

## **АНГЛИЙСКИЙ И АМЕРИКАНСКИЙ ДЕЛОВОЙ ЭТИКЕТ. СХОДСТВО И РАЗЛИЧИЕ**

**Батура К.А., Еромасова В.Ю.**

**научный руководитель ст. преподаватель Николаева Н.В.**

*Сибирский федеральный университет*

Несмотря на то, что в мире постепенно складывается общепринятый стандарт ведения международных отношений, существуют заметные различия в деловой этике. Участники международного общения, придерживаясь единых правил и норм, отличаются друг от друга в решении проблем, мерой ответственности, степенью открытости намерений из-за значительной разницы менталитета и традиций. Национальные и культурные особенности играют огромную роль в ведении международных отношений. У каждой страны свой собственный национальный характер. Даже народы-соседи, исповедующие одну религию, очень часто имеют существенные различия в языке и обычаях.

Всем известно, что в американском и британском английском языках больше сходств, нежели различий – все-таки речь идет об одном языке. Используя один и тот же язык, представители этих стран отличаются не только манерой вести переговоры, но и особенностями общения в целом. Английский язык, переплывший океан на корабле в 17-18 веке с британскими крестьянами, не привез в Америку ничего кроме упрощенного варианта языка.

В результате сравнительной работы делового общения этих двух стран, мы увидим то, что использование по сути дела одного языка внутри страны и за ее пределами, не делает схожим особенности делового общения, несмотря на объединяющую особенность. То есть мы еще раз подтвердим слова Оскара Уайльда о том, что Америка и Англия являются по сути дела нациями, разделенными одним общим языком. Сразу отметим, что национальный стиль общения – это лишь наиболее распространенные, типичные и наиболее вероятные особенности мышления и поведения. Необязательно эти черты присущи всем представителям данной нации без исключения.

Всем известно, что американская культура молода в сравнении со многими азиатскими, европейскими или ближневосточными культурами. Американцы внесли значительный элемент демократизма и прагматизма в практику делового общения. Американский прагматизм во многом обеспечивается объективными факторами. Как правило, представители США обладают сильной позицией на переговорах и это сказывается на технологии их ведения.

Общепринято считается, что с раннего детства американцев приучают рассчитывать только на себя, полностью не полагаясь на других людей. В детях поощряется напористость, умение ставить и добиваться цели, жестко отстаивать интересы представляемых ими коллективов.

Американская делегация всегда отличается жестким прессингом, настойчиво пытается реализовать свои цели, учитывая демократические принципы. Американцы время ценят больше всего. Все решения они предпринимают быстро, так как при подготовке к переговорам они много времени уделяют изучению всех тонкостей предстоящего дела. Обычно переговоры у них длятся не более часа. Чем дольше взаимоотношения, которые к тому же подкреплены чисто дружескими отношениями к партнеру, тем легче американскому бизнесмену заключить сделку, если не в ущерб себе, то с очень небольшой выгодой.

Американские бизнесмены сразу приступают к делу и открытому обсуждению, чтобы постараться найти общие интересы и выработать стратегию для сотрудничества, затратив при этом минимум времени. Что же касается общения партнеров в неформальной обстановке, то деловой прием в США — обычная вещь. Но деловые приемы у них являются самыми непродолжительными. По его окончании, участники в скором времени могут вернуться на рабочее место и продолжить рабочие переговоры. Дружеские беседы при деловом общении считаются неуместными.

Живя в огромной и по размерам, и по экономической мощи стране, американские бизнесмены предпочитают иметь огромное количество достоверных сведений о тех, с кем собираются вступать в контакт. Ведь никто так не боится людей с плохой репутацией, как американцы. Лишь на экранах мы видим крутые разборки американских бизнесменов. В действительности, тактика давления практически не имеет места в американском бизнесе.

Американскому бизнесу не присуща «семейная дружелюбность». Сами американцы обычно не вступают в деловые отношения с членами семьи и друзьями. Главное для них — это честные сделки или взаимовыгодные отношения — как они сами их называют. Доверие в Штатах не основывается на дружбе или связях, а создается посредством честной игры, трезвого делового опыта и доброй воли. Они не станут сотрудничать в убыток себе или в убыток партнеру по умолчанию, это обязательно будет обговорено.

В американском ведении бизнеса не существует никаких особых условий сделок и коммерческих тайн. Любые намеки могут вызвать недоверие партнеров. Они привыкли воспринимать каждую фразу дословно. Ирония, скрытый смысл или языковые изыски собьют их с толку. Сами же американцы всегда говорят то, что думают, даже когда лучше всего промолчать.

Английский же подход к бизнесу славится своим консерватизмом, рациональностью и скрупулезным подходом к любому делу. Самая известная характерная черта — сдержанность. Она позволяет гибко и деликатно подходить к каждому бизнес-процессу. Высокоразвитое чувство справедливости у англичан является залогом честной игры. Неискренность и недосказанность воспринимается как предательство и обман. В ведении переговоров англичанам присуща некоторая хитрость, недосказанность со своей стороны. Английским бизнесменам сотрудничество интересно только до окончания срока действия контракта. Далее переговоры начинают с нуля, даже если сотрудничество было успешным.

Большую роль в ведении переговоров для англичан значит приверженность хорошим манерам. Представители бизнес-кругов очень тщательно подходят к вопросам соблюдения делового этикета. Английские традиции предписывают сдержанность в суждениях как знак уважения к собеседнику. Отсюда склонность избегать категорических утверждений или отрицаний, а также любых личностных моментов, кажущихся вторжением в частную жизнь. Беседы на житейские темы, не касающиеся острых углов, только располагают к себе англичан.

При обсуждении деловых вопросов англичане проявляют неторопливость. Они стараются глубоко проникнуть в суть вопросов, уяснить все тонкости. Англичане подходят к переговорам с большой долей прагматизма, полагая, что в зависимости от позиции партнера на самих переговорах и может быть найдено наилучшее решение. При этом они достаточно гибки и охотно откликаются на инициативу противоположной стороны.

Англичане очень гордятся своими семейными традициями и родословной. Все это дополняет здоровый консерватизм. Развитие семейных традиций в бизнесе является лучшим показателем успешности. Благодаря своей воспитанности, они могут

проводить коммерческие сделки с друзьями и родственниками, если не на равных условиях, то не в ущерб себе, так как семейные узы предполагают уважительное и абсолютное честное общение. В Великобритании чаще, чем во многих странах, принято приглашать друзей домой. Но деловых партнеров скорее позовут в ресторан или паб. Здесь сильны традиции делового ланча, хотя в последнее время все большую популярность приобретают вечерние обеды, которые предполагают не только обсуждение «рабочих» тем, но и непринужденное дружеское общение.

Изучив особенности делового общения Англии и Америки, мы пришли к следующему выводу. Несмотря на один язык, деловое общение в этих странах кардинально отличается. Английская натура склонна к выжиданию и неторопливым поискам компромисса между верой и сомнением. Грубым поведением считается, когда человек слишком много говорит, т.е., по мнению англичан, силой навязывает себя другим. Бережливость – качество, которое англичане проявляют к деньгам, словам и эмоциям. Они неприязненно относятся к любому открытому выражению чувств, что является нормой для американцев. Например, паузы, возникшие в разговоре для американских представителей, считаются неприемлемыми, и они тут же постараются их заполнить. Англичане же отнесутся нормально к небольшим паузам, считая их допустимыми для воспитанного человека.

Американский бизнесмен более жесткий в переговорах, как правило, «гнет свою линию», англичанин же привык приходит ко всему с помощью компромисса. Представители и Англии, и Америки предпочитают в бизнесе вести честную игру, но американцы в случае неравных условий заключения сделки обязательно добьются у партнера того, чтобы оба партнера не работали в ущерб себе. Англичанин, если условия его устраивают, чаще промолчит, сославшись потом на невнимательность партнера.

Считается, что американцы стараются не вести «семейный бизнес» из-за приписанной им жесткости в ведении переговоров, которая является практически бескомпромиссной. Для англичан же ведение семейного бизнеса является успешностью, так как общение между членами семьи основано на прямоте и искренности, что, по сложившемуся мнению, является правильным для ведения бизнеса. То есть, если партнер не принадлежит к числу членов семьи и друзей, то английский бизнесмен может умолчать, если дело не касается его, – при «семейных деловых переговорах» такого не произойдет, и оба партнера останутся в итоге довольными.

Итак, мы убедились в правильности высказывания Оскара Уайльда. Из истории мы знаем, что люди, приехавшие в 17-18 веке в Америку, оказались в непростой ситуации – им нужно было осваивать земли, строить дома, налаживать производство и привыкать к новым природным и социально-экономическим условиям. Им был просто необходим общий язык, так как чтобы обустроить новые земли, нужно было объединяться, общаться и совместными силами бороться с трудностями, которые ставила перед ними жизнь. Объединяющим звеном между переселенцами стал английский язык.

Английский язык тогда не был однородным даже в пределах Англии: в речи аристократов, крестьян и буржуазии были сильные отличия. В Америку попал не рафинированный аристократический вариант английского, а язык именно буржуазии и крестьянства. Именно поэтому так различны в общении сейчас представители этих двух стран.

Несмотря на сложившиеся единые нормы и правила делового этикета, национальные и культурные особенности каждой страны, ее менталитет и история оказывают влияние на деловое общение ее представителей.