

**Зятикова Ирина Александровна,
Сазончик Полина Александровна**
*студенты кафедры МТБиУР
Белорусский государственный
технологический университет,
г. Минск. Республика Беларусь
e-mail: polina.sazonchik@gmail.com*

КУЛЬТУРНО-НАЦИОНАЛЬНЫЕ И ДЕЛОВЫЕ СТЕРЕОТИПЫ (НА ПРИМЕРЕ СОЕДИНЕННЫХ ШТАТОВ АМЕРИКИ)

Аннотация. В статье рассматриваются культурно-национальные и деловые стереотипы Соединенных Штатов Америки, и дана их краткая характеристика. Стереотипы уже достаточно длительное время являются предметом внимания межкультурной коммуникации. Исследовав данную тему, сделан вывод о том, что знание стереотипов других стран поможет избежать возможных неловких ситуаций и расположить к себе собеседников.

Ключевые слова: стереотип, культурно-национальные стереотипы, деловые стереотипы, деловая культура, коммуникативное поведение.

**Zyatikova I. A.
Sazonchik P. A.**

*Belarusian State Technological University
Minsk, Belarus*

NATIONAL CULTURAL AND BUSINESS STEREOTYPES (ON THE EXAMPLE OF THE UNITED STATES OF AMERICA)

Abstract. This article examines the cultural-national and business stereotypes of the United States of America, and gives a brief description of them. Stereotypes have been the focus of cross-cultural communication for quite a long time. Having studied this

topic, it is concluded that knowledge of the stereotypes of other countries will help to avoid possible awkward situations and win over the interlocutors.

Keywords: stereotype, cultural and national stereotypes, business stereotypes, business culture, communicative strategy.

Стереотипизация (от «стереотип») – это восприятие и оценка объектов, событий, индивидов путём распространения на них характеристик какой-либо социальной группы или социальных явлений на основе определенных представлений [1].

Соединённые Штаты играют важную роль в международных отношениях, имея самую развитую в мире сеть дипломатических представительств [2]. Американское кино, телевидение, музыка служат фундаментом мировой массовой культуры. Именно в США впервые появился интернет, массовый автомобиль, получили развитие информационные технологии и, будучи ведущей державой мира, она во многом определяет образ жизни остального человечества. Рассмотрим наиболее распространенные культурно-национальные стереотипы о жителях Соединенных Штатов Америки, приведенные в таблице ниже.

Таблица 1. Культурно-национальные стереотипы США

Культурно-национальные стереотипы	Характеристика
Щедрость	Положительный стереотип американцев состоит в том, что они очень щедры и американцев можно рассматривать как людей, занимающихся благотворительностью или волонтерством.
Оптимизм	Американцы – позитивные и оптимистичные люди. Оптимизм рассматривается как двигатель к достижению американской мечты.
Трудолюбие	Американцы по праву считаются трудоголиками. Они добросовестно трудятся как над рабочими вопросами, так и над другими.

Тoлepaнтнoсть	С ранних лет американцев учат быть толерантными ко всем – к инвалидам, другим религиям, нациям, секс-меньшинствам и т.д. Также стоит отметить, что закон в Декларации независимости гласит «все люди рождены равными» (англ. "All men are created equal").
Улыбаются всем и всюду	Американцы дружелюбные и уравновешенные люди. Их с детства учат принципу «подари ближнему хорошее настроение, и кто-то подарит его тебе».
Безвкусно одеваются	Жители штатов любят простоту и удобство. Им неважно, кто и что о них подумает.
Страна любителей фастфуда	Данный стереотип является мифом. В США весьма популярен здоровый образ жизни, всевозможные vegan и raw диеты и забота о своем теле. По-видимому, такой популярный стереотип сформировался из-за того, что все основные фастфуд бренды появились в Америке: Mcdonalds, KFC, Burger King, Subway.
Слабо эрудированная нация	Безусловно, образование в Соединенных Штатах Америки имеет отличие по сравнению со странами СНГ. Учащиеся довольно быстро усваивают материал, который для них полезен, однако им не интересно то, что для них является бесполезным. Американцы часто занимаются дополнительно тем, что помогает раскрыть их таланты. Таким образом, жителей штатов нельзя назвать глупыми.

Традиционно Соединенные Штаты выступают как страна с большим потенциалом. Не зря Америку называют «страной больших возможностей». Знание деловых стереотипов способствует достижению положительного результата в межкультурном профессионально-деловом общении [3]. Рассмотрим самые популярные деловые стереотипы (табл. 2).

Таблица 2 – Деловые стереотипы США

Деловые стереотипы	Характеристика
Трепетное отношение ко времени	В Америке время – один из самых

	ценных ресурсов. Каждая потраченная впустую минута говорит о неправильном тайм менеджменте («время – деньги»). Чаще всего встречи и переговоры ограничиваются одним часом. Что касается опозданий, они воспринимаются как грубость. Поэтому деловой американец пунктуален.
Гендерное равенство при проведении переговоров	Бизнес-культура Америки предполагает равенство между мужчиной и женщиной, даже если речь идет о руководящей должности. Статистика показывает, что в деловой сфере США женщин больше по сравнению с другими странами.
«Чем выше должность, тем официальной костюм»	В деловой жизни приняты только темные костюмы. Для женщин предпочтителен брючный костюм спокойного цвета, а также обувь на каблуках не выше 4 см. Менее жесткие правила, более свободный стиль одежды действуют в спорте, искусстве, моде и в индустрии развлечений [4].
Тщательная подготовка к переговорам	При ведении американского бизнеса важна скорость при принятии управленческих и других решений. Чтобы подтолкнуть к действию, они бывают прямолинейны, напористы, порой агрессивны.
Неформальная атмосфера на переговорах	Дружелюбность американского народа отражается даже в деловой сфере. Приветствуется неформальная атмосфера на переговорах, например, они могут позволить положить ногу на соседний стул. Это считается нормой в американской культуре, однако у делегаций других стран может вызвать раздражение.
Скорость принятия решений	При ведении американского бизнеса важна скорость при принятии управленческих и других решений. Чтобы подтолкнуть к действию, они бывают прямолинейны, напористы, порой агрессивны.

Прагматизм	Американцы прагматичные люди, не очень любящие следовать традициям. Для них на первом месте всегда стоят индивидуальность и права человека. Житель этой страны никогда не будет жаловаться, и рассказывать о своих неудачах. Независимо от ситуации американец всегда будет выглядеть уверенным, здоровым, излучающим успех [5].
------------	--

Рассмотрев деловые стереотипы о США, отметим, что американцам характерна неформальная обстановка в деловой культуре, но это не сказывается на результатах их деятельности, так как они тщательно готовятся к бизнес встречам, переговорам, собирая и прорабатывая необходимую им информацию.

Таким образом, имея некое представление о стереотипах той или иной страны, можно выявить реакцию, анализ характера и специфику устойчивого отношения к представителям различных национальностей. Следование стереотипам обобщает полученную информацию о стране, что упрощает картину мира. Точный стереотип желателен для понимания того, что можно ожидать от другого человека для установления контакта с ним. Но стереотипы могут быть и неверными, формировать ошибочное познание людей, серьезно мешая процессу общения с ними, превращаясь в барьеры коммуникации. Если применить метафору «встречают по одежке...» к данной тематике, она будет звучать так «встречают по стереотипу, а провожают по уму».

Список использованных источников

1. Википедия [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Стереотипизация> (дата доступа: 16.03.2021).
2. США: краткая справка [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://news.bbc.co.uk/hi/russian/special_report/bbcrossian/2002_05/newsid_2453000/2453313.stm (дата доступа: 16.03.2021)
3. Стереотипы деловых культур [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/stereotipy-delovyh-kultur-rossii-i-ssha-v-formirovanii-mezhkulturnoy-professionalno-delovoy-kommunikativnoy-kompetentsii> (дата доступа: 18.03.2021).
4. Мещерякова, Е. В. Психология управления / Е. В. Мещерякова. – Минск: БГТУ, 2012. 300 с.

5. Корпоративная этика при проведении деловых переговоров [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=38166670> (дата доступа: 18.03.2021).

УДК 551.583 (476)

**Игнатенко Анастасия Николаевна,
Лойко Анастасия Андреевна**
*студенты кафедры ОПиЭН
Белорусский государственный
технологический университет
г. Минск. Республика Беларусь
e-mail: anastasia.ihnatsenka@gmail.com*

ПРОГРЕСС ДОСТИЖЕНИЯ ЦУР 13 «БОРЬБА С ИЗМЕНЕНИЕМ КЛИМАТА» В БЕЛАРУСИ

Аннотация. В статье рассмотрено такое глобальное изменение в природе как климат. Климат в Беларуси играет важную роль, так как любая его инверсия не обходится без последствий. Так же в данной статье приведены пути решения проблемы, связанной с преобразованием климата.

Ключевые слова: климат, температура, воздух, пожар, влага, индекс.

Ignatenko A. N., Loiko A. A.
*Belarusian State Technological University
Minsk, Belarus*

PROGRESS TOWARDS ACHIEVING SDG 13 «COMBATING CLIMATE CHANGE» IN BELARUS

Abstract. The article examines such a global change in nature as climate. The climate in Belarus plays an important role, as any inversion of it is not without consequences. This article also provides solutions to the problem of climate change.

Keywords: climate, temperature, air, fire, moisture, index.

Игнатенко А. Н., Лойко А. А.