пор арабская надпись на его фасаде гласит: «Это место