

Рассмотрев современное состояние батика, можно выделить следующие тенденции его развития такие, как уход в сторону эксперимента, поиск новых средств и форм выражения своих идей в среде профессионального искусства, и соблюдение традиций и канонов росписи многими другими ее поклонниками. Таким образом, переосмысленная и переработанная в соответствии с требованиями времени, техника батика заняла достойное место среди других видов декоративно-прикладного искусства. Сегодня батик популярен, пожалуй, как никогда раньше. Он увлекает и профессионалов, и любителей, и тех, кто вовсе не подозревал в себе художественных способностей.

1. Каталог выставки «Искусство Батика XXI века. Экспериментальный батик». – М., 2012. – 25 с.

2. [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://www.livemaster.ru/topic/104490s-aktualnost-batika-v-sovremennom-obschestve>. – Дата доступа : 23.02.2016.

Бондарик И.С., студ. 101 а гр.

Научный руководитель – Сапотько П.М.

ЭТИКЕТ МЕЖДУНАРОДНОГО ОБЩЕНИЯ В АНГЛИИ И США: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ

Этикет – совокупность норм и правил, отражающих представления о должном поведении и формализующих процесс коммуникации людей в обществе. Деловой этикет – это порядок поведения, установленный в

деловом общении, свод правил, которые следует исполнять, позволяющий регулировать деловое общение [1, с. 45].

В связи с интенсивным уровнем развития международных отношений государств международный этикет делового общения становится одним из наиболее существенных компонентов протокола, показателем культуры личности и, как следствие, фактором успеха в решении многочисленных вопросов посредством межкультурных коммуникаций.

Как отмечает российский исследователь Е.Н. Чекушкина, «деловое общение является необходимой частью человеческой жизни, важным видом отношений с другими людьми. В общении обычно формируется более или менее устойчивая система целей. Чтобы добиться успеха в общении с деловым партнером, нужно понять, в чем состоят его интересы, и это можно сделать, даже если партнер пытается их скрыть. Для делового человека чрезвычайно важно грамотно выражать свои мысли, уметь достигать взаимопонимания в решении многих задач в непосредственном взаимодействии людей в рамках различных событий и т.д.» [2, с. 19].

Деловой этикет в международном общении зародился достаточно давно, однако, где и когда впервые люди, общаясь друг с другом стали соблюдать определенные ритуалы и традиции доподлинно неизвестно. В настоящее время правила и обычаи в международных отношениях соблюдаются неукоснительно и строго. Особенно это касается политической сферы отношений между государствами. Не менее строго международный деловой этикет соблюдается и во время общения между представителями бизнеса, а также сферы культуры. Любые договоренности между ними это результат долгих, длящихся месяцами, а то и годами переговоров. Успех или неудача таких переговоров порой

напрямую зависит от того, насколько грамотно соблюдались общепринятые правила международного общения.

Странами с высоким уровнем развития этикетных и протокольных норм, глубокими и многолетними традициями являются Америка и Англия – ключевые игроки на международной арене в социально-экономической сфере. В данной статье проведем сравнительный анализ составляющих этикета международного общения.

Рассмотрим основные элементы международного общения через призму этикета в США и Великобритании.

1. Приветствие. Согласно американскому деловому этикету, приветствие и знакомство сопровождается рукопожатием. В США не принято обмениваться поцелуями и целовать руку женщине. При более дружеском общении в знак приветствия американцы привыкли похлопывать друг друга по спине. В английском же обществе, напротив, допускать фамильярности (хлопанье по спине, касания и т.п.) при знакомстве либо прощании недопустимо. Также не стоит делать комплименты на публике. Это примут за большую неделикатность.

2. Обращение. Американцы, имея дружеский характер, всегда стремятся устанавливать неформальную атмосферу на переговорах, поэтому предпочитают общаться с людьми по имени независимо от их возраста и положения. В неформальной беседе лучше избегать политические и религиозные темы. Лучше обсуждать вопросы семьи, увлечений, отдыха и спорта. Общение в английском обществе также обладает определенной спецификой. Здесь не принято задавать слишком личные вопросы, обсуждать отношения и деньги, повышать голос и излишне жестикулировать. Довольно сдержанные жители Англии избегают эмоциональных выражений.

3. Приглашение в гости и подарки. Если американец пригласил вас к себе домой, то, скорее всего, вы ему симпатичны, он вас заметил и оценил. В этом случае можно принести с собой подарок – цветы, бутылку вина или сувенир, характерный для вашей страны. В целом же, деловые подарки в США не приняты, так как могут вызвать недоверие, и восприняты как взятка (в США действуют очень строгие законы, регулирующие отношения с взятками). С другой стороны, небольшой сувенир, с логотипом вашей компании, будет принят с удовольствием и распакован прямо при вас. Британцы также весьма гостеприимны. Что касается подарков при визите к партнеру, то тут он схож с американским вариантом (цветы, шоколадные конфеты и т.п.). А вот на деловых встречах подарки и сувениры не приветствуются. После посещения мероприятия обязательно следует прислать записку с благодарностью хозяевам дома.

4. Отношение ко времени. «Время – деньги» – еще одна известная американская поговорка. Вопрос об экономии времени очень важен для американцев; болтать попусту – значит, тратить время, а, следовательно, и деньги. Поэтому время встреч и переговоров чаще всего ограничивается одним часом. Американец строит свою жизнь по расписанию, четко следуя ему каждый день. Пунктуальность в США очень важна, а опоздания воспринимаются как грубость. Как для американцев, так и для англичан пунктуальность играет большую роль. Приходить на встречу необходимо вовремя или чуть раньше. Для них характерно то, что после короткого обмена любезностями они практически сразу приступают к делу. При принятии решения опираются больше всего на точные факты, цифры и данные. Национальной особенностью жителей Англии является четкость и обстоятельность, а не эмоции и чувства. Переговоры могут длиться довольно долгое время.

5. Деловое общение. Американцы говорят только то, что думают; воспринимают любую фразу собеседника дословно. Они плохо понимают намеки, иронию; сложные высказывания или скрытый смысл слов может сбить их с толку. Перед началом деловых переговоров американцы предпочитают собрать полный пакет информации об участниках будущей встречи. Они могут попросить прислать список лиц вашей делегации, дополнительно запросив информацию об их образовании, учетных степенях, печатных трудах и т.д. У американцев не существует никаких «особых» условий сделок «для своих». В стране возможны только открытые сделки с любыми партнерами. Главное для американцев, чтобы партнеры были прочными и стабильными, как в финансовых, так и в профессиональных отношениях. Еще один из элементов – скорость. В Америке все происходит довольно быстрыми темпами, все делается «сегодня», не откладывается на «завтра». Поэтому на переговорах нужно быть готовым к тому, что вас будут торопить, подталкивать к действиям, так как американцы напористые, прямолинейные и всегда спешащие бизнесмены. Главное для них – это успех, а каждый успех – это предпосылка для новых побед. Английские традиции предписывают сдержанность в словах и суждениях как знак уважения к собеседнику. От англичанина вряд ли услышишь, что он прочел прекрасную книгу. Он скажет, что нашел ее небезынтересной, или что ее автор, видимо, не лишен таланта. Выражение «по-моему, совсем неплохо» у англичан означает «очень хорошо». За внешней сдержанностью англичанина кроется эмоциональная, восприимчивая натура. А поскольку сложившиеся правила поведения не допускают, чтобы человек выражал свои чувства прямо, у представителей этой нации на редкость развита чуткость к намекам и недомолвкам.

6. Особенности ведения переговоров. Если американцы организуют деловую встречу, то это полностью исключает дружескую беседу. Честные сделки и взаимовыгодные отношения без какой-либо «семейной дружественности» – вот идеальная картина бизнеса для американца. Из-за своей особенности «ведения быстрых переговоров». Они могут даже проявлять агрессивность, навязывая свои правила игры. Во время деловых переговоров американцы могут позволить себе сидеть, закинув ногу на ногу так, чтобы ботинок одной ноги лежал на коленке другой или положить ногу на соседний стул или стол. Это считается нормой в американской культуре, хотя нередко вызывает раздражение у представителей других стран. Что касается переговоров с англичанами, то здесь предпочитают делать всё согласно регламенту, стараясь не отступить от протокола. Стоит заметить, что англичане принимают решения медленнее, чем, например, французы, так как они более рассудительны и взвешивают все «за» и «против», прежде, чем решиться на тот или иной шаг. Англичане не бросают слова на ветер, на честное слово англичан можно положиться. Так же традиционным для британцев было и есть умение избегать острых углов во время переговоров, находить компромиссы.

На основе всего вышесказанного можно сделать вывод о том, что американская и английская модели делового общения имеют существенные отличия, вытекающие из исторических предпосылок. И вместе с тем, современный мир, которому свойственна динамика многих социальных процессов, требует интеграции личности делового человека в обе модели.

1. Кибанов, А.Я. Этика деловых отношений / А.Я. Кибанов, Д.К. Захаров, В.Г. Коновалова. – М. : Инфра-М, 2002 – 368 с.

2. Чекушкина, Е.Н. Роль делового этикета в международном общении / Е.Н. Чекушкина. – Саранск, 2010. – 23 с.

Бровко М.А., студ. 508 гр., ФЗО

Научный руководитель – Зезюля А.Г.

АНАЛИЗ КОНТЕНТА САЙТОВ УЧРЕЖДЕНИЙ ОБРАЗОВАНИЯ

В ходе работы над дипломной работой на тему «Современные тенденции в проектировании сайтов учреждений образования и культуры» стояла цель, которая заключалась в выявлении основных особенностей проектирования и оптимизации сайтов учреждения образования.

Для выявления функциональности сайта образовательного учреждения был проведён анализ 11 сайтов гимназий и лицеев, расположенных на территории Советского и Ленинского районов г. Минска. В результате анализа сайтов были выявлены основные закономерности в проектировании сайтов учреждений образования.

Полифункциональность сайтов. Наличие информационных разделов, предназначенных для различных категорий пользователей, представлены практически на всех сайтах учреждений образования. В их числе раздел «учащимся», «учительская», «законным представителям». На отдельных сайтах, например гимназий № 6, 15, 23 представлен раздел «Попечительский совет». Наглядное представление результата анализа полифункциональности сайтов образовательных учреждений представлено на Рисунке 1.

Полнота информационного контента. Информация о различных